

## Kurs Explorer

### Masterstudiengänge

Betriebswirtschaftslehre  
The Economics of Global Challenges  
Management Information Systems  
Wirtschaftspsychologie

## *Course Explorer*

### *Master's degree programs*

*Business Studies*  
*The Economics of Global Challenges*  
*Management Information Systems*  
*Business Psychology*

Materialien zur Studienberatung  
Stand: Februar 2026

Fachbereich 07 – Studienzentrum Wirtschaftswissenschaft

## Inhalt/Content

A Macroeconomics Analysis of Global Challenges .....	6
A Microeconomics Analysis of Global Challenges .....	7
A Pluralist Economics Perspective on Climate Change Mitigation .....	8
Academic and Professional Practice .....	9
AI for TechMining (1): Text Mining and Topic Modelling .....	10
AI for TechMining (2): BERT and LLMs .....	11
Aktuelle Probleme der IFRS-Bilanzierung .....	12
Current Problems in IFRS Accounting .....	12
Angewandtes Eventmanagement .....	13
Applied Eventmanagement .....	13
Applied Econometrics .....	15
Applied Programming for Data Science .....	16
Arbeits- und Gesundheitspsychologie .....	17
Work and Occupation at Health Psychology .....	17
Ausgewählte Problemstellungen des innovativen Marketings und Markenmanagement – Out-of-Home Kommunikation .....	19
Selected Issues of Innavative Management and Brand Management – Out-of-Home Communication .....	19
Barriers, Adoption and Diffusion of Innovation .....	20
CDE – Career Development and Employability .....	22
Computational Macroeconomics .....	24
Corporate Intrapreneurship: The Idea Journey .....	25
Cultural Evolution & Economic Behavior .....	27
Digital Innovation .....	28
Digital Marketing Management I: Startegy and Instruments .....	29
Does Innovation Pay Off? The Economics of Science and Innovation .....	30
Einführung in die betriebswirtschaftliche Steuerlehre für Fortgeschrittene .....	31
An Introduction to Corporate Taxation Management .....	31
Empirie der Innovationsökonomik .....	32
Empirics of Innovation Economics .....	32
Entrepreneurial Ecosystems.....	33
Entrepreneurship and Management II.....	35
Entrepreneurship und Management I.....	37
Entrepreneuership and SME Management I.....	37
Environmental Economics .....	39
Fallstudien zur Finanzwirtschaft .....	40
Case Study in Finance .....	40
Financial Statement Analysis and Valuation .....	41
Financial Statement Analysis and Valuation .....	41
Finanzmärkte, Finanzinstrumente und Bewertung.....	43
Financial Markets, Financial Instruments and Valuation.....	43
Forschungsprojektmodul I .....	44

Research Project Module I .....	44
Forschungsprojektmodul II .....	46
Research Project Module II .....	46
Forschungsseminar: Innovationsprojektmanagement .....	46
Research Seminar: Innovation Project Management.....	46
Game Theory.....	48
Generative KI in der Finanzberichterstattung und -analyse .....	49
Generative AI in financial reporting and financial analysis.....	49
Geschäftsmodellinnovationen .....	51
Business Modul Innovation.....	51
Geschäftsmodellinnovationen: „Management von evolutionären und disruptiven Geschäftsmodellinnovationen .....	53
Innovations of Business models .....	53
Hauptseminar Gründungs- und Mittelstandsmanagement III.....	54
Industrial Organization: Sustainability .....	55
Industrieökonomie: Innovation.....	56
Industrial Organization Innovation .....	56
Innovation Economics: The Case of Artificial Intelligence.....	57
Innovationspolitik.....	59
Innovation policy .....	59
International Business Strategy.....	60
Internationale Unternehmensbesteuerung .....	61
International Business Taxation .....	61
Internationales Handelsrecht.....	62
International Trade Law .....	62
Konsumentenverhalten I.....	63
Consumer Behavior I I.....	63
Konsumentenverhalten II.....	65
Consumer Behavior II.....	65
Management der digitalen Transformation.....	67
Management digital transformation .....	67
Methods and Theories in Information Systems Research .....	68
Minority Entrepreneurship .....	69
Multinational Enterprises and the Global Economy.....	70
Multivariate Verfahren .....	71
Multivariate Methods of Analysis.....	71
Nachhaltige Ernährungswirtschaft.....	73
Sustainable Food Sector .....	73
Nachhaltiges Management.....	74
Sustainable Management.....	74
Öffentlicher Sektor und Multilevel Governance .....	75
Public Sector and Multilevel Governance.....	75
Ökonometrie .....	78

Econometrics.....	78
Ökonomik des öffentlichen Sektors.....	79
Public Sector Economics.....	79
Operative Ausgestaltung des innovativen Marketings und Markenmanagement – Influencer Branding und Markenbewertung.....	80
Implementation of Branding Strategies .....	80
Organisations- und Wirtschaftspsychologie .....	81
Organisational and Business Psychology .....	81
Personalmanagement im digitalen Zeitalter .....	82
Human Resource Management in the digital age .....	82
Portfoliotheorie und Asset Management .....	83
Portfolio Theory and Asset Management.....	83
PRAXIS Summer Camp: Praxis hautnah erleben – Kleinprojekte mit Unternehmen .....	84
Experience first hand practice – small projects with companies .....	84
Projekt Betriebswirtschaftliche Steuerlehre.....	86
Teaching Project Business Taxation .....	86
Projekt Finanzwirtschaft III – Machine Learning in der Finanzwirtschaft .....	87
Teaching Project Finance III – Machine Learning in Finance .....	87
Projekt Gründungs- und Mittelstandsmanagement – Current Issues in Entrepreneurship Research ..	88
Teaching Prohject in Current Issues in Entrepreneurship Research .....	88
Projekt Innovationsökonomik.....	89
Teaching Project Innovation Economics .....	89
Projekt Marketing und Markenmanagement I .....	90
Teaching Project Marketing and Brand Management I.....	90
Projekt Marketing und Markenmanagement II – Challenges in Digital Marketing Management .....	91
Teaching Project Marketing and Brand Management in Challenges in Digital Marketing Management.....	91
Projekt Marketing und Markenmanagement III – Social-Media-Marketing .....	92
Teaching Project Marketing and Brand Management Social-Media-Marketing.....	92
Proseminar Aktuelle Fragen der Entrepreneurship-Forschung.....	93
Proseminar Current Issues in Entrepreneurship Research.....	93
Proseminar Betriebswirtschaftliche Steuerlehre.....	94
Proseminar Business Taxation.....	94
Proseminar Forschungsmethoden im Internationalen Management .....	95
Proseminar Research Methods in International Business .....	95
Public Policy for Social Dilemmas .....	96
Quantitative Methoden in der Finanzwirtschaft .....	97
Quantitative Methods in Finance .....	97
Selected Issues in International Management .....	98
Sustainability Accounting and Assurance .....	99
Sustainability and the Economy of the Future .....	101
Systemische Beratung.....	102
Systemic Consulting .....	102
Technologiemanagement.....	103

Technology Management .....	103
Theoretische Grundlagen der Innovationsökonomik.....	104
Innovation Economics: Theory .....	104
Theoretische und strategische Grundlagen des innovativen Marketings und Markenmanagements I + II .....	105
Theoretical and Strategic Foundations of Innovative Marketing and Brand Management I + II .....	105
Wissenschaftliches Arbeiten mit MATLAB/R/Python und wirtschaftswissenschaftlichen Fachdatenbanken .....	106
Scientific work with MATLAB/R/Python and economic databases.....	106

### A Macroeconomics Analysis of Global Challenges

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Klarl
Sprache <i>Language</i>	Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Wählen Sie ein Element aus.
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<i>Description follows</i>
Inhalte <i>Content</i>	
Literatur <i>Literature</i>	

### A Microeconomics Analysis of Global Challenges

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Fehrer
Sprache <i>Language</i>	Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Wählen Sie ein Element aus.
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<i>Description follows</i>
Inhalte <i>Content</i>	
Literatur <i>Literature</i>	

## A Pluralist Economics Perspective on Climate Change Mitigation

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Rogowski
Sprache <i>Language</i>	Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	The participants understand the different networks of economic theories and the insights they provide for the analysis of economic policy problems like climate change mitigation. They can explain strengths and limitations of the different theories and can apply them to different economic policy problems.
Inhalte <i>Content</i>	<p>In times of disinformation about climate change and strong interests to preserve fossil pathways, the transition to a green economy requires evidence-informed economic policies, built on empirical findings that draw upon both rigorous and relevant scientific theory. However, the basis of economic advice may either be too unrealistic if it assumes a world of homines oeconomici only (as the economic mainstream does), or too weak if it stops using well-established economic theory (as may occur in heterodox economics).</p> <p>This seminar presents a pluralist economics perspective on climate change mitigation that widens the perspective for evidence-informed climate change mitigation policy but maintains the claim to using well-established economic theory. It draws upon a taxonomy which includes three major research programs that can help understanding economic mechanisms of change: (1) Neoclassical and Behavioural Economics, (2) New and Original Institutional Economics, and (3) Complexity Economics which contains Ecological and Evolutionary Economics. Fourth, it contains Welfare Economics that can assist measuring policy impacts and their distribution. Besides presenting approaches to economic climate mitigation policy based on these research programs, the seminar provides an introduction into the concept of evidence-based policy. It illustrates how combining a mechanism of change (1-3) with a theory of impact (4) provides a suitable basis for evidence-based policy towards a more sustainable economy.</p>
Literatur <i>Literature</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rogowski, W. H. and W. Elsner (2021) How economics can help mitigate climate change - a critical review and conceptual analysis. Bremen Papers on Economics &amp; Innovation. DOI: 10.26092/elib/1131</li> <li>• Further literature provided in the seminar</li> </ul>

### Academic and Professional Practice

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Kensbock
Sprache <i>Language</i>	Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	The content from the other master modules will be applied in this course. The aim is to present the scientific transfer to practice. Students will learn to solve real problems, which practitioners face, with scientific methods in the context of case studies. This usually takes place with a partner from companies, academia or politics. The acquired competences can be helpful for the Master's thesis, but also for possible orientations after the Master's degree, e.g. for the purpose of founding a company.
Inhalte <i>Content</i>	The course teaches and applies the basics of general project management with a strong focus on IT. Students work in teams on practical problems and coordinate the implementation independently. During the performance of case studies, students work on concrete results and present them continuously. The problems are examined with profound theoretical knowledge and solutions are worked out with the help of scientific articles. Students continuously present their progress and hand in a written paper, including the results at the end of the semester.

### AI for TechMining (1): Text Mining and Topic Modelling

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Möhrle
Sprache <i>Language</i>	Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Hausarbeit
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<i>The participants should be able to use text mining and topic modelling techniques to extract knowledge from unstructured texts for systematic knowledge development. They should be able to select relevant techniques and understand and interpret their results. They should understand in which situation text mining and related techniques deliver valuable results (and in which they don't).</i>
Inhalte <i>Content</i>	<i>In the course, the participants first learn the theoretical basics of text mining and topic modelling. Building on this, a systematic literature analysis will be used as a case study, on which the participants will be able to apply the text mining and topic modeling techniques. In the field of text mining, the term documents evaluation, similarity analysis and sensitivity analysis are discussed. In the field of topic modeling the latent dirichlet allocation (LDA) is presented, applied, discussed and constructively criticized.</i>
Literatur <i>Literature</i>	<p><b>Text Mining:</b>  Feinerer, Ingo; Hornik, Kurt; Meyer, David (2008): Text Mining Infrastructure in R. In: J. Stat. Soft. 25 (5). DOI: 10.18637/jss.v025.i05.  Feinerer, Ingo (2018): Introduction to the tm Package – Text Mining in R. Online verfügbar unter <a href="https://cran.r-project.org/web/packages/tm/vignettes/tm.pdf">https://cran.r-project.org/web/packages/tm/vignettes/tm.pdf</a>  Jo, Taeho (2019): Text Mining. Cham: Springer International Publishing (45).  Lemke, Matthias; Wiedemann, Gregor (2016): Text Mining in den Sozialwissenschaften. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.  Manderscheid, Katharina (2019): Text Mining. In: Nina Baur und Jörg Blasius (Hg.): Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. 2. Aufl. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 1103–1116. Online verfügbar unter <a href="https://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-3-658-21308-4_79">https://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-3-658-21308-4_79</a>.  Moehrle, Martin G.; Gerken, Jan M. (2012): Measuring textual patent similarity on the basis of combined concepts: design decisions and their consequences. Scientometrics, S. 805-826  Silge, Julia; Robinson, David (2017): Text mining with R. A tidy approach. First edition. Sebastopol, CA: O'Reilly Media. Online verfügbar unter <a href="http://proquest.tech.safaribooksonline.de/9781491981641">http://proquest.tech.safaribooksonline.de/9781491981641</a>.  PatVisor (2018). PatVisor Blog. Online verfügbar unter <a href="https://patvisor.ipmi.de/">https://patvisor.ipmi.de/</a></p> <p><b>Topic Modelling:</b>  Grün, Bettina; Hornik, Kurt (2011). topicmodels: An R Package for Fitting Topic Models. Online verfügbar unter <a href="https://cran.r-project.org/web/packages/topicmodels/vignettes/topicmodels.pdf">https://cran.r-project.org/web/packages/topicmodels/vignettes/topicmodels.pdf</a>  Roberts, Margaret, Stewart, Brandon, &amp; Tingley, Dustin (Forthcoming). stm: R Package for Structural Topic Models. Journal of Statistical Software.</p>

## AI for TechMining (2): BERT and LLMs

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Möhrle
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Hausarbeit
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung lernen die Studierenden ausgewählte Ansätze und Methoden des Technologie Roadmapping kennen, setzen diese für aktuelle Fälle ein und lernen, wie Technologie Roadmapping in betriebliche Prozesse einzuordnen und zu beurteilen ist.</p> <p>In the course of this seminar, the students will be introduced to selected approaches and methods in Technology Roadmapping as well as their practical application. Furthermore, they will learn how Technology Roadmapping can be integrated and assessed in business processes.</p>
Inhalte <i>Content</i>	<p>Eine wesentliche Aufgabe im Rahmen der Systementwicklung und des Innovationsmanagements besteht darin, Orientierung über den Stand und die Perspektiven von Technologien zu geben. Hierzu dient das Technologie Roadmapping, das als partizipativ ausgerichtete Methode dazu dient, Technologien in ihr Umfeld einzuordnen, eine geeignete Architektur zu entwickeln und darin eingebettet deren künftige Entwicklung zu prognostizieren.</p> <p>A major task in system development and innovation management is providing orientation in terms of the status quo and the future perspectives of technologies. For this purpose, technology roadmapping has been introduced. It is a participatory method, which serves to embed technologies in their environment, develop a suitable architecture and forecast their future development.</p>
Literatur <i>Literature</i>	<p>Möhrle, Martin G.; Isenmann, Ralf (2017): Grundlagen des Technologie-Roadmapping, in: Möhrle, Martin G.; Isenmann, Ralf (Hrsg.): Technologie-Roadmapping. Zukunftsstrategien für Technologie-Unternehmen. Berlin et al.: 4. Aufl. Springer, 1-16.</p> <p>Möhrle, Martin G.; Caferoglu, Hüseyin (2019): Technological speciation as a source for emerging technologies. Using semantic patent analysis for the case of camera technology. <i>Technological Forecasting and Social Change</i>.</p>

**Aktuelle Probleme der IFRS-Bilanzierung**  
**Current Problems in IFRS Accounting**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Schellhorn
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	mündliche Prüfung
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Die Studierenden setzen sich mit aktuellen und älteren Fachbeiträgen in einschlägigen A- und B-Journalen auseinander. Sie können ihre eigenen Ideen und Ansätze in Form (i) formaler Modelle, (ii) Fallstudien oder (iii) großzahliger empirischer Forschungsdesigns umsetzen. Sie sind in der Lage, ihre Ansätze zu präsentieren und kritisch zu reflektieren.</p> <p><i>Students are able to follow contemporary discussions in scientific journals in the area of accounting. They understand the problems discussed, the theoretical background and methods applied. Students are able to conduct their own research work and to apply formal and empirical approaches and models to actual settings. They learn how to write a paper and to present their research work</i></p>
Inhalte <i>Content</i>	<p>Im Hauptseminar fertigen die Studierenden eigene Forschungsarbeiten im Bereich der - weit verstandenen - empirischen Rechnungswesenforschung an. Dies kann unter Heranziehung von Massendaten, auf Basis von Fallstudien (Länder- oder Unternehmensfälle) oder in Form der theoretischen Grundlegung geschehen.</p> <p><i>The objective of this seminar is that students conduct own research projects and present their results. Selected problems discussed in contemporary accounting journals are given to the students. They have to understand these problems, to follow and to reflect actual discussions in scientific journals and to set up their own research approach. The research might be theoretical, or empirical in forms of (country or firm) case studies or large sample research using databases. Students write a research paper on their work and present it</i></p>
Literatur <i>Literature</i>	<p>Ausgewählte Veröffentlichungen aus z.B. den folgenden Fachzeitschriften Journal of Accounting and Economics</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Journal of Accounting Research</li> <li>• Journal of Business Finance and Accounting</li> <li>• The Accounting Review</li> <li>• Zeitschrift für Betriebswirtschaft</li> <li>• Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung</li> </ul> <p>Die o.g. Auswahl ist exemplarisch gemeint. Die konkrete Auswahl der Beiträge erfolgt immer zu einem thematischen Schwerpunkt, der sich von Hauptseminar zu Hauptseminar ändert.</p>

**Angewandtes Eventmanagement**  
**Applied Eventmanagement**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Hartstock
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/> 12 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Portfolio
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p><b>Wissenserweiterung</b> Studierende, die dieses Modul erfolgreich abgeschlossen haben, kennen die verschiedenen Phasen der Veranstaltungsorganisation (z.B. Veranstaltungskonzeption, strategische Planung, Veranstaltungsdurchführung, Veranstaltungscontrolling und Evaluation). Sie sind in der Lage, kreative Veranstaltungskonzepte zu entwickeln, die die Bedürfnisse und Wünsche der unterschiedlichen Zielgruppen berücksichtigen.</p> <p><b>Wissensvertiefung</b> Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Methoden des Projektmanagements und Eventmarketing praxisnah anwenden und wissen, wie sie mit verschiedenen Partnern der Veranstaltung umgehen. Sie können kreative Veranstaltungskonzepte entwickeln. Abhängig von den Projektpartnern und Veranstaltungstypen umfasst dies zum Beispiel:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Durchführbarkeitsanalysen</li> <li>- Strategische Planung (einschließlich Veranstaltungsziele, Zielgruppen)</li> <li>- Entwicklung von spezifischen Marketingplänen und -kampagnen</li> <li>- Umgang mit Veranstaltungsbudgets</li> <li>- Qualitäts- und Risikomanagement</li> </ul> <p><b>Instrumentelle Fertigkeiten und Kompetenzen</b> Die Studierenden lernen relevante digitale Tools zur Unterstützung der Eventkonzeption, der Eventkommunikation, der Eventorganisation und der Eventevaluation kennen, selektieren die passenden und setzen diese ein.</p> <p><b>Kommunikative Fertigkeiten und Kompetenzen</b> Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können effektive Kommunikations- und Teamarbeitsfähigkeiten nachweisen.</p> <p><b>Knowledge enhancement</b> <i>Students who have successfully completed this module are familiar with the different phases of event organisation. (e.g. event conception, strategic planning, event implementation, event controlling and evaluation). They are able to develop creative event concepts that take into account the needs and wishes of different target groups.</i></p> <p><b>Knowledge consolidation</b> <i>Students who have successfully completed this module are able to apply methods of project management and event marketing in a practical way and know how to deal with different event partners. They can develop creative event concepts. Depending on the project partners and event types, this includes, for example:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Feasibility analyses</li> <li>- Strategic planning (including event objectives, target groups)</li> <li>- Developing specific marketing plans and campaigns</li> <li>- Dealing with event budgets</li> <li>- Quality and risk management</li> </ul> <p><b>Instrumental skills and competences</b> <i>Students learn about relevant digital tools to support event conception, event communication, event organisation and event evaluation, select the appropriate ones and use them.</i></p> <p><b>Communicative skills and competences</b> <i>Students who have successfully completed this module will be able to demonstrate effective communication and teamwork skills.</i></p>

<p>Inhalte Content</p>	<p>Die Studierenden erwerben theoretische und praktische Kenntnisse zur Planung, Gestaltung, Durchführung und Evaluation von Veranstaltungen am Beispiel des Career Camps (Wintersemester) oder des PRAXIS Summer Camps (Sommersemester). Das Career Camp ist eine intensive Karriereweche rund um die Themen Berufsorientierung und Berufseinstieg mit virtuellen und Präsenzangeboten – von Paneldiskussionen, über intensive Karriereworkshops bis hin zu einem Netzwerkabend und Firmenexkursionen. Die Studierenden sammeln praktische Erfahrungen durch die Zusammenarbeit mit diversen Kooperationspartnern aus der Wirtschaft, als teilnehmende oder fördernde Partner. Das PRAXIS Summer Camp ist ein dreiwöchiges praxisorientiertes Lehrformat, wo Studierendenteams an kleinen Praxisprojekten arbeiten. Umrahmt werden die drei Wochen durch ein Kick-off Event sowie das große Finale mit Präsentation der Ergebnisse mit jeweiligen geselligen Networkingphasen.</p> <p><b>Hinweis:</b> Da diese Veranstaltungen über die regulären Veranstaltungszeiten hinaus stattfinden, d.h. immer in der vorlesungsfreien Zeit, wird der regulären Lern- und Prüfungsphase Rechnung getragen. Er wird jedoch ein regelmäßiger Einsatz bis zum Ende des Career Camps erwartet. Ein erhöhter Workload ist in der Event-Woche selbst. einzuplanen.</p> <p><i>Students acquire theoretical and practical knowledge about the planning, design, implementation and evaluation of events using the example of the Career Camp (winter semester) or the PRAXIS Summer Camp (summer semester). The Career Camp is an intensive career week centred around the topics of career orientation and career entry with virtual and face-to-face events - from panel discussions and intensive career workshops to a networking evening and company excursions. Students gain practical experience by working with various cooperation partners from the business world, either as participating or sponsoring partners. The PRAXIS Summer Camp is a three-week practice-orientated teaching format where teams of students work on small practical projects. The three weeks are framed by a kick-off event and the grand finale with presentation of the results and social networking phases.</i></p> <p><b>Note:</b> <i>As these events take place beyond the regular course times, i.e. always during the lecture-free period, the regular learning and examination phase is taken into account. However, regular attendance is expected until the end of the Career Camp. An increased workload must be planned for the event week itself.</i></p>
<p>Literatur Literature</p>	<p>z.B. zu den Themen Eventmanagement und -marketing:  Eventmanagement - Konzeption, Organisation, Erfolgskontrolle  Kiel, Hermann-Josef; Bäuchl, Ralf G., 2014  Eventmanagement - Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen, Holzbaur, Ulrich - 4., überarb. Aufl., 2010  Grundwissen Eventmanagement  Jäger, Dieter - 4., überarbeitete und erweiterte Auflage, 2021</p>

## Applied Econometrics

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Maximilian Andres
Sprache <i>Language</i>	Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	Understanding causality and the application of statistical methods to economic data in order to infer causality
Inhalte <i>Content</i>	This course introduces the foundational concepts of causality in empirical research, focusing on the Potential Outcomes Framework. It serves as a conceptual bridge to advanced econometric methods such as regression analysis, differences-in-differences, instrumental variables, and causal machine learning. Emphasis will be placed on how to define and estimate causal effects, distinguishing causation from correlation and understanding the conditions under which causal interpretation is valid. By the end of the course, students will be well-prepared for applying these insights to real-world data not just as tools for prediction, but as instruments for credible causal inference.
Literatur <i>Literature</i>	"Introductory Econometrics: A Modern Approach" by <u>Jeffrey M. Wooldridge</u>

### Applied Programming for Data Science

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Fehrler
Sprache <i>Language</i>	Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Wählen Sie ein Element aus.
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<i>Description follows</i>
Inhalte <i>Content</i>	
Literatur <i>Literature</i>	

**Arbeits- und Gesundheitspsychologie**  
**Work and Occupation at Health Psychology**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Klug
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Studierende setzen sich mit aktuellen Themen der Arbeitswelt auseinander. Studierende erwerben vertiefte Kenntnisse über und erkennen Anwendungsmöglichkeiten der Aspekte Analyse und Gestaltung von Arbeitstätigkeiten und Arbeitssystemen. Studierende verstehen die Bedeutung der persönlichkeitsförderlichen und gesundheitsorientierten Arbeitsgestaltung. Studierende reflektieren das Zusammenspiel von Mensch und Automation am Arbeitsplatz.</p> <p><i>The basic topics for the design of health-oriented work are discussed. Basic concepts such as the design and evaluation of workplaces as well as stress, stressors and resources are explained and their practical importance for well-designed, health-oriented work is highlighted.</i></p> <p><i>The focus is on topics such as recovery, workplace health promotion, work-life balance, new forms of work and precarious employment. The students deal with risk assessments, personnel development, changes in work and the effects of digitization and automation on work</i></p>
Inhalte <i>Content</i>	<p>In diesem Modul werden die grundlegenden Themen für die Gestaltung gesunder Arbeit diskutiert. Grundlegende Konzepte wie Gestaltung und Bewertung von Arbeitsplätzen sowie Stress, Stressoren und Ressourcen werden erklärt und hinsichtlich ihrer praktischen Bedeutung für gut gestaltete, gesunde Arbeit beleuchtet.</p> <p>Themen wie Erholung, betriebliche Gesundheitsförderung, Work-Life Balance, neue Formen der Arbeit sowie prekäre Beschäftigung stehen im Fokus. Es wird um Gefährdungsbeurteilungen, Personalentwicklung, Wandel der Arbeit und Auswirkungen der Digitalisierung und Automation auf die Arbeit gehen.</p> <p><i>Students deal with current issues in the world of work. Students acquire in-depth knowledge and recognize possible uses of the aspects of analysis and design of work activities and work systems. Students understand the importance of personality- and health-oriented work design.</i></p> <p><i>Students reflect on the interaction between people and automation in the workplace.</i></p>
Literatur <i>Literature</i>	<p>Bamberg, E., Mohr, G., &amp; Busch, C. (2012). <i>Arbeitspsychologie</i>. Göttingen: Hogrefe.</p> <p>Bakker, A. B., &amp; Demerouti, E. (2007). <i>The job demands-resources model: State of the art</i>. <i>Journal of Managerial Psychology</i>, 22(3), 309-328.</p> <p>Leka, S., &amp; Houdmont, J. (Eds.) (2010). <i>Occupational Health Psychology</i>. Chichester, UK: Wiley Blackwell.</p> <p>Van Veldhoven, M. (2008). <i>Need for Recovery after Work – an Overview of Construct, Measurement and Research</i>. In S. Leka &amp; J. Houdmont (Eds.), <i>Occupational Health Psychology – European Perspectives on Research, Education and Practice</i> (Vol. 3, pp. 1-26). Nottingham, UK: University Press.</p> <p>Busch, C. (2011). <i>Betriebliche Gesundheitsförderung für die Zielgruppe der Un- und Angelernten</i>. In E. Bamberg, A. Ducki, &amp; A. Metz (Hrsg.), <i>Gesundheitsförderung und Gesundheitsmanagement in der Arbeitswelt</i> (S. 501-518). Göttingen: Hogrefe.</p>

	<p><i>Hoppe, A., &amp; Bamberg, E. (2013). Stress und Gesundheit in der interkulturellen Arbeitswelt. In P. Genkova, T. Ringeisen, &amp; F. T. L. Leong (Hrsg.). Handbuch Stress und Kultur – Interkulturelle und kulturvergleichende Perspektiven (S. 435-448). Wiesbaden: Springer.</i></p> <p><i>Kauffeld, S. &amp; Grote, S. (2011). Personalentwicklung. In S. Kauffeld (Ed.), Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor (S. 113-141). Berlin: Springer</i></p>
--	--

**Ausgewählte Problemstellungen des innovativen Marketings und Markenmanagement – Out-of-Home Kommunikation**  
**Selected Issues of Innavative Management and Brand Management – Out-of-Home Communication**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Burmann
Sprache <i>Language</i>	Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Portfolio
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Die Studierenden setzen sich mit aktuellen Themen des Marketings und Markenmanagements (bspw. Markencontrolling, Budgetierung, Markenbewertung, Handelsmarken) auseinander. Die Veranstaltung vertieft bestehendes Wissen zum Marketing und Markenmanagement und fokussiert sich dabei auf die praktische Anwendung des erlernten Wissens.</p> <p><i>The students will deal with current topics of marketing and brand management (e.g. brand monitoring, budgeting, brand valuation, private labels). This course deepens existing knowledge concerning marketing and branding and focuses on the practical relevance.</i></p>
Inhalte <i>Content</i>	<p>In dem Kurs werden aktuell relevante Themen des Marketings und Markenmanagements wie Markencontrolling, Budgetierung, Markenbewertung oder Handelsmarken vertiefend behandelt. Dabei werden strategische und operative Instrumente des Marketings und Markenmanagements verwendet und die Anwendbarkeit für die spezifische Fragestellung diskutiert.</p> <p><i>In this course current relevant topics of marketing and brand management like brand monitoring, budgeting, brand valuation, private labels are deepened discussed. Strategic and operative instruments of marketing and branding are used and discussed concerning the applicability for the specific topic.</i></p>
Literatur <i>Literature</i>	<p>Meffert, H./Burmann, C./Kirchgeorg, M. (2015): Marketing, 12. Aufl., Wiesbaden.          Burmann, C./Halaszovich, T./Hemmann, F. (2012): Identitätsbasierte Markenführung, Wiesbaden.          Keller, K.L. (2013): Strategic brand management: building, measuring, and managing brand equity, 4. Aufl., Boston.</p>

## Barriers, Adoption and Diffusion of Innovation

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Röth
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Die Adoption und Diffusion von Innovationen geschehen in einer von Unsicherheit geprägten Umwelt. Weiterhin agieren Unternehmen in einem Umfeld, wo Innovationen schnell veraltet und Marktgegebenheiten unsicher sind. Daher müssen Unternehmen dazu befähigt werden nicht nur Marktchancen zu verfolgen, sondern auch Adoptionsbarrieren zu identifizieren und mit geeigneten Gegenmaßnahmen (bspw. Marketinginstrumente) zu überwinden.</p> <p>In dem Seminar wird daher detailliertes Wissen im Bereich der Vermarktung von Innovationen vermittelt. Dies ist notwendig, um Adoptionsbarrieren zu überwinden und die Diffusion von Innovationen voranzutreiben. Einleitend werden dazu zentrale Begriffe, Gegenstand und Aufgaben des Innovationsmarketings erlernt. Auf dieser Basis werden die Barrieren einer erfolgreichen Adoption und Diffusion wissenschaftlich durchdrungen. Darauf aufbauend erlernen Studierende die Grundlagen und den Einsatz von Marketinginstrumenten, sodass Barrieregefüge von Innovationen überwunden werden können.</p> <p>Studierende erlernen diese Inhalte in einem interaktiven Format bei dem sie Grundlagenwissen anhand von aktuellen wissenschaftlichen Artikeln vertiefen.</p> <p><i>The adoption and diffusion of innovations take place in an environment characterized by uncertainty. Furthermore, companies operate in an environment where innovations quickly become obsolete and market conditions are uncertain. Therefore, companies must be enabled not only to pursue market opportunities, but also to identify adoption barriers and overcome them with suitable countermeasures (e.g., marketing instruments).</i></p> <p><i>The seminar therefore provides detailed knowledge in the field of innovation marketing. This is necessary in order to overcome adoption barriers and promote the diffusion of innovations. As an introduction, the central concepts, relevance, and tasks of innovation marketing are learned. On this basis, the barriers to successful adoption and diffusion are scientifically examined. Building on this, students learn the basics and the use of marketing instruments so that barriers to innovation can be overcome.</i></p> <p><i>Students learn this content in an interactive format in which they deepen their basic knowledge on the basis of current scientific articles.</i></p>
Inhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organisatorisches &amp; Thematische Einführung</li> <li>• Theoretische Grundlagen: Adoption</li> <li>• Erfolgsfaktoren bei Innovationen</li> <li>• Grundlagen des Innovationsmarketings</li> <li>• Strategisches Innovationsmarketing</li> <li>• Taktisches Innovationsmarketing</li> <li>• Operatives Innovationsmarketing</li>   <li>• <i>Organizational &amp; thematic introduction</i></li> <li>• <i>Theoretical foundation</i></li> <li>• <i>Success factors for innovations</i></li> <li>• <i>Foundations of innovation marketing</i></li> <li>• <i>Strategic innovation marketing</i></li> <li>• <i>Tactical innovation marketing</i></li> <li>• <i>Operational innovation marketing</i></li> </ul>
Literatur <i>Literature</i>	Sammlung wissenschaftlicher Artikel / Collection of scientific publications

	<p>Homburg, C. (2020). Grundlagen des Marketingmanagements : Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung. Wiesbaden: Springer Gabler.</p> <p>Homburg, C. (2020). Marketingmanagement : Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung. Wiesbaden: Springer Gabler.</p> <p>Trommsdorff, V., &amp; Steinhoff, F. (2013). Innovationsmarketing. Vahlen.</p> <p>Vahs, D., &amp; Brem, A. (2013). Innovationsmanagement–Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung. Schäffer-Poeschel-Verlag, Stuttgart 4. Auflage.</p>
--	---

## CDE – Career Development and Employability

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Hartstock
Voraussetzungen <i>Requirements</i>	Anmeldung über <a href="#">StudIP: CDE – Career Development and Employability</a>
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input checked="" type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Hausarbeit / Term Paper
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufbau berufsrelevanten Wissens zur Förderung der Berufsfähigkeit direkt aus der Praxis</li> <li>• Transfer des theoretischen Wissens in die Praxis</li> <li>• Unterstützung des Berufseinstiegs, u.a. mit Workshops zu digitalen Tools und aktuellen Methoden, zu verschiedensten Berufsfeldern, zu relevanten Zukunftsthemen</li> <li>• Unterstützung der Karriereentwicklung, wie z.B. durch Seminare zu Bewerbungsprozessen und die Teilnahme an Events zum Aufbau beruflicher Netzwerke.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Building up professionally relevant knowledge to promote employability directly from practice</i></li> <li>• <i>Transfer of theoretical knowledge into practice</i></li> <li>• <i>Supporting career entry, e.g. with workshops on digital tools and current methods, on various professional fields and on relevant future topics</i></li> <li>• <i>Supporting career development, e.g. through seminars on application processes and participation in events to build professional networks.</i></li> </ul>
Inhalte <i>Content</i>	<p>Studierende sammeln sogenannte CDE-Punkte (CDE = Career Development and Employability) durch den Besuch relevanter Workshops, Seminare, Vorträge, Karrieremessen oder -events. Ein semesterübergreifendes Sammeln ist möglich. d.h. man kann Vorträge über mehrere Semester sammeln.</p> <p>1 CDE-Punkt entspricht ungefähr einer Stunde, die man teilgenommen hat (es gibt Ausnahmen, die in StudIP erläutert werden). 27 CDE-Punkte müssen für 3 CP und 54 CDE-Punkte für 6 CP gesammelt werden. Ein Reflexionsbericht über alle besuchten Einzelveranstaltungen muss erstellt werden.</p> <p>Erst wenn Nachweise und Reflexionsbericht in <a href="#">StudIP: CDE – Career Development and Employability</a> eingereicht wurden und dieser mit „bestanden“ bewertet wurde, kann man sich zum Modul „Career Development and Employability“ in PABO anmelden. Die Gutschrift der CP erfolgt zum Ende eines jeden Semesters, in dem das „bestanden“ übermittelt wurde.</p> <p>Welche Vorträge anerkannt werden, kann über StudIP (s. Voraussetzungen) eingesehen werden.</p> <p>Veranstaltungen des zentralen <a href="#">Career Centers</a> oder der <a href="#">Studierwerkstatt der Universität Bremen</a>, die 1 oder 2 CP vergeben, können hier eingebracht werden (1 CP = 9 CDE). Wurden keine Prüfungsleistungen für die CP erbracht, müssen die Veranstaltungen in der Hausarbeit aber auch reflektiert und evaluiert werden.</p> <p><i>Students collect so-called CDE points (CDE = Career Development and Employability) by attending relevant workshops, seminars, lectures, career fairs or events. It is possible to collect points across semesters, i.e. you can collect lectures over several semesters.</i></p> <p><i>1 CDE point corresponds to approximately one hour of attendance (there are exceptions, which are explained in StudIP). 27 CDE points must be collected for 3 CP and 54 CDE points for 6 CP. A reflection report on all individual courses attended must be prepared.</i></p> <p><i>You can only register for the "Career Development and Employability" module in PABO once evidence and the reflection report have been submitted in StudIP: CDE</i></p>

	<p><i>- Career Development and Employability and this has been graded as "passed". The CP will be credited at the end of each semester in which the "pass" was submitted. Which lectures are recognised can be viewed via StudIP (see requirements). Courses of the central Career Centre or the Studierwerkstatt of the University of Bremen, which award 1 or 2 CP, can be submitted here (1 CP = 9 CDE). If no examinations have been taken for the CP, the courses must also be reflected on and evaluated in the term paper.</i></p>
--	---

## Computational Macroeconomics

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Klarl
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>This course provides a very basic introduction to modern simulation and solution techniques for nowadays regularly employed models in macroeconomics and finance. We start with the well-known Solow Model (Part 1) and discuss the savings decision in the so-called Overlapping Generation (OLG) Model (Part 2). With Part 3, we introduce infinitely lived agents. Part 4 deals with recursive, deterministic models, followed by Part 5, which adds stochastics to the recursive models. Part 6 introduces the so-called Hansen Real Business Cycle (RBC) model.</p> <p>A DYNARE/Matlab session concludes each part where the students can solve computer-based problems. Students with a focus on macroeconomics and finance, but also students working at the fringe between modern, dynamic microeconomics and macroeconomics or students simply interested in simulation and solution techniques are likely to find the course contents interesting.</p>
Inhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• The Basic Solow Model</li> <li>• Savings in the OLG Model</li> <li>• Infinitely lived Agents</li> <li>• Recursive Deterministic Models</li> <li>• Recursive Stochastic Models</li> <li>• Hansen's Real Business Cycle Model</li> </ul>
Literatur <i>Literature</i>	<i>Current literature lists will be provided to students at the beginning of the semester.</i>

## Corporate Intrapreneurship: The Idea Journey

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Dr. Sarah Stanske
Sprache <i>Language</i>	Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Portfolio
Lernziele  Learning outcomes	<p>Through this seminar, students gain a deeper understanding of the fundamental tension between organizing and innovation and how it can be managed in general, as well as how this plays out during the different phases of the <i>Idea Journey</i>. In particular, the course highlights intrapreneurship—the practice of fostering entrepreneurial thinking and action within established organizations—and examines how internal entrepreneurs navigate organizational constraints to drive innovative initiatives. Furthermore, students are familiarized with the critical reading and analysis of scientific articles, enabling them to engage with research on innovation and intrapreneurship effectively. This seminar follows the principle of „inquiry-based“ learning as students are encouraged to develop their own research questions which they are answering in a written report.</p>
Inhalte <i>Content</i>	<p>Innovation is becoming increasingly important in today’s dynamic and competitive business environment, as it is central to long-term success and organizational competitiveness. In this context, the concept of <b>intrapreneurship</b> is gaining significance: it refers to fostering entrepreneurial thinking and action within established organizations, enabling employees to act as “internal entrepreneurs” who develop and implement new ideas.</p> <p>In this course, we examine intrapreneurship through the lens of the <b>Idea Journey</b> by Perry-Smith and Mannucci. We analyze the challenges idea initiators face as they work to move their concepts from the initial spark to full implementation within an organization.</p> <p>Based on detailed readings, discussions of recent research on the different phases of the Idea Journey, and input from practitioners, we will reflect on how firms can structure innovation processes and under what conditions intrapreneurship can be particularly successful.</p>
Literatur <i>Literature</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alt, E., &amp; Craig, J. B. (2016). Selling issues with solutions: Igniting social intrapreneurship in for-profit organizations. <i>Journal of Management Studies</i>, 53(5), 794-820.</li> <li>- Bendor, J. (2015, June 23). <i>Creativity and criticism: The yin and yang of innovation</i> [Video]. Stanford University. YouTube. <a href="https://www.youtube.com/watch?v=XuIECEM1OJA">https://www.youtube.com/watch?v=XuIECEM1OJA</a></li> <li>- Chayka, K. (2025, February 12). <i>Elon Musk’s A.I.-Fuelled war on human agency</i>. The New Yorker. <a href="https://www.newyorker.com/culture/infinite-scroll/elon-musks-ai-fuelled-war-on-human-agency">https://www.newyorker.com/culture/infinite-scroll/elon-musks-ai-fuelled-war-on-human-agency</a></li> <li>- Christensen, C. M., Raynor, M. E., &amp; McDonald, R. (2015, December). What is disruptive innovation? <i>Harvard Business Review</i>. <a href="https://hbr.org/2015/12/what-is-disruptive-innovation">https://hbr.org/2015/12/what-is-disruptive-innovation</a></li> <li>- Fast Company. (2011, March 7). <i>Corporate smugglers: Championing ideas under the radar</i>. <a href="https://www.fastcompany.com/1736968/corporate-smugglers-championing-ideas-under-radar">https://www.fastcompany.com/1736968/corporate-smugglers-championing-ideas-under-radar</a></li> <li>- Friedman, M. (1970, September 13). <i>A Friedman doctrine: The social responsibility of business is to increase its profits</i>. The New York Times. <a href="https://www.nytimes.com/1970/09/13/archives/a-friedman-doctrine-the-social-responsibility-of-business-is-to.html">https://www.nytimes.com/1970/09/13/archives/a-friedman-doctrine-the-social-responsibility-of-business-is-to.html</a></li> <li>- Gamez-Djokic, M., Kouchaki, M., &amp; Waytz, A. (2022). Virtuous startups: The credentialing power of the startup label. <i>Academy of Management Discoveries</i>, 8(3), 441-458.</li> <li>- Garud, R., Tuertscher, P., &amp; Van de Ven, A. H. (2013). Perspectives on innovation processes. <i>Academy of Management Annals</i>, 7(1), 775-819.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gawer, A., &amp; Phillips, N. (2013). Institutional work as logics shift: The case of Intel's transformation to platform leader. <i>Organization Studies</i>, 34(8), 1035–1071. <a href="https://doi.org/10.1177/0170840613492071">https://doi.org/10.1177/0170840613492071</a></li> <li>- Guth, W. D., &amp; Ginsberg, A. (1990). Guest editors' introduction: Corporate entrepreneurship. <i>Strategic Management Journal</i>, 5-15.</li> <li>- Joy, B. (2000, April). <i>Why the future doesn't need us</i>. Wired. <a href="https://www.wired.com/2000/04/joy-2/">https://www.wired.com/2000/04/joy-2/</a></li> <li>- Kotter, J. (2011, March 23). <i>John Kotter: Resistance to change</i> [Video]. YouTube. <a href="https://www.youtube.com/watch?v=Wdroj6F3VIQ">https://www.youtube.com/watch?v=Wdroj6F3VIQ</a></li> <li>- Marston, N. (2014, 7. September). <i>Nathan Marston on innovation &amp; creativity</i> [Video]. YouTube. <a href="https://www.youtube.com/watch?v=MCArTQTR2No">https://www.youtube.com/watch?v=MCArTQTR2No</a></li> <li>- Mintzberg, H. (2025). Is Serendipity Serendipitous?. <i>Journal of Management Inquiry</i>, 10564926251365863</li> <li>- Nightline. (1999, July 13). <i>IDEO &amp; the shopping cart project</i> [Video]. YouTube. <a href="https://www.youtube.com/watch?v=M66ZU2PClCM">https://www.youtube.com/watch?v=M66ZU2PClCM</a></li> <li>- Perry-Smith, J. E., &amp; Mannucci, P. V. (2017). From creativity to innovation: The social network drivers of the four phases of the idea journey. <i>Academy of Management Review</i>, 42(1), 53-79.</li> <li>- Smith, P., &amp; Hilbolling, S. (2025). Demystifying serendipity: How mundane practices enable the identification and pursuit of extraordinary discoveries. <i>Strategic Organization</i>.</li> <li>- Starmann, F. A., Tomin, S., Hubner-Benz, S., &amp; Kabst, R. (2025). The Intrapreneur Identity Illusion: Unraveling the Identity Work of Intrapreneurs in Internal Corporate Venturing. <i>Journal of Product Innovation Management</i>.</li> <li>- Top Lists. (2018, November 13). <i>15 Accidental inventions you can't imagine your life without</i> [Video]. YouTube. <a href="https://www.youtube.com/watch?v=qO1brxn1rNs">https://www.youtube.com/watch?v=qO1brxn1rNs</a></li> <li>- Tripsas, M. (2009). Technology, identity, and inertia through the lens of "The Digital Photography Company". <i>Organization Science</i>, 20(2), 441-460</li> <li>- Vuori, T. O., &amp; Huy, Q. N. (2016). Distributed attention and shared emotions in the innovation process: How Nokia lost the smartphone battle. <i>Administrative Science Quarterly</i>, 61(1), 9-51.</li> </ul>
--	--

## Cultural Evolution & Economic Behavior

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Cordes
Sprache <i>Language</i>	Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	
Inhalte <i>Content</i>	
Literatur <i>Literature</i>	

## Digital Innovation

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Müller
Sprache <i>Language</i>	Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>After the course, the students will be able to do the following:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• explain how digitalization impacts products and processes</li> <li>• identify different objects of digital innovation</li> <li>• innovate in a digital context and manage digital innovation projects</li> <li>• evaluate the ethical implications of digitalization</li> <li>• apply relevant conceptual knowledge to managerial practice</li> </ul>
Inhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Refined understanding of relevant characteristics of 'the digital'</li> <li>• Digital innovation / innovation management in contrast to traditional models of innovation</li> <li>• Design thinking as a framework for digital innovation projects</li> </ul>

## Digital Marketing Management I: Strategy and Instruments

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Eisenbeiß
Sprache <i>Language</i>	Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Portfolio
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Die Lehrveranstaltung bietet eine Einführung in die strategischen und instrumentellen Entscheidungsbereiche des Marketingmanagements unter besonderer Berücksichtigung digitaler Medien. Mit der Digitalisierung verbundene Chancen und Herausforderungen im Rahmen des Marketingmanagements werden einerseits für („Offline-“) Unternehmen besprochen, die ihre bisherigen Marketingmaßnahmen um digitale Ausgestaltungsformen erweitern, und andererseits für sogenannte „Born-on-the-Web-“ Unternehmen diskutiert, die dem digitalen Umfeld entstammen. Thematisierte Chancen und Herausforderungen können u.a. auf die Bereiche Cross-Channel-Management/-Marketing, die „Reise“ des Konsumenten auf dem Weg zum Kauf, Vertrauen und Privatsphäre im Internet bezogen sein. Studierende arbeiten anwendungsorientiert auf Basis ausgewählter Fallstudien.</p> <p><i>The course provides an introduction into the strategic and instrumental decision fields of marketing management, specifically under consideration of digital media. Opportunities and challenges within marketing management that come along with digitization are discussed for established offline businesses that migrate their marketing efforts to digital media as well as for “born-to-the-Web” businesses that are being built within a digital environment. Specific challenges discussed in the course may i.a. comprise cross channel management/marketing, the customer journey towards the purchase, trust and privacy issues on the Internet. Students work application-oriented based on selected business cases.</i></p>
Inhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Konsumentenverhalten im digitalen Zeitalter</i></li> <li>• <i>Unternehmensverhalten im digitalen Zeitalter</i></li> <li>• <i>Entwicklung digitaler Marketingstrategien für traditionelle „Offline“- sowie „Born-on-the-Web“-Unternehmen (Best und Worst Practice)</i></li> <li>• <i>Marketing-Mix und digitale Marketinginstrumente</i></li> <li>• <i>Cross-Channel-Management/-Marketing</i></li> <li>• <i>Spezifische Unternehmensherausforderungen im digitalen Umfeld: z.B. Vertrauen und Privatsphäre im Internet</i></li>   <li>• <i>Consumer behavior in the digital age</i></li> <li>• <i>Firm behavior in the digital age</i></li> <li>• <i>Development of digital marketing strategies for established “offline” businesses as well as “born-on-the-Web” businesses (best and worst practice)</i></li> <li>• <i>Marketing mix and digital marketing instruments</i></li> <li>• <i>Cross channel management/marketing</i></li> <li>• <i>Specific challenges in digital environments: e.g., trust and privacy issues on the Internet</i></li> </ul>

### Does Innovation Pay Off? The Economics of Science and Innovation

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Wedemeier
Sprache <i>Language</i>	Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	
Inhalte <i>Content</i>	
Literatur <i>Literature</i>	

**Einführung in die betriebswirtschaftliche Steuerlehre für Fortgeschrittene**  
**An Introduction to Corporate Taxation Management**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Marx
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	mündliche Prüfung
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Die Studierenden beherrschen die Methoden der Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre und können diese auf konkrete Fälle anwenden. Sie kennen die praktischen Grenzen und theoretischen Defizite der angewandten Methoden. Sie können diese Verfahren auf Problemfelder der Unternehmensbesteuerung übertragen. Betriebswirtschaftliche Steuerwirkungen und Steuerverflechtungen sind ihnen vertraut. Sie besitzen die notwendigen theoretischen und methodischen Kenntnisse, um selbstständig eigene Untersuchungen durchführen zu können.</p> <p><i>This course introduces the students to the fundamental principles of Corporate Taxation. The students learn how to identify taxation problems and how to resolve them.</i></p>
Inhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Betriebswirtschaftliche Steuerlehre als Wissenschaftsdisziplin</li> <li>• Auseinandersetzung mit Methoden des Fachs</li> <li>• Betriebswirtschaftliche Steuerwirkungen und Steuerverflechtungen</li> <li>• Sachverhaltsbildung und –analyse</li> <li>• Ermittlungs- und Entscheidungsmodelle</li> <li>• Steuereinfluss auf betriebliche Funktionsbereiche</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Basic Principles of Corporate Taxation</i></li> <li>• <i>Important Terms, Features and Statutory Sources of German Tax Law</i></li> <li>• <i>Taxation of Business Profits, Income Tax, Corporation Income Tax, Trade Tax</i></li> <li>• <i>Taxation of Transfer of Enterprises</i></li> <li>• <i>Taxation of Transactions</i></li> </ul> <p><i>Impact of Taxation on Decisions</i></p>
Literatur <i>Literature</i>	<p>König, Rolf / Wosnitza, Michael: Betriebswirtschaftliche Steuerplanungs- und Steuerwirkungslehre, Heidelberg 2004.</p> <p>Kraft, Cornelia / Kraft, Gerhard: Grundlagen der Unternehmensbesteuerung, 3. Auflage, Wiesbaden 2009.</p> <p>Schneider, Dieter: Steuerlast und Steuerwirkung, München / Wien 2002.</p> <p>Scholes, Myson S. et. al.: Taxes and Business Strategy, A Planning Approach, 4rd edition, Upper Saddle River / N.J. 2009.</p> <p>Schreiber, Ulrich: Besteuerung der Unternehmen, 3. Auflage, Berlin / Heidelberg / New York 2012.</p> <p>Schult, Eberhard: Betriebswirtschaftliche Steuerlehre, 4. Auflage, München / Wien 2002.</p>

**Empirie der Innovationsökonomik**  
**Empirics of Innovation Economics**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Paha
Sprache <i>Language</i>	Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Referat
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p><i>In this course, you will engage in comprehensive discussions on empirical research articles that explore the effects of firm size and market concentration on innovation. You will study econometric literature that examines the impact of various firm characteristics beyond just size on innovation. Additionally, you will review empirical literature addressing three key factors influencing interindustry variation in innovative activity and performance: demand, appropriability, and technological opportunity conditions.</i></p> <p><i>This course aims to provide you, as students of business administration and economics, with a deep understanding of how market structure shapes innovation across industries. By analyzing these critical relationships, you will gain in-depth knowledge of empirical research in innovation economics. You will develop a nuanced perspective that will enhance your strategic thinking and decision-making abilities in the business world.</i></p> <p><i>You will present two research articles that empirically analyze the relationship between competition, market structure, and innovation. Additionally, you will read and engage with the articles presented by your classmates, allowing for in-depth discussions on these topics. This experience will equip you with the ability to appraise and critically assess empirical research articles in the field of innovation economics.</i></p> <p><i>These skills are invaluable for your academic journey, particularly when writing term papers or your thesis. Moreover, they will be essential for your future work, whether in academia or practice, as you apply this analytical expertise to real-world challenges in the business and economic landscape.</i></p>
Inhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Econometrics</i></li> <li>• <i>Innovation economics</i></li> </ul> <p><i>Market structure and innovation</i></p>
Literatur <i>Literature</i>	<p>Cohen, W. (2010). "Fifty years of empirical studies of innovative activity and performance." In: Hall, B. and Rosenberg, N. (Eds.), Handbook of Economics of Innovation, vol. 1, Elsevier, Amsterdam, Ch. 4, 129-213.</p> <p>Gilbert, R. (2006). "Looking for Mr. Schumpeter: Where are we in the competition–innovation debate?" In: Jaffe, A., Lerner, S., Stern, S. (Eds.), Innovation Policy and the Economy, vol. 6. MIT Press/National Bureau of Economic Research, Cambridge, MA, 159–215.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sutton, J. (2007). "Market structure: Theory and evidence". In: Armstrong, M., Porter, R.H. (Eds.), Handbook of Industrial Organization, vol. 3. Elsevier, Amsterdam.</li> </ul>

## Entrepreneurial Ecosystems

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Baron
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Portfolio
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>„Entrepreneurial Ecosystems“ bildet mit den Kursen „Entrepreneurship &amp; Management I &amp; II“ eine Einheit. Während die letztgenannten Veranstaltungen die Ebene der Gründenden sowie der Coaches und Mentoren betonen, setzt „Entrepreneurial Ecosystems“ auf der Ebene der Gründungs-Ökosysteme an. Mit dem Kurs sollen die einzelnen Perspektiven der Systemakteure durchdrungen und das systemische Wechselspiel der Akteure in einer Region verstanden werden. Die Teilnehmenden des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• kennen die Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen Unternehmertum in etablierten Unternehmen und Start-ups,</li> <li>• wissen um die Bedeutung von Entrepreneurial Ecosystems für die Gründung und das Wachstum neuer Unternehmen,</li> <li>• können Entrepreneurial Ecosystems in ihren Grundzügen beschreiben,</li> <li>• verstehen die Zusammenhänge in Entrepreneurial Ecosystems,</li> <li>• kennen die Herausforderungen und zentralen Ansatzpunkte bei der Entwicklung und der Governance von Entrepreneurial Ecosystems,</li> <li>• sind in der Lage, die Befunde zur Gründungsökonomie auf den Organisationskontext zu übertragen (im Sinne eines Corporate Entrepreneurial Ecosystems).</li> </ul> <p><i>“Entrepreneurial Ecosystems” is directly related to the modules “Entrepreneurship &amp; Management I &amp; II”. While the latter courses focus the micro-level of founders, coaches and mentors, “Entrepreneurial Ecosystems” switches to the macro-perspective of startup ecosystems. By participating in the course, the students will get in touch with the distinctive perspectives of actors in the ecosystem as well as the dynamic, systemic interplay of them on a regional basis.</i></p> <p><i>The participants of the module</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• know commonalities and differences between corporate entrepreneurship and start-up entrepreneurship,</li> <li>• understand the relevance of entrepreneurial ecosystems to the foundation and growth of young firms,</li> <li>• are able to describe the basic structures of and processes in entrepreneurial ecosystems,</li> <li>• understand interdependencies in entrepreneurial ecosystems,</li> <li>• know the challenges and central levers when developing and governing entrepreneurial ecosystems,</li> <li>• are able to transfer knowledge on entrepreneurial ecosystems to corporate entrepreneurship contexts and corporate entrepreneurial ecosystems.</li> </ul>
Inhalte <i>Content</i>	<p>Viele der heute äußerst bedeutenden und sehr erfolgreichen Unternehmen haben als innovative Start-ups an ein und demselben Ort ihre Arbeit aufgenommen: dem Silicon Valley. Dort tummeln sich auch bis dato noch unzählige Start-ups und weltweit agierende Technologie-Riesen. Aber nicht nur in den USA, sondern auch in Deutschland gibt es Brutstätten für Start-ups (bspw. Berlin und München). Eine Erklärung für die regionalen Ballungen in Bezug auf die Gründung und das Wachstum neuer Unternehmen bietet eine kontextuelle Betrachtung. So lässt sich feststellen, dass Entrepreneure nicht im luftleeren Raum agieren, sondern in Austausch untereinander und mit ihrer Umgebung stehen. Und dies hat enormen Einfluss auf den Erfolg (oder Misserfolg) bzw. die Entwicklung von Start-ups.</p>

	<p>Als Entrepreneurial Ecosystem werden räumlich begrenzte Regionen bezeichnet, die durch das Wirken vernetzter unabhängiger Akteure und regionaler Ressourcen eine förderliche Umgebung für Unternehmertum bieten und damit vorteilhafte Bedingungen für die Entwicklung von Start-ups liefern. Doch was zeichnet diese im Kern aus? Welche Elemente sind hier für die Gründungsförderung entscheidend und wie wirken diese auf die Entrepreneure ein? Mit diesen und ähnlichen Fragen befasst sich das Modul, welches Gründungsökosysteme aus mehreren Perspektiven betrachtet (u.a. Entrepreneure, etablierte Unternehmen mit Innovationsabsichten, Gründungs-Supporter und Wagniskapitalgebende, Wirtschaftsförderungen).</p> <p>Wichtige Themen im Überblick sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Startup Ecosystem-Perspektive</li> <li>• Gründungsförderung: Instrumente und Konzepte</li> <li>• Finanzakteure und deren Aktivierung in Gründungslandschaften</li> <li>• Gründungsereignisse: Organisation und Koordination in Ökosystemen</li> <li>• Entrepreneurship Education-Konzepte: Entwicklung, Erprobung, Bewertung</li> <li>• Management, Monitoring und Governance von Gründungslandschaften</li> </ul> <p><i>Many prominent and successful companies have a common denominator in terms of the location of their foundation as startup: the Silicon Valley where many famous startups and high-tech giants are located. However, not only in the US, but also in Germany (like in Berlin or Munich) startup hot-spots can be found. A contextual perspective explains these regional agglomerations of newly founded and growing companies. Entrepreneurs do not act in a vacuum but interact with others and with the environment. This has considerable impact on success or failure and the related development of startups.</i></p> <p><i>An entrepreneurial ecosystem is agglomeration of independent actors and resources in a particular geographical region which creates favorable conditions for entrepreneurs. However, what are the basic features of entrepreneurial ecosystems? Which features are relevant to nurturing ventures and how do they impact entrepreneurs? The module tackles these and similar questions from multiple perspectives (e.g., entrepreneurs, innovative companies, venture support institutions, venture capitalists, regional development agencies).</i></p> <p><i>Important issues of the module are:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Startup Ecosystem Perspective</i></li> <li>• <i>Supporting Startups: Instruments and Concepts</i></li> <li>• <i>Financial Actors and their Activation in Startup Ecosystems</i></li> <li>• <i>Startup Events: Organizing und Coordinating Events in Startup Ecosystems</i></li> <li>• <i>Entrepreneurship Education Concepts: Development, Test and Evaluation</i></li> <li>• <i>Management, Monitoring and Governance of Startup Ecosystems</i></li> </ul>
<p>Literatur <i>Literature</i></p>	<p>Blank, S. (2014): Das Handbuch für Startups, Köln: O'Reilly.</p> <p>Brown, R., &amp; Mason, C. (2017). Looking inside the spiky bits: a critical review and conceptualization of entrepreneurial ecosystems. <i>Small Business Economics</i>, 49, 11–30.</p> <p>Freiling, J. &amp; Harima, J. (2019): Entrepreneurship. Springer: Wiesbaden.</p> <p>Gauthier, J. F., Penzel, M., Marmer, M. (2017). Global Startup Ecosystem Report 2017. Startup Genome</p> <p>Spigel, B. (2017): The Relational Organization of Entrepreneurial Ecosystems. <i>41(1)</i>: 49-72.</p> <p>Stam, E. (2015): Entrepreneurial Ecosystems and Regional Policy: A Sympathetic Critique. <i>European Planning Studies</i> 23(9): 1759-1769.</p>

## Entrepreneurship and Management II

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Freiling
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Portfolio
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Die Teilnehmenden des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• kennen die zentralen Inhalte der „Lean Startup“-Methode,</li> <li>• können die Lean Startup-Methode zielführend anwenden,</li> <li>• kennen den Kontext und alle Inhalte der Geschäftsmodellierung,</li> <li>• können Geschäftsmodellierung zielführend entlang des Business Model Canvas betreiben,</li> <li>• können die Validierung von Kernhypothesen innerhalb des Business Model Canvas und des Value Proposition Canvas vornehmen.</li> </ul> <p><i>Module participants</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>know about the key elements of the lean startup method,</i></li> <li>• <i>master the application of the lean startup method,</i></li> <li>• <i>know about the context and content of business modelling,</i></li> <li>• <i>master business modeling along the business model canvas,</i></li> <li>• <i>are able to validate core hypotheses within the business model canvas and the value proposition canvas.</i></li> </ul>
Inhalte <i>Content</i>	<p>„Entrepreneurship &amp; Management II“ baut direkt auf dem Kurs „Entrepreneurship &amp; Management I“ auf. Während die letztgenannte Veranstaltung die Entwicklung einer neuen Geschäftskonzeption in der Frühphase und im Wechselspiel von Problem und Lösung mit Hilfe des Design-Thinking-Ansatzes fokussiert, baut „Entrepreneurship &amp; Management II“ darauf auf. Im Mittelpunkt steht die vollständige Entwicklung und Validierung eines Geschäftsmodells anhand der beiden Entwicklungstechniken „Value Proposition Canvas“ und „Business Model Canvas“. Gerahmt wird die Arbeit durch den Ansatz des „Lean Startup“. Die Arbeit erfolgt in Gruppen und widmet sich gruppenspezifischen Projekten der Startup-Entwicklung. Im Zuge der Arbeit erfolgen von Beginn an intensive Validierungen im relevanten empirischen Feld mittels geeigneter Methoden zur Hypothesenüberprüfung.</p> <p>Das Arbeiten im Kurs macht in großem Umfang Gebrauch vom Ansatz des forschenden Lernens und fördert selbstständiges Arbeiten der Studierenden in Gruppen mit permanentem Feedback von Dozenten, Mitstudierenden, aber auch Wirtschaftsakteuren aus der Praxis.</p> <p>Die Teilnahme an der Veranstaltung setzt Kenntnis des Kurses „Entrepreneurship &amp; Management I“ voraus.</p> <p><i>“Entrepreneurship &amp; Management II” directly builds on the class “Entrepreneurship &amp; Management I”. While the latter course focuses the development of a new business concept in early venture stages though the design thinking approach and an according dynamic interplay between problem and solution, “Entrepreneurship &amp; Management II” takes a follow-up step. Core issue is the development and validation of an entire business model based on the two development techniques value proposition canvas and business model canvas. The lean startup concept frames the work in the module. Students work in teams throughout the module and elaborate on team-specific projects of startup development Intensive validations of core hypotheses in the field accompany the development steps right from the start. The course merges teaching and research elements and thus involves students in project-based teamwork with feedback from both teachers, other students and</i></p>

	<i>industry experts. Participating in the course requires sound knowledge on the course "Entrepreneurship &amp; Management I".</i>
Literatur <i>Literature</i>	<p>Blank, S. (2013). Why the lean Startup changes everything. Harvard business review, 91: 63-72.</p> <p>Freiling, J. &amp; Harima, J. (2019): Entrepreneurship. Wiesbaden: Springer.</p> <p>Gassmann, O.; Frankenberger, K.; Csik, M. (2014): The business model navigator: 55 models that will revolutionise your business. London: Pearson.</p> <p>Osterwalder, A.; Pigneur, Y. (2011): Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer. Frankfurt/M.: Campus.</p> <p>Osterwalder, A.; Pigneur, Y.; Bernarda, G.; Smith, A. (2015): Value proposition design. Frankfurt/M.: Campus.</p> <p>Ries, E. (2011). The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses. Largo: Crown.</p>

**Entrepreneurship und Management I**  
**Entrepreneuership and SME Management I**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Freiling
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Portfolio
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Die Teilnehmenden des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• kennen die zentralen Inhalte der „Design Thinking“-Methode,</li> <li>• können die Design Thinking-Methode zielführend anwenden,</li> <li>• kennen den Kontext, in dem die Entwicklung innovativer Geschäftsideen startet und können wichtige Parameter richtig bewerten,</li> <li>• können innovative Geschäftsideen zielführend entlang zentraler Parameter wie Zielkunden, Problemkontext, Lösungskontext und Wertangebot entwickeln,</li> <li>• können einen iterativen Entwicklungsprozess für Geschäftsideen durchführen, in dem sich konvergierende und divergierende Phasen abwechseln und Kernhypothesen zu Problem- und Lösungskontext mithilfe von zielgerichteter Recherche und geeigneter Forschungsmethoden schrittweise validiert werden.</li> </ul> <p><i>Module participants</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>know about the key elements of the design thinking method,</i></li> <li>• <i>master the application of the design thinking method,</i></li> <li>• <i>know the context in which the development of innovative business ideas starts and can evaluate important parameters,</i></li> <li>• <i>master the development of innovative business ideas in a target-oriented manner along central parameters such as target customers, problem context, solution context and value proposition,</i></li> <li>• <i>can perform an iterative business idea development process in which converging and diverging phases alternate and core hypotheses about the problem and solution context are validated step by step with the help of appropriate research methods.</i></li> </ul>
Inhalte <i>Content</i>	<p>Im Mittelpunkt von „Entrepreneurship &amp; Management I“ steht die iterative Entwicklung von innovativen Geschäftsideen mithilfe der Design Thinking-Methode. Dabei wird tief in den Problemkontext der Zielgruppen eingetaucht, um darauf basierend geeignete Ideen und Lösungsmodelle zu entwickeln und zu testen. Die Arbeit erfolgt in Gruppen und widmet sich gruppenspezifischen Projekten der Geschäftsidee-Entwicklung. Im Zuge der Arbeit erfolgen von Beginn an intensive Validierungen im relevanten empirischen Feld mittels geeigneter Methoden zur Hypothesenüberprüfung.</p> <p>Das Arbeiten im Kurs macht in großem Umfang Gebrauch vom Ansatz des forschenden Lernens und fördert selbstständiges Arbeiten der Studierenden in Gruppen mit permanentem Feedback von Dozenten, Mitstudierenden, aber auch Wirtschaftsakteuren aus der Praxis.</p> <p><i>The focus of "Entrepreneurship &amp; Management I" is the iterative development of innovative business ideas using the design thinking method. This involves a deep dive into the problem context of the target groups to develop and test suitable ideas and solution models based on this.</i></p> <p><i>Students work in teams throughout the module and elaborate on team-specific projects of startup development. Intensive validations of core hypotheses in the field accompany the development steps right from the start.</i></p>
Literatur	Freiling, J. & Harima, J. (2019): Entrepreneurship. Wiesbaden: Springer.

<i>Literature</i>	<p>Brown, T. (2008). Design thinking. <i>Harvard business review</i>, 86(6), 84.</p> <p>Razzouk, R., &amp; Shute, V. (2012). What is design thinking and why is it important?. <i>Review of educational research</i>, 82(3), 330-348.</p> <p>Brown, T., &amp; Katz, B. (2011). Change by design. <i>Journal of product innovation management</i>, 28, 381–383.</p> <p>Meinel, C., &amp; Von Thienen, J. (2016). Design thinking. <i>Informatik-Spektrum</i>, 39(4), 310-314.</p> <p>Plattner, H., Meinel, C., &amp; Weinberg, U. (2009). <i>Design-thinking</i>. Landsberg am Lech: Mi-Fachverlag.</p>
-------------------	--

## Environmental Economics

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Dr. Melanie Dunger
Sprache <i>Language</i>	Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Portfolio
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Understand the economic fundamentals of environmental problems</li> <li>- Be familiar with key instruments of environmental and climate policy</li> <li>- Be able to critically evaluate the effectiveness of economic policy measures</li> <li>- Be able to evaluate economic policy measures in terms of effectiveness, efficiency, and distributional effects</li> <li>- Be able to analyze scientific literature and classify empirical studies according to their content</li> </ul> <p>Be able to prepare research results in a manner appropriate for the target audience</p>
Inhalte <i>Content</i>	<p>Fundamentals of environmental economics</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Market failure, external effects, public goods, common pool resources</li> <li>- Socially optimal level of emissions, Pigou taxes, Coase theorem</li> </ul> <p>Policy instruments for environmental and climate control</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Price instruments: emissions trading, CO<sub>2</sub> taxes</li> <li>- Quantity and standard instruments: regulations, requirements</li> <li>- Subsidies and support programs</li> <li>- Information instruments: eco-labels, certifications, nudges</li> </ul> <p>Behavioral economics aspects</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Behavioral anomalies in environmental decisions</li> <li>- Nudging and choice architecture in climate protection</li> <li>- Social comparisons and feedback mechanisms</li> <li>- Financial vs. symbolic incentives</li> <li>- Information and labeling policy</li> </ul> <p>Research-oriented project/seminar paper</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Development of own research question</li> <li>- Literature and/or data collection</li> </ul> <p>Presentation and discussion of results</p>
Literatur <i>Literature</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- List, John A., and Michael K. Price, eds. Handbook on experimental economics and the environment. Edward Elgar Publishing, 2013.</li> <li>- Buchholz, Wolfgang, and Dirk Rübelke. Foundations of environmental economics. Cham, Switzerland: Springer, 2019.</li> <li>- Joachim Weimann, Umweltökonomik: Eine theorieorientierte Einführung, 3. Auflage, 1995, Springer-Verlag</li> <li>- Sturm, B., Vogel, C. (2024). Umweltökonomik Eine anwendungsorientierte Einführung. 3. Aufl. Wiesbaden: Springer-Gabler.</li> </ul>

**Fallstudien zur Finanzwirtschaft**  
**Case Study in Finance**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Poddig
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Referat
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Nach dem Abschluss dieses Kurses sollen die Teilnehmer_innen folgende Kompetenzen erworben haben:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Multiplikator-Methode als vereinfachten Ansatz der Unternehmensbewertung verstehen und anwenden sowie die Ergebnisse interpretieren.</li> <li>• Die externen und internen Einflüsse auf die Kapitalstruktur eines Unternehmens und die Ausschüttungspolitik beurteilen.</li> <li>• Erklären, wie sich die Kapitalstruktur, die Ausschüttungspolitik und die Risikopolitik eines Unternehmens auf Investitionsentscheidungen auswirken.</li> <li>• Sie haben ein gutes Verständnis für die aktuellen Themen, die in der Welt der Unternehmensfinanzierung diskutiert werden, und können diese diskutieren.</li> <li>• Nutzung verschiedener Kapitalmarktdatenbanken</li> <li>• Organisation und Durchführung von empirischen Untersuchungen zu Fragestellung aus der empirischen Unternehmensfinanzierung</li> <li>• Erstellung einer schriftlich abgefassten wissenschaftlichen Arbeit sowie Bearbeitung von anwendungsbezogenen Fallstudien</li> </ul> <p><i>Upon completion of this course, participants should have acquired the following competencies:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Understand and apply the multiplier method as a simplified approach to business valuation and interpret the results.</i></li> <li>• <i>Evaluate the external and internal influences on a company's capital structure and distribution policy.</i></li> <li>• <i>Explain how a company's capital structure, distribution policy, and risk policy affect investment decisions.</i></li> <li>• <i>Have a good understanding of and be able to discuss current issues being debated in the world of corporate finance.</i></li> <li>• <i>Use various capital market databases</i></li> <li>• <i>Organize and conduct empirical research on issues in empirical corporate finance.</i></li> <li>• <i>Preparation of a written scientific paper as well as processing of application-related case studies</i></li> </ul>
Inhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bewertung aus Vergleichswerten und Finanzkennzahlen</li> <li>• Finanzielle Ansprüche an das Unternehmen (Corporate claims)</li> <li>• Kapitalstruktur in einem perfekten Markt</li> <li>• Steuern und Kapitalstruktur</li> <li>• Kapitalstruktur mit weiteren Marktunvollkommenheiten</li> <li>• Ausschüttungen: Dividenden und Aktienrückkäufe</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Valuation from comparative values and financial ratios</i></li> <li>• <i>Financial claims on the company (corporate claims)</i></li> <li>• <i>Capital structure in a perfect market</i></li> <li>• <i>Taxes and capital structure</i></li> <li>• <i>Capital structure with further market imperfections</i></li> <li>• <i>Distributions: Dividends and share buybacks</i></li> </ul>
Literatur <i>Literature</i>	<p>Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters zur Verfügung gestellt.</p> <p><i>Current literature lists will be provided to students at the beginning of the semester.</i></p>

**Financial Statement Analysis and Valuation**  
**Financial Statement Analysis and Valuation**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Dr. Johannes Voshaar
Sprache <i>Language</i>	Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Portfolio
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Die Studierenden können veröffentlichte Jahres- und Zwischenabschlüsse großer, börsennotierter Unternehmen systematisch analysieren, Informationsqualität und mögliche Verzerrungen identifizieren, Abschlüsse zweckgerecht reformulieren und daraus robuste Kennzahlen ableiten. Sie prognostizieren Ergebnis- und Werttreiber, führen Unternehmensbewertungen durch, beurteilen Marktpreise kritisch und formulieren begründete Investitionsempfehlungen. Zudem reflektieren sie Anreizstrukturen von Informationsintermediären, erkennen „Red Flags“ in Berichterstattung und Cashflows und übertragen die Methoden in einer Fallstudie auf ein Realbeispiel in Teamarbeit.</p> <p><i>Students can systematically analyze published annual and interim financial statements of large listed companies, assess information quality and potential distortions, reformulate statements for decision-useful analysis, and derive robust performance metrics. They forecast earnings and value drivers, conduct enterprise valuations, critically assess market prices, and formulate well-reasoned investment recommendations. In addition, they reflect on the incentive structures of information intermediaries, detect red flags in reporting and cash flows, and apply the toolkit to a real-company case in team work.</i></p>
Inhalte <i>Content</i>	<p>Die inhaltlichen Schwerpunkte der Veranstaltung umfassen folgende Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in Ziele, Rolle und Rahmenbedingungen der Finanzberichterstattung; Informationsintermediäre, Anreize und Standards</li> <li>• Accounting Analysis: Beurteilung der Abbildungsqualität und Identifikation von Verzerrungen und „Red Flags“</li> <li>• Accounting Adjustments &amp; Cash Flow: Korrekturen typischer Verzerrungen (z. B. Abschreibungen, F&amp;E, Umsatzrealisierung); Analyse von Operativ-, Investitions- und Finanzierungs-Cashflows</li> <li>• Ratio Analysis: Verdichtung und Reformulierung von Bilanz und GuV, Herleitung einschlägiger Kennzahlen</li> <li>• Forecasting &amp; Valuation: Nutzung der Vergangenheitsanalyse zur Entwicklung von Prognosen; Fundamentale Bewertung mit Schwerpunkt Residual-Income/Abnormal Earnings, Vergleich zu anderen Modellen</li> <li>• Security Analysis: Rolle von Finanzanalysten, (In-)Effizienz der Märkte und Anreizprobleme</li> </ul> <p><i>The main focal aspects covered in the lecture are the following:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Introduction into objectives, role and institutional setting of financial reporting; information intermediaries, incentives, and standards</i></li> <li>• <i>Accounting Analysis: Assessment of accounting quality; identification of distortions and red flags</i></li> <li>• <i>Accounting Adjustments &amp; Cash Flow: Corrections of typical distortions (e.g., depreciation, R&amp;D, revenue recognition); analysis of operating, investing, and financing cash flows</i></li> <li>• <i>Ratio Analysis: Condensation and reformulation of the balance sheet and income statement; derivation of key ratios</i></li> <li>• <i>Forecasting &amp; Valuation: Fundamental valuation with a focus on the residual-income/abnormal-earnings approach and comparison with alternative models</i></li> <li>• <i>Security Analysis: Role of financial analysts, market (in)efficiency, and incentive problems.</i></li> </ul>

Literatur <i>Literature</i>	Palepu, Healy, & Peek (2022): Business Analysis and Valuation: IFRS (6th ed.) Weiterführende Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben. <i>Further reading will be announced during the course.</i>
--------------------------------	---

**Finanzmärkte, Finanzinstrumente und Bewertung**  
**Financial Markets, Financial Instruments and Valuation**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Poddig
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Klausur 90 Minuten
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Das Modul vermittelt ein grundlegendes Verständnis über die Struktur und Teilmärkte des Finanzmarktes, über die Konstruktion und Funktionsweise der dort gehandelten Finanzinstrumente sowie anschließend deren Bewertung. Behandelt werden die Grundformen originärer Finanzinstrumente (z.B. Aktien, Renten), von Derivaten (Futures, Optionen) sowie Mischformen (z.B. Wandelanleihen).</p> <p><i>This course provides an overview of financial markets, their structure, institutions and submarkets. We further treat the various kinds of financial instruments like stocks, bonds as well as derivatives (financial futures, options and swaps). Additionally, we ask how to arrive at a fair value for each kind of these financial instruments. This covers topics like fixed income valuation, equity valuation and especially option pricing.</i></p>
Inhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Finanzmärkte und Finanzinstitutionen</li> <li>- Finanzinstrumente und deren Funktionsweise</li> <li>- Grundzüge der Rentenbewertung</li> <li>- Grundzüge der Aktienbewertung</li> <li>- Finanzderivate (Futures, Optionen, Swaps)</li> <li>- Bewertung von Financial Futures</li> <li>- Grundzüge der Optionspreistheorie</li>   <li>- <i>Financial Markets und Financial Institutions</i></li> <li>- <i>Financial Instruments</i></li> <li>- <i>Principles of Fixed Income Valuation</i></li> <li>- <i>Principles of Stock Valuation</i></li> <li>- <i>Financial Derivatives (Futures, Options, Swaps)</i></li> <li>- <i>Valuation of Financial Futures</i></li> </ul> <p><i>Principles of Option Pricing</i></p>
Literatur <i>Literature</i>	Elton, Edwin J.; Gruber, Martin J.; Brown, Stephen J.; Goetzmann, William N.: Modern Portfolio Theory and Investment Analysis: International Student Version, 9. Auflage, New York u.a., 2017, dort Kapitel 2, 3, 18, 19, 20, 22 und 23.

**Forschungsprojektmodul I**  
**Research Project Module I**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Dozent:innen werden über Stud.IP bekannt gegeben.
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Studierende erwerben Kenntnisse über Techniken der fortgeschrittenen Literaturrecherche und den Aufbau eines Berichts über eine Forschungsarbeit. Inhaltlich werden die Studierenden unterstützt, den aktuellen Stand der wissenschaftlichen Diskussion und der relevanten Fakten in dem von ihnen selbst gewählten Studienschwerpunkt zu identifizieren und zusammen zu fassen. Studierende sind in der Lage eine Forschungsfrage zu entwickeln, ihren methodischen Zugang zu begründen und den Stand der Forschung in exemplarischer Weise auf ihre Fragestellung zu beziehen. Studierende erwerben die Fähigkeit, Probleme und Lösungsstellungen anderer zu folgen und kritisch zu diskutieren sowie eigene Lösungsansätze darzustellen und zu verteidigen. Studierende erlernen Fragen zu wissenschaftlichen Themen zu stellen, die über die aktuelle Literatur hinausgehen. Studierende erlernen, basierend auf aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnissen selbstständig in Gruppen eine Forschungsfrage zu einem aktuellen Themengebiet organisations- und wirtschaftspsychologischer Forschung zu erarbeiten.</p> <p>Students acquire knowledge of techniques of advanced literature research and the structure of a report on a research project. The students are supported in identifying and summarizing the current state of the scientific discussion and the relevant facts in their chosen field of study.</p> <p>Students are able to develop a research question, justify their methodological access and relate the state of research to their question in an exemplary manner. Students acquire the ability to follow and critically discuss other people's problems and solutions, as well as to present and defend their own solutions.</p> <p>Students learn to ask questions about scientific topics that go beyond current literature.</p> <p>Students learn to independently work on a research question on a current topic in organizational and business psychology research based on current scientific knowledge.</p>
Inhalte <i>Content</i>	<p>Anknüpfend an die Methodenveranstaltungen des ersten Semesters werden für das jeweilige Forschungsfeld wichtige Voraussetzungen diskutiert. Welche Methoden sind für welche Fragestellung angemessen? Welche Gütekriterien sind zu erfüllen? Was ist für den Feldzugang zu beachten? Welche Erhebungsinstrumente sind zu entwickeln und einzuüben? Welche Referenzstudien und Theorien werden zum Forschungsstand herangezogen und begründen die theoretischen Vorannahmen bzw. Hypothesen?</p> <p>Die Studierenden bekommen so die Gelegenheit an aktuellen Themenstellungen aus Forschung und Praxis der Arbeitseinheit der jeweils lehrenden DozentInnen zu arbeiten. Es wird eine Literaturrecherche durchgeführt und die Ergebnisse werden diskutiert. Zudem wird die Strukturierung eines Berichts über eine Forschungsarbeit einschließlich der formalen Aspekte bearbeitet.</p> <p>Based on the methodological seminar of the first semester, important prerequisites for the respective research field are discussed. Which methods are appropriate for which question? Which quality criteria have to be met? What needs to be considered for field access? Which survey instruments need to be developed and practiced? Which reference studies and theories are used for the current state of research and justify the theoretical assumptions or hypotheses?</p>

	<p>This gives the students the opportunity to work on current topics from research and practice in the work unit of the respective lecturer. A literature search is carried out and the results are discussed. In addition, the structuring of a report on a research project including the formal aspects is developed</p>
--	---

**Forschungsprojektmodul II**  
**Research Project Module II**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Dozent:innen werden über Stud.IP bekannt gegeben.
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Studierende erlernen, basierend auf aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnissen selbstständig in Gruppen eine Forschungsfrage zu einem aktuellen Themengebiet organisations- und wirtschaftspsychologischer Forschung umzusetzen. Studierende sind in der Lage ein Forschungsprojekt eigenständig durchzuführen.</p> <p>Students learn to independently implement a research question on a current topic in organizational and business psychology research based on current scientific knowledge. Students are able to carry out a research project independently.</p>
Inhalte <i>Content</i>	<p>Die im Forschungsmodul I entwickelten Forschungsthemen werden eigenständig bearbeitet. Die Studierenden werden auch durch aktive Teilnahme an laufenden Projekten der Arbeitseinheiten oder auch mit Kooperationspartnern aus der Praxis mit der praktischen Durchführung von Forschung in den Bereichen der Arbeits-, Personal- und Wirtschaftspsychologie vertraut gemacht.</p> <p>The research topics developed in Research Project Module I are processed independently. The students are also familiarized with the practical implementation of research in the areas of work, personnel and business psychology through active participation in ongoing projects of work units or with cooperation partners from practice. This gives the students the opportunity to work on current topics from research and practice in the work unit of the respective lecturer. A literature search is carried out and the results are discussed. In addition, the structuring of a report on a research project including the formal aspects is developed</p>

**Forschungsseminar: Innovationsprojektmanagement**  
**Research Seminar: Innovation Project Management**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Röth
Sprache <i>Language</i>	Deutsch und Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Dieses Seminar ermöglicht Masterstudierenden im Bereich Betriebswirtschaftslehre, die Herausforderungen und Potenziale im modernen Portfoliomanagement von Projekten zu analysieren. Die Studierenden werden aktuelle akademische Erkenntnisse erkunden, die von modernen Managementpraktiken inspiriert sind, insbesondere im Bereich Innovation und Technologie. Zu den zentralen Themen gehören verschiedene Konzepte der Anpassungsfähigkeit wie Agilität, agile Methodologien, Lean-Prinzipien und strategische Flexibilität, sowie die Entwicklung einer digitalen Denkweise, die in zeitgenössischen Geschäftsumgebungen entscheidend ist.</p> <p>Lernziele:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ein umfassendes Verständnis der theoretischen Grundlagen und praktischen Anwendungen des Portfoliomanagements von Projekten erlangen.</li> <li>• Aktuelle akademische Forschung und Managementpraktiken kritisch analysieren, um Herausforderungen und Chancen zu identifizieren.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovative Ansätze zur Verwaltung von Projektportfolios in dynamischen und digital getriebenen Kontexten erkunden.</li> <li>• Fortgeschrittene Forschungsfähigkeiten durch aktive Teilnahme an laufenden Forschungsprojekten des Lehrstuhls entwickeln.</li> <li>• Zusammenarbeits- und Präsentationsfähigkeiten verbessern durch Beteiligung an Gruppendiskussionen, Projektarbeit und Seminarpräsentationen.</li> </ul> <p>This seminar empowers Master's students in Business Administration to analyze the challenges and potentials inherent in modern project portfolio management. Students will explore recent academic insights inspired by cutting-edge management practices, particularly focusing on applications in innovation and technology. Key topics include various concepts of adaptability such as agility, agile methodologies, lean principles, and strategic flexibility, alongside the development of a digital mindset crucial in contemporary business environments.</p> <p>Learning Objectives:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Gain a comprehensive understanding of the theoretical foundations and practical applications of project portfolio management.</i></li> <li>• <i>Critically analyze current academic research and management practices in the field to identify challenges and opportunities.</i></li> <li>• <i>Explore innovative approaches to managing project portfolios in dynamic and digital-driven contexts.</i></li> <li>• <i>Develop advanced research skills through active participation in ongoing research projects conducted by the professorship.</i></li> <li>• <i>Enhance collaboration and presentation skills through engaging in group discussions, project work, and seminar presentations.</i></li> </ul>
<p>Inhalte <i>Content</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kick-off und Themenvergabe</li> <li>• Begleitseminar</li> <li>• Präsentation und Diskussion</li>   <li>• Kick-off and topic assignment</li> <li>• Accompanying seminar</li> <li>• Presentation and discussion</li> <li>• <i>Basic Principles of the Transformation Tax Law and the German Business Transformation Tax Act</i></li> <li>• <i>Restructuring existing Companies and Groups</i></li> <li>• <i>Taxation of Restructuring Partnerships and Limited Liability Companies</i></li> </ul>
<p>Literatur <i>Literature</i></p>	<p>Research articles</p>

## Game Theory

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Fehrer
Sprache <i>Language</i>	Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	
Inhalte <i>Content</i>	
Literatur <i>Literature</i>	

**Generative KI in der Finanzberichterstattung und -analyse**  
**Generative AI in financial reporting and financial analysis**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Dr. Johannes Voshaar
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Portfolio
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Die Studierenden erwerben vertiefte Kenntnisse über den aktuellen und potenziellen Einsatz Generativer Künstlicher Intelligenz (KI) im Kontext der externen Rechnungslegung. Sie sind in der Lage, die Fähigkeiten und Grenzen generativer KI-Tools im Hinblick auf die Erstellung narrativer Berichtselemente sowie die Analyse von Jahresabschlüssen und die Bewertung geschäftsbezogener Risiken zu verstehen und kritisch zu reflektieren. Die Studierenden können relevante wissenschaftliche Literatur analysieren, eigene Forschungsideen entwickeln, empirisch untersuchen und die Ergebnisse strukturiert präsentieren.</p> <p><i>Students will gain in-depth knowledge of the current and potential applications of Generative Artificial Intelligence (GenAI) in the context of financial reporting and analysis. They will be able to understand and critically assess the capabilities and limitations of GenAI tools in drafting narrative reporting elements as well as in analyzing financial statements and evaluating business-related risks. Students will learn to analyze relevant academic literature, develop their own research ideas, conduct empirical investigations, and present their findings in a structured and academically sound manner.</i></p>
Inhalte <i>Content</i>	<p>Die inhaltlichen Schwerpunkte der Veranstaltung umfassen folgende Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in Generative KI und ihre Relevanz für das Rechnungswesen</li> <li>• Anwendungsbereiche von Generativer KI in der Erstellung von Finanzberichten</li> <li>• Potenziale und Herausforderungen von Generativer KI in der Analyse von Financial Statements und Risikobewertungen</li> <li>• Diskussion regulatorischer und ethischer Fragestellungen</li> <li>• Vorstellung aktueller empirischer Forschung zu Generativer KI im Rechnungswesen</li> <li>• Entwicklung und Durchführung einer eigenen empirischen Untersuchung im Rahmen einer Seminararbeit</li> <li>• Präsentation und Diskussion der Ergebnisse im Plenum</li> </ul> <p><i>The main focal aspects covered in the lecture are the following:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Introduction to GenAI and its relevance for accounting and financial reporting</i></li> <li>• <i>Application areas of GenAI in the preparation of financial reports</i></li> <li>• <i>Potential and challenges of GenAI in financial statement analysis and risk assessment</i></li> <li>• <i>Discussion of regulatory and ethical considerations related to GenAI use</i></li> <li>• <i>Review of recent empirical research on the use of GenAI in accounting</i></li> <li>• <i>Development and implementation of an individual empirical research project</i></li> <li>• <i>Presentation and discussion of research findings in class</i></li> </ul>
Literatur <i>Literature</i>	<p>Blankespoor/deHaan/Li (2025): Generative AI in Financial Reporting. Stanford University Graduate School of Business Research Paper No. 4986017. <a href="https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4986017">https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4986017</a></p> <p>Blankespoor/Croom/Grant (2024): Generative AI and Investor Processing of Financial Information. <a href="https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.5053905">https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.5053905</a></p>

	<p>Eulerich et al. (2024): Is it all hype? ChatGPT's performance and disruptive potential in the accounting and auditing industries. <i>Review of Accounting Studies</i> 29, 2318–2349. <a href="https://doi.org/10.1007/s11142-024-09833-9">https://doi.org/10.1007/s11142-024-09833-9</a></p> <p>Kim/Muhn/Nikolaev (2024): From Transcripts to Insights: Uncovering Corporate Risks Using Generative AI. Chicago Booth Research Paper No. 23-19, Fama-Miller Working Paper, University of Chicago, Becker Friedman Institute for Economics Working Paper No. 2023-132. <a href="https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4593660">https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4593660</a></p> <p>Kim/Muhn/Nikolaev (2025): Bloated Disclosures: Can ChatGPT Help Investors Process Information? <a href="https://doi.org/10.48550/arXiv.2306.10224">https://doi.org/10.48550/arXiv.2306.10224</a></p> <p>Kim/Muhn/Nikolaev (2024): Financial Statement Analysis with Large Language Models. <a href="https://arxiv.org/html/2407.17866v2">https://arxiv.org/html/2407.17866v2</a></p> <p>Weiterführende Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben. <i>Further reading will be announced during the course.</i></p>
--	---

**Geschäftsmodellinnovationen**  
**Business Modul Innovation**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Röth
Sprache <i>Language</i>	Deutsch & Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Wählen Sie ein Element aus.
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Für Unternehmen ist es zunehmend herausfordernd, sich durch Produkt-, Dienstleistungs- und Prozessinnovationen gegenüber ihren Wettbewerbern zu differenzieren. Geschäftsmodellinnovationen bieten eine effektive Möglichkeit zur Differenzierung, da sie die Wertschöpfung (value creation) und Wertabschöpfung (value capturing) aus einer ganzheitlichen Perspektive integrativ betrachten.</p> <p>In diesem Modul erlernen die Studierenden die theoretisch-konzeptionellen Grundlagen von Geschäftsmodellinnovationen. Sie erhalten fundierte Einblicke in die Methoden und Techniken zur Analyse und Innovation von Geschäftsmodellen. Die Veranstaltung ist in aktuelle akademische Studien eingebettet und wird durch praktische Beispiele vertieft.</p> <p>Die Studierenden werden befähigt, Geschäftsmodelle kritisch zu analysieren und innovative Ansätze zu entwickeln, die den Anforderungen der modernen Unternehmenspraxis gerecht werden.</p> <p>Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über ein tiefgehendes Verständnis der Geschäftsmodellinnovation und sind in der Lage, die erlernten Methoden und Techniken in der Praxis anzuwenden.</p> <p><i>For companies, it is increasingly challenging to differentiate themselves through product, service, and process innovations compared to their competitors. Business model innovations offer an effective means of differentiation, as they integratively consider value creation and value capturing from a holistic perspective.</i></p> <p><i>In this module, students will learn the theoretical and conceptual foundations of business model innovations. They will gain comprehensive insights into the methods and techniques for analyzing and innovating business models. The course is embedded in current academic studies and is deepened through practical examples. Students will be empowered to critically analyze business models and develop innovative approaches that meet the demands of modern business practice.</i></p> <p><i>Upon completion of the module, students will possess a profound understanding of business model innovation and will be capable of applying the learned methods and techniques in practice.</i></p>
Inhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung</li> <li>• Das Geschäftsmodellkonzept</li> <li>• Theoretische Perspektiven auf Geschäftsmodelle</li> <li>• Hybride und Plattformgeschäftsmodelle</li> <li>• Management von mehreren Geschäftsmodellen</li> <li>• Chancen für Geschäftsmodellinnovationen</li> <li>• Implementierung von Geschäftsmodellinnovationen</li> <li>• Digitale Geschäftsmodellinnovationen</li> <li>• Open Business Model Innovation und Ecosystems</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Introduction</i></li> <li>• <i>The business model concept</i></li> <li>• <i>Theoretical perspectives on business models</i></li> <li>• <i>Hybrid and platform business models</i></li> <li>• <i>Management of multiple business models</i></li> <li>• <i>Opportunities for business model innovations</i></li> <li>• <i>Implementation of business model innovations</i></li> <li>• <i>Digital business model innovations</i></li> </ul>

Literatur <i>Literature</i>	Amit & Zott (2020): Business Model Innovation Strategy: Transformational Concepts and Tools for Entrepreneurial Leaders. Wiley
--------------------------------	--

**Geschäftsmodellinnovationen: „Management von evolutionären und disruptiven  
Geschäftsmodellinnovationen  
Innovations of Business models**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Friedrich von den Eichen
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Projektarbeit
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Inhaltlich fokussiert die Lehrveranstaltung auf die Themen „evolutionäre Innovation, „disruptive Innovation“, Geschäftsmodell-Innovation, corporate start-up institutions und Innovations Öko Systeme.</p> <p>Die Themen werden – in sogenannten journeys – schrittweise behandelt und fügen sich nach und nach zu einem „big picture“ von Innovation zusammen.</p> <p>Als Bezugsrahmen nutzt die Veranstaltung den „open approach“, als eine innovative Art des Denkens und Handelns in Bezug auf Strategie und Innovation.</p> <p>Die Vermittlung von Wissen wechselt mit der Anwendung von Wissen auf konkrete Herausforderungen der Praxis ab.</p> <p>Neben zahlreichen Fallübungen in den einzelnen „journeys“ sind die Studierenden angehalten (in Gruppen) einen „Nightmare Competitor“ zu konstruieren, der mit seinem disruptiven Geschäftsmodell etablierte Unternehmen in Bedrängnis bringt.</p> <p>Die Veranstaltung weist insgesamt einen hohen Praxisbezug aus. Sie bereitet die Studierenden inhaltlich, aber auch in Bezug auf Wissensaufnahme, -verarbeitung und -wiedergabe auf die Herausforderungen in der Unternehmensberatung, bzw. auf die Mitarbeit in Strategie- und Innovationsabteilungen von Unternehmen vor.</p>
Inhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- The big picture – gemeinsames Verständnis von Innovation, Innovation-Management und Geschäftsmodell-Innovation</li> <li>- Open management als Bezugsrahmen</li> <li>- Disruptive Innovation</li> <li>- Inno Ecos systems</li> <li>- Grand pitch – nightmare competitor challenge</li> </ul>
Literatur <i>Literature</i>	<p>Digital Disruption: Wie Sie Ihr Unternehmen auf das digitale Zeitalter vorbereiten, Anschöber, Bailom, Friedrich von den Eichen, Matzler, Oktober 2016 ISBN-10 : 3800653788   ISBN-13 : 978-3800653782</p> <p>The Innovator's Dilemma: Warum etablierte Unternehmen den Wettbewerb um bahnbrechende Innovationen verlieren (Business Essentials), Christensen, Friedrich von den Eichen, Matzler, August 2011 ISBN-10 : 380063791X   ISBN-13 : 978-3800637911</p> <p>Open Strategy: Mastering Disruption from Outside the C-Suite (Management on the Cutting Edge), Friedrich von den Eichen, Hautz, Matzler, Stadler, Oktober 202 ISBN-10 : 0262046113   ISBN-13 : 978-0262046114</p>

### Hauptseminar Gründungs- und Mittelstandsmanagement III

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Freiling
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Portfolio
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Die Studierenden entwickeln ihr Verständnis für verschiedene Theorien und Konzepte der Managementlehre und werden in die Lage versetzt, Theorien auf Phänomene des Entrepreneurships anzuwenden. Die Studierenden entwickeln dabei ihre Forschungskompetenzen, insbesondere mit Blick auf die Entwicklung von Forschungsfragen, theoretischer Argumentation zur Beantwortung von Forschungsfragen und der Entwicklung von Forschungsannahmen. Die Ergebnisse werden in Form von Präsentationen während der Lehrveranstaltung sowie in einem Abschlussbericht (Report) präsentiert.</p> <p><i>Students will develop their understandings of diverse theories and concepts in management scholarship and be able to apply theories to phenomena related to entrepreneurship. Students will develop their research competence, particularly in developing research questions, theoretical arguments to answer research questions, a set of research propositions. The results will be presented in the course and in reports.</i></p>
Inhalte <i>Content</i>	<p>Die Studierenden erarbeiten in Gruppen eine konzeptionelle/theoretische Arbeit zu einer definierten Fragestellung in einem ausgewählten aktuellen Forschungsthema. Im Rahmen einer schriftlichen Ausarbeitung sowie in mündlichen Gruppenpräsentationen und -diskussionen sollen die Studierenden insbesondere die folgenden Aufgaben bearbeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Verständnis für eine ausgewählte Theorie/ein ausgewähltes Konzept entwickeln</li> <li>- Verständnis der ausgewählten Theorie/des ausgewählten Konzepts mit anderen Teilnehmenden teilen</li> <li>- Identifizieren relevanter theoretischer Konstrukte und Anwendung dieser auf soziale Phänomene im Kontext von Entrepreneurship</li> <li>- Entwicklung und Darstellung kausaler Beziehungen in Form von Forschungsannahmen.</li> </ul> <p><i>Students work in groups on developing a conceptual/theoretical paper on a defined question in a selected current research topic. Within the framework of a written elaboration as well as in oral group presentations and discussions, students will particularly address the following tasks:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Develop understanding of a selected theory/concept</i></li> <li>- <i>Share their understanding of the selected theory/concept with other participants</i></li> <li>- <i>Identify relevant theoretical constructs and apply them to social phenomena related to entrepreneurship</i></li> </ul> <p><i>Develop causal relationships in the form of a set of research propositions</i></p>

## Industrial Organization: Sustainability

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Paha
Sprache <i>Language</i>	Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Portfolio + Klausur 45 Minuten
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p><i>This course focuses on policies that policymakers may implement to address environmental harm resulting from production processes. You will learn how these negative externalities can be internalized in perfectly competitive markets through various policies.</i></p> <p><i>However, real markets often exhibit market power and are not perfectly competitive, leading to two types of market failure: market power and negative externalities. You will explore how environmental policies, such as carbon taxes, can be optimally implemented in oligopolistic markets considering these market structures.</i></p> <p><i>We will distinguish between effects in closed economies and open economies, where factors like carbon leakage and the diversion of foreign direct investments are significant.</i></p> <p><i>Moreover, we will analyze policies that promote innovation and the adoption of new technologies, such as environmentally friendly production methods, in markets where the innovator holds market power. While this market power can drive innovation, it may also hinder the widespread adoption of sustainable technologies, limiting their use to a few firms.</i></p> <p><i>This course is particularly relevant for business administration students who want to understand how to position their companies in markets where production causes environmental issues, prompting government policy responses. Economics students will learn to combine models from industrial organization and environmental economics to jointly analyze the effects of market power and negative externalities.</i></p> <p><i>The course consists of two parts. In the first part, you will attend lectures on the internalization of externalities in oligopoly models. During this period, you will research relevant topics on sustainability in imperfectly competitive markets. The results of this research will be presented in the final 3-4 weeks of the term.</i></p> <p><i>You should be familiar with basic concepts of microeconomics. Additional knowledge about market power and externalities, as taught in an advanced microeconomics class, is advisable but not required.</i></p>
Inhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Competition, Oligopoly, and Sustainability</i></li> <li>• <i>State Aid, Economic Policy, and Sustainability</i></li> <li>• <i>Externalities and Market Power in Closed Economies</i></li> <li>• <i>Externalities and Market Power in Open Economies</i></li> <li>• <i>Innovation and Adoption of New Technologies</i></li> </ul>
Literatur <i>Literature</i>	<p>Phaneuf, D.J. and Requate, T. (2017). "A Course in Environmental Economics – Theory, Policy, and Practice." Cambridge University Press: Cambridge.</p> <p>Additionally:</p> <p>Belleflamme, P. and Peitz, M. (2015). "Industrial Organization–Markets and Strategies." Cambridge University Press: Cambridge.</p> <p>Motta, M. (2004). "Competition Policy – Theory and Practice." Cambridge University Press: Cambridge.</p> <p>Further Literature will be announced in class.</p>

**Industrieökonomie: Innovation**  
**Industrial Organization Innovation**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Paha
Sprache <i>Language</i>	Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>The course is divided into two parts. In the first part, the students will learn models about the role of innovation, R&amp;D, and intellectual property rights on market outcomes like prices, quality, or product variety. They will learn how innovation is affected by horizontal mergers of rival firms, and by vertical mergers of firms within the same value chain.</p> <p>In the second part, the students will get together in teams and write a paper on innovation theories of harm in merger control. This paper might be geared towards a journal like the <i>Journal of Competition Law and Economics</i>. For example, the students will review recent mergers and analyze how these mergers affected innovation in the market. To acquaint the students with the research and publication process in economics, these term papers will be presented in class and peer reviewed by other students.</p>
Inhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Oligopoly: Cournot and Bertrand competition</i></li> <li>- <i>Horizontal mergers</i></li> <li>- <i>Vertical mergers</i></li> <li>- <i>Innovation and R&amp;D</i></li> <li>- <i>Intellectual property</i></li> <li>- <i>Innovation theories of harm in merger control</i></li> </ul>
Literatur <i>Literature</i>	<p>Belleflamme, P. and Peitz, M. (2015). "Industrial Organization – Markets and Strategies." 2<sup>nd</sup> edition, Cambridge University Press: Cambridge</p> <p>OECD (2023). "The Role of Innovation in Competition Enforcement." OECD Competition Policy Roundtable Background Note, <a href="https://bit.ly/4b6PwGH">https://bit.ly/4b6PwGH</a></p> <p>Pepall, L., Richards, D. and Norman, G. (2014). "Industrial Organization – Contemporary Theory and Empirical Applications." 5<sup>th</sup> edition, Wiley</p>

## Innovation Economics: The Case of Artificial Intelligence

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Leusin
Sprache <i>Language</i>	Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Portfolio
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Dieses Modul führt die Studierenden anhand des Beispiels der Künstlichen Intelligenz (KI) in grundlegende Konzepte der Innovationsökonomie ein. Sie werden mit ökonomischen Perspektiven vertraut gemacht, um die Entstehung und Entwicklung dieser (disruptiven) Technologie zu verstehen. Insbesondere lernen die Studierenden die wichtigsten Konzepte der KI kennen (z. B. was ist maschinelles Lernen, überwachtes und unüberwachtes Lernen usw.), Verbindungen zwischen KI und anderen Technologien, empirische Ansätze zur Identifizierung und Messung von KI-Innovationen, das Potenzial dieser Technologie als Instrument der politischen Kontrolle und andere potenzielle Risiken im Zusammenhang mit KI. Am Ende des Kurses werden die Studierenden in der Lage sein, die Herausforderungen der empirischen KI-Forschung und die Besonderheiten der KI als wichtige neue Technologie besser zu verstehen und mit den relevanten Konzepten vertraut zu werden, die sie für die Entwicklung ihrer eigenen Innovationsstudien benötigen.</p> <p><i>This module introduces students to basic concepts of innovation economics through the exemplary case of Artificial Intelligence (AI). They will get familiar with economic perspectives used to understand the emergence and development of this (disruptive) technology. In particular, students will learn about main concepts of AI (e.g., what is machine learning, supervised and unsupervised learning, etc.), links between AI and other technologies, empirical approaches used to identify and measure AI innovations, the potential of this technology as a tool for political control, and other potential risks linked to AI. At the end of the course, students will be able to better understand the challenges of AI-related empirical research, the particularities of AI as an important emerging technology, and will be more familiarized with relevant concepts needed to develop their own innovation studies.</i></p>
Inhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Einführung: Was ist KI?</li> <li>- Wie man KI-Innovationen erkennt und misst.</li> <li>- KI als Technologie.</li> <li>- KI als ein Stück Wissen.</li> <li>- KI und Innovationspolitik.</li> <li>- KI und politische Kontrolle</li> <li>- -Schlussfolgerungen</li>   <li>- <i>Introduction: what is AI?</i></li> <li>- <i>How to identify and measure AI innovations.</i></li> <li>- <i>AI as a technology.</i></li> <li>- <i>AI as a piece of knowledge.</i></li> <li>- <i>AI and innovation policy.</i></li> <li>- <i>AI and political control</i></li> <li>- <i>Conclusions</i></li> </ul>
Literatur <i>Literature</i>	<p><i>Acemoglu, D., 2021. Harms of AI. National Bureau of Economic Research.</i></p> <p><i>Acemoglu, D., Robinson, J.A., 2012. Why nations fail: The origins of power, prosperity, and poverty. Currency.</i></p> <p><i>Beraja, M., Kao, A., Yang, D.Y., Yuchtman, N., 2021. AI-tocracy. National Bureau of Economic Research.</i></p> <p><i>Beraja, M., Yang, D.Y., Yuchtman, N., 2022. Data-intensive Innovation and the State: Evidence from AI Firms in China. The Review of Economic Studies.</i>  <a href="https://doi.org/10.1093/restud/rdac056">https://doi.org/10.1093/restud/rdac056</a></p>

- Breschi, S., Lissoni, F., Malerba, F., 2003. Knowledge-relatedness in firm technological diversification. *Research policy* 32, 69-87. [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(02\)00004-5](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(02)00004-5)
- Büchi, M., Festic, N., Latzer, M., 2022. The Chilling Effects of Digital Dataveillance: A Theoretical Model and an Empirical Research Agenda. *Big Data & Society* 9, 20539517211065368. <https://doi.org/10.1177/20539517211065368>
- Davis, D.W., Silver, B.D., 2004. Civil liberties vs. security: Public opinion in the context of the terrorist attacks on America. *American journal of political science* 48, 28-46. <https://doi.org/10.1111/j.0092-5853.2004.00054.x>
- Feldstein, S., 2021. *The Rise of Digital Repression: How Technology is Reshaping Power, Politics, and Resistance*. Oxford University Press.
- Hidalgo, C.A., 2021. Economic complexity theory and applications. *Nature Reviews Physics* 3, 92-113.
- Hidalgo, C.A., Klinger, B., Barabási, A.-L., Hausmann, R., 2007. The product space conditions the development of nations. *science* 317, 482-487. <https://doi.org/10.1126/science.1144581>
- Karpa, D., Klarl, T., Rochlitz, M., 2022. Artificial Intelligence, Surveillance, and Big Data, *Diginomics Research Perspectives*. Springer, pp. 145-172.
- King, G., Pan, J., Roberts, M.E., 2013. How censorship in China allows government criticism but silences collective expression. *American political science Review* 107, 326-343. <https://doi.org/10.1017/S0003055413000014>
- Korinek, A., Stiglitz, J.E., 2018. Artificial intelligence and its implications for income distribution and unemployment, *The economics of artificial intelligence: An agenda*. University of Chicago Press, pp. 349-390.
- Kostka, G., Steinacker, L., Meckel, M., 2021. Between security and convenience: Facial recognition technology in the eyes of citizens in China, Germany, the United Kingdom, and the United States. *Public Understanding of Science* 30, 671-690. <https://doi.org/10.1177/0963662521100155>
- Leusin, M.E., 2022a. The Development of AI in Multinational Enterprises-Effects upon Technological Trajectories and Innovation Performance. <https://doi.org/10.26092/elib/1443>
- Leusin, M.E., 2022b. Technological change and absorptive capacity: An evolutionary perspective of Artificial Intelligence. <https://doi.org/10.26092/elib/1653>
- Roberts, M.E., 2018. *Censored. Distraction and Diversion Inside China's Great Firewall*. Princeton University Press.
- Roberts, M.E., 2020. Resilience to online censorship. *Annual Review of Political Science* 23, 401-419. <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-050718-032837>
- Russell, S., Norvig, P., 2010. *Artificial intelligence: a modern approach*. Pearson Education, Inc.
- Ziller, C., Helbling, M., 2021. Public support for state surveillance. *European Journal of Political Research* 60, 994-1006. <https://doi.org/10.1111/1475-6765.12424>

**Innovationspolitik**  
***Innovation policy***

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Fornahl
Sprache <i>Language</i>	Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Referat
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	Die Studierenden sind in der Lage innovationspolitische Eingriffe zu begründen, Instrumente auszuwählen und Evaluationsansätze zu bewerten.  <i>Student are capable to develop rationales for policy interventions, to choose the appropriate instruments and to assess approaches for policy evaluations.</i>
Inhalte <i>Content</i>	Begründungen und Kritik an innovationspolitischen Interventionen; Zusammenspiel Forschungs- und Technologiepolitik; Felder der Innovationspolitik, nichttechnische Innovationen; mittelbare und unmittelbare Instrumente der Innovationspolitik, Nachfrage- und angebotsorientierte Innovationspolitik; Kritische Auseinandersetzung  <i>Rationales and criticism; interaction research and technology policies; areas of innovation policy; non-technical innovations; direct and indirect instruments for innovation policy; supply and demand side innovation policy; critical reflections</i>
Literatur <i>Literature</i>	Wird für die einzelnen Themenfelder in der Veranstaltung bekanntgegeben. <i>To be announced.</i>

## International Business Strategy

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Bican
Sprache <i>Language</i>	Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Wählen Sie ein Element aus.
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<i>The aim of this course is for the students to become familiar with the theoretical foundations and the key empirical literature dealing with the strategy of Multinational Enterprises (MNEs).</i>
Inhalte <i>Content</i>	<i>This course provides the first part of the conceptual framework for the Seminar and Project in International Management and Governance. We examine the interplay between firm-specific and country-specific advantages, as well as the functional issues related to areas such as the internationalization of innovation and sourcing. We also re-examine the critical entry decision for MNEs, particularly in emerging markets. This course builds on the foundations laid by the bachelor courses International Management and International Business Environment, and some familiarity with the key concepts introduced there (or on a similar course elsewhere) is desired, although not absolutely required. The course is based on lectures and some case studies.</i>

**Internationale Unternehmensbesteuerung**  
**International Business Taxation**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Löffler
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	mündliche Prüfung
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Die Studierenden beherrschen die Regeln der internationalen Besteuerung, der Abgrenzung von Besteuerungsrechten, der Lösung von Doppel- und Minderbesteuerungen und können diese auf konkrete Fälle übertrage. Sie kennen die praktischen Grenzen und theoretischen Defizite der eingesetzten Verfahren. Sie können diese Kenntnisse im Rahmen wissenschaftlicher Untersuchungen auf bestimmte Problemfelder anwenden. Gängige Fragestellungen des internationalen Steuerrechts sind ihnen vertraut. Sie besitzen alle notwendigen theoretischen und methodischen Kenntnisse, um selbstständig eigene Untersuchungen durchführen zu können.</p> <p><i>This course introduces the students to the fundamental principles of International Business Taxation. The students learn how to identify national and international taxation areas and how to proceed finding taxation strategies.</i></p>
Inhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vermittlung von Grundlagen der internationalen Besteuerung</li> <li>• Aufzeigen der wichtigsten Problembereiche mit Bezug zur nationalen Unternehmensbesteuerung</li> <li>• Abgrenzung von Besteuerungsrechten</li> <li>• Lösung von Doppel- oder Minderbesteuerungen</li> <li>• Erläuterung von Gemeinsamkeiten und Unterschieden der Besteuerungskonzeptionen verschiedener Staaten</li> <li>• Zweckentsprechende Gestaltung der internationalen Geschäftstätigkeit</li>   <li>• <i>Basic Principles of International Business Taxation</i></li> <li>• <i>Taxation of internationally engaged Enterprises (Direct Transaction, Permanent Establishments and Subsidiaries)</i></li> <li>• <i>Elements of German Foreign Tax Law</i></li> <li>• <i>Methods to prevent Double Taxation and Reduced Taxation</i></li> </ul>
Literatur <i>Literature</i>	<p>Brähler, Gernot: Internationales Steuerrecht, 7. Auflage, Wiesbaden 2012.  Fischer, Lutz / Kleineidam, Hans-Jochen / Warnecke, Perygrin: Internationale Betriebswirtschaftslehre, 5. Auflage, Berlin 2005.  Frotscher, Gerrit: Internationales Steuerrecht, 3. Auflage, München 2009.  Grotherr, Siegfried (Hrsg.): Handbuch der internationalen Steuerplanung, 3. Auflage, Herne / Berlin 2011.  Jacobs, Otto. H.: Internationale Unternehmensbesteuerung, 7. Auflage, München 2011.</p>

**Internationales Handelsrecht**  
***International Trade Law***

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Pötting
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Klausur 60 Minuten
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Einführung in das Internationale Handelsrecht: Die Studierenden sollen die grundlegenden rechtlichen Fragestellungen bei internationalen Schuldverhältnissen kennenlernen und den Umgang mit diesen Fragestellungen trainieren.</p> <p><i>Introduction to international commercial law: Students should become familiar with the basic legal issues involved in international obligations and practise dealing with these issues.</i></p>
Inhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rechtsregeln des IHR</li> <li>- Das Völkerrechtssubjekt EU</li> <li>- Internationale Zuständigkeit</li> <li>- Internationales vertragliches/außervertragliches Schuldrecht</li> <li>- Anerkennung und Vollstreckung ausländischer Gerichtsurteile</li> <li>- Ordentliche Gerichtsbarkeit und Schiedsgerichtsbarkeit</li> <li>- UN-Kaufrecht</li> <li>- Gestaltung von Auslandslieferverträgen</li> <li>- Einführung in die Rechtsvergleichung</li>   <li>- <i>- Legal rules of the IHR</i></li> <li>- <i>- The EU as a subject of international law</i></li> <li>- <i>- International jurisdiction</i></li> <li>- <i>- International contractual/extra-contractual law of obligations</i></li> <li>- <i>- Recognition and enforcement of foreign court judgments</i></li> <li>- <i>- Ordinary jurisdiction and arbitration</i></li> <li>- <i>- UN sales law</i></li> <li>- <i>- Drafting of foreign supply contracts</i></li> <li>- <i>- Introduction to comparative law</i></li> </ul>

**Konsumentenverhalten I**  
**Consumer Behavior I I**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Klein
Sprache <i>Language</i>	Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Portfolio
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Die Studierenden...</p> <p>... kennen grundlegende „interne“ Prozesse des und Einflüsse auf das Konsumentenverhalten und verstehen Grundlagen der experimentellen Konsumentenforschung.</p> <p>... formulieren auf Basis des Gelernten Implikationen für Marketingfragestellungen.</p> <p>... wenden ihr Wissen an, um konkrete Fallbeispiele zu lösen.</p> <p>.. bewerten Ergebnisse empirischer Konsumentenforschung und sind in der Lage eigene Forschungsfragen zu gestalten.</p> <p>... diskutieren Forschungsergebnisse und Implikationen für die Unternehmenspraxis kritisch.</p> <p>... vertiefen ihr Verständnis für grundlegende Theorien, Konzepte und Methoden des Konsumentenverhaltens und stärken die Befähigung zur kritischen und selbstständigen Beurteilung von abgeleiteten und abzuleitenden Marketingstrategien und -maßnahmen.</p> <p><i>Students...</i></p> <p><i>...get to know basic “internal” processes of and influences on a consumer’s behavior and understand basics of experimental consumer research.</i></p> <p><i>...formulate implications for marketing problems based on their knowledge.</i></p> <p><i>...use their knowledge to solve specific case examples.</i></p> <p><i>...discuss research results and implications for management practice.</i></p> <p><i>...deepen their understanding of basic theories, concepts and methods of consumer behavior and research and strengthen their ability to critically and independently evaluation derived and to be construed marketing strategies and activities.</i></p>
Inhalte <i>Content</i>	<p>Der Kurs vermittelt Konzepte und Methoden, um Aufgabenstellungen zu analysieren und fundierte Handlungsempfehlungen zur Lösung dieser Aufgabenstellungen zu entwickeln.</p> <p>Zu diesem Zweck wird behandelt, warum Konsumenten sich so verhalten, wie sie sich verhalten und wie Erkenntnisse aus der Konsumentenverhaltensforschung für Marketingaktivitäten genutzt werden können. Der Fokus dieses Teils liegt hierbei auf den „internen“ Prozessen, d.h. dem Konsumenten als Individuum.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wahrnehmung und Aufmerksamkeit</li> <li>• Lernen und Gedächtnis</li> <li>• Motivation, Bedürfnisse und Einstellungen</li> <li>• Emotionen</li> <li>• Das Selbst und die menschliche Persönlichkeit</li> </ul> <p><i>The course conveys concepts and methods to analyze problems and situations and recommend well-grounded actions to solve these problems.</i></p> <p><i>For this purpose, the course covers why consumers behave as they do and how results from consumer behavior research can be used in marketing activities. The focus of this part lies on the “internal” processes, i.e. on the consumer as an individual.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Perception and attention</i></li> <li>• <i>Learning and memory</i></li> <li>• <i>Motivation, needs and attitudes</i></li> <li>• <i>Emotions</i></li> <li>• <i>The self and consumer personality</i></li> </ul>

<p>Literatur <i>Literature</i></p>	<p>u.a.:</p> <p>Griskevicius, Vladas, Michelle N. Shiota, and Stephen M. Nowlis (2010). The many shades of rose-colored glasses: An evolutionary approach to the influence of different positive emotions. <i>Journal of Consumer Research</i>, 37(2), pp. 238-250.</p> <p>Erfgen, Carsten, Sebastian Zenker, and Henrik Sattler (2015). The Vampire Effect: When Do Celebrity Endorsers Harm Brand Recall? <i>International Journal of Research in Marketing</i>, 32(2), pp. 155-163.</p> <p>Madzharov, Adriana A., Lauren G. Block, and Maureen Morrin (2015). The cool scent of power: effects of ambient scent on consumer preferences and choice behavior, <i>Journal of Marketing</i>, 79(1), pp. 83-96.</p> <p>Sayin, Eda, Aradhna Krishna, Caroline Ardelet, Gwenaëlle Briand Decré, and Alain Goudey (2015). "Sound and safe": The effect of ambient sound on the perceived safety of public spaces. <i>International Journal of Research in Marketing</i>, 32(4), pp. 343-353.</p>
--	--

**Konsumentenverhalten II**  
**Consumer Behavior II**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Klein
Sprache <i>Language</i>	Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Portfolio
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Die Studierenden...</p> <p>... kennen grundlegende „externe“ Prozesse des und Einflüsse auf das Konsumentenverhalten.</p> <p>... formulieren auf Basis des Gelernten Implikationen für Marketingfragestellungen.</p> <p>... wenden ihr Wissen an, um konkrete Fallbeispiele zu lösen.</p> <p>.. bewerten Ergebnisse empirischer Konsumentenforschung und sind in der Lage eigene Forschungsfragen zu gestalten.</p> <p>... diskutieren Forschungsergebnisse und Implikationen für die Unternehmenspraxis kritisch.</p> <p>... vertiefen ihr Verständnis für grundlegende Theorien, Konzepte und Methoden des Konsumentenverhaltens und stärken die Befähigung zur kritischen und selbstständigen Beurteilung von abgeleiteten und abzuleitenden Marketingstrategien und -maßnahmen.</p> <p><i>Students...</i></p> <p><i>...get to know basic “external” processes of and influences on a consumer’s behavior.</i></p> <p><i>...formulate implications for marketing problems based on their knowledge.</i></p> <p><i>...use their knowledge to solve specific case examples.</i></p> <p><i>...evaluate results of empirical consumer research and are able to develop own research questions.</i></p> <p><i>...discuss research results and implications for management practice.</i></p> <p><i>...deepen their understanding of basic theories, concepts and methods of consumer behavior and research and strengthen their ability to critically and independently evaluation derived and to be construed marketing strategies and activities.</i></p>
Inhalte <i>Content</i>	<p>Der Kurs vermittelt Konzepte und Methoden, um Aufgabenstellungen zu analysieren und fundierte Handlungsempfehlungen zur Lösung dieser Aufgabenstellungen zu entwickeln.</p> <p>Zu diesem Zweck wird behandelt, warum Konsumenten sich so verhalten, wie sie sich verhalten und wie Erkenntnisse aus der Konsumentenverhaltensforschung für Marketingaktivitäten genutzt werden können. Der Fokus dieses Teils liegt hierbei auf den „externen“ Prozessen, d.h. dem Einfluss von externen Faktoren auf das Verhalten von Konsumenten.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mikro-Umwelt (u.a. Werte und soziale Gruppen)</li> <li>• Makro-Umwelt (u.a. (inter)nationale Einflüsse)</li> </ul> <p><i>The course conveys concepts and methods to analyze problems and situations and recommend well-grounded actions to solve these problems.</i></p> <p><i>For this purpose, the course covers why consumers behave as they do and how results from consumer behavior research can be used in marketing activities. The focus of this part lies on the “external” processes, i.e. on external factors that influence consumers’ behavior.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Micro environment (e.g., values and social groups)</i></li> </ul> <p><i>Macro environment (e.g., crossnational influences)</i></p>
Literatur <i>Literature</i>	<p>u.a.:</p> <p>Becker, L., van Rompay, T., Schifferstein, H.N., &amp; Galetzka, M. (2011). Tough package, strong taste: The influence of packaging design on taste impressions and product evaluations. <i>Food Quality and Preference</i>, 22(1), 17-23.</p>

	<p>Griskevicius, V. &amp; Kenrick, D.T. (2013). Fundamental motives: how evolutionary needs influence consumer behavior. <i>Journal of Consumer Psychology</i>, 23(3), 372-386.</p> <p>Kahnemann, D., &amp; Tversky, A. (1981). The framing of decisions and the psychology of choice, <i>Science</i>, 211(4481), 453-458</p>
--	---

**Management der digitalen Transformation**  
**Management digital transformation**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Kensbock
Sprache <i>Language</i>	Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Hausarbeit
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Die Lehrveranstaltung bereitet die Studierenden auf folgende Lernziele und Kompetenzen vor:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagenwissen: Die Studierenden kennen die Herausforderungen der digitalen Transformation für Unternehmen sowie Grundlagen des strategischen Managements und Change Managements, die in Zeiten digitaler Transformation besonders wichtig sind.</li> <li>• Methodenwissen: Die Studierenden kennen etablierte Managementmethoden und können diese auf die Herausforderungen der digitalen Transformation anwenden.</li> <li>• Transferwissen: Die Studierenden können die Möglichkeiten und Grenzen etablierter Theorien und Methoden für das digitale Zeitalter beurteilen. Sie können auf Basis der Theorien praktische Handlungsempfehlungen für die Praxis formulieren.</li> </ul> <p><i>This course prepares students for the following learning objectives and competencies:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Basic knowledge: Students know the challenges of digital transformation for companies as well as basics of strategic management/change management that are particularly important in times of digital transformation.</i></li> <li>• <i>Methodological knowledge: Students are familiar with established management methods and can apply them to the challenges of digital transformation.</i></li> </ul> <p><i>Transfer knowledge: Students are able to assess the possibilities and limitations of established theories and methods for the digital age. They can formulate managerial recommendations based on the theories.</i></p>
Inhalte <i>Content</i>	<p>Die Lehrveranstaltung thematisiert die Herausforderungen der digitalen Transformation für Unternehmen und untersucht diese vor dem Hintergrund des strategischen Managements und Change Managements.</p> <p><i>The course addresses the challenges of digital transformation for organizations and examines them against the background of strategic management and change management.</i></p>

## Methods and Theories in Information Systems Research

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Müller
Sprache <i>Language</i>	Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>After the course, the students will be able to do the following:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• understand the basics of implementing empirical research designs and implement them</li> <li>• understand and be able to apply to methods and techniques of collecting and analyzing quantitative and qualitative empirical data</li> <li>• understand the strengths, weaknesses, and differences between quantitative and qualitative research methods and be able to assess their suitability for particular empirical research projects</li> <li>• understand methods for developing prescriptive theory</li> <li>• interpret empirical studies from the field of management information systems and evaluate their methodological quality</li> </ul>
Inhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Introduction to theories and methodologies commonly used in research on managing information systems</li> <li>• Introduction to quantitative research designs and analysis methods</li> <li>• Introduction to qualitative research designs and analysis methods</li> <li>• Introduction to methods of design-oriented research</li> <li>• Interpretation and critical evaluation of empirical studies in the field of management information systems</li> </ul>
Literatur <i>Literature</i>	

## Minority Entrepreneurship

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	David
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Portfolio
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unterschiedliche Formen des Unternehmertums zu analysieren und zu vergleichen</li> <li>• Die Rolle von Netzwerken, Kapitalzugang und institutionellen Rahmenbedingungen zu verstehen</li> <li>• Barrieren und Herausforderungen für unternehmerische Gruppen zu identifizieren</li> <li>• Die Dynamik transnationaler, inklusiver und exklusiver Ökosysteme zu reflektieren</li> <li>• <i>Analyze and compare different forms of entrepreneurship</i></li> <li>• <i>Understand the role of networks, access to capital and institutional frameworks</i></li> <li>• <i>Identify barriers and challenges for entrepreneurial groups</i></li> <li>• <i>Reflect on the dynamics of transnational, inclusive and exclusive ecosystems</i></li> </ul>
Inhalte <i>Content</i>	<p>Dieser Kurs bietet eine umfassende Einführung in die Konzepte des migrantischen, weiblichen und refugee entrepreneurship sowie in die Dynamiken unternehmerischer Ökosysteme. Neben einer theoretischen Auseinandersetzung mit Definitionen und Schlüsselkonzepten werden sozioökonomische Beiträge, Herausforderungen und Barrieren beleuchtet. Fallstudien und empirische Analysen ermöglichen einen praxisnahen Einblick in unternehmerische Netzwerke und deren transnationale Verflechtungen. Ein besonderer Fokus liegt auf den spezifischen Herausforderungen geflüchteter Unternehmer:innen und deren Integration in unternehmerische Ökosysteme.</p> <p><i>This course provides a comprehensive introduction to the concepts of migrant, female and refugee entrepreneurship and the dynamics of entrepreneurial ecosystems. In addition to a theoretical examination of definitions and key concepts, socio-economic contributions, challenges and barriers are highlighted. Case studies and empirical analyses provide a practical insight into entrepreneurial networks and their transnational interdependencies. A special focus is placed on the specific challenges faced by refugee entrepreneurs and their integration into entrepreneurial ecosystems.</i></p>
Literatur <i>Literature</i>	<p>David, A., Terstriep, J. &amp; Freiling, J. (2025): Understanding the nuances of (dis-)connectedness of migrant entrepreneurs within entrepreneurial ecosystems. <i>International Small Business Journal</i>.  <a href="https://doi.org/10.1177/02662426251322080">https://doi.org/10.1177/02662426251322080</a></p> <p>Yeshi, T.; Harima, A.; Freiling, J. (2022). Resilience on an emotional rollercoaster: Refugee entrepreneurship under adversity. <i>European Management Journal</i>, <a href="https://doi.org/10.1016/j.emj.2022.12.009">https://doi.org/10.1016/j.emj.2022.12.009</a></p> <p>Freiling, J. &amp; Baron, T. (2017): A Resource-based View of Entrepreneurial Ecosystems, in Burr, W. &amp; Stephan, M. (Eds.). <i>Technologie, Strategie und Organisation</i>, 65-84. Wiesbaden: Springer Gabler.</p> <p>Kumari, R., &amp; Kumar, D. (2024). Women Entrepreneurship: A Bibliometric Review from 2012 to 2022. <i>Vision</i>, 0(0).  <a href="https://doi.org/10.1177/09722629241264438">https://doi.org/10.1177/09722629241264438</a></p>

### Multinational Enterprises and the Global Economy

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Bican
Sprache <i>Language</i>	Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<i>The aim of this course is for the students to become familiar with the theoretical foundations and the key empirical literature dealing with the operations and impact of Multinational Enterprises (MNEs).</i>
Inhalte <i>Content</i>	<i>This course provides the second part of the conceptual framework for the Seminar and Project in International Management and Governance. We will examine the importance of MNEs in different national economies, changes in their strategy and structure, and the impact their activities have had on both the economic and social welfare in the host (and home) countries. This course builds on the foundations laid by the bachelor courses International Management and International Business Environment, and some familiarity with the key concepts introduced there (or on a similar course elsewhere) is desired, although not absolutely required. The course is based on lectures and some case studies.</i>
Literatur <i>Literature</i>	Dunning, John H. & Lundan, Sarianna M. 2008. Multinational Enterprises and the Global Economy – 2nd edition, Edward Elgar, Cheltenham, UK / Northampton, MA, USA.

**Multivariate Verfahren**  
**Multivariate Methods of Analysis**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Klein, Klug
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Studierende sind vertraut mit den grundlegenden Analysemethoden und sind in der Lage, für gegebene Datensätze und Probleme die adäquaten Analysemethoden auszuwählen. Darüber hinaus können Studierende die Analysemethoden anwenden, d.h. sie sind in der Lage mit Statistik- Programmsystemen umzugehen, und Ergebnisse interpretieren zu können. Die Studierenden arbeiten eigenständig an aktuellen Fragestellungen (selbstständige Analyse von Daten unter Zuhilfenahme der vorgestellten Methoden).</p> <p>- <i>Students are familiar with the basic methods of analysis.</i>  - <i>Students are able to choose appropriate methods of analysis for given data sets and problems.</i>  - <i>Students can apply the methods of analysis, i.e., they can work with statistical software packages, and can interpret results.</i>  - <i>Students work independently on current issues (independent analysis of data with the methods presented)</i></p>
Inhalte <i>Content</i>	<p>Folgende Inhalte werden vermittelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Einführung in die Arbeit mit empirischen Daten und Einführung in das Statistikprogramm</li> <li>- Datenerhebung und Aufbereitung von Datensätzen</li> <li>- Analyse von Daten</li> </ul> <p>1) Verdichtung von Daten: Clusteranalyse Exploratorische und Konfirmatorische Faktorenanalyse</p> <p>2) Analyse von Zusammenhängen Analyse bivariater Zusammenhänge Lineare Regression Moderation und Mediation Logistische Regression Varianzanalyse</p> <p>3) komplexere multivariate Verfahren u.a. hierarchische Modelle, Strukturgleichungsmodelle</p> <p><i>The module covers the following topics:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Introduction into empirical data analysis and introduction into the statistical software program</i></li> <li>- <i>Data collection and preparation of data sets</i></li> <li>- <i>Data analysis</i></li> </ul> <p>1) <i>Consolidation of data</i> <i>Cluster analysis</i> <i>Exploratory and Confirmatory factor analysis</i></p> <p>2) <i>Analysis of relationships</i> <i>Analysis of bivariate relations</i> <i>Linear regression</i> <i>Moderation and mediation</i> <i>Logistic regression</i> <i>Analysis of variance</i></p>

	<p>3) More complex multivariate data analyses  e.g., hierarchical models, structural equation models</p>
<p>Literatur  Literature</p>	<p><i>Backhaus/Erichson/Plinke/Weiber (2018). Multivariate Analyseverfahren. Eine anwendungsorientierte Einführung. Springer Gabler.</i>  <i>Albers/Klapper/Konrad/Walter/Wolf (2009). Methodik der empirischen Forschung. Springer Gabler.</i>  <i>Hair/Black/Babin/Anderson (2018). Multivariate Data Analysis. 8th edition, Cengage Learning</i></p>

**Nachhaltige Ernährungswirtschaft**  
**Sustainable Food Sector**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Müller-Christ
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Portfolio
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Die Studierenden entwickeln ein systemisches Bild der Erzeugung, Produktion, Vertrieb und Konsum von Lebensmitteln, können eine nicht nachhaltige von einer nachhaltigen Ernährungswirtschaft unterscheiden und entwickeln ein Verständnis für die komplexe Transformation der wirtschaftlichen Veränderung von Ernährung.</p> <p><i>Students develop a systemic view of the production, production, distribution and consumption of food, are able to distinguish between an unsustainable and a sustainable food industry and develop an understanding of the complex transformation of the economic change in nutrition.</i></p>
Inhalte <i>Content</i>	<p>Die Studierenden erarbeiten ein Bild der gegenwärtigen Art und Weise der Versorgung der Menschen mit Lebensmitteln. Anhand der Nebenwirkungen dieser Versorgungsart auf Mensch und Natur arbeiten wir gemeinsam die Kriterien einer nachhaltigen Ernährungswirtschaft heraus und suchen Good Practices in Erzeugung, Produktion, Handel und Konsum.</p> <p><i>The students develop a picture of the current way in which people are supplied with food. Based on the side effects of this type of supply on people and nature, we work together to identify the criteria for a sustainable food industry and look for good practices in production, production, trade and consumption.</i></p>

**Nachhaltiges Management**  
**Sustainable Management**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Müller-Christ
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Die Studierenden können den Unterschied zwischen verschiedenen Ambitionsniveaus eines nachhaltigen Managements beschreiben und deutlich zwischen Effizienz- und Nachhaltigkeitsorientierung betrieblichen Handelns unterscheiden.</p> <p><i>The students are able to describe the difference between different levels of ambition of sustainable management and clearly differentiate between efficiency and sustainability orientation of company actions.</i></p>
Inhalte <i>Content</i>	<p>Die Studierenden lernen die Rationalität eines nachhaltigen Managements kennen und setzen sich mit den ökologischen und sozialen Aufgaben an eine erfolgreiche Unternehmensführung auseinander.</p> <p><i>Students learn about the rationality of sustainable management and deal with the ecological and social requirements for successful corporate management.</i></p>

**Öffentlicher Sektor und Multilevel Governance**  
**Public Sector and Multilevel Governance**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Heinemann
Sprache <i>Language</i>	Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	mündliche Prüfung
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Das Seminar „Öffentlicher Sektor und Multilevel Governance“ für Studierende der beiden Masterstudiengänge „Betriebswirtschaftslehre“ sowie „Komplexes Entscheiden“ thematisiert den öffentlichen Sektor als einen fragmentierten Bereich kollektiver Entscheidungen. Während in der Theorie des fiskalischen Föderalismus eine Untersuchung der Akteure und Aktionen bei voneinander getrennten Kompetenzen erfolgt, soll mit dem Bezug auf den Begriff „Multilevel Governance“ auf den Umstand abgestellt werden, dass in realen föderalen Strukturen auch Kompetenz- und mithin Politikverflechtungen anzutreffen sind, welche wiederum ökonomisch bewertbare Wirkungen entfalten. Insofern soll die Lehrveranstaltung dazu beitragen, ein realistisches Bild über Interdependenzen sowie Governance-Modi und Mehrebenen-Koordination in vertikal fragmentierten Staatsorganisationsstrukturen zu erhalten und darauf aufbauend bestimmte politische Entscheidungen verstehen und deren ökonomischen Folgen nachzeichnen zu können.</p> <p>Der Kurs behandelt die Grundlagen von föderalen Systeme bzw. von Mehrebenen-Systemen sowie die Beziehungen zwischen verschiedenen Ebenen und Interdependenzen zwischen Jurisdiktionen der gleichen Ebene. Dazu vermittelt der Kurs die Grundlagen der Theorie des Fiskalföderalismus. Die verschiedenen Aspekte werden anhand ökonomischer Methoden analysiert, um ökonomische Probleme zu identifizieren. Dabei werden beispielhaft unterschiedliche Systeme (Deutschland, Ukraine, Europäische Union (EU)) behandelt.</p> <p>Die Studierenden werden in der Lage sein, aus theoretischer Sicht föderale und dezentrale Systeme sowie die gegebenen Systeme in Deutschland und der Europäischen Union analysieren und bewerten zu können. Zum Vergleich wird auch das System der Ukraine analysiert. Die Studierenden erhalten ein erweitertes Fachwissen über reale ökonomische Probleme innerhalb der Systeme in Deutschland, Ukraine und der Europäischen Union im Kontext der europäischen Integration. Die Kursteilnehmer sind in der Lage, aktuelle Aspekte von Finanzbeziehungen innerhalb verschiedener Mehrebenen-Systeme zu diskutieren und können erweitertes Fachwissen für Analysen und Bewertungen aktueller Föderalismusreformvorhaben im europäischen Kontext anwenden.</p> <p><i>The seminar “Public Sector and Multilevel Governance” for master’s degree students of the master’s degree programs “Business Studies” and “Professional Public Decision Making” addresses the public sector as a fragmented area of collective decision-making. While the theory of fiscal federalism analyses actors and its formal independent decision competences, with the concept of multilevel governance it is possible to analyze real federal systems with a very complex web of power and responsibilities between several levels of decision-making. Hence, the seminar will give a realistic view on interdependences as well as governance modes and multilevel coordination in vertical fragmented government organizations to understand specific political decisions and the economic consequences.</i></p> <p><i>The course deals with the basics of fiscal federal systems respectively multilevel systems and the relationships between several levels of governments and interdependencies among jurisdictions within a federal level. Therefore, the course is intended to convey the basics of the theory of fiscal federalism. The main issues will be analyzed with economic methods to identify economic problems. Thereby,</i></p>

	<p><i>different systems of Multilevel Governance (Germany, Ukraine, European Union (EU)) are subjects of the course.</i></p> <p><i>Students will be able to analyze and evaluate federal or decentral structured state systems in theoretical terms and the given federal systems in Germany and the European Union. For comparison, the given decentralized system of the Ukraine will also be analyzed. The students receive an advanced knowledge on real economic problems within the German, Ukrainian and European federalism in the context of European integration. Participants of the course will be able to discuss current issues of financial relations within several multilevel systems and can use advanced knowledge for analyses and evaluations of current federalism reform options in the European context.</i></p>
Inhalte Content	<p>Der Inhalt der Lehrveranstaltung folgt der Gliederung:</p> <p>Kapitel 1: Einführung  Kapitel 2: Grundlagen der Theorie des fiskalischen Föderalismus  Kapitel 3: Grundlagen zur Mehr-Ebenen-Governance  Kapitel 4: Theorie der Zuweisungen  Kapitel 5: Institutionen und interjurisdiktioneller Wettbewerb  Kapitel 6: Finanzausgleich im bundesdeutschen Föderalismus  Das Mehrebenen-System in Deutschland  Grundlagen des Finanzausgleichs  Kapitel 7: Dezentralisierung in Ukraine  Ökonomische Dezentralisierung  Problemanalyse  Kapitel 8: Das Einnahmen- und Ausgabensystem der Europäischen Union  Das Mehrebenen-System der Europäischen Union  Einnahmen, Ausgaben und der Europäische Haushalt</p> <p><i>The content of the course follows the lecture's outline:</i></p> <p><i>Chapter 1: Introduction</i>  <i>Chapter 2: Basics of the Theory of Fiscal Federalism</i>  <i>Chapter 3: Basics of Multilevel Governance</i>  <i>Chapter 4: Theory of Grants</i>  <i>Chapter 5: Institutions and Interjurisdictional Competition</i>  <i>Chapter 6: Federal Financial Equalization System of Germany</i>  <i>Multilevel System of Germany</i>  <i>Basics of Financial Equalization</i>  <i>Chapter 7: Decentralization in Ukraine</i>  <i>Economic Decentralization</i>  <i>Problem Analysis</i>  <i>Chapter 8: Revenue and Expenditures: The System of the European Union</i>  <i>Multilevel System of the European Union</i>  <i>Revenue, Expenditures and the European Budget</i></p>
Literatur Literature	<p>In alphabetischer Reihenfolge:  <i>In alphabetical order:</i></p> <p>(Ausgewählte Teile aus den Lehrbüchern)  <i>(Selected parts of textbooks)</i></p> <p>Ahmad, Ehtisham and Giorgio Brosio (2015), Handbook of Multilevel Finance. Edward Elgar Publishing, Northampton, MA, USA.  Breton Albert (1987), Expenditure Harmonization in Unitary, Confederal and Federal States, European Journal of Political Economics 3 (1+2), 199–218.  Coase, Ronald (1998), The New Institutional Economics, American Economic Review 88 (2), 72–74.  Coase, Ronald (1984), The New Institutional Economics, Journal of Institutional and Theoretical Economics 140, 229–231.  Collignon, Stefan and Piero Esposito (2014), Competitiveness in the European Economy. Routledge, London and New York.</p>

	<p>Döring, Thomas and Jan Schnellenbach (2011), A Tale of Two Federalisms: Germany, the United States and the Ubiquity of Centralization, <i>Constitutional Political Economy</i> 22 (1), 83–102.</p> <p>Enderlein, Henrik, Wälti, Sonja and Michael Zürn (2010), <i>Handbook on Multi-level Governance</i>. Edward Elgar Publishing, Northampton, MA, USA.</p> <p>Hindriks, Jean and Gareth D. Myles (2013), <i>Intermediate Public Finance</i>. 2nd Edition, MIT Press, Cambridge, MA, USA (Chap. 19, 20 and 21).</p> <p>Laffan, Brigid and Pierre Schlosser (2016), Public Finances in Europe: Fortifying EU Economic Governance in the Shadow of the Crisis, <i>Journal of European Integration</i> 38 (3), 237–249.</p> <p>Levin, Jonathan (1991), Measuring the Role of Sublevel Governments, in Prud'homme, Rémy (ed.), <i>Public Finance with Several Levels of Government</i>. Proceedings of the 46th Congress of the international Institute of Public Finance, The Hague/Koenigstein, 21–36.</p> <p>Musgrave, Peggy B. (1991), Merits and Demerits of Fiscal Competition, in Prud'homme, Rémy (ed.), <i>Public Finance with Several Levels of Government</i>. Proceedings of the 46th Congress of the international Institute of Public Finance, The Hague/Koenigstein, 281–297.</p> <p>Oates, W. E. (2005) Toward a Second-Generation Theory of Fiscal Federalism. <i>International Tax and Public Finance</i> 12 (4), 349–373.</p> <p>Oates, Wallace E. (1998), On the Welfare Gains from Fiscal Decentralization, University of Maryland, WP 98-05, 82–92.</p> <p>Oates, Wallace E. (1991), Fiscal Federalism: An Overview, in Prud'homme, Rémy (ed.), <i>Public Finance with Several Levels of Government</i>. Proceedings of the 46th Congress of the international Institute of Public Finance, The Hague/Koenigstein, 1–18.</p> <p>Oates, W. E. (1972) <i>Fiscal Federalism</i>. Harcourt Brace Jovanovich, New York, USA.</p> <p>Rosen, Harvey S. and Ted Gayer (2014), <i>Public Finance</i>. 10th Global Edition, McGraw-Hill (Chap. 22), Maidenhead, UK.</p> <p>Tresch, Richard W. (2008), <i>Public Sector Economics</i>. Palgrave Macmillan (Chap. 21, 22 and 23).</p> <p>Van Deuverden, Kristina (2014), Fiscal Federalism: What Lessons can Italy Learn from Germany? In Collignon, Stefan and Piero Esposito (eds.), <i>Competitiveness in the European Economy</i>. Routledge, London, 163–183.</p> <p>Wellisch, Dietmar (2004), <i>Theory of Public Finance in a Federal State</i>. Cambridge University Press, Cambridge, UK.</p> <p>Williamson, Oliver E. (1998), The Institutions of Governance, <i>American Economic Review</i> 88 (2), 75–79.</p>
--	--

**Ökonometrie**  
**Econometrics**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Missong
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Klausur 90 Minuten
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	Die Studierenden sind mit der multivariaten Datenanalyse im Rahmen linearer Modelle vertraut.  <i>Students are familiar with multivariate data analysis by means of Linear Models. .</i>
Inhalte <i>Content</i>	Zunächst werden grundlegende Konzepte der linearen Regressionsanalyse im linearen Modell diskutiert. Anschließend erfolgt eine Erweiterung des Ansatzes auf binäre Entscheidungsmodelle. Ferner werden spezielle Konzepte der Zeitreihenökonometrie behandelt.  <i>The module starts with a discussion of regression analysis in the basic linear model. Then, binary choice models are analyzed. Furthermore, the module covers particular concepts of time series econometrics.</i>
Literatur <i>Literature</i>	Vorlesungsskript  James H. Stock, Mark W. Watson: "Introduction to Econometrics", 3rd ed., 2011 Marno Verbeek, "A Guide to Modern Econometrics", 3rd ed., 2008

**Ökonomik des öffentlichen Sektors**  
**Public Sector Economics**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Heinemann
Sprache <i>Language</i>	Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	mündliche Prüfung
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Das Seminar „Ökonomik des öffentlichen Sektors“ eröffnet den Master-Studierenden weitere Einblicke in die theoretischen und institutionellen Grundlagen der ökonomischen Aktivitäten des öffentlichen Sektors. Die Studierenden sind am Ende der Seminars in der Lage, mithilfe eines umfangreichen ökonomischen Analyseinstrumentariums mögliche Ursachen für das Handeln des öffentlichen Sektors zu erkennen (z.B. Marktversagen) und staatliche Instrumente der Wirtschafts- und Finanzpolitik in ihren möglichen Wirkungen zu beurteilen.</p> <p><i>The seminar gives master students a further overview of the theoretical and institutional foundations of the economic activities of the public sector. After having studied the seminar, with comprehensive economic state-of-the-art analytical instruments the students will be able to identify possible reasons for state interventions (e.g. market failure) and to assess the impact of economic policy instruments.</i></p>
Inhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung</li> <li>• Gleichgewicht und Effizienz</li> <li>• Daten und Fakten zum öffentlichen Sector</li> <li>• Ökonomische Rechtfertigung des öffentlichen Sektors</li> <li>• Öffentliche Güter, Club-Güter, lokale öffentliche Güter</li> <li>• Externalitäten</li> <li>• Imperfekter Wettbewerb und monopolistische Konkurrenz</li> <li>• Politische Ökonomie und Rent-Seeking</li> <li>• Besteuerung und Probleme der Besteuerung</li> <li>• <i>An Introduction to Public Economics</i></li> <li>• <i>Equilibrium and Efficiency</i></li> <li>• <i>Public Sector Statistics</i></li> <li>• <i>Economic Justification for the Public Sector</i></li> <li>• <i>Public Goods, Club Goods, and Local Public Goods</i></li> <li>• <i>Externalities</i></li> <li>• <i>Imperfect Competition and Monopolistic Competition</i></li> <li>• <i>Political Economy and Rent-Seeking</i></li> </ul> <p><i>Taxation and its Problems</i></p>
Literatur <i>Literature</i>	<p>Hindriks, Jean and Gareth D. Myles (2006), <i>Intermediate Public Economics</i>. MIT Press, Cambridge.</p> <p>Tresch, Richard W. (2008), <i>Public Sector Economics</i>. Palgrave MacMillan, Hampshire and New York.</p> <p>Oates, Wallace E. (1988), <i>On the Measurement of Congestion in the Provision of Local Public Goods</i>, <i>Journal of Urban Economics</i> 24 (1), 85-94.</p> <p>Brümmerhoff, Dieter und Thies Büttner (2015), <i>Finanzwissenschaft</i>. 11., überarb. und akt. Aufl., De Gruyter Oldenbourg, Berlin.</p> <p>Edling, Herbert (2011), <i>Die Hauptfunktionen des Staates</i>, <i>Wirtschaftsstudium</i> 40 (3), 379-391.</p> <p>Fritsch, Michael (2011), <i>Marktversagen und Wirtschaftspolitik</i>. 8. überarb. Aufl., Vahlen, München.</p> <p>Scherf, Wolfgang (2011), <i>Öffentliche Finanzen</i>. 2. überarb. und akt. Aufl., UVK, Konstanz.</p> <p>Reading lists for the different topics</p>

**Operative Ausgestaltung des innovativen Marketings und Markenmanagement – Influencer Branding und Markenbewertung**  
**Implementation of Branding Strategies**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Burmann
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Portfolio
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	Die Teilnehmer werden in die Lage versetzt, eine Marke auf der Grundlage des identitätsbasierten Markenmanagementansatzes operativ mit Hilfe des Marketing-Mix zu führen.  <i>Participants will be able to manage a brand in consideration of the identity-based brand management approach using the marketing mix.</i>
Inhalte <i>Content</i>	Im Mittelpunkt dieser Veranstaltung steht die Ausgestaltung des Marketing-Mix, der zunächst in allgemeiner Form erläutert und anschließend für die wichtigsten Erscheinungsformen von Marken und Entscheidungsproblemen spezifiziert wird.  <i>The main topic of this lecture is the implementation of the marketing mix. The first step contains the description of marketing mix elements in general, followed by a specification of the most important brand operationalisations and decision-making problems.</i>
Literatur <i>Literature</i>	Meffert, H./Burmann, C./Kirchgeorg, M. (2012): Marketing, 11. Aufl., Wiesbaden. Burmann, C./Halaszovich, T./Hemmann, F. (2012): Identitätsbasierte Markenführung, Wiesbaden. Kotler, P./Armstrong, G. M. (2014): Principles of marketing, 15. Aufl., Boston [et al.]. Keller, K. L. (2013): Strategic brand management: building, measuring, and managing brand equity, 4. Aufl. (Global Edition), Boston [et al.].

**Organisations- und Wirtschaftspsychologie**  
**Organisational and Business Psychology**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Rieth
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Portfolio
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Erwerb von Grundkenntnissen über die zentralen Themen der Organisations- und Wirtschaftspsychologie. Insbesondere Kenntnisse zu Organisationen, Teams und Individuen in Organisationen sowie zu Konsum und Werbung im Kontext der Psychologie. Aufarbeitung und kritische Reflexion der praktischen Umsetzung der Themen in Unternehmen und Branchen.</p> <p><i>Basic knowledge acquisition concerning significant topics in organizational and business psychology. Particularly knowledge about organizations, teams, and individuals in organizations as well as psychology of consumption and advertising. Preparing and critical reflection concerning the practical application of topics in organizations and industry.</i></p>
Inhalte <i>Content</i>	<p>Die Studierenden setzen sich mit den eingängigsten und aktuellen Themen der Organisations- und Wirtschaftspsychologie auseinander. Es werden Organisationstheorien, Organisationsentwicklung, Arbeit und Arbeitsmotivation und –zufriedenheit, Führung, Personalentwicklung, Teamarbeit sowie Konsumenten-, Werbe- und Finanzpsychologie adressiert.</p> <p><i>The students will look into current organizational and business psychology topics. Relevant topics will organizational theories, organizational development, work behavior, work motivation and satisfaction, leadership, personnel development, teamwork, consumer psychology, advertising psychology and financial psychology.</i></p>
Literatur <i>Literature</i>	<p>Felser, G. (2007, 2015). Werbe- und Konsumentenpsychologie. Berlin: Springer.  Moser, K. (2007, 2015). Wirtschaftspsychologie. Heidelberg: Springer.  Nerdinger, W., Blickle, G. &amp; Schaper, N. (2011, 2014). Arbeits- und Organisationspsychologie. Berlin: Springer.  Schuler, H. (2004). Lehrbuch der Organisationspsychologie. Bern: Huber Verlag.  Schuler, H. &amp; Kanning, U.P. (2014). Lehrbuch der Personalpsychologie (3. Auflage). Göttingen: Hogrefe.</p>

**Personalmanagement im digitalen Zeitalter**  
**Human Resource Management in the digital age**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Kensbock
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Die Lehrveranstaltung bereitet die Studierenden auf folgende Lernziele und Kompetenzen vor:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagenwissen: Die Lehrveranstaltung gibt einen Überblick über die wichtigsten Ansätze des Personalmanagements in Zeiten der Digitalisierung.</li> <li>• Methodenwissen: Die Studierenden lernen, etablierte Personalmanagementansätze kritisch zu hinterfragen und auf Praxisprobleme anzuwenden.</li> <li>• Transferwissen: Die Studierenden können die Möglichkeiten und Grenzen etablierter Theorien beurteilen. Sie können auf Basis der Theorien praktische Handlungsempfehlungen für die Praxis formulieren.</li> </ul> <p><i>This course prepares students for the following learning objectives and competencies:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Basic knowledge: The course provides an overview of the most important approaches to human resource management in times of digitization.</i></li> <li>• <i>Methodological knowledge: Students learn to critically question established human resource management approaches and apply them to practical problems.</i></li> <li>• <i>Transfer knowledge: Students will be able to assess the possibilities and limitations of established theories. They can formulate practical recommendations for action based on the theories.</i></li> </ul>

**Portfoliotheorie und Asset Management**  
**Portfolio Theory and Asset Management**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Olschewsky
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Referat
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Das zentrale Lernziel dieses Kurses ist die Erarbeitung theoretischen Wissens und gleichberechtigt die praktische Umsetzung (auf der Basis von Excel/VBA und der Programmiersprache Matlab/Octave, R und Python) der modernen Methoden und Modelle des Portfoliomanagements. Vereinfacht ausgedrückt geht es im Portfoliomanagement um die Frage, wie ein Individuum Kapital optimal (im Sinne von rational) am Kapitalmarkt anlegt (allokiert).</p> <p><i>The central aim of this course is to develop theoretical and practical knowledge (using Excel/VBA, Matlab/Octave, R and Python) of modern methods in portfolio and risk management. In simple terms, the question that portfolio management tries to answer is how an investor can invest his capital optimally (in the sense of rational).</i></p>
Inhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen</li> <li>- Aktives Portfoliomanagement</li> <li>- Passives Portfoliomanagement</li> <li>- Semiaktives Portfoliomanagement</li> <li>- Performanceanalyse</li>   <li>- <i>basics</i></li> <li>- <i>active portfolio management</i></li> <li>- <i>passive portfolio management</i></li> <li>- <i>semi-active portfolio management</i></li> <li>- <i>performance analysis</i></li> </ul>
Literatur <i>Literature</i>	<p>Elton, Edwin J.; Gruber, Martin J.; Brown, Stephen J.; Goetzmann, William N.: Modern Portfolio Theory and Investment Analysis: International Student Version, 9. Auflage, New York u.a., 2017, dort Kapitel 4-11.</p> <p>Poddig, Thorsten; Varmaz, Armin; Fieberg, Christian, Abdel-Karim, Benjamin: Einführung in Matlab für Sozial- und Wirtschaftswissenschaftler, bod, 2020.</p> <p>Poddig, Thorsten; Varmaz, Armin; Fieberg, Christian: "Computational Finance: Eine Matlab, Octave und Freemath basierte Einführung" Uhlenbruch, 2015.</p> <p>Poddig, Thorsten; Brinkmann, Ulf; Seiler, Katharina: "Portfoliomanagement: Konzepte und Strategien: Theorie und praxisorientierte Anwendungen mit Excel", Uhlenbruch, 2009.</p> <p>Poddig, Thorsten; Dichtl, Hubert; Petersmeier, Kerstin: "Statistik, Ökonometrie, Optimierung: Methoden und ihre praktischen Anwendungen in Finanzanalyse und Portfoliomanagement", Uhlenbruch, 2008.</p>

**PRAXIS Summer Camp: Praxis hautnah erleben – Kleinprojekte mit Unternehmen**  
**Experience first hand practice – small projects with companies**

Veranstalter <i>Lecturer</i>	Hartstock
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Referat
Informationen zur Teilnahme <i>Information about participation</i>	Anmeldung über Stud.IP, als „ <a href="#">PRAXIS Summer Camp: Praxis hautnah erleben - Kleinprojekte mit Unternehmen</a> “ Weitere Teilnahmevoraussetzungen werden über Stud.IP veröffentlicht. <i>Registration on Stud.IP, as <a href="#">“Experience first hand practice - small projects with companies”</a></i> <i>Further requirements for participation will be published if applicable</i>
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Lösungskompetenzen für unternehmerische Aufgabenstellungen/Projektaufgaben</li> <li>· Analyse- und Präsentationswissen</li> <li>· Anwendung Projektmanagement-Methoden</li> <li>· Erstellung von Produkt-, Markt- und Konkurrenzanalysen</li> <li>· Praktische Anwendung von betriebswirtschaftlichen Methoden</li> <li>· Verbesserung Kommunikationsfähigkeiten</li> <li>· Stärkung von Teamkompetenzen und interkulturellen Kompetenzen</li> <li>· Verbesserung englischer Sprachkenntnisse</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>· <i>Solution competencies for entrepreneurial tasks/project tasks</i></li> <li>· <i>Analysis and presentation skills</i></li> <li>· <i>Application of project management methods</i></li> <li>· <i>Preparation of product, market and competitor analyses</i></li> <li>· <i>Practical application of business management methods</i></li> <li>· <i>Improvement of communication skills</i></li> <li>· <i>Strengthening teamwork and intercultural skills</i></li> </ul> <i>Improvement of English language skills</i>
Inhalte <i>Content</i>	Intensive Projektarbeit in kleinen interdisziplinären und z.T. internationalen Teams in Zusammenarbeit mit und in den teilnehmenden Unternehmen – begleitendes Coaching durch Dozierenden-Team  1. Vorab (April – Juli): Team-Building unter Berücksichtigung der Interessen der Studierenden und der notwendigen Kompetenzen für die Projektaufgaben, Kennenlernen der Praxispartner und Onboarding für das zu bearbeitende Projekt 2. Begleitende Workshops (Juli/August): Teamkommunikation, Design Thinking, Projektmanagement 3. Gemeinsame Auftaktveranstaltung aller Teams und Unternehmen. Vorstellung der Intro-Präsentationen - alle lernen sich kennen (7. August 2023) 4. Drei Wochen (Vollzeit: ca. 30 Std./Woche) individuelle Projektarbeit in den Teams / dazwischen obligatorische und freiwillige Coaching-Termine mit dem Dozierenden-Team. Ziel: Einreichen der Abschlusspräsentation (abgestimmt mit dem Unternehmen) / vorab finale bzw. ausführliche Präsentation im Unternehmen 5. Abschlusspräsentationen vor den Unternehmen und interessiertem Publikum (25. August 2023). Danach geselliger Ausklang.  <i>Intensive project work in small interdisciplinary and partly international teams in cooperation with and in the participating companies - accompanying coaching by lecturer team.</i>  <i>1. preliminary (April – July): team-building taking into account the interests of the students and the necessary competences for the project tasks, getting to know the practice partners and onboarding for the project to be worked on.</i>

	<p>2. <i>accompanying workshops (July/August): Team communication, design thinking, project management</i></p> <p>3. <i>joint kick-off event of all teams and companies (7th of August 2023). Intro presentations - everyone gets to know each other!</i></p> <p>4. <i>three weeks (full-time: approx. 30 hrs./week) of individual project work in the teams / in between obligatory and voluntary coaching appointments with the lecturer team. Goal: Submission of the final presentation (coordinated with the company) / in advance final or detailed presentation in the company</i></p> <p>5. <i>final presentations in front of the companies and interested audience (25th of August 2023). Afterwards social gathering.</i></p>
--	--

**Projekt Betriebswirtschaftliche Steuerlehre**  
**Teaching Project Business Taxation**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Thomalla
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/> 12 CP <input checked="" type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Projektarbeit
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Die Studierenden setzen sich mit aktuellen und älteren Fachbeiträgen in einschlägigen Fachzeitschriften auseinander. Sie können ihre eigenen Ideen und Ansätze in Form formaler theoretischer Modelle oder empirischer Forschungsmethoden umsetzen. Sie sind in der Lage, ihre Ansätze zu präsentieren und kritisch zu reflektieren.</p> <p><i>The students will elaborate scientific papers. They learn how to structure their knowledge and to apply it. They will present and discuss their ideas.</i></p>
Inhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Möglichkeiten und Grenzen einzelwirtschaftlicher Steuerpolitik als Teil der allgemeinen Unternehmenspolitik</li> <li>• Möglichkeiten und Grenzen zielgerichteter Ausnutzung steuerlicher Aktionsparameter</li> <li>• Analyse steuerlicher Wahlrechte und Ermessensspielräume</li> <li>• Sachverhaltsgestaltungen: Optionen aus verschiedenen Steuerrechtsbereichen</li> </ul> <p>Im Projektmodul fertigen die Studierenden eigene Forschungsarbeiten im Bereich der betrieblichen Steuerpolitik (Steuerplanung) an. Die Studierenden greifen aktuelle, im Fach Betriebswirtschaftliche Steuerlehre diskutierte Fragestellungen auf und erstellen dazu eigenständige Forschungsarbeiten.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Identifying Business Taxation Policy as part of the General Business Policy</i></li> <li>• <i>Methods of Tax Planning</i></li> <li>• <i>Identification of Tax-Favored Activities</i></li> <li>• <i>Presentation of relevant areas for strategical options</i></li> </ul> <p><i>Critical discussion of concrete applications of Business Taxation</i></p>
Literatur <i>Literature</i>	<p>Schneeloch, Dieter: Besteuerung und betriebliche Steuerpolitik, Band 2: Betriebliche Steuerpolitik, 3. Aufl., München 2011.</p> <p>Schneider, Dieter: Steuerlast und Steuerwirkung – Einführung in die steuerliche Betriebswirtschaftslehre, München/Wien 2002.</p> <p>Schreiber, Ulrich: Besteuerung der Unternehmen, 3. Auflage, Berlin / Heidelberg / New York 2012.</p> <p>Schult, Eberhard: Betriebswirtschaftliche Steuerlehre, 4. Aufl., München/Wien 2002.</p>

**Projekt Finanzwirtschaft III – Machine Learning in der Finanzwirtschaft**  
**Teaching Project Finance III – Machine Learning in Finance**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Poddig
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/> 12 CP <input checked="" type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Referat
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Primär: Fähigkeit zum Einsatz von (ausgewählten) Verfahren des Machine Learning (ML) zur Lösung ökonomischer Anwendungsprobleme in der Finanzwirtschaft;          Sekundär: Einführung in den Umgang mit der wissenschaftlichen Software Matlab oder Python, praktische Fertigkeiten zu deren Einsatz und Anwendung im ML sowie ein grundlegendes Verständnis für Programmierung allgemein.</p> <p><i>Primary goal: Knowledge and capability to apply selected machine learning methods to problems in Finance and to solve practical problems in these areas.</i>  <i>Secondary goal: Introduction to Matlab and Python, understanding basic programming concepts and how to apply these tools to solve practical problems using machine learning algorithms.</i></p>
Inhalte <i>Content</i>	<p>Neben einer grundlegenden Einführung in Matlab und Python zum Einsatz im Machine Learning, werden allgemeine Grundlagen und Prinzipien des Machine Learning aufgearbeitet. Daneben werden als ausgewählte Methoden näher behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• K-nearest neighbor</li> <li>• Kernregression</li> <li>• Entscheidungsbäume (decision trees)</li> <li>• Support Vector Machines</li> <li>• Neuronale Netze</li> </ul> <p><i>Following a basic introduction to machine learning with Matlab and Python, we discuss fundamental approaches and principles in machine learning in general. Additionally, we take a closer look into selected machine learning methods and their application using Matlab and Python:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>K-nearest neighbor</i></li> <li>• <i>Kernel regression</i></li> <li>• <i>Decision trees</i></li> <li>• <i>Support Vector Machines</i></li> <li>• <i>Neural Networks</i></li> </ul>
Literatur <i>Literature</i>	<p>Poddig, Th.; Varmaz, A.; Fieberg, Ch., Abdel-Karim, B.M. (2020): „MATLAB für Sozial- und Wirtschaftswissenschaftler“, in Erscheinung          Poddig, Th.; Varmaz, A.; Fieberg, C.: Computational Finance: Eine Matlab, Octave und Freemat basierte Einführung (Deutsch), Taschenbuch – 13. August 2019          Khan, M.B.; Bashier, E.B.M. (2017): Machine Learning – Algorithms and Applications, CRC Press          Müller, A.,C; Guido, S. (2016): Introduction to Machine Learning with Python: A Guide for Data Scientists (English Edition)</p>

**Projekt Gründungs- und Mittelstandsmanagement – Current Issues in Entrepreneurship Research**

***Teaching Project in Current Issues in Entrepreneurship Research***

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Baron
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/> 12 CP <input checked="" type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Portfolio
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Nach der Teilnahme an diesem Projekt werden die Studierenden in der Lage sein, qualitative Forschung eigenständig durchzuführen. Während des Projekts erwerben die Studierenden fortgeschrittene akademische Kompetenzen, die auf den Fähigkeiten aufbauen, die die Studierenden im Pro- und Hauptseminar erworben haben. Dadurch werden sie befähigt, eine Literaturanalyse durchzuführen, eine relevante Forschungslücke zu identifizieren, Theorien und Konzepte zu verstehen und anzuwenden, kausale Annahmen zu entwickeln sowie qualitative Forschungsdaten zu erheben und auszuwerten. Die Teilnehmenden werden in die Lage versetzt, ihre Ergebnisse in einer wissenschaftlichen Präsentation sowie einer wissenschaftlichen Arbeit in Englisch darzustellen.</p> <p><i>After participating in this project, students will be able to conduct qualitative research independently.</i></p> <p><i>During the project, students will acquire advanced academic skills that build on the skills students acquired in the Pro- and Hauptseminar. This will enable students to conduct a literature review, identify a relevant research gap, understand and apply theories and concepts, develop causal assumptions, and collect and analyze qualitative research data. Participants will be able to present their findings in a scientific presentation as well as a scientific paper in English.</i></p>
Inhalte <i>Content</i>	<p>Die Teilnehmenden identifizieren zunächst auf Basis einer Literaturrecherche in einer Gruppe eigenständig eine Forschungslücke und Fragestellung zu einem gegebenen Forschungsthema. Die im Rahmen des Kurses erlernte qualitative Forschungsmethodik und entsprechende Datenanalysemethoden werden im nächsten Schritt angewandt. Die Studierendengruppen führen dazu Forschungsinterviews durch und werten diese mit Hilfe einer Analysesoftware aus. Unter Berücksichtigung der Kenntnisse zu relevanten Theorien und Konzepten, die im Hauptseminar entwickelt wurden, erarbeiten die Studierenden eine Ergebnisdarstellung in Form eines Frameworks. Die Ergebnisse werden mittels einer wissenschaftlichen Präsentation sowie einer wissenschaftlichen Hausarbeit in Englisch dargestellt.</p> <p><i>Participants first independently identify a research gap and question on a given research topic based on a literature review in a group. The qualitative research methodology and corresponding data analysis methods learned in the course are applied in the next step. For this purpose, the student groups conduct research interviews and evaluate them with the help of analysis software. Considering the knowledge of relevant theories and concepts developed in the main seminar, the students develop a presentation of results in the form of a framework. The results will be presented by means of a scientific presentation and a scientific term paper in English.</i></p>
Literatur <i>Literature</i>	<p>Charmaz, K. (2014). Constructing Grounded Theory. Sage Publication, 2nd Edition.          Willis J. W. (2007) Foundations of Qualitative Research: Interpretative and Critical Approaches. Sage Publication.          Gioia, D. A., Corley, K. G., &amp; Hamilton, A. L. (2013). Seeking qualitative rigor in inductive research: Notes on the Gioia methodology. Organizational research methods, 16(1), 15-31.</p>

**Projekt Innovationsökonomik**  
**Teaching Project Innovation Economics**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Paha
Sprache <i>Language</i>	Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/> 12 CP <input checked="" type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Portfolio
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>In the project module, students undertake a larger research project. This module is designed to deepen the knowledge acquired in previous coursework and apply it to a complex, policy-relevant research question. The course serves as a preparatory step toward writing a thesis, guiding students through the essential stages of academic inquiry.</p> <p>By the end of the course, students will be equipped to select and narrow down a research topic, formulate a clear and focused research question, and conduct a comprehensive literature review. They will learn to choose appropriate analytical methods and apply game-theoretic models to investigate their topic. Additionally, students will gain experience in sourcing and empirically analyzing relevant data.</p> <p>Beyond academic competencies, the course also fosters career-relevant and social skills. Students will practice independent work, coordination, and effective time management. They will engage in teamwork, navigate group dynamics, and refine their oral and written presentation techniques. Importantly, they will learn to manage complexity – an essential skill in both research and professional environments.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
Inhalte <i>Content</i>	<p>In the winter term 2025/26, the projects will focus on the transition to a hydrogen economy. The students shall analyze and forecast hydrogen demand in various sectors, such as maritime port logistics, road transport, and the construction industry.</p> <p>First, and as a starting point, the students shall collect data on current fuel demand in these sectors. Second, they will calculate demand if 100% of fossil fuels can be replaced by hydrogen. Third, the students shall demonstrate why it is difficult to replace fossil fuels by hydrogen. Here, one may think of technological challenges as well as forms of market failure. Fourth, based on these considerations, the students shall forecast hydrogen demand over a period of 5, 15, and 25 years.</p> <p>This analysis is rooted in microeconomic analysis, where demand for a product depends on the price of substitutes (fossil fuels), the price of complements (transportation vehicles), and economic activity in the transportation market. Equilibrium outcomes also depend on forms of market failure such as uncertainty (about technological developments), market power (emanating from concentrated hydrogen production), or externalities (in the form of network effects).</p>
Literatur <i>Literature</i>	Relevant literature will be announced in class.

**Projekt Marketing und Markenmanagement I**  
**Teaching Project Marketing and Brand Management I**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Burmann
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/> 12 CP <input checked="" type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Portfolio
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Die Studierenden lernen in diesem Modul, relevante Problemfelder des Markenmanagements zu erkennen und lösungsorientiert zu bearbeiten. Darüber hinaus können sie ihre erworbenen Forschungskompetenzen in interaktiven Gruppenprozessen einsetzen. Neben der Bearbeitung von praxisnahen Fallstudien zu ausgewählten Problemstellungen erfolgen Kooperationen mit ausgewählten Praxispartnern aus der Wirtschaft.</p> <p><i>In this module the students learn to identify critical issues regarding brand management and to handle those in a solution-based manner. Moreover, they can integrate their acquired competences in research into interactive group processes. Besides working on practically relevant case studies with selected problems, they will work in cooperations with selected partners from the industry.</i></p>
Inhalte <i>Content</i>	<p>Die Veranstaltung sieht ihren Schwerpunkt im Folgenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausgewählte Problemstellungen des Markenmanagements (Fallstudien oder Praxispartner)</li> <li>• Selbstständige Problemlösung in einer interaktiven Gruppenarbeit</li> <li>• die Vermittlung von Präsentationstechniken</li> </ul> <p><i>This lecture has the following focus:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Selected problems on brand management (case studies or partners from the industry)</li> <li>• Independent problem-solving in interactive group work</li> <li>• Acquiring relevant presentation techniques</li> </ul>
Literatur <i>Literature</i>	<p>Meffert, H./Burmann, C./Kirchgeorg, M. (2012): Marketing, 11. Aufl., Wiesbaden.          Burmann, C./Halaszovich, T./Hemmann, F. (2012): Identitätsbasierte Markenführung, Wiesbaden.          Kotler, P./Armstrong, G. M. (2014): Principles of marketing, 15. Aufl., Boston [et al.].          Keller, K. L. (2013): Strategic brand management: building, measuring, and managing brand equity, 4. Aufl. (Global Edition), Boston [et al.].</p>

**Projekt Marketing und Markenmanagement II – Challenges in Digital Marketing Management**  
**Teaching Project Marketing and Brand Management in Challenges in Digital Marketing Management**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Eisenbeiß
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/> 12 CP <input checked="" type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Projektarbeit
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Im Fokus der Veranstaltung liegt die praxisorientierte Lösung relevanter Problemstellungen des digitalen Marketingmanagements, die in Kooperation mit einem Praxispartner gestellt werden. Studierende arbeiten insbesondere an realen Herausforderungen, die der Praxispartner im Kontext seiner digitalen Marketingaktivitäten antrifft. Ziel ist die Erarbeitung angemessener Handlungsempfehlungen, die dem Praxispartner anschließend zur Begutachtung der Umsetzbarkeit übergeben werden können.</p> <p><i>The emphasis of this course is the practical solution of relevant issues within digital marketing management, which are identified in cooperation with a business partner. Students work on real marketing challenges the business partner is facing in the context of digital marketing. The goal is to draft appropriate guidance and recommendations, which in the end will be forwarded to our business partner and assessed regarding their feasibility.</i></p>
Inhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausgewählte Problemstellungen des digitalen Marketingmanagements (Inhalte variieren im Zeitablauf und sind abhängig vom aktuellen Praxispartner)</li> <li>• Selbstständige Anwendung theoretischer Konzepte zur Erarbeitung einer Problemlösung und Ableitung von Handlungsempfehlung(en) in interaktiver Gruppenarbeit</li> <li>• Neben der Ergebnispräsentation fertigen Studierende einen abschließenden Projektbericht an (beides in Gruppenarbeit)</li> <li>• <i>Selected challenges within digital marketing management (topics may vary and depend on our current business partners)</i></li> <li>• <i>Independent application of theoretical concepts for problem solving and development of recommendations through interactive group work</i></li> <li>• <i>Students are required to present their results as well as prepare a final project report (both in group work</i></li> </ul>

**Projekt Marketing und Markenmanagement III – Social-Media-Marketing**  
**Teaching Project Marketing and Brand Management Social-Media-Marketing**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Klein
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/> 12 CP <input checked="" type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Portfolio
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Studierende schlüpfen in die Rolle von Unternehmensberatern/-beraterinnen und unterstützen kleine Unternehmen aus Einzelhandel, Gastronomie und Tourismus in Bremen bei strategischen und operativen Fragestellungen im Social-Media-Marketing. Das Modul findet in Kooperation mit der Wirtschaftsförderung Bremen GmbH statt und ist eingebettet in die durch das Land Bremen geförderte Initiative „Digital-Lotse“ zur Digitalisierung des lokalen Einzelhandels.</p> <p>Neben den fachlichen Kompetenzen fördert die projekt- und praxisbezogene Ausrichtung des Moduls auch verschiedene Problemlösungskompetenzen und vermittelt Basisanforderungen an Unternehmensberater/-innen.</p> <p><i>Students slip into the shoes of business consultants and support small companies from retailing, catering and tourism from Bremen with strategic and operational issues in social media marketing.. The module happens in cooperation with the “Wirtschaftsförderung Bremen GmbH” and is embedded in the initiative “Digital-Lotse” on the digitalization of the local retailing sector, funded by the federal country of Bremen.</i></p> <p><i>Next to the technical skills and competencies that come with the specific topic, the project- and practice-based orientation of the module support several problem-solving competencies and teaches basic requirements for business consultants.</i></p>
Inhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Problemstellungen von kleinen Unternehmen aus Einzelhandel, Gastronomie und Tourismus im Social-Media-Marketing</li> <li>• Durchführung von gemeinsamen Meetings/Workshops mit dem Partnerunternehmen und dem Digital-Lotsen der Wirtschaftsförderung Bremen</li> <li>• Selbstständige Anwendung theoretischer Konzepte zur Erarbeitung einer Problemlösung und Ableitung von Handlungsempfehlungen im Projektteam (Gruppenarbeit)</li> <li>• Präsentation der Handlungsempfehlungen vor Partnerunternehmen und Abstimmung konkreter Maßnahmen zur Umsetzung</li> <li>• Umsetzung der abgestimmten Maßnahmen mit abschließender Bewertung</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Selected problems of small companies from retailing, catering and tourism in social media marketing</i></li> <li>• <i>Realization of joint meetings/workshops with the partnering company and the “Digital-Lotse” of the “Wirtschaftsförderung Bremen GmbH”</i></li> <li>• <i>Independent application of theoretical concepts to develop a problem solution and derive actionable recommendation in the project team (group work)</i></li> <li>• <i>Presentation of recommended actions to the partnering company and agreement on concrete implementation actions</i></li> <li>• <i>Implementation of agreed upon activities with final evaluation</i></li> </ul>

**Proseminar Aktuelle Fragen der Entrepreneurship-Forschung**  
**Proseminar Current Issues in Entrepreneurship Research**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Freiling
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Portfolio
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Die Studierenden werden befähigt, eine systematische Literaturanalyse zu Fragestellungen in gegenwärtig relevanten Forschungsthemen durchzuführen. Die Studierenden setzen sich dabei mit aktuellen und anerkannten Fachbeiträgen in einschlägigen Zeitschriften des Fachgebiets auseinander, können diese selbstständig recherchieren, systematisch analysieren und Ergebnisse wissenschaftlich präsentieren.</p> <p><i>Students will be enabled to conduct a systematic literature review on issues in currently relevant research topics. Students will deal with articles in relevant international journals in the field, be able to research and systematically analyze them and present the results scientifically.</i></p>
Inhalte <i>Content</i>	<p>Studierende erarbeiten in Gruppen eine systematische Literaturanalyse zu einer definierten Fragestellung in einem ausgewählten aktuellen Forschungsthema. Im Rahmen einer schriftlichen Ausarbeitung sowie in mündlichen Gruppenpräsentationen und -diskussionen stellen sich die Studierenden insbesondere folgenden Aufgaben:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identifizierung relevanter Literatur in einem gegebenen Forschungsthema</li> <li>- Identifizierung der wissenschaftlichen sowie praktischen Relevanz der untersuchten Themenstellung</li> <li>- Durchführung einer systematischen Literaturanalyse</li> <li>- Aufbereitung, Präsentation und Diskussion der Forschungsergebnisse</li> <li>- Kritische Reflektion der Ergebnisse</li> </ul> <p><i>Students work in groups on a systematic literature review on a defined question in a selected current research topic. Within the framework of a written elaboration as well as in oral group presentations and discussions, students will particularly address the following tasks:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Identification of relevant literature in a given research topic</i></li> <li>- <i>Identification of the scientific as well as practical relevance of the investigated topic</i></li> <li>- <i>Implementation of a systematic literature review</i></li> <li>- <i>Preparation, presentation and discussion of the research results</i></li> <li>- <i>Critical reflection of the results</i></li> </ul>

**Proseminar Betriebswirtschaftliche Steuerlehre**  
**Proseminar Business Taxation**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Marx
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Referat
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Die Studierenden beherrschen die Regeln der steuerlichen Bilanzierung, Erfolgsermittlung und Bewertung und können diese auf konkrete Fälle anwenden. Sie kennen die praktischen Grenzen und theoretischen Defizite der eingesetzten Verfahren. Sie können diese Kenntnisse im Rahmen wissenschaftlicher Untersuchungen bestimmter Problemfelder anwenden. Gängige Fragestellungen der Gewinnermittlung sind ihnen vertraut. Sie besitzen alle notwendigen theoretischen und methodischen Kenntnisse, um selbstständig eigene Untersuchungen durchführen zu können.</p> <p><i>This course introduces the students to the fundamental principles of Tax Accounting. By means of case studies, the students learn how to identify taxation problems and how to resolve them. They will present, discuss and defend their ideas.</i></p>
Inhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fallorientiertes Arbeiten</li> <li>• Vertiefte Vermittlung von Kenntnissen zur steuerlichen Bilanzierung und Erfolgsermittlung</li> <li>• Gewinnkonzeptionen der Steuerbilanz</li> <li>• Vergleichende Analyse verschiedener Gewinnermittlungsmethoden</li> <li>• Kritische Analyse von Ansatz- und Bewertungsregeln</li> <li>• Methoden steuerlicher Außenprüfung</li> <li>• Grundlagen der Steuerbilanzpolitik</li>   <li>• <i>Determination of taxable income</i></li> <li>• <i>Basic principles of the tax balance, valuation of assets and liabilities</i></li> <li>• <i>Corrections of the net result</i></li> <li>• <i>Valuation of assets for the purpose of inheritance and gift tax case studies</i></li> </ul>
Literatur <i>Literature</i>	<p>Breithecker, Volker / Schmiel, Ute: Steuerbilanz und Vermögensaufstellung, Bielefeld 2003.</p> <p>Harms, J. / Marx, F. J.: Bilanzrecht in Fällen, 11. Aufl., Herne/Berlin 2012.</p>

**Proseminar Forschungsmethoden im Internationalen Management**  
**Proseminar Research Methods in International Business**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Bican
Sprache <i>Language</i>	Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p><i>At the end of the semester, students who have successfully participated in this course should be able to:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>demonstrate an understanding of the principles underlying the design, process and analysis of business research;</i></li> <li>• <i>identify appropriate research methods for particular research questions and settings;</i></li> <li>• <i>show an awareness and sensitivity to the ethical issues of research;</i></li> <li>• <i>interpret the meaning of the most important statistical indicators featured in quantitative analysis;</i></li> <li>• <i>describe the basic steps, strengths and weaknesses of different qualitative methods.</i></li> </ul>
Inhalte <i>Content</i>	<p><i>This seminar aims to introduce students to the quantitative as well as qualitative research methods used most frequently by business scholars. Basic knowledge of these methodological approaches is critical to the comprehension of empirical research publications and to the design of your own research projects. The classes consist of lectures and interactive tutorial sessions with group exercises and discussion</i></p>

### Public Policy for Social Dilemmas

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Maximilian Andres
Sprache <i>Language</i>	Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	Understanding the incentive structure in social dilemmas and how to intervene into one in order to foster (climate change) or to prevent (oligopolies) cooperation between agents.
Inhalte <i>Content</i>	This course examines how to intervene into social dilemmas—situations where individual optimal behavior conflicts with social welfare. Using the Prisoner's Dilemma and the infinitely repeated version as workhorse models, students will explore the conditions under which cooperation can emerge and be sustained. The course then applies these insights to real-world issues such as oligopolistic competition, climate change, and biodiversity loss. Emphasis is placed on evaluating institutional, policy, and behavioral interventions that promote cooperation, including leniency programs, regulations, and international agreements. Students will develop skills in formal game-theoretic modeling and critically assess the effectiveness of different strategies to intervene into social dilemmas.
Literatur <i>Literature</i>	"Theory of Games and Economic Behavior" by <u>Oskar Morgenstern</u> and <u>John von Neumann</u> "On the determinants of cooperation in infinitely repeated games: A survey. " by Pedro Dal Bó and Guillaume R. Fréchette Harstad, Bård. "On international cooperation." By Bård Harstad

**Quantitative Methoden in der Finanzwirtschaft**  
**Quantitative Methods in Finance**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Liedtke
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Portfolio
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Nach dem Abschluss dieses Kurses sollen die Teilnehmer_innen folgende Kompetenzen erworben haben:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einfluss der Einführung von Marktunvollkommenheiten auf die Bestimmung des Barwertes verstehen sowie in die Berechnung einbeziehen</li> <li>• Verstehen, wie sich Risiko und Kapitalkosten auf die Investitionsbewertung auswirken, und erklären, wie solche Faktoren den Wert eines Kapitalprojekts beeinflussen.</li> <li>• Die Kapitalkosten eines Unternehmens abschätzen und verstehen, wie diese Kosten durch Besteuerung, fremdkapital-Hebel und andere Faktoren beeinflusst werden.</li> <li>• Schwierigkeiten der Unternehmensbewertung mit der Barwertmethode verstehen und anwenden.</li> <li>• Nutzung verschiedener Kapitalmarktdatenbanken</li> <li>• Organisation und Durchführung von empirischen Untersuchungen zu Fragestellung aus der empirischen Unternehmensfinanzierung</li> <li>• Erstellung einer schriftlich abgefassten wissenschaftlichen Arbeit sowie Bearbeitung von anwendungsbezogenen Fallstudien</li> </ul> <p><i>Upon completion of this course, participants should have acquired the following competencies:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Understand the influence of the introduction of market imperfections on the determination of present value, as well as include them in the calculation.</i></li> <li>• <i>Understand how risk and cost of capital affect investment valuation and explain how such factors affect the value of a capital project.</i></li> <li>• <i>Estimate the cost of capital for a business and understand how that cost is affected by taxation, leverage, and other factors.</i></li> <li>• <i>Understand and apply difficulties of business valuation using the cash waiting method.</i></li> <li>• <i>Use various capital market databases.</i></li> <li>• <i>Organize and conduct empirical research on issues in empirical corporate finance.</i></li> <li>• <i>Preparation of a written scientific paper as well as processing of application-related case studies</i></li> </ul>
Inhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marktunvollkommenheiten und Barwert</li> <li>• Perfekte und effiziente Märkte, klassische und verhaltens-orientierte Finanzwirtschaft</li> <li>• Praktische Anwendungen und Fallstricke der Barwertmethode</li> <li>• Vom Jahresabschluss zum wirtschaftlichen Cashflow</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Market imperfections and present value</i></li> <li>• <i>Perfect and efficient markets, classical and behavioral finance</i></li> <li>• <i>Practical applications and pitfalls of the present value method</i></li> <li>• <i>From financial statements to economic cash flow</i></li> </ul>
Literatur <i>Literature</i>	<p>Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters zur Verfügung gestellt.</p> <p><i>Current literature lists will be provided to students at the beginning of the semester.</i></p>

### Selected Issues in International Management

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Bican
Sprache <i>Language</i>	Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p><i>The course aims to:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>develop a deeper understanding of a number of critical theoretical and empirical issues in international management;</i></li> <li>• <i>develop the ability to apply theoretical concepts to real world cases to identify solutions;</i></li> <li>• <i>develop the ability to critically assess the usefulness of competing or complementary theories;</i></li> <li>• <i>further develop teamwork skills through a system of individual or group presentations.</i></li> </ul>
Inhalte <i>Content</i>	<p><i>This seminar examines topics in international management by discussing advanced contributions to theory. The seminar makes extensive use of articles on specialist topics from the business and management literature. These readings either challenge the received wisdoms, or introduce new topics of strategic relevance not considered in the textbooks. The course uses student presentations and group discussion in order to develop the ability to critically discuss these theories and their applications. The specific topics covered by the seminar change over time, and they are linked to the research carried out within the Chair of International Management and Governance.</i></p>
Literatur <i>Literature</i>	<i>Selected journal literature in international business</i>

## Sustainability Accounting and Assurance

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Shygun
Sprache <i>Language</i>	Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>The project module on Sustainability Accounting and Assurance is designed to study the regulatory framework and practical approaches to the preparation of Sustainability Reporting by enterprises and conducting its assurance.</p> <p>While studying the project, students acquire knowledge and skills, in particular:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Develop and implement a sustainability accounting system, integrating environmental, social and governance indicators into financial and non-financial reporting;</li> <li>• Use tools to collect, process and validate sustainability data;</li> <li>• Know and apply sustainability reporting standards (ESRS);</li> <li>• Prepare sustainability reports in accordance with standards and regulations (ESRS);</li> <li>• Evaluate the compliance of sustainability reports with standards (ESRS) and legal requirements;</li> <li>• Know the methods of assurance of sustainability reports to verify environmental, social and governance indicators;</li> <li>• Understand key tools for automating accounting and assurance of sustainability reports and ensuring data reliability;</li> <li>• Recognise and solve problems arising in the accounting and assurance of sustainability reporting in real-life cases.</li> <li>• Know the trends in sustainability reporting and assurance practices in the context of global changes;</li> <li>• Ability to work in a team;</li> <li>• Ability to establish relationships with other divisions of the enterprise for the purposes of data collection for the preparation of the Sustainability Report;</li> <li>• Ability to communicate on the principles of ethical behavior</li> </ul>
Inhalte <i>Content</i>	<p>The contents of the course depend on the specific topics. Possible topics might be:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Introduction to sustainability accounting and its regulatory framework</li> <li>2. Development of a sustainability accounting system</li> <li>3. Disclosure of information according to sustainability standards</li> <li>4. Assurance of sustainability reports</li> <li>5. Sustainability assurance tools and methods</li> <li>6. Ensuring the reliability of sustainability reports in the internal control system.</li> <li>7. Prospects for the development of sustainability reporting and its assurance</li> <li>8. Case study: Practical examples of sustainability reporting and its assurance</li> </ol>
Literatur <i>Literature</i>	<p>REQUIRED LITERATURE:</p> <p>Books:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kwiatkowski, J. H. (2022). Corporate Sustainability: Integrating Performance and Reporting. Wiley. Pages: 350</li> <li>- Dey, S. (2021). Sustainability Reporting: The Global Landscape. Springer. Pages: 318</li> <li>- Simons, P., &amp; Owen, D. (2021). Sustainability Accounting and Accountability in Practice. Routledge. Pages: 370</li> <li>- Bebbington, J., Unerman, J., &amp; O'Dwyer, B. (2019). Sustainability Accounting and Accountability (3rd ed.). Routledge. Pages: 440</li> </ul> <p>Standards:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>European Sustainability Reporting Standards (ESRS). (2023). European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG)</li> <li>- Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD). (2023). European Union</li> </ul>

- ISAE 5000: Assurance Engagements on Sustainability Information. (2024). International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB). International Federation of Accountants (IFAC).  
EU Taxonomy for Sustainable Activities. (2023). European Commission.

**SUGGESTED ADDITIONAL READING:**

Articles and Research Papers:

- Maria M. Garcia, John M. Peters, Emma L. Smith (2022). The Impact of the EU Taxonomy on Sustainability Reporting and Auditing Practices. *European Accounting Review*, 31(3), 443-465. DOI: 10.1080/09638180.2021.1883563
- Danielle A. Green, Ross J. Brown, Simon M. Smith (2022). Auditing Sustainability Disclosures: Challenges and Best Practices. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 13(2), 267-289. DOI: 10.1108/SAMPJ-03-2021-0490
- David Owen, Janet Kwiatkowski, Peter Simons (2021). Sustainability and Assurance: Developing New Standards for the 21st Century. *Journal of Business Ethics*, 169(4), 525-541. DOI: 10.1007/s10551-020-04491-1
- Jeffrey Unerman, Christine S. Montgomery, Hella A. Chapman (2021). Sustainability Reporting and Corporate Governance: A Global Perspective. *Journal of Accounting & Public Policy*, 40(5), 108-124. DOI: 10.1016/j.jaccpubpol.2021.108324
- Michael J. Hopkins, Lynn A. Whiting, Karen S. Lee (2021). Corporate Sustainability Reporting and Assurance: A Review of Global Practices. *Business Strategy and the Environment*, 30(7), 2428-2445. DOI: 10.1002/bse.2876

### Sustainability and the Economy of the Future

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Bleischwitz
Sprache <i>Language</i>	Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	
Inhalte <i>Content</i>	
Literatur <i>Literature</i>	

**Systemische Beratung**  
**Systemic Consulting**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Müller-Christ
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Die Studierenden erwerben die Kompetenz, eine Organisation aus systemischer Perspektive zu beraten, können die Interventionsmethoden unterscheiden und gewinnen eine systemische Haltung.</p> <p><i>The students deal with the diverse approaches of systemic advice and systemic coaching, get to know the different intervention techniques and receive a form of systemic training.</i></p>
Inhalte <i>Content</i>	<p>Die Studierenden setzen sich mit den vielfältigen Ansätzen systemischer Beratung und systemischen Coachings auseinander, lernen die verschiedenen Interventionstechniken kennen und durchlaufen eine Art systemischer Schulung.</p> <p><i>The students acquire the competence to advise an organization from a systemic perspective, can differentiate between the intervention methods and gain a systemic attitude.</i></p>

**Technologiemanagement**  
**Technology Management**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Möhrle
Sprache <i>Language</i>	Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Klausur 90 Minuten
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kenntnis der grundlegenden Ansätze, Prozesse und Aufgaben des Technologiemanagements</li> <li>- Anwendung verschiedener Instrumente, u. a. S-Kurven-Analyse, Prognosetechniken, Bewertungs- und Positionierungsverfahren, stochastische Netzplantechnik</li> <li>- <i>Knowing the basic approaches to technology management as well as its major processes and tasks</i></li> <li>- <i>Application of different methods, including S-curve-analysis, forecasting techniques, evaluation and selection techniques, and protection mechanisms</i></li> </ul>
Inhalte <i>Content</i>	<p>Im Technologiemanagement geht es um verschiedene Facetten des Erwerbs, der Erstellung, des Schutzes, der Verwertung und der Bewertung von Technologien im Unternehmen. Das Ziel besteht darin, die technologische Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens sicherzustellen und damit die Grundlage für ein leistungsfähiges Innovationsmanagement zu bilden. Dazu ist insbesondere die Frage zu beantworten, ob die derzeit beherrschten und entwickelten Technologien auch für die Zukunft tragfähig sind.</p> <p><i>Technology management comprises several aspects of sourcing, generating, protecting, commercializing, and evaluating technologies in a company. Its primary goal is to secure a company's technological competitiveness while supporting a highly performant innovation management. For this purpose, technology management has to address the question whether and how a company's technologies will be applicable in the future.</i></p>
Literatur <i>Literature</i>	<p>Burgelman, Robert A.; Christensen, Clayton M.; Wheelwright, Steven C.; Maidique, Modesto A. (2008): Strategic Management of Technology and Innovation, 4th edition. New York: McGraw Hill.</p> <p>Specht, Günter; Beckmann, Christoph; Amelingmeyer, Jenny (2002): FuE-Management, 2. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.</p> <p>Möhrle, Martin G.; Isenmann, Ralf (2008) (Hrsg.): Technologie-Roadmapping. Zukunftsstrategien für Technologie-Unternehmen, 3., überarbeitete und wesentlich ergänzte Auflage. Berlin et al.: Springer</p>

**Theoretische Grundlagen der Innovationsökonomik**  
***Innovation Economics: Theory***

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Cordes
Sprache <i>Language</i>	Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Klausur 60 Minuten
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<i>Students will get familiar with the basic concepts in the field of innovation economics. These also include formal models stemming from heterodox approaches, such as evolutionary economics. Moreover, they will learn to apply these concepts and models to explain empirically observed phenomena of innovative activity. Some behavioral aspects will be added to the discussion to gain a better understanding of the role of human cognition in innovation-driven economic evolution.</i>
Inhalte <i>Content</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Introduction: The Role of Innovation in Economic Development</i></li> <li>2. <i>Innovation-Driven Long-Term Developments in Human Labor</i></li> <li>3. <i>A Microeconomic Perspective: The Optimal Level of Innovation</i></li> <li>4. <i>A Macroeconomic Perspective: Economic Growth and Technological Progress</i></li> <li>5. <i>The Absorptive Capacity of Firm Organizations</i></li> <li>6. <i>Cognitive Regimes, a Random Walk, and Path-Dependence</i></li> <li>7. <i>Replicator Dynamics and the Diffusion of Innovation</i></li> <li>8. <i>Competing Technologies and Critical Mass Phenomena in Technological Change</i></li> <li>9. <i>Long-Term Tendencies in Technological Creativity – A Preference-Based Approach</i></li> </ol> <p><i>Economic Policy Making and Innovative Activity</i></p>
Literatur <i>Literature</i>	<p>Rosenberg, Nathan (1969): "The Direction of Technological Change: Inducement Mechanisms and Focusing Devices", <i>Economic Development and Cultural Change</i> 18(1), 1-24.</p> <p>Nelson, Richard R. (1990): "Capitalism as an Engine of Progress", <i>Research Policy</i> 19, 193-214.</p> <p>Metcalfe, Stanley J. (2002): "Knowledge of Growth and the Growth of Knowledge", <i>Journal of Evolutionary Economics</i> 12, 3-15.</p>

**Theoretische und strategische Grundlagen des innovativen Marketings und  
Markenmanagements I + II**

***Theoretical and Strategic Foundations of Innovative Marketing and Brand Management I + II***

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Burmann
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Portfolio + Klausur 60 Minuten
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Die Veranstaltung soll den Teilnehmern das Know-how für eine theoretisch fundierte Situationsanalyse im Marketing und Markenmanagement vermitteln. Darüber hinaus sollen die Teilnehmer mit den wichtigsten strategischen Planungsinstrumenten vertraut gemacht werden.</p> <p><i>The courses shall give the attendants the know-how for theoretically based situation analysis in marketing and brand management. The attendants will also be acquainted with the most important strategic planning instruments in the field of innovative marketing and brand management.</i></p>
Inhalte <i>Content</i>	<p>Im Rahmen der Veranstaltung werden zunächst die theoretischen Grundlagen vermittelt. Dabei wird vor allem auf den Market-based-View und den Competence-based-View des strategischen Managements eingegangen. Beide Theorieansätze werden im zweiten Schritt auf das Marketing und im dritten Schritt auf das Markenmanagement übertragen. Darüber hinaus werden Prozessmodelle und Planungsinstrumente diskutiert.</p> <p><i>The theoretical basics will be imparted. The focus will especially be on the market-based view and the competence-based-view of strategic management. Both approaches will be translated into marketing and brand management. Furthermore, process models and planning instruments will be discussed.</i></p>
Literatur <i>Literature</i>	<p>Meffert, H./Burmann, C./Kirchgeorg, M. (2012): Marketing, 11. Aufl., Wiesbaden.          Burmann, C./Halaszovich, T./Hemmann, F. (2012): Identitätsbasierte Markenführung, Wiesbaden.          Kotler, P./Armstrong, G. M. (2014): Principles of marketing, 15. Aufl., Boston [et al.].          Keller, K. L. (2013): Strategic brand management: building, measuring, and managing brand equity, 4. Aufl. (Global Edition), Boston [et al.].</p>

**Wissenschaftliches Arbeiten mit MATLAB/R/Python und wirtschaftswissenschaftlichen  
Fachdatenbanken**  
*Scientific work with MATLAB/R/Python and economic databases*

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Liedtke
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Nach dem Abschluss dieses Kurses sollen die Teilnehmerinnen folgende Kompetenzen erworben haben:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nutzung der Statistiksoftware Matlab/Octave, Python und R in der Analyse empirischer Daten</li> <li>• Beherrschung grundlegender Elemente von Programmiersprachen, insb. Schleifen und bedingte Anweisungen und Verzweigungen</li> <li>• Arbeiten mit wirtschaftswissenschaftlichen Fachdatenbanken wie Datastream/Eikon, Orbis und Compustat/S&amp;P Capital IQ.</li> <li>• Beurteilung der Qualität und Zuverlässigkeit unterschiedlicher Daten(-quellen)</li> </ul> <p><i>After completing this course, the participants should have acquired the following skills:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Use of the statistical software Matlab / Octave, Python and R in the analysis of empirical data</i></li> <li>• <i>Knowledge on basic elements of programming languages, especially loops and conditional instructions and branches</i></li> <li>• <i>Working with economic databases such as Datastream / Eikon, Orbis and Compustat / S &amp; P Capital IQ.</i></li> <li>• <i>Assessing the quality and reliability of different data (sources)</i></li> </ul>
Inhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in das Matlab/Octave-, Python- und R-System und Nutzung von Command Window</li> <li>• Nutzung von Matlab/Octave-, Python- und R-Funktionen</li> <li>• Erstellung eigener Funktionen und Skripte</li> <li>• Lineare Algebra in Matlab/Octave, Python und R</li> <li>• Datenstrukturen und Datentypen in Matlab/Octave, Python und R</li> <li>• Erstellung von Grafiken mit Matlab/Octave, Python und R</li> <li>• Kontrollstrukturen (Schleifen und bedingte Anweisungen)</li> <li>• Datenimport und -export in Matlab/Octave, Python und R</li> <li>• Optimierung in Matlab/Octave, Python und R</li> <li>• Regression in Matlab/Octave, Python und R</li> <li>• Organisation und Durchführung eigener Fallstudien</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Introduction to the Matlab / Octave, Python and R systems and use of the Command Window</i></li> <li>• <i>Use of Matlab / Octave, Python and R functions</i></li> <li>• <i>Writing user-defined functions and scripts</i></li> <li>• <i>Linear algebra in Matlab / Octave, Python and R</i></li> <li>• <i>Data structures and data types in Matlab / Octave, Python and R</i></li> <li>• <i>Creation of graphics with Matlab / Octave, Python and R</i></li> <li>• <i>Control structures (loops and conditional statements)</i></li> <li>• <i>Data import and export in Matlab / Octave, Python and R</i></li> <li>• <i>Optimization in Matlab / Octave, Python and R</i></li> <li>• <i>Regression in Matlab / Octave, Python and R</i></li> </ul> <p><i>Organization and implementation of case studies</i></p>
Literatur <i>Literature</i>	Die Veranstaltung wird gemeinsam mit der Fakultät 1 der Hochschule Bremen im Blended-Learning-Format angeboten. Für die technische Abwicklung sollten Sie sich

	<p>kostenfrei als Nebenhörer*in an der Hochschule Bremen anmelden, um Zugriff auf das dortige Lernmanagementsystem zu erhalten. Den Antrag erhalten Sie unter <a href="https://www.hs-bremen.de/mam/hsb/dezernat/d3/hsb_antrag_auf_nebenhoererschaft.pdf">https://www.hs-bremen.de/mam/hsb/dezernat/d3/hsb_antrag_auf_nebenhoererschaft.pdf</a></p> <p>Poddig, Thorsten; Varmaz, Armin; Fieberg, Christian, Abdel-Karim, Benjamin: Einführung in Matlab für Sozial- und Wirtschaftswissenschaftler, bod, 2020. Poddig, Thorsten; Varmaz, Armin; Fieberg, Christian: "Computational Finance: Eine Matlab, Octave und Freemat basierte Einführung" Uhlenbruch, 2015</p>
--	---

