

**Modulhandbuch MBA**  
**Fernstudiengang**  
**Internationale**  
**Betriebswirtschaftslehre –**  
**International Business**  
**Management**

---

  

---

# Modulbeschreibungen

---

Modul 1: Wissenschaftliches Arbeiten

Modul 2: Marketing

Modul 3: Logistik

Modul 4: Soziale Kompetenz

Modul 5: Unternehmensführung

Modul 6: Internationale

Unternehmensführung

Modul 7: Personalmanagement

Modul 8: Wahlpflichtmodul

Modul 9: Masterarbeit/Kolloquium

Die Studierenden haben bei jedem Modul die Möglichkeit, sich mit dem Dozenten sowie untereinander in der E-Learning-Plattform Blackboard auszutauschen. Hier erhalten Sie auch Hinweise zu weitergehenden Literaturempfehlungen und die Bereitstellung von aktuellen Fachaufsätzen. Des Weiteren erhalten die Studierenden zu Studienbeginn als Vorbereitung auf das Studium die Lehrbriefe Internationale BWL Teil I und Teil II.

# Modulbeschreibung



**Modulbezeichnung:**

**Fachbereich:** II

Pflichtmodul

**Wissenschaftliches Arbeiten**

**Studiengang:** MBA Fernstudiengang Betriebswirtschaftslehre

Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
1	60 h	2	1. Sem.	Jährlich, Beginn immer zum Wintersemester	1 Semester
1	<b>Lehrveranstaltungen</b>	<b>Kontaktzeit</b>		<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>
	a) Seminar	15 h		45 h	ca. 20 Studierende
	b) Übungen und Fallbeispiele				
	c) Kleinprojekte in Gruppen				

## 2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden ...

- die Aufgaben der Wissenschaft definieren und beurteilen.
- das Verhalten von Menschen und deren Entscheidungen in Organisationen und auf Märkten beurteilen und vergleichen.
- Ursache-Wirkungsmodelle konstruieren und Hypothesen aufstellen.
- die Grenzen der Wertfreiheit der Wissenschaft auszuloten.
- aktuelle Forschungsthemen aufstellen.
- wissenschaftliche Texte auszuwerten und zu vergleichen.
- den Diskussionsstand eines Forschungsgebietes zusammenzustellen.
- mit den wissenschaftlichen Auffassungen Dritter differenziert umzugehen.

## 3 Inhalte

### Wissenschaftslehre

- Aufgaben der Wissenschaft
- Betriebswirtschaftslehre als Sozialwissenschaft
  - Hypothesengenerierung als Ausgangspunkt jeder Forschung
  - Erklärung und Prognose als Aufgabe einer Wissenschaft
- Grundlagenforschung und angewandte Wissenschaft
- Erkenntnis und Praxis
  - Wertfreiheit der Wissenschaft
- Alternative erkenntnistheoretische Standpunkte
  - Radikaler Realismus
  - Fallibilismus

- Kritischer Rationalismus
- Positivismus
- Die Kritische Schule
- Hermeneutik
- Konstruktivismus
- Die Konsequenz: Kritischer Rationalismus
  - Der Kampf um die bessere Theorie
  - Kritisch-Rationales Management
  - Kritischer Rationalismus als Lebensphilosophie

#### **Forschungsmethodik**

- Methoden der Datenbeschaffung in der empirischen Datenforschung
- Kritischer Umgang mit den Ergebnissen
- Transfermöglichkeit der Erkenntnis in praktisches Handeln
- Ethik der Forschung

#### **4 Lehrformen**

Fernunterricht mit Präsenzphasen, die der Verständniserklärung und der Vertiefung dienen und eine praxisorientierte und interaktive Ausrichtung haben.

Die Präsenzveranstaltungen haben in diesen Fächern einen sehr stark ausgeprägt seminaristischen Charakter. Diskussionen stehen im Mittelpunkt. Die Studierenden werden daher eindringlich darauf hingewiesen, sich vor der Veranstaltung die Lehrbriefe zu erarbeiten. Sie erhalten auch Hinweise zu weitergehenden Literaturempfehlungen.

#### **5 Teilnahmevoraussetzungen/-empfehlungen**

Keine

#### **6 Prüfungsformen**

Studienleistung in Form einer bewerteten Diskussionsrunde oder eines schriftlichen Exkurses über ein wissenschaftliches Thema

#### **7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten**

Erfolgreiches Bestehen der Studienleistung

#### **8 Stellenwert der Note für die Endnote**

#### **9 Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende**

Prof. Dr. Fritz Unger

Lehrende: Prof. Dr. Fritz Unger; Dr. Alexander Unger

#### **10 Sonstige Informationen**

##### **Lehrbriefe:**

Prof. Dr. Fritz Unger, Dr. Alexander Unger: Wissenschaftslehre

Prof. Dr. Fritz Unger, Dr. Alexander Unger: Methoden empirischer Forschung

##### **Weitere Literaturempfehlungen:**

Bailey, S.: Academic Writing. 4th Edition. New York. 2015

Giltrow, J.; Gooding, R.; Burgoyne, D.; Sawatsky, M.: Academic Writing. Plymouth. 2009

Skern, T. Writing Scientific English. Wien. 2011

# Modulbeschreibung



Hochschule  
für Wirtschaft und Gesellschaft  
Ludwigshafen

<b>Modulbezeichnung:</b>  Pflichtmodul <b>Marketing</b>	<b>Fachbereich:</b> II
	<b>Studiengang:</b> MBA Fernstudiengang Betriebswirtschaftslehre

Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
<b>2</b>	<b>360 h</b>	<b>12</b>	1. Sem.	Jährlich, Beginn immer zum Wintersemester	1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b>	<b>Kontaktzeit</b>		<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>
	a) Seminar	30 h		330 h	ca. 20 Studierende
	b) Übungen und Fallbeispiele				
	c) Kleinprojekte in Gruppen				

**2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen**

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden ...

- die Eignung der jeweiligen Marketinginstrumente für verschiedene Bereiche der Managementpraxis beurteilen.
- wissenschaftlich anspruchsvolle Marktforschung durchzuführen und die jeweiligen Resultate analysieren und interpretieren.
- Marktforschungsmethoden, Marketingstrategien und –instrumente auf internationale Märkte zu übertragen.

**3 Inhalte**

Grundlagen des Marketings (Wiederholung in Form von Lehrbriefen)

- **Marketing als marktorientierte Unternehmensführung**
  - Integrierte Kommunikation
  - Innovationsmanagement
  - Conjoint-Analyse zur Produkt- und Preispolitik
  - Neue Entwicklungen im Key-Account-Management
  - Methoden der Marktforschung
  - Vertiefung Strategie: Porter, Hinterhuber und Gälweiler
  - Dienstleistungsmarketing
  - Produktivgüter-Marketing (Besonderheiten)
  - Konsumgüter-Marketing (Besonderheiten)
  - Social Marketing
  - Non Profit Marketing
  - Entwicklung eines Marketing-Planes

- Methoden der Marketing-Forschung
- **Internationales Marketing**
  - International Marketing Defined
  - The EPRG Scheme
  - The International Marketing Management Process
  - Self Reference Criterion
  - The Components and Impact of the Culture Shock
  - Stereotypes and Underlying Patterns
  - Global Awareness
  - The Key Characteristics of a Global Manager
  - Cross-Cultural Training International Market Behaviour
  - Basics of International Market Research
  - Product Decisions in International Marketing
  - International Communication
  - International Distribution Management
  - Pricing Decisions in International Management
  - Generic International Strategies
  - Globalization vs. Localization Matrix
  - International Product-Market Decisions
  - International Product-Market Portfolio
  - Product-Market/Business System Strategy
  - International Market Entry Decisions
  - The Nature of Exporting
  - The Key Components of an International Franchise System
  - The Characteristics of a Joint Venture
  - International Timing Strategies
  - Generic Market Coverage Strategies
  - Location Strategies
  - International Branding Strategies

#### 4 **Lehrformen**

Fernunterricht mit Präsenzphasen, die der Verständniserklärung und der Vertiefung dienen und eine praxisorientierte und interaktive Ausrichtung haben.

Die Präsenzveranstaltungen haben einen seminaristischen Charakter und werden durch Übungen und Fallbeispielen aus der Praxis, teilweise in Kleingruppen, ergänzt.

Die Studierenden haben die Möglichkeit, sich mit dem Dozenten sowie untereinander in der E-Learning-Plattform OLAT auszutauschen. Hier erhalten Sie auch Hinweise zu weitergehenden Literaturempfehlungen und die Bereitstellung von aktuellen Fachaufsätzen.

#### 5 **Teilnahmevoraussetzungen/-empfehlungen**

Grundlagen Marketing und Wirtschaftsengeisch

#### 6 **Prüfungsformen**

Marketing als marktorientierte Unternehmensführung: Klausur (Dauer 120 Minuten)

Internationales Marketing: Projektarbeit

#### 7 **Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten**

Erfolgreiches Bestehen der Modulprüfung und der erfolgreichen Seminararbeit mit Präsentation

#### 8 **Stellenwert der Note für die Endnote**

12/90 (13,3%)

#### 9 **Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende**

Prof. Dr. Fritz Unger

Lehrende: Prof. Dr. Rainer Busch und Prof. Dr. Fritz Unger

**Sonstige Informationen****Lehrbriefe:**

Prof. Dr. Rainer Busch, Prof. Dr. Fritz Unger: Besonderheiten in Konsumgütermärkten

Prof. Dr. Rainer Busch, Prof. Dr. Fritz Unger: Besonderheiten auf speziellen Märkten

Prof. Dr. Rainer Busch, Prof. Dr. Fritz Unger: Marketing-Forschung als angewandte Sozialforschung

Prof. Dr. Rainer Busch, Prof. Dr. Fritz Unger: Internationales Marketing

**Zusätzliche Lehrbriefe:**

Prof. Dr. Rainer Busch, Prof. Dr. Fritz Unger: Kommunikationspolitik

Prof. Dr. Rainer Busch, Prof. Dr. Fritz Unger: Preispolitik

Prof. Dr. Rainer Busch, Prof. Dr. Fritz Unger: Angebotspolitik

Prof. Dr. Rainer Busch, Prof. Dr. Fritz Unger: Vertriebspolitik I

Prof. Dr. Rainer Busch, Prof. Dr. Fritz Unger: Vertriebspolitik II

**Weitere Literaturempfehlungen:**

Ferrell, P.: Marketing. Boston. 2016

Kotler, Ph., Keller, K.L., Brady, M., Goodman, M.: Marketing Management. 3rd. Edition. Upper Saddle River. 2015

# Modulbeschreibung



**Modulbezeichnung:**

**Fachbereich:** II

Pflichtmodul

**Studiengang:** MBA Fernstudiengang  
Betriebswirtschaftslehre

**Logistik**

Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
<b>3</b>	<b>120 h</b>	<b>4</b>	1. Sem.	Jährlich, Beginn immer zum Wintersemester	1 Semester

1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
	a) Seminar	20 h	100 h	ca. 20 Studierende
	b) Übung mit Fallstudien			

## 2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden ...

- anhand von Fallstudien bzw. Übungen die Bedeutung von integrierten Wertschöpfungsketten beurteilen.
- die logistikrelevanten Folgen der Entscheidungen in Marketing und Vertrieb bewerten.
- das logistische System in seiner Komplexität verstehen und sind fähig, selber Entscheidungen unter Berücksichtigung der Folgen für andere Unternehmensbereiche, insbes. Marketing und Produktion in der Logistik zu treffen.

## 3 Inhalte

### Produktionslogistik I

Bezugsrahmen

- 1.1 Einordnung: Das SCOR-Modell
- 1.2 Teilprozesse der Produktionslogistik
- 1.3 Prozessmodellierung: Der EPK-Ansatz
2. Primärbedarfsplanung
  - 2.1 Einflussgrößen der Primärbedarfsplanung
  - 2.2 Bestimmung des optimalen Produktionsprogramms
3. Bedarfsplanung
  - 3.1 Stücklistenverwaltung
  - 3.2 Bedarfsauflösung
  - 3.3 Bedarfsverfolgung
4. Zeit- und Kapazitätsplanung
  - 4.1 Grunddatenverwaltung
  - 4.2 Durchlaufterminierung
  - 4.3 Kapazitätsabgleich

## **Produktionslogistik II**

1. Auftragsfreigabe
  - 1.1 Funktionen der Auftragsfreigabe
  - 1.2 Arten der Verfügbarkeitsprüfung
  - 1.3 Organisationsformen der Fertigung
2. Fertigungssteuerung
  - 2.1 Feinterminierung
  - 2.2 Steuerung der Produktionsabläufe
  - 2.3 BDE
  - 2.4 Kontrolle und Datenanalyse
3. Konzepte der Produktionslogistik
  - 3.1 Kritik am klassischen PPS-Konzept
  - 3.2 MRP-Konzepte
  - 3.3 Kanban-System
  - 3.4 BOA
  - 3.5 Fortschrittszahlenkonzept

## **Distributions- / Vertriebslogistik**

1. Bezugsrahmen
  - 1.1 Einordnung und Abgrenzung
  - 1.2 Einflussfaktoren auf die Distributionslogistik
  - 1.3 Lieferservice
2. Auftragsabwicklung
  - 2.1 Auftragsdaten
  - 2.2 Prozess der Auftragsabwicklung
  - 2.3 Unternehmensübergreifende Informationsgestaltung
3. Gestaltung der Distributionsstruktur
  - 3.1 Distributionskanäle
  - 3.2 Standortbestimmung
4. Lagerlogistik
  - 4.1 Lagerhaltung
  - 4.2 Warenausgang
  - 4.3 Kommissionierung
  - 4.4 Verpackung
5. Transport
  - 5.1 Transportmittel
  - 5.2 Tourenplanung
6. Ersatzteillogistik
7. Supply Chain Management

## **4 Lehrformen**

Fernunterricht mit Präsenzphasen, die der Verständniserklärung und der Vertiefung dienen und eine praxisorientierte und interaktive Ausrichtung haben.

Die Präsenzveranstaltungen haben einen seminaristischen Charakter und werden durch Übungen und Fallbeispielen aus der Praxis, ergänzt.

## **5 Teilnahmevoraussetzungen/-empfehlungen**

Grundkenntnisse in der Wirtschaftswissenschaft und Marketing

## **6 Prüfungsformen**

Klausur (Dauer 120 Minuten)

## **7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten**

Erfolgreiches Bestehen der Modulprüfung

## **8 Stellenwert der Note für die Endnote**

4/90 (4,4%)

## **9 Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende**

Prof. Dr. Andreas Gissel

## 10 Sonstige Informationen

### **Lehrbriefe:**

Produktionslogistik I und II  
Distributionslogistik

### **Weitere Literaturempfehlungen:**

Ballou, R.H.; Srivastava, S.K.: Business Logistics: Supply Chain Management. Upper Saddle River.2007

Bowersox, D.; Closs, D.; Bixby Cooper, M.: Supply Chain Logistics Management. New York.2012

Christopher, M: Logistics & Supply Chain Management: Creating Value-Adding Networks, Upper Saddle River. 2010

# Modulbeschreibung



Hochschule  
für Wirtschaft und Gesellschaft  
Ludwigshafen

**Modulbezeichnung:**

**Fachbereich:** II

Pflichtmodul

**Soziale Kompetenz**

**Studiengang:** MBA Fernstudiengang  
Betriebswirtschaftslehre

Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
<b>4</b>	<b>300 h</b>	<b>10</b>	1.-3. Sem.	Jährlich, Beginn immer zum Wintersemester	3 Semester

1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
	a) Seminar	70 h	230 h	ca. 20 Studierende
	b) Übungen			
	c) Präsentationen			

## 2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden ...

- aus Ethikdiskussionen Richtlinien für eigenes Führungsverhalten abfassen.
- ein positives Verhältnis zur Kritik entwickeln.
- (mit Hilfe philosophischer Lehrinhalte) Aussagen differenzierter beurteilen.
- eine Stärkung der Persönlichkeit verzeichnen.
- die eigene und fremde Kreativität steigern.
- eigene Leistungspotenziale optimieren.

## 3 Inhalte

### Ethik

- Kritisch-rationale Wirtschaftsethik
- Ethische Grundlagen menschlicher Entscheidungen und Verantwortung
- Das Prinzip der Wertfreiheit in der Wissenschaft und die normative Durchdringung menschlicher Praxis
- Konstruktion und Kritik, Praxis als ein System mehr oder weniger gut bewährter Problemlösungen – Praxis als fortwährender, nie endender Prozess der Suche nach immer besseren Lösungen - Kritik als zentraler Motor des Fortschritts
- Möglichkeiten, ein Problem wahrzunehmen und deren Kategorisierung

### Rhetorik

- Grundbegriffe und Wesen der Rhetorik
- Griechische Rhetorik
- Römische Rhetorik
- Rhetorik des Abendlandes
- Sozialpsychologie des Sprechens
- Sprech- und Schreibgrammatik
- Vorbereitung und Planung von Sprechsituationen

- Verständlichkeit
- Argumentation
- Verhalten beim Sprechen vor Gruppen

#### **Kreativität**

- Kreativität und Rationalität: zwei Seiten einer Medaille
- Der kreative Prozess
- Eigenschaften kreativer Personen und Förderung der persönlichen Kreativität
- Divergierendes Denken und Laterales Denken
- Individualtechniken
- Gruppentechniken (Brainstorming, Basic Synektik, Synektische Exkursion)

#### **4 Lehrformen**

Fernunterricht mit Präsenzphasen, die der Verständniserklärung und der Vertiefung dienen und eine praxisorientierte und interaktive Ausrichtung haben.

Die Präsenzveranstaltungen haben einen seminaristischen Charakter und werden durch Übungen, Fallbeispielen, teilweise in Kleingruppen sowie Präsentationen ergänzt.

Die Studierenden haben die Möglichkeit, sich mit dem Dozenten sowie untereinander in der E-Learning-Plattform OLAT auszutauschen. Hier erhalten Sie auch Hinweise zu weitergehenden Literaturempfehlungen und die Bereitstellung von aktuellen Fachaufsätzen.

#### **5 Teilnahmevoraussetzungen**

Keine

#### **6 Prüfungsformen**

Philosophie/Ethik: Klausur (Dauer 60 Minuten) oder Referat

Rhetorik: Klausur (Dauer 60 Minuten) oder freie Rede

Kreativität: Klausur (Dauer 60 Minuten) oder Reale Kreativitätssitzung anhand konkreter Fragestellung

#### **7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten**

Erfolgreiches Bestehen der jeweiligen Modulprüfung

#### **8 Stellenwert der Note für die Endnote**

10/90 (11,1%)

#### **9 Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende**

Prof. Dr. Fritz Unger

#### **10 Sonstige Informationen**

##### **Lehrbriefe:**

Prof. Dr. Fritz Unger: Ökonomie und Ethik

Prof. Dr. Fritz Unger: Rhetorica ad Palatinum – oder Rhetorik: Die Kunst rednerischer Überzeugung

Prof. Dr. Fritz Unger: Kreativität – komplexes Denken

##### **Zusätzliche Lehrbriefe:**

Prof. Dr. Fritz Unger: Dialektik I und II

##### **Weitere Literaturempfehlungen:**

Fisher, C.; Lovell, A. Business Ethics.3<sup>rd</sup> Edition.Harlow.2009

Flynn, G.(Ed.): Leadership and Business Ethics.Heidelberg.2008

Malachowski, A.(Ed.): Critical Perspective on Business and Management.London.2001

# Modulbeschreibung



Hochschule  
für Wirtschaft und Gesellschaft  
Ludwigshafen

<b>Modulbezeichnung:</b>			<b>Fachbereich:</b> II		
Pflichtmodul <b>Unternehmensführung</b>			<b>Studiengang:</b> MBA Fernstudiengang Betriebswirtschaftslehre		
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
5	360 h	12	2. Sem.	Jährlich, Beginn immer zum Sommersemester	1 Semester
1	<b>Lehrveranstaltungen</b> a) Seminar b) Planspiel c) Übungen und Fallbeispiele d) Präsentationen		<b>Kontaktzeit</b>  52 h	<b>Selbststudium</b>  308 h	<b>geplante Gruppengröße</b>  ca. 20 Studierende
2	<b>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</b>  Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden ... <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unternehmensführung ganzheitlich gestalten.</li> <li>• betriebliche Funktionen aus der Führungsperspektive kombinieren.</li> <li>• strategisches Management organisieren.</li> <li>• strategische Geschäftsfelder bewerten.</li> <li>• mittels Projektmanagement die Umsetzung ausgewählte Bereiche des strategischen Managements organisieren.</li> <li>• den Beitrag des Controllings zur Unternehmensführung bewerten.</li> <li>• die wichtigsten Controllinginstrumente anwenden.</li> <li>• im Rahmen des Unternehmensplanspiels strategische und operative Entscheidungen treffen.</li> </ul>				
3	<b>Inhalte</b> <b>Strategisches Management</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Managementbegriffe und -konzepte</li> <li>- Begriff und Ablauf der strategische Planung</li> <li>- Analyse Strategischer Geschäftseinheiten</li> <li>- Konsequenzen aus der Portfolio-Analyse</li> <li>- Grundzüge des Projektmanagements</li> </ul> <b>Controlling</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Controllingkonzeption (Funktion, Institution, bei Bedarf Vermittlung/Wiederholung von Grundbegriffen des Rechnungswesens)</li> <li>- Instrumente des strategischen Controlling</li> <li>- Analyse des Jahresabschlusses und der Liquiditäts- und Finanzplanung als operative Controllinginstrumente</li> <li>- Deckungsbeitragsrechnung, Plankostenrechnung, Prozesskostenrechnung, Target Costing, Life cycle costing)</li> </ul>				

	<p><b>Unternehmensplanspiel</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Das Planspiel TOPSIM - General Management II ist ein integriertes Industrie-Planspiel. Es behandelt alle Bereiche eines Unternehmens von der Fertigung über Einkauf, Personalplanung, Forschung und Entwicklung bis hin zu Marketing und Vertrieb, sowie auch Themen wie Produktlebenszyklen, Personalqualifikation, Produktivität, Rationalisierung, Umweltaspekte, Aktienkurs, Unternehmenswert.</li> <li>- Unternehmensziele und -strategien</li> <li>- Absatz: Konkurrenzanalyse, Marketing-Mix, Produktlebenszyklen, Produkt-Relaunch, Produkt-Neueinführung, Markteintritt in einen neuen Markt, Kalkulation von Sondergeschäften, Deckungsbeitragsrechnung und Marktforschungsberichte als Informationsgrundlage für Marketingentscheidungen</li> <li>- F &amp; E: Technologie, Ökologie, Wertanalyse</li> <li>- Beschaffung/Lagerhaltung: Optimale Bestellmenge</li> <li>- Fertigung: Investition, Desinvestition, Eigenfertigung oder Fremdbezug, Auslastungsplanung, ökologische Produktion, Rationalisierung, Lernkurve</li> <li>- Personal: Personalplanung, Qualifikation, Produktivität, Fehlzeiten, Fluktuation</li> <li>- Finanz- und Rechnungswesen: Kostenarten-, Kostenstellen-, Kostenträgerrechnung, stufenweise Deckungsbeitragsrechnung, Finanzplanung, Bilanz- und Erfolgsrechnung, Cash Flow</li> <li>- Aktienkurs und Unternehmenswert</li> <li>- Portfolioanalyse</li> </ul>
4	<p><b>Lehrformen</b></p> <p>Fernunterricht mit Präsenzphasen, die der Verständniserklärung und der Vertiefung dienen und eine praxisorientierte und interaktive Ausrichtung haben.</p> <p>Die Präsenzveranstaltungen haben einen seminaristischen Charakter und werden durch Übungen und Fallbeispielen aus der Praxis, teilweise in Kleingruppen sowie Präsentationen ergänzt.</p>
5	<p><b>Teilnahmevoraussetzungen/-empfehlungen</b></p> <p>Grundlagen Rechnungswesen und Unternehmensführung</p>
6	<p><b>Prüfungsformen</b></p> <p>Strategisches Management: Klausur (Dauer 120 Minuten)</p> <p>Controlling: Klausur (Dauer 90 Minuten); Bearbeitung der Fallstudie mit Präsentation als Gruppenarbeit (oder reine Klausur 120 Minuten)</p> <p>Unternehmensplanspiel: Bearbeitung und Präsentation der Planspieltage in Gruppenarbeit</p>
7	<p><b>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</b></p> <p>Erfolgreiches Bestehen der Modulprüfung / erfolgreiche Bearbeitung der Fallstudie mit Präsentation / Erfolgreiche Präsentation der Planspielaufgaben</p>
8	<p><b>Stellenwert der Note für die Endnote</b></p> <p>12/90 (13,3%)</p>
9	<p><b>Modulbeauftragte/r:</b> Prof. Dr. Wasmayr</p> <p><b>Hauptamtlich Lehrende:</b> Prof. Dr. Beißner, Prof. Dr. Busch, Prof. Dr. Wasmayr</p>
10	<p><b>Sonstige Informationen</b></p> <p><b>Lehrbriefe:</b></p> <p>Prof. Dr. Fritz Unger: Strategische Unternehmensführung</p> <p>Prof. Dr. Beißner: Einführung strategisches und operatives Controlling</p> <p><b>Zusätzliche Lehrbriefe:</b></p> <p>Prof. Dr. Fritz Unger: Grundlagen der Unternehmensführung I und II</p> <p><b>Weitere Literaturempfehlungen:</b></p> <p>Freeman, E.R.: Strategic Management. Cambridge.2010</p> <p>Harrison, J.S.; St. John, C.H. Foundations in Strategic Management.Mason.2014</p> <p>Sadler, Ph.: Strategic Management. 2nd Edition. London2003</p>

# Modulbeschreibung



Hochschule  
für Wirtschaft und Gesellschaft  
Ludwigshafen

**Modulbezeichnung:**

**Fachbereich:** II

Pflichtmodul

**Internationale Kompetenz**

**Studiengang:** MBA Fernstudiengang  
Betriebswirtschaftslehre

Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
<b>6</b>	<b>180 h</b>	<b>6</b>	2. Sem.	Jährlich, Beginn immer zum Sommersemester	1 Semester

1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
	a) Seminar	48 h	132 h	ca. 20 Studierende
	b) Übungen und Fallbeispiele			
	c) Kleinprojekte in Gruppen			

## 2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden ...

- das Potenzial von Auslandsmärkten beurteilen.
- den internationalen Marktforschungsprozess gestalten.
- die Grenzen der internationalen Sekundärforschung beurteilen.
- Markteintrittsentscheidungen prüfen und herbeiführen.
- kulturelle Herausforderungen messen und beurteilen.
- unterschiedliche Führungsstile im internationalen Kontext beurteilen.
- internationale Verhandlungen optimieren.

## 3 Inhalte

- **Internationale Marktforschung**
  - Umfang der internationalen Marktforschung
  - Der Marktforschungsprozess
  - Die Verfügbarkeit von Sekundärinformationen
  - Herausforderungen der Primärforschung
  - Methoden der strategischen Analyse
- **Internationale Unternehmensführung**
  - Internationale Führungsstile
  - Internationale Managementorientierung
  - Markteintrittsstrategien
- **Interkulturelle Kommunikation**

- Kulturkonzepte
- Interkulturelle Verhandlungen

#### 4 **Lehrformen**

Fernunterricht mit Präsenzphasen, die der Verständniserklärung und der Vertiefung dienen und eine praxisorientierte und interaktive Ausrichtung haben.

Die Präsenzveranstaltungen haben einen seminaristischen Charakter und werden mit Projekten und Fallbeispielen aus der internationalen Praxis unterlegt.

#### 5 **Teilnahmevoraussetzungen/-empfehlungen**

Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen, Unternehmensführung, Marketing und Personalmanagement

#### 6 **Prüfungsformen**

Seminararbeit

#### 7 **Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten**

Erfolgreiches Bestehen der Seminararbeit

#### 8 **Stellenwert der Note für die Endnote**

6/90 (6,65%)

#### 9 **Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende**

Prof. Dr. Rainer Busch

#### 10 **Sonstige Informationen**

##### **Lehrbriefe:**

Prof. Dr. R. Busch, Prof. Dr. F. Unger: Interkulturelle Kommunikation

Prof. Dr. R. Busch, Prof. Dr. F. Unger: Internationale Unternehmensführung

##### **Zusätzliche Lehrbriefe:**

Prof. Dr. R. Busch, Prof. Dr. F. Unger: Communications policy I – III

##### **Weitere Literaturempfehlungen:**

Ahlstrom, D.; Bruton, G.D.: International Management. Mason. 2010

Lane, H.W.; Maznevski, M.L.; Di Stefano, J.J.: International Management Behaviour. 6th Edition. Chichester. 2009

McFarlin, D.; Sweeney, P.: International Management. 4th Edition. New York. 2011

# Modulbeschreibung



<b>Modulbezeichnung:</b>  Pflichtmodul  <b>Personalmanagement</b>	<b>Fachbereich:</b> II
	<b>Studiengang:</b> MBA Fernstudiengang Betriebswirtschaftslehre

Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
7	300 h	10	3. Sem.	Jährlich, Beginn immer zum Wintersemester	1 Semester
1	<b>Lehrveranstaltungen</b>	<b>Kontaktzeit</b>		<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>
	a) Seminar	45 h		255 h	ca. 20 Studierende
	b) Übung mit Fallstudien				
2	<b>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</b> Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden ... <ul style="list-style-type: none"> <li>aktuelle Anforderungen und Entwicklungen der Arbeitswelt (bspw. flexible Arbeitszeitmodelle, innovative Arbeits- und Entgeltpolitik, Zielvereinbarungssysteme und moderne Personalcontrolling-Ansätze auf die Relevanz für ihre Unternehmen hin überprüfen und gestalten.</li> <li>Bildungsmanagement als ein Instrument der Personalführung entwerfen.</li> <li>die Trias Mensch, Arbeit und Organisation (Motivation, Arbeitszufriedenheit, Entscheidungsprozesse usw.) differenzieren und das eigene (spätere) Führungsverhalten zu bewerten.</li> <li>im Unternehmen selber eine Betriebsklimastudie durchzuführen und zu beurteilen.</li> <li>auf der Basis der erworbenen methodischen Kompetenz evaluieren, inwiefern es sinnvoll wäre, alternative Instrumente der Personalanalyse einzusetzen</li> </ul>				
3	<b>Inhalte</b> Das Modul <b>Personalmanagement</b> besteht aus dem Bereich „Personalwesen“ mit seinen Schwerpunkten Personalorganisation und Internationales Personalmanagement, Bildungsmanagement, Arbeitspolitik, Balanced Scorecard und Zielvereinbarung und den Bereichen „Arbeits- und Organisationspsychologie“ und „Organisation“.				
	<b>Internationales Personalmanagement</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Internationales Personalmanagement</li> <li>Grundlagen und Rahmenbedingungen des Bildungsmanagements</li> <li>Strategische Ebene des Bildungsmanagements (Ziele, Grundsätze, Organisationsformen)</li> <li>Operative Ebene des Bildungsmanagements-Prozess (Bestandteile, Planung, Durchführung und Evaluierung von Bildungsmaßnahmen)</li> <li>Institutionelle Verstetigung des Lernens: lebensbegleitendes Lernen und lernende Organisation</li> <li>Grundlagen der Arbeitswissenschaft - ihre Wechselwirkungen zum Personalmanagement</li> <li>Aktuelle Themen der Arbeitspolitik im Unternehmen, z.B.</li> </ul>				

- Altersgerechte Arbeitsgestaltung
- Künstliche Intelligenz – Wirkungen auf Arbeits- und Produktionsprozesse
- Innovative Formen der Arbeitsorganisation
- Arbeits- und Betriebszeitflexibilisierung
- Neue Formen der Arbeits- und Leistungsbewertung – Säulen der Entlohnung im Unternehmen
- Verbesserungsprozesse im Unternehmen
- o Kennzahlen
- o Zielvereinbarung
- o Balanced Scorecard
  - Entwicklung der Balanced Scorecard (BSC)
  - BSC-Prozess
  - Perspektiven der BSC
  - Umsetzung der BSC
  - Praxisübungen

### **Arbeits- und Organisationspsychologie**

- o Grundlagen der Motivationspsychologie
- o Fragen der Messung von Arbeitszufriedenheit
- o Problematiken beim Führungsverhalten; Folgen und Möglichkeiten der Vermeidung
- o Anreizpsychologie
- o Gruppenverhalten (Konvergenz und Divergenz in Gruppen; Minoritäteneinfluss; Leistungsverhalten von Gruppen)
- o Analyse des Arbeitsverhaltens
- o Betriebsklimastudien

### **Organisation**

- o Struktur und Prozess
- o Organisation als Soziales System (Was ist eine Organisation?)
- o Der situative Ansatz (Kieser & Kubizeck)
- o Beschreibung und Analyse formaler Strukturen
- o Determinanten formaler Organisationsstrukturen
  - Angebotsprogramm: Diversifikation und Divisionalisierung
  - Internationalisierung
  - Größe
  - Fertigungstechnik
  - Umwelt
- o Organisationsstruktur und Handeln
- o Erfahrungen in Organisationen
- o Kommunikation in Organisationen
- o Macht und Entscheidung in Organisationen
- o Formale Macht versus Soziale Macht
- o Organisation als offenes System: Außenorientierung (Markt)
- o Organisationsentwicklung als Schaffung von Organisationskultur

### **4 Lehrformen**

Fernunterricht mit Präsenzphasen, die der Verständniserklärung und der Vertiefung dienen und eine praxisorientierte und interaktive Ausrichtung haben.

Die Präsenzveranstaltungen haben einen seminaristischen Charakter und werden durch Übungen und Fallbeispielen aus der Praxis, teilweise in Kleingruppen, ergänzt.

### **5 Teilnahmevoraussetzungen/-empfehlungen**

Grundkenntnisse in Personalwirtschaft und Psychologie

### **6 Prüfungsformen**

Internationales Personalmanagement: Projektarbeit oder Klausur (Dauer 120 Minuten)

Arbeits- und Organisationspsychologie: Klausur (Dauer 60 Minuten)

Organisation: Klausur (Dauer 60 Minuten)

### **7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten**

Erfolgreiches Bestehen der Modulprüfung und der erfolgreichen Projektarbeit

**8 Stellenwert der Note für die Endnote**

10/90 (11,1%)

**9 Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende**

Prof. Dr. F. Unger

Lehrende: Prof. Dr. Wengert, Prof. Dr. Unger, LB Dr. A. Unger

**10 Sonstige Informationen**

**Lehrbriefe:**

Dr. Alexander Unger unter Mitwirkung von Prof. Dr. Rainer Busch und Prof. Dr. Fritz Unger:  
Organisation I und II

Dr. Alexander Unger: Arbeits- und Organisationspsychologie

Prof. Dr. Peter Mudra: Grundkonzepte der Personalarbeit

Prof. Dr. Peter Mudra: Personalwirtschaftliche Ansätze

Prof. Dr. Peter Mudra: Aufgaben der Personalwirtschaft I Personelle Verfügbarkeit

Prof. Dr. Peter Mudra: Aufgaben der Personalwirtschaft II Personelle Wirksamkeit

Prof. Dr. Rainer Busch und Prof. Dr. Fritz Unger: Internationale Personalführung

**Zusätzliche Lehrbriefe:**

Dr. Alexander Unger: Psychologie I und II

**Weitere Literaturempfehlungen:**

Armstrong, M.: Human Resource Management Practice.10<sup>th</sup> Edition.London.2007

Durai, P.: Human Resource Management.Chennai.2010

Torrington, D.; Hall, L.; Taylor, S.: Human Resource Management.7<sup>th</sup> Edition.Harlow.2008

# Modulbeschreibung



## Modulbezeichnung:

Wahlpflichtmodul  
(2 aus 4 zu wählen)

## Recht

Fachbereich: II

Studiengang: MBA Fernstudiengang  
Betriebswirtschaftslehre

Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
<b>8.1</b>	<b>60 h</b>	<b>2</b>	3. Sem.	Jährlich, Beginn immer zum Wintersemester	1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b>	<b>Kontaktzeit</b>		<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>
	a) Vorlesung	10 h		50 h	max. 20 Studierende
	b) Übung mit Fallstudien				
<b>2</b>	<b>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</b>				
	Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden ...				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• den Einfluss der Kultur auf die Gestaltung von Rechtssystem ermessen.</li> <li>• Rechtskreise unterschiedlicher kultureller Prägung miteinander vergleichen.</li> <li>• die Gestaltung von Rechtsverhältnissen durch Vertragsabschlüsse im internationalen Kontext beurteilen.</li> <li>• Problemlösungskompetenzen bei Vertragsverhandlungen und der Vertragsgestaltung, insbesondere im Umgang mit internationalen Geschäftspartnern differenziert einsetzen.</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Inhalte</b>				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rechtskreise               <ul style="list-style-type: none"> <li>o Unterscheidungskriterien:                   <ul style="list-style-type: none"> <li>• Religiöse, philosophische und weltanschauliche Grundlagen</li> <li>• Geschichtliche Entwicklung</li> <li>• Die vorherrschende juristische Denkweise</li> </ul> </li> <li>o Die Rechtskreise der Welt im Überblick                   <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die kontinentaleuropäischen Rechtsordnungen (Eigenarten des romanischen Rechtskreises)</li> <li>• Der anglo-amerikanische Rechtskreis (Bindung an Präjudizien)</li> <li>• Die sonstigen Rechtskreise</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>- Die Gestaltung von internationalen Rechtsverhältnissen durch Vertragsschluss               <ul style="list-style-type: none"> <li>o Vorbereitung einer eigenen Position                   <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundmodelle des Verhandeln</li> <li>• Verhandlungsphasen</li> <li>• Gemeinsame Festlegung von Spielregeln</li> <li>• Strategien zur Argumentation</li> <li>• Kommunikationsstörungen / Kompromiss-Modelle</li> </ul> </li> <li>o Entscheidung und Abschluss</li> <li>o Technik der Vertragsformulierung:</li> </ul> </li> </ul>				

- Konsistenz
- Präzision
- Vollständigkeit
- Besonderheiten im Umgang mit ausländischen Partnern
  - Ablauf und Umstände des Verhandels
  - Unterschiedliche Mentalitäten,
  - Unterschiedliche Strategien

**4 Lehrformen**

Vorlesung, Rechtsfälle, Übungen

**5 Teilnahmevoraussetzungen/-empfehlungen**

Grundlagen in BGB und HGB Recht

**6 Prüfungsformen**

Klausur (Dauer 120 Minuten)

**7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten**

Erfolgreiches Bestehen der Modulprüfung

**8 Stellenwert der Note für die Endnote**

2/90 (2,2%)

**9 Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende**

Prof. Dr. Unger

Lehrende: LB Dr. Bitter

**10 Sonstige Informationen**

- Kohler-Gehring, E.: Einführung in das Recht
  - Güllermann, D.: Internationales Vertragsrecht
  - Koch, H./ Magnus, U./ Winkler von Mohrenfels, P.: IPR und Rechtsvergleichung
- Empfohlen wird jeweils die aktuellste Auflage.

**Lehrbriefe:**

N. Bitter: Recht

# Modulbeschreibung



## Modulbezeichnung:

Wahlpflichtmodul  
(2 aus 4 zu wählen)

## Soziologie

Fachbereich: II

Studiengang: MBA Fernstudiengang  
Betriebswirtschaftslehre

Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
<b>8.2</b>	<b>60 h</b>	<b>2</b>	3. Sem.	Jährlich, Beginn immer zum Wintersemester	1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b>	<b>Kontaktzeit</b>		<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>
	Seminar	10 h		50 h	ca. 20 Studierende

## 2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden ...

- den Forschungsstand in Teilgebieten der Soziologie kompetent einschätzen.
- Märkte als besondere „Organisationen ohne zentrale Steuerung“ definieren.
- die Konsequenzen gesellschaftlicher Prozesse und Strukturen, insbesondere für Marketing, Personalwirtschaft und für strategische Unternehmensführung, in praktisches Handeln einfließen zu lassen.

## 3 Inhalte

- Soziologie als Wissenschaft vom zwischenmenschlichen Geschehen
- Soziologie als empirische Wissenschaft
- Ausgewählte bedeutende Soziologen von der Vergangenheit bis zur Gegenwart.
- Ausgewählte soziologische Theorien der Gegenwart
- Luhmann und Parsons (Systemtheorie)
- Handeln, soziales Handeln, voluntaristisches Handeln
- Die Theorie sozialen Handelns bei Esser
- Ungleichheit und Sozialer Wandel
- Arbeits- und Berufssoziologie
- Industrie und Betriebssoziologie
- Wirtschafts- und Konsumsoziologie
- Familie Gesellschaft und Konsum

## 4 Lehrformen

Fernunterricht mit Präsenzphasen, die der Verständniserklärung und der Vertiefung dienen und eine praxisorientierte und interaktive Ausrichtung haben.

Die Präsenzveranstaltungen haben in diesen Fächern einen sehr stark ausgeprägt seminaristischen Charakter. Diskussionen stehen im Mittelpunkt. Die Studierenden werden daher eindringlich darauf hingewiesen, sich vor der Veranstaltung die Lehrbriefe zu erarbeiten. Daher ist insbes. der Lehrbrief zur Soziologie mit überdurchschnittlich vielen Kontrollfragen versehen. Sie erhalten auch Hinweise zu weitergehenden Literaturempfehlungen.

**5 Teilnahmevoraussetzungen/-empfehlungen**  
Keine außer einigen fundamentalen Grundlagen der Statistik

**6 Prüfungsformen**

Klausur

**7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten**

Erfolgreiches Bestehen der Modulprüfung

**8 Stellenwert der Note für die Endnote**

2/90 (2,2%)

**9 Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende**

Dr. Fritz Unger

Lehrende: Dr. Alexander Unger

**10 Sonstige Informationen**

**Lehrbriefe:**

Dr. Alexander Unger: Soziologie I und II

**Weitere Literaturempfehlungen:**

Macionis, J.: Sociology.Upper Saddle River.2013

Turner, J.H.: Sociology.Upper Saddle River.2005

# Modulbeschreibung



## Modulbezeichnung:

Wahlpflichtmodul  
(2 aus 4 zu wählen)

## Finanzwirtschaft

Fachbereich: II

Studiengang: MBA Fernstudiengang  
Betriebswirtschaftslehre

Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
<b>8.3</b>	<b>60 h</b>	<b>2</b>	3. Sem.	Jährlich, Beginn immer zum Wintersemester	1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> Seminar	<b>Kontaktzeit</b> 10 h		<b>Selbststudium</b> 50 h	<b>geplante Gruppengröße</b> ca. 20 Studierende

## 2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden ...

- die Eigen- und Fremdfinanzierung von Unternehmen beurteilen.
- die Methoden statischer und dynamischer Investitionsrechenverfahren anwenden.
- die Finanzierungsinstrumente im Bereich der Außen- und Innenfinanzierung bewerten.
- die Verschuldungspolitik bewerten und Kapitalstrukturen optimieren.
- Finanzmärkte sowie die Aktie als Langfristanlage beurteilen.

## 3 Inhalte

- Investition
- Finanzierung
- Finanzmärkte

## 4 Lehrformen

Fernunterricht mit Präsenzphasen, die der Verständniserklärung und der Vertiefung dienen und eine praxisorientierte und interaktive Ausrichtung haben.

## 5 Teilnahmevoraussetzungen/-empfehlungen

Keine

## 6 Prüfungsformen

Klausur

## 7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Erfolgreiches Bestehen der Modulprüfung

## 8 Stellenwert der Note für die Endnote

2/90 (2,2%)

## 9 Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende

Prof. Dr. Fritz Unger

Lehrende: LD Herr Enninga

## 10 Sonstige Informationen

### Lehrbriefe:

Prof. Dr. Timo Defren: Investition, Finanzierung und Finanzmarkt

**Weitere Literaturempfehlungen:**

Bhat, S.: Financial Management.2<sup>nd</sup> Edition. New Delhi.2008  
Brigham, E.F.; Ehrhardt, M.C.: Financial Management.12th Edition.Mason.2008  
Madura, J.: International Financial Management.13th Edition.Boston.2018

# Modulbeschreibung



**Modulbezeichnung:**

Wahlpflichtmodul  
(2 aus 4 zu wählen)

**Makroökonomie**

**Fachbereich:** II

**Studiengang:** MBA Fernstudiengang  
Betriebswirtschaftslehre

Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
7.4	60 h	2	3. Sem.	Jährlich, Beginn immer zum Wintersemester	1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b>	<b>Kontaktzeit</b>		<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>
	Vorlesung	10 h		50 h	ca. 20 Studierende

**2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen**

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden ...

- individuelles ökonomisches Handeln auf Märkten mit Hilfe geeigneter Modelle erläutern.
- Vorhersagen über die Reaktionen von Marktteilnehmern und sonstigen Akteuren auf eine Veränderung ihrer ökonomischen Umgebung treffen.
- Die Konsequenzen gesellschaftlicher Prozesse und Strukturen insbesondere für Marketing, Personalwirtschaft und für die strategische Unternehmensführung in praktisches Handeln beurteilen.

**3 Inhalte**

**VWL I**

- Volkswirtschaftslehre als Spezielle Soziologie
- Einleitung zum Gesamtkonzept von Keynes
- Der Gütermarkt
- Der Geldmarkt
- Der Arbeitsmarkt
- Konjunkturpolitik
- Export und Import
- Fragen der Einkommensverteilung

## **VWL II**

- Wettbewerbspolitik
- Arbeitsmarktpolitik
- Sozialpolitik
- Ordnungspolitik
- Prozesspolitik (Konjunkturpolitik)
- Strukturpolitik
- Außenhandelspolitik

### **4 Lehrformen**

Fernunterricht mit Präsenzphasen, die der Verständniserklärung und der Vertiefung dienen und eine praxisorientierte und interaktive Ausrichtung haben.

### **5 Teilnahmevoraussetzungen/-empfehlungen**

Keine; sich systematisch mit den Wirtschaftsnachrichten auseinandersetzen

### **6 Prüfungsformen**

Klausur

### **7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten**

Erfolgreiches Bestehen der Modulprüfung

### **8 Stellenwert der Note für die Endnote**

2/90 (2,2%)

### **9 Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende**

Prof. Dr. Fritz Unger

Lehrende: Prof. Dr. Fritz Unger

### **10 Sonstige Informationen**

#### **Lehrbriefe:**

Prof. Dr. Fritz Unger: VWL I und II

#### **Weitere Literaturempfehlungen:**

Arnold, R.A.: Economics.9<sup>th</sup> Edition.Mason.2008

Glanville, A.; Glanville, J.: Economics from a Global Perspective.4<sup>th</sup> Edition.Dolton.2011

Samuelson, P.A.; Nordhaus, W.D.: Economics.19<sup>th</sup> Edition.New Delhi.2010

# Modulbeschreibung



Hochschule  
für Wirtschaft und Gesellschaft  
Ludwigshafen

<b>Modulbezeichnung:</b>			<b>Fachbereich:</b> II		
<b>Masterarbeit (incl. Kolloquium)</b>			<b>Studiengang:</b> MBA Fernstudiengang Betriebswirtschaftslehre		
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
8	900 h	30	4. Sem.	Jährlich, Beginn immer zum Sommersemester	1 Semester
1	<b>Lehrveranstaltungen</b> Präsentation der Master- Thesis	<b>Kontaktzeit</b> 10 - 30 h Je nach Bedarf des/der Studierenden auch mehr	<b>Selbststudium</b> 870 - 890 h	<b>geplante Gruppengröße</b> 1 Studierende (bei gemeinschaftlicher Arbeit auch Zwei)	
2	<b>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</b> Studierende sollen jeweils nachweisen, mit den Methoden ihres Fachgebietes ein Problem im festgelegten Zeitraum bearbeiten, ein selbstständig, wissenschaftlich begründetes Urteil entwickeln zu können und in diesem Zusammenhang zu wissenschaftlich fundierten Aussagen zu gelangen. Im Rahmen des Kolloquiums wird die Eigenständigkeit der wissenschaftlichen Arbeit der Studierenden überprüft. Studierende zeigen die in der schriftlichen Master-Thesis erarbeiteten akademischen Ergebnisse und deren Einordnung in den praktisch-wissenschaftlichen Kontext.  - Überprüfung der Eigenleistung der Studierenden - Fähigkeit zur Diskussion eigener Arbeit auf wissenschaftlichem Niveau - Verteidigung der eigenen Thesen gegen wissenschaftliche Kritik				
3	<b>Inhalte</b> Die eigene Master-Thesis				
4	<b>Lehrformen</b> Präsentation				
5	<b>Teilnahmevoraussetzungen</b> Fristgerecht abgegebene Master-Thesis				
6	<b>Prüfungsformen</b> Projektpräsentation				
7	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</b> Angenommene Master-Thesis und bestandenenes Kolloquium				
8	<b>Stellenwert der Note für die Endnote</b> 30/90 (33,3%)				
9	<b>Modulbeauftragte/r/hauptamtlich Lehrende:</b> a) Prof. Dr. Fritz Unger und Prof. Dr. Rainer Busch in ihren Funktionen als fachliche Studiengangbetreuer, b) betreuende Lehrende				
10	<b>Sonstige Informationen</b>  <b>Weitere Literaturempfehlungen:</b>  Bailey, S.: Academic Writing. 4th Edition. New York. 2015				

Giltrow, J.; Gooding, R.; Burgoyne, D.; Sawatsky, M.: Academic Writing. Plymouth. 2009 Skern, T. Writing Scientific English. Wien. 2011
--