

# Modulhandbuch für das Master-Verbundstudium Medienwissenschaft

## Inhaltsverzeichnis

1.	Inhalte und Studienziele	S. 1
1.1	Pflichtfach Medienkulturwissenschaft	S. 1
1.2	Die Wahlpflichtfächer	S. 2
1.2.1	Wahlpflichtfach Medieninformatik	S. 2
1.2.2	Wahlpflichtfach Medienpsychologie	S. 2
1.2.3	Wahlpflichtfach Medienrecht	S. 2
1.2.4	Wahlpflichtfach Medienmanagement	S. 3
1.2.5	Wahlpflichtfach Ökonomie und Soziologie der Medien	S. 3
2.	Zulassungsvoraussetzungen	S. 3
3.	Studienaufbau und -abfolge	S. 4
4.	CP-Übersicht	S. 5
4.1	Pflichtfach Medienkulturwissenschaft	S. 5
4.2	Wahlpflichtfach Medieninformatik	S. 5
4.3	Wahlpflichtfach Medienpsychologie	S. 5
4.4	Wahlpflichtfach Medienrecht	S. 5
4.5	Wahlpflichtfach Medienmanagement	S. 6
4.6	Wahlpflichtfach Ökonomie und Soziologie der Medien	S. 9
5.	Studienberatung	S. 11
6.	Pflichtfach Medienkulturwissenschaft	S. 11
6.1	Mastermodule	S. 11
6.2	Masterprüfungen	S. 14
6.3	Berechnung der Fachnote	S. 15
6.4	Masterarbeit	S. 15
6.5	Selbstständige Studien	S. 15
7.	Wahlpflichtfach Medieninformatik	S. 17
7.1	Mastermodule	S. 17
7.2	Masterprüfung	S. 19
7.3	Berechnung der Fachnote	S. 19
7.4	Masterarbeit	S. 20
7.5	Selbstständige Studien	S. 20
8.	Wahlpflichtfach Medienpsychologie	S. 22
8.1	Mastermodule	S. 22
8.2	Masterprüfung	S. 24
8.3	Berechnung der Fachnote	S. 24
8.4	Masterarbeit	S. 25
8.5	Selbstständige Studien	S. 25
9.	Wahlpflichtfach Medienrecht	S. 27
9.1	Mastermodule	S. 27
9.2	Berechnung der Fachnote	S. 31
9.3	Masterarbeit	S. 31
9.4	Selbstständige Studien	S. 31
10.	Wahlpflichtfach Medienmanagement	S. 33
10.1	Fachübersicht	S. 33
10.2	Berechnung der Fachnote	S. 33
10.3	Masterarbeit	S. 33
10.4	Selbstständige Studien	S. 33
10.5	Modulbeschreibungen	S. 34
	Bereich Medienmanagement	S. 34
	Minor Accounting	S. 43
	Minor Corporate Development - Strategy, Organization and Human Resources	S. 55
	Minor Finance	S. 70
	Minor Marketing	S. 92
	Minor Supply Chain Management	S. 110
11.	Wahlpflichtfach Ökonomie und Soziologie der Medien	S. 121
11.1	Fachübersicht	S. 121
11.2	Berechnung der Fachnote	S. 121
11.3	Masterarbeit	S. 121
10.4	Selbstständige Studien	S. 121
10.5	Modulbeschreibungen	S. 121
	Bereich Ökonomie und Soziologie der Medien	S. 121
	Minor Soziologie und empirische Sozialforschung	S. 126
	Minor Institutionen und Märkte	S. 141
	Minor Wirtschafts- und Sozialpsychologie	S. 159

<b>Legende</b>			
CP	Credit Point(s)	SS	Sommersemester
K	Kontaktzeit	SWS	Semesterwochenstunde/n
LV	Lehrveranstaltung	VN	Vor- und Nachbereitung
MM	Mastermodul	WP	Wahlpflichtveranstaltung
P	Pflichtveranstaltung	WS	Wintersemester
Sem	Semester		

## **1. Inhalte und Studienziele**

Das forschungsorientierte Master-Verbundstudium Medienwissenschaft setzt sich aus zwei Komponenten zusammen: dem Pflichtfach Medienkulturwissenschaft und einem speziellen Wahlpflichtfach. Als Wahlpflichtfächer stehen Ökonomie und Soziologie der Medien, Medienpsychologie, Medienrecht, Medieninformatik und Medienmanagement zur Wahl. Das Pflichtfach Medienkulturwissenschaft bietet dabei jenen Studierenden, die bereits grundlegende Kompetenzen in Medientheorie, Mediengeschichte und im analytischen Umgang mit Medien erworben haben, einen genaueren Einblick in mediengesteuerte gesellschaftliche Zusammenhänge. Zugleich erfolgt in dem frei wählbaren Wahlpflichtfach eine Vertiefung und Spezialisierung des Fachwissens, die auch auf den gehobenen Arbeitsmarkt vorbereitet. So kann das Master-Verbundstudium Medienwissenschaft die komplexe Interaktion zwischen verschiedenen medialen Bereichen, wie sie sich heute in zahlreichen Berufsfeldern abzeichnet, berücksichtigen.

Aus diesen Zielvorgaben resultiert aber auch eine engere Anbindung an Fragestellungen, die in der laufenden Forschung relevant sind: Studierende, die im Zuge des Bachelorstudiums die Befähigung zu wissenschaftlichem Lernen und Arbeiten nachgewiesen haben, sollen im Masterstudiengang in die Lage versetzt werden, selbstständige wissenschaftliche Projekte durchzuführen. Dazu gehört insbesondere die kritische Auseinandersetzung mit aktueller Fachliteratur.

### **1.1 Pflichtfach Medienkulturwissenschaft**

Das für alle Studierende obligatorische Pflichtfach Medienkulturwissenschaft ergänzt die im medienwissenschaftlichen Bachelorstudium vermittelte Wiedergabe und Analyse einzelner Inhalte durch ein Denken in Systemzusammenhängen und durch die Konzentration auf intermediale Prozesse. Grundlegend für den Aufbau des Studiums ist die Annahme, dass Medien in erster Linie andere Medien als Ausgangspunkt haben. Die Inhalte des Bachelorstudiums werden nicht nur auf einem höheren Niveau weiterbehandelt, sondern deren Kopplung und Interdependenz soll auch neue Forschungsfelder eröffnen.

Mediengeschichte ist dabei nicht bloß als die zeitliche Abfolge unterschiedlicher Apparate und Erfindungen zu begreifen, sondern als das Produkt von Mediendiskursen und theoretischen Vorentscheidungen. Zum anderen sind Medientheorien und Genres keine überzeitlichen Größen, sondern das Ergebnis geschichtlicher Umbrüche und Diskurse. Im Verlauf des Studiums werden solche Konstellationen unter den Leitformeln ‚Intermedialität‘, ‚Transmedialität‘, ‚Theatralität‘, ‚Performativität‘, ‚Medienevolution‘ und ‚Medienanalyse‘ gezielt problematisiert und zum Thema von Lehrveranstaltungen gemacht.

Die Studierenden werden im Verlauf des Masterstudiums analytisch in jene Verfahrenstechniken und Strategien eingeführt, mit denen Medien auf kulturelle Diskurse einwirken. Wenig sinnvoll erscheint es dabei, einzelmediale Phänomene isoliert zu betrachten; vielmehr wird der Blick auf die Interaktionen zwischen den Medien gelenkt. Es werden daher in erster Linie Kompetenzen zur Analyse der Vernetztheit medialer Phänomene entwickelt.

## 1.2 Die Wahlpflichtfächer

Auch die Wahlpflichtfächer setzen umfangreiches Vorwissen im gewählten Bereich voraus. Es werden die gleichen Wahlpflichtfächer wie im Bachelorstudium angeboten: Medieninformatik aus der Philosophischen Fakultät, Medienpsychologie aus der Humanwissenschaftlichen Fakultät, Medienrecht aus der rechtswissenschaftlichen Fakultät sowie Medienmanagement und Ökonomie und Soziologie der Medien aus der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät.

### 1.2.1 Wahlpflichtfach Medieninformatik

Das Masterstudium im Wahlpflichtfach Medieninformatik baut in allen Qualifikationsbereichen auf dem durch das Bachelorstudium erreichten Niveau auf. Einfach gesagt ist das Ziel des Bachelorstudiums die Fähigkeit zur Anwendung existierender und bekannter Techniken; das Ziel des Masterstudiums besteht darin, diese Techniken selbstständig über das bisher Bekannte hinaus weiter entwickeln zu können.

(a) Das bedeutet eine erhebliche Vertiefung im Bereich der technischen Grundlagen, bei der versucht wird, als selbstverständlich verstandene technische Vorgehensweisen bei der Behandlung beispielsweise von „Texten“ an neue inhaltliche Modelle anzupassen.

(b) Die Vorstellung, dass viele scheinbar dem „digitalen Medium“ innewohnenden Eigenschaften in Wirklichkeit nur willkürliche Festlegungen sind, wird durch die Untersuchung der Frage ergänzt, wie digitale Medien aussehen könnten, die andere Grundannahmen treffen. (z. B. *nicht* die vorgeblich zwingende Beschränkung auf „wahr“ und „falsch“.)

(c) Im Rahmen des Masterstudiums werden konkrete mediale und Informationssysteme aus den Kulturwissenschaften im Detail untersucht.

(d) Die 3D / Simulationstechniken werden nicht mehr einfach angewendet, sondern es wird untersucht, wieweit sie selbst weiterentwickelt werden können.

(e) Die Regeln für die semantische Beschreibung von Medien werden auf andere Bereiche angewendet.

### 1.2.2 Wahlpflichtfach Medienpsychologie

Während im Rahmen des Bachelorstudiums vor dem Hintergrund der Theorien und Erkenntnisse psychologischer Grundlagenfächer (Allgemeine Psychologie, Sozialpsychologie) ein grundlegender Überblick über medienpsychologische Erkenntnisse und Methoden gegeben wird, liegt der Schwerpunkt des Masterstudiums auf der Vermittlung der methodischen Kompetenzen zur Durchführung medienpsychologischer Forschung und zur Wahrnehmung wissenschaftlicher Beratungsaufgaben.

Im Rahmen des Masterstudiums sollen die Studierenden zunächst ihre Methodenkenntnisse vertiefen und spezifische Methoden zur Untersuchung von Medien erlernen und erproben. Ziel ist der Erwerb der Fähigkeit zur eigenständigen Planung, Durchführung und Auswertung medienpsychologischer Untersuchungen. Inhaltlich werden spezielle Aspekte der Medienpsychologie vertieft. Die Studierenden sollen befähigt werden, den momentanen Forschungsstand nicht nur wiederzugeben, sondern auch kritisch zu beurteilen sowie darüber hinaus in die Lage versetzt werden, die Weiterentwicklungen in diesem Bereich selbstständig weiterzuverfolgen und zu bewerten.

Das Studium gliedert sich in drei Mastermodule. Im Rahmen des ersten Moduls wird die theoretische Methodenausbildung im Sinne der Statistikausbildung und einer Behandlung spezifisch medienpsychologischer Themen vertieft. Das zweite Modul thematisiert den ‚State of the Art‘ hinsichtlich medienpsychologischer Erkenntnisse sowohl mit Blick auf klassische als auch neue Medien. Im dritten Modul schließlich werden vor dem Hintergrund der vermittelten Erkenntnisse spezifische medienpsychologische Untersuchungen durchgeführt, um die Methoden einzuüben.

### 1.2.3 Wahlpflichtfach Medienrecht

Während das Bachelorstudium den Studierenden einen Überblick über das Medienrecht, vornehmlich seiner Grundlagen, gewährt, bietet ihnen das Masterstudium einen vertieften Einblick in spezielle medienrechtliche Problemfelder. So erläutert die Veranstaltung Medienrecht (zivilrechtlicher Schwerpunkt) den Persönlichkeitsschutz, das Presserecht sowie anhand aktueller medialer

Sachverhalte besondere Erscheinungsformen des Medienrechts wie z.B. das Medienkartellrecht. Die Veranstaltung Internetrecht beschäftigt sich mit Rechtsfragen, die aus der privaten sowie gewerblichen Nutzung des Internet resultieren. Ferner umfasst das Masterstudium die eng mit dem Medienrecht verwandten Gebiete des Urheberrechts und des Gewerblichen Rechtsschutzes. Diese befassen sich mit dem Schutz des geistigen Eigentums, wozu zum einen künstlerische und kulturelle Leistungen, zum anderen gewerbliche Leistungen wie technische Erfindungen (Patent- und Gebrauchsmusterrecht), ästhetische Produktgestaltungen („Design“, sog. Geschmacksmusterrecht) und Leistungssymbole, wie z.B. Marken-, Firmen- und Geschäftsbezeichnungen, gehören. Des Weiteren vertieft das Masterstudium die Kenntnisse der Studierenden in den Bereichen Vertragsgestaltung und Verbraucherschutz und vermittelt ihnen verwaltungsrechtliche Spezialkenntnisse, z. B. im Rahmen der Veranstaltungen Energierecht und Europäisches Verwaltungsrecht. Hervorzuheben ist schließlich, dass die Studierenden im Rahmen des Masterstudiums nicht lediglich das nationale Recht erlernen, sondern darüber hinaus in einer Reihe von Veranstaltungen (z.B. Europäisches Privatrecht, Europäisches Wirtschaftsrecht) über europarechtliche Bezüge und Besonderheiten informiert werden.

#### **1.2.4 Wahlpflichtfach Medienmanagement**

Das Masterstudium bereitet durch eine vertiefte Vermittlung von Managementkompetenzen gezielt auf eine Tätigkeit als Führungskraft in unterschiedlichen Bereichen der Medienbranche vor. Zu weiteren beruflichen Perspektiven zählen nach einem erfolgreichen Masterstudium auch Tätigkeiten in Forschung und akademischer Lehre.

Die Studierenden erörtern insbesondere die Besonderheiten der Medienmärkte und -geschäfte und erhalten einen Überblick über deutsche und internationale Medienmärkte; deshalb werden viele Lehrveranstaltungen in englischer Sprache angeboten. In den Lehrveranstaltungen werden die wesentlichen institutionellen Rahmenbedingungen diskutiert. Die Studierenden verstehen die Grundlagen der Neuen Medien und innovativer Informationssysteme und analysieren Medienunternehmen und -strategien verschiedener Medienmärkte mittels fortgeschrittener Methoden der Industrie- und Wettbewerbsanalyse. Dabei ist auch eine Vertiefung und Profilbildung in betriebswirtschaftlichen Funktionsbereichen wie Marketing oder den Aspekten der internationalen Unternehmensführung möglich.

#### **1.2.5 Wahlpflichtfach Ökonomie und Soziologie der Medien**

Während die Studierenden im Bachelorstudium durch die Vermittlung fundamentaler Basiskenntnisse an mittlere Führungspositionen herangeführt werden, bereitet das Masterstudium durch eine vertiefte Vermittlung von Methoden und Kompetenzen gezielt auf eine Tätigkeit als Spezialist/in in unterschiedlichen Bereichen der Medienbranche vor. Zu weiteren beruflichen Perspektiven zählen nach einem erfolgreichen Masterstudium auch Tätigkeiten in Forschung und akademischer Lehre.

Von besonderem Interesse sind im Masterstudium die unterschiedlichen (institutionellen) Strukturen von Medienmärkten und deren Auswirkungen auf die Struktur der Medienorganisationen und Medienangebote einerseits, die Auflösung ehemaliger Medienmarktabgrenzungen durch neue Informations- und Kommunikationstechnologien andererseits. Die Studierenden übertragen ihr grundlegendes Verständnis des Medienmarkts im Hinblick auf die Institutionen, Regulierungen und unterschiedlichen Wettbewerbsstrategien auf konkrete Problemstellungen in Medienunternehmen. Weiterhin vertiefen die Studierenden im Masterstudium ihre Fähigkeit, mediensoziologische Untersuchungen nach ihren Fragen, ihrem methodischen Aufbau und nach ihrem Aussagegehalt zu beurteilen und die weitere Entwicklung der Medien unter technischen und gesellschaftlichen Gesichtspunkten zu beurteilen. Sie kennen die Medienorganisation in Deutschland wie auch in weiteren ausgewählten Ländern und beurteilen sowie vergleichen deren Bedeutung für politische Prozesse und soziale Entwicklungen. Mit den entwickelten Problemlösungskompetenzen entwickeln sie eigene Positionen zu aktuellen medienpolitischen Fragestellungen, was einen wesentlichen Faktor für die gehobenen beruflichen Aufgabenbereiche im Mediensektor darstellt.

## **2. Zulassungsvoraussetzungen**

Zum Masterstudium im Verbundstudium Medienwissenschaft kann zugelassen werden, wer einen Bachelorabschluss oder einen vergleichbaren Studienabschluss Medienwissenschaft oder in einem

Studiengang mit vergleichbarem Curriculum abgeschlossen und dabei mindestens die Gesamtnote "gut (2,0)" erreicht hat. Das Curriculum muss sowohl im Pflichtfach als auch im gewählten Wahlpflichtfach vergleichbar sein. Im Wahlpflichtfach Medieninformatik dienen die durch das Kölner Bachelorstudium der Medienwissenschaft vermittelten Kenntnisse als Richtschnur. Wesentlich sind Kenntnisse der objektorientierten Programmierung im Umfang von ca. 20 CP, jeweils mit einem deutlichen Schwerpunkt in der Programmiersprache C++ und in der Visuellen Programmierung. Im Wahlpflichtfach Medienpsychologie müssen Kenntnisse der Allgemeinen und Sozialpsychologie im Umfang von ca. 20 CP und eine Methodenausbildung von ca. 20 CP nachgewiesen werden sowie der Besuch von einschlägigen Veranstaltungen zu medienpsychologischen Grundlagenthemen. In den Wahlpflichtfächern Medienmanagement und Ökonomie und Soziologie der Medien sind mindestens 32 CP nachzuweisen, im Wahlpflichtfach Medienrecht Kenntnisse in Bereich und Umfang, wie sie das Kölner Bachelorstudium Medienwissenschaft vermittelt.

Es sind Englischkenntnisse auf dem Niveau von Stufe B2 CEF nachzuweisen.

### 3. Studienaufbau und -abfolge

Das Verbundstudium Medienwissenschaft besteht aus dem Pflichtfach Medienkulturwissenschaft und einem der Wahlpflichtfächer Medieninformatik, Medienpsychologie, Medienrecht, Medienmanagement oder Ökonomie und Soziologie der Medien.

Im **Pflichtfach** Medienkulturwissenschaft müssen vier Pflichtmodule im Umfang von insgesamt 54 CP absolviert werden, im jeweiligen **Wahlpflichtfach** 36 CP. Hinzu kommen 30 CP für die Masterarbeit (in dem Fall, dass eine empirische Arbeit geschrieben wird) bzw. 20 CP für die Masterarbeit und 10 CP für selbstständige Studien (für den Fall, dass eine nicht empirische Masterarbeit geschrieben wird).

Das Pflichtfach Medienkulturwissenschaft und das Wahlpflichtfach Medienrecht umfassen vier, die Wahlpflichtfächer Medieninformatik und Medienpsychologie drei Pflichtmodule. Die Wahlpflichtfächer Medienmanagement und Ökonomie und Soziologie der Medien umfassen sechs Wahlpflichtmodule.

## 4. CP-Übersicht

### 4.1 Pflichtfach Medienkulturwissenschaft

Sem.	Modul	SWS	Gegenstand	K	VN	CP
1.-3.	MM 1	6	Medienanalyse	90	210	10
2.-4.	MM 2	6	Inter- und Transmedialität	90	210	10
1.-3.	MM 3	6	Theatralität und Performativität	90	210	10
2.-4.	MM 4	6	Medienevolution/Medienumbrüche	90	270	12
	Masterprüfung in Verbindung mit MM 1 bis MM 4			0	180	6
	Masterprüfung in Verbindung mit MM 1 bis MM 4			0	180	6
<b>Σ</b>	<b>ohne Masterarbeit</b>			<b>360</b>	<b>1260</b>	<b>54</b>
	Masterarbeit (nicht empirisch) + selbstständige Studien oder Masterarbeit (empirisch)			0	900	30
<b>Σ</b>	<b>mit Masterarbeit</b>			<b>360</b>	<b>2160</b>	<b>84</b>

### 4.2 Wahlpflichtfach Medieninformatik

Sem.	Modul	SWS	Gegenstand	K	VN	CP
1.-4.	MM 1	6	Software Engineering	90	300	13
1.-3.	MM 2	4	Formalisierung inhaltlicher Problemstellungen	60	210	9
2.-3.	MM 3	-	Praktikum	60	180	8
	Masterprüfung in Verbindung mit MM 1			0	180	6
<b>Σ</b>	<b>ohne Masterarbeit</b>			<b>210</b>	<b>870</b>	<b>36</b>
	Masterarbeit (nicht empirisch) + selbstständige Studien oder Masterarbeit (empirisch)			0	900	30
<b>Σ</b>	<b>mit Masterarbeit</b>			<b>210</b>	<b>1770</b>	<b>66</b>

### 4.3 Wahlpflichtfach Medienpsychologie

Sem.	Modul	SWS	Gegenstand	K	VN	CP
1.-2.	MM 1	6	Methodenvertiefung	90	270	12
1.-2.	MM 2	6	Spezielle Medienpsychologie	90	210	10
2.-3.	MM 3	4	Angewandte Medienforschung	60	180	8
	Masterprüfung in Verbindung mit MM 3			0	180	6
<b>Σ</b>	<b>ohne Masterarbeit</b>			<b>240</b>	<b>840</b>	<b>36</b>
	Masterarbeit (nicht empirisch) + selbstständige Studien oder Masterarbeit (empirisch)			0	900	30
<b>Σ</b>	<b>mit Masterarbeit</b>			<b>240</b>	<b>1740</b>	<b>66</b>

### 4.4 Wahlpflichtfach Medienrecht

Sem.	Modul	SWS	Gegenstand	K	VN	CP
1.-2.	MM 1	6	Spezielle Bereiche des Medienrechts	90	180	9
2.-3.	MM 2	6	Gewerblicher Rechtsschutz/Urheberrecht und Wettbewerbsrecht	90	180	9
2.-3.	MM 3	6	Vertragsgestaltung	90	180	9
1.-4.	MM 4	6	Europarecht	90	180	9
<b>Σ</b>	<b>ohne Masterarbeit</b>			<b>360</b>	<b>720</b>	<b>36</b>
	Masterarbeit (nicht empirisch) + selbstständige Studien oder Masterarbeit (empirisch)			0	900	30
<b>Σ</b>	<b>mit Masterarbeit</b>			<b>360</b>	<b>1620</b>	<b>66</b>

#### 4.5 Wahlpflichtfach Medienmanagement

Das Studium des Wahlpflichtfachs Medienmanagement umfasst 36 CP. Dabei entfallen mindestens 18 CP und höchstens 24 CP auf den Bereich Medienmanagement; die übrigen CP sind im Rahmen der Minor Accounting, Finance, Marketing, Supply Chain Management oder Corporate Development - Strategy, Organization and Human Resources zu erwerben, wobei Leistungen in unterschiedlichen Minor erbracht werden können.

##### Bereich Medienmanagement

Modul	Modultitel	P/WP	Prüfungen/Nachweise	CP	Σ CP
1	Enterprises, Markets and Strategies	P	Klausur/mündliche Prüfung/Referat	6	6
2	Media and Information Systems: Technologies, Applications, Economics of Digital Goods	P	Klausur/mündliche Prüfung/Referat	6	6
3	Industry and Competition Analysis	WP	Klausur/mündliche Prüfung/Referat	6	6-12
4	Strategy and Innovation Management	WP	Klausur/mündliche Prüfung/Referat	6	
5	Media and Technology Management Seminar	WP	Klausur/mündliche Prüfung/Referat	6	
6	Selected Media Topics	WP	Klausur/mündliche Prüfung/Referat	6	
7	Media and Technology Entrepreneurship	WP	Klausur/mündliche Prüfung/Referat	6	
8	Selected Media and Technology Issues	WP	Klausur/mündliche Prüfung/Referat	6	
Σ					<b>18-24</b>

##### Minor Accounting

Modul	Modultitel	P/WP	Prüfungen/Nachweise	CP
1	Betriebswirtschaftliche Steuerlehre I	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
2	Betriebswirtschaftliche Steuerlehre II	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
3	International Taxation	WP	Klausur/mündliche Prüfung	
4	Internationale Rechnungslegung	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
5	Unternehmensbewertung	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
6	Strategisches Controlling	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
7	Operatives Controlling	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
8	Hauptseminar Betriebswirtschaftliche Steuerlehre	WP	Referat/Hausarbeit	6
9	Hauptseminar Controlling	WP	Referat/Hausarbeit	
10	Hauptseminar Externe Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung	WP	Referat/Hausarbeit	
11	Selected Issues in Accounting and Taxation	WP	Klausur/sonstige Leistung	

### Minor Corporate Development - Strategy, Organization and Human Resources

Modul	Modultitel	P/WP	Prüfungen/Nachweise	CP
1	Corporate Development	WP	Klausur/sonstige Leistung	6
2	Strategic Management	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
3	Strategic Human Resource Management	WP	Klausur/mündliche Prüfung/Fallstudie	6
4	Strategic Management of Networks and Organizations	WP	Klausur/sonstige Leistung	6
5	Economics of Incentives in Organizations	WP	Klausur/sonstige Leistung	6
6	Organisationstheorien	WP	Klausur/sonstige Leistung	6
7	Strategic Alliances and Networks	WP	Klausur/mündliche Prüfung/Referat	6
8	Theories on Leadership and Motivation	WP	Klausur/sonstige Leistung	6
9	Behavioral Ethics	WP	Klausur/sonstige Leistung	6
10	Hauptseminar Unternehmensentwicklung und Organisation	WP	Referat/Hausarbeit	6
11	Hauptseminar Human Resource Management	WP	Referat/Hausarbeit	
12	Hauptseminar Business Policy and Logistics	WP	Referat/Hausarbeit	
13	Hauptseminar Corporate Development and Business Ethics	WP	Referat/Hausarbeit	
14	Selected Issues in Corporate Development	WP	Klausur/sonstige Leistung	

### Minor Finance

Modul	Modultitel	P/WP	Prüfungen/Nachweise	CP
1	Institutionenökonomik	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
2	Investments	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
3	Asset Management	WP	Klausur/mündliche Prüfung	
4	Derivate	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
5	Unternehmensbewertung und -kontrolle	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
6	Risikomanagement in Banken	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
7	Management von Leasinggesellschaften	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
8	Value-based Management of Insurance Companies	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
9	Insurance Economics	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
10	Investmentbanking	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
11	Fixed Income Management	WP	Klausur/mündliche Prüfung/Referat	6
12	Hauptseminar Kapitalmärkte und Unternehmensfinanzen	WP	Referat/Hausarbeit	6
13	Hauptseminar Finanzinstitutionen	WP	Referat/Hausarbeit	
14	Ausgewählte Fragen der Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung I - Unternehmenspublizität	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
15	Ausgewählte Fragestellungen der Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre I	WP	Klausur/mündliche Prüfung	
16	Statistische Analyse von Finanzmarktdaten	WP	Klausur/mündliche Prüfung	
17	Ausgewählte Fragestellungen in Finance	WP	Klausur/sonstige Leistung	



**Minor Marketing**

<b>Modul</b>	<b>Modultitel</b>	<b>P/WP</b>	<b>Prüfungen/Nachweise</b>	<b>CP</b>
1	Marketing Performance Management	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
2	Medienmarketing	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
3	New Product Management	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
4	Markenpolitik	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
5	Preispolitik	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
6	Customer Relationship Management	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
7	Strategic Management in Retailing	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
8	Retail Marketing	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
9	Ausgewählte Fragestellungen des Marketing	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
10	Practical Applications in Retailing	WP	Klausur/mündliche Prüfung/Hausarbeit	6
11	Quantitative Applications in Marketing	WP	Klausur/mündliche Prüfung/Hausarbeit	6
12	Selected Issues in Marketing	WP	sonstige Leistung	6
13	E-Commerce	WP	Klausur/mündliche Prüfung/Hausarbeit	
14	Hauptseminar Marketing und Marktforschung	WP	Referat/Hausarbeit	6
15	Hauptseminar Marketing und Markenmanagement	WP	Referat/Hausarbeit	
16	Hauptseminar Handel und Kundenmanagement I	WP	Referat/Hausarbeit	

**Minor Supply Chain Management**

<b>Modul</b>	<b>Modultitel</b>	<b>P/WP</b>	<b>Prüfungen/Nachweise</b>	<b>CP</b>
1	Supply Chain Management und Produktion I (Strukturen)	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
2	Supply Chain Management und Produktion II (Prozesse)	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
3	Supply Chain Management und Produktion III (Material-Logistik und Bestandsmanagement)	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
4	Supply Chain Management and Management Science I (Strategy)	WP	Klausur/mündliche Prüfung/Fallstudie	6
5	Supply Chain Management and Management Science II (Planning)	WP	Klausur/mündliche Prüfung/Fallstudie	6
6	Supply Chain Management and Management Science III (Operations)	WP	Klausur/mündliche Prüfung/Hausarbeit/Fallstudie	6
7	Logistics Concepts, Systems and Models	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
8	Strategic Alliances and Networks	WP	Klausur/mündliche Prüfung/Referat	6
9	Management of Logistics Service Providers	WP	Referat/Hausarbeit/Klausur	6
10	Selected Issues in Supply Chain Management	WP	Klausur/sonstige Leistung	6

#### 4.6 Wahlpflichtfach Ökonomie und Soziologie der Medien

Das Studium des Wahlpflichtfachs Ökonomie und Soziologie der Medien umfasst 36 CP. Dabei entfallen mindestens 18 CP und höchstens 24 CP auf den Bereich Ökonomie und Soziologie der Medien; die übrigen CP sind im Rahmen der Minor Soziologie und empirische Sozialforschung, Institutionen und Märkte sowie Wirtschafts- und Sozialpsychologie zu erwerben, wobei Leistungen in unterschiedlichen Minor erbracht werden können.

##### Bereich Ökonomie und Soziologie der Medien

Modul	Modultitel	P/WP	Prüfungen/Nachweise	CP
1	Spezielle Fragen der Medienökonomie	WP	Hausarbeit/Referat	6
2	Theorie und Politik der Medienwirtschaft	WP	Klausur	6
3	Soziale Bedingungen der Mediennutzung	WP	Hausarbeit/Referat	6
4	Medien- und Inhaltsanalyse	WP	Klausur/sonstige Leistung	6
<b>Σ</b>				<b>18-24</b>

##### Minor Soziologie und empirische Sozialforschung

Modul	Modultitel	P/WP	Prüfungen/Nachweise	CP
1	Lineare Modelle	WP	Klausur/sonstige Leistung	6
2	Kausalanalyse	WP	Klausur/sonstige Leistung	6
3	Spezielle Analyseverfahren I	WP	Klausur/sonstige Leistung	6
4	Spezielle Analyseverfahren II	WP	Klausur/sonstige Leistung	6
5	Spezielle Erhebungsverfahren	WP	Klausur/sonstige Leistung	6
6	Handlungs- und Entscheidungstheorie	WP	Referat/Hausarbeit	6
7	Kontexte sozialen Handelns	WP	Referat/Hausarbeit	6
8	Sozialstruktur	WP	Referat/Hausarbeit	6
9	Vergleichende Sozialforschung	WP	Referat/Hausarbeit	6
10	Märkte, Institutionen und Organisationen	WP	Referat/Hausarbeit	6
11	Politische Soziologie	WP	Referat/Hausarbeit	6
12	Sozialer Wandel	WP	Referat/Hausarbeit	6
13	Einstellungen, Normen und Werte	WP	Referat/Hausarbeit	6
14	Ausgewählte Fragestellungen der Soziologie und der Empirischen Sozialforschung	WP	Referat/Hausarbeit/Klausur	6

**Minor Institutionen und Märkte**

<b>Modul</b>	<b>Modultitel</b>	<b>P/WP</b>	<b>Prüfungen/Nachweise</b>	<b>CP</b>
1	Mikroökonomik	WP	Klausur/mündliche Prüfung/sonstige Leistung	6
2	Advanced Microeconomics I: Game Theory	WP	Klausur/mündliche Prüfung/sonstige Leistung	6
3	Mikroökonomik für Fortgeschrittene II: Vertragstheorie	WP	Klausur/mündliche Prüfung/sonstige Leistung	6
4	Makroökonomik	WP	Klausur/mündliche Prüfung/sonstige Leistung	6
5	Advanced Macroeconomics I: Real Dynamic Macroeconomics	WP	Klausur/mündliche Prüfung/sonstige Leistung	6
6	Advanced Macroeconomics II: Monetary Dynamic Macroeconomics	WP	Klausur/mündliche Prüfung/sonstige Leistung	6
7	Industrieökonomik	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
8	Experimentelle Wirtschaftsforschung	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
9	Theorie und Politik des Arbeitsmarktes	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
10	Energieökonomik	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
11	Theorie und Politik der Medienwirtschaft	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
12	Theorie und Politik der Verkehrswirtschaft	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
13	Informationsprobleme in Gesundheitsmärkten	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
14	Wirtschafts- und Unternehmensgeschichte	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
15	Moderne Konzepte Institutionen und Märkte	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
16	Ausgewählte Fragestellungen der Mikroökonomik, Institutionen und Märkte	WP	Klausur/sonstige Leistung	6

**Minor Wirtschafts- und Sozialpsychologie**

<b>Modul</b>	<b>Modultitel</b>	<b>P/WP</b>	<b>Prüfungen/Nachweise</b>	<b>CP</b>
1	Consumer Behavior	WP	Referat/Klausur	6
2	Psychology of Leadership Skills	WP	Referat/Klausur	6
3	The Psychology of Strategic Interactions, Negotiations and Selling	WP	Referat/Klausur	6
4	Psychology of Money Management	WP	Referat/Klausur	6
5	Wirtschafts- und sozialpsychologisches Hauptseminar I	WP	Referat/Hausarbeit	6
6	Wirtschafts- und sozialpsychologisches Hauptseminar II	WP	Referat/Hausarbeit	6
7	Empirisches Forschungspraktikum	WP	Projekt	6
8	Ausgewählte Fragestellungen der Sozialpsychologie	WP	Klausur/Hausarbeit/Referat	6
9	Ausgewählte Fragestellungen der Ökonomischen Psychologie	WP	Klausur/Hausarbeit/Referat	6
10	Ausgewählte Fragestellungen der Markt- und Konsumpsychologie	WP	Klausur/Hausarbeit/Referat	6
11	Ausgewählte Fragestellungen der Organisationspsychologie	WP	Klausur/Hausarbeit/Referat	6

## 5. Studienberatung

Obligatorisch ist die Teilnahme an einer Studienberatung zu Beginn des ersten Fachsemesters zur Organisation des Masterstudiums und der studienbegleitenden Prüfungen (Master-Beratung). Die Teilnahme wird bescheinigt. Diese Beratung kann auch fachübergreifend durchgeführt werden. Die Inanspruchnahme von weiteren individuellen Studienberatungen wird dringend empfohlen.

## 6. Pflichtfach Medienkulturwissenschaft

### 6.1 Mastermodule

#### Mastermodul 1: Medienanalyse

Sem.	LV u. Turnus	SWS	P/WP	Gegenstand	Prüfung/Leistung	K	VN	CP
1./3.	Vorlesung WS	2	P	Methoden und Verfahren der Medienanalyse	Aktive Teilnahme	30	30	2
1./3.	Lektürekurs WS	2	P	Kommunikation in den Medien	Aktive Teilnahme	30	30	2
1./3.	Übung WS	2	P	Komparatistische Medienanalyse	Aktive Teilnahme; Hausarbeit	30	150	6
<b>ggf. mündliche oder schriftliche Masterprüfung</b>						<b>(180)</b>		<b>(6)</b>
$\Sigma$	-	<b>6</b>	-	-	-	<b>300 (+180)</b>		<b>10 (+6)</b>

#### Modulbeschreibung:

##### Inhalte und Qualifikationsziele:

Im Unterschied zum angloamerikanischen Sprachraum, der mit dem Stichwort Media Analysis vor allem die empirischen Methoden der soziologischen Massenkommunikationsforschung umfasst, profiliert sich die kulturwissenschaftliche Medienanalyse im deutschsprachigen Raum gerade durch die Vielfalt der eingesetzten Analyseverfahren. In diesem Modul sollen die Studierenden eine vertiefte Auseinandersetzung mit in den verschiedensten Disziplinen zur Verfügung stehenden Forschungsansätzen erfahren. Es werden unterschiedliche Theorieangebote fokussiert, ohne dabei einen undifferenzierten Methodenpluralismus zu propagieren. Medien kommen dabei in den Einzelanalysen als Verbundsysteme in den Blick, die nicht isoliert operieren, sondern oft auf andere Medien angewiesen sind, diese Medien aber auch inkorporieren können. Über die Vermittlung einzelner Analyseverfahren hinaus ist es deswegen besonders wichtig, den Studierenden die Produktivität interdisziplinärer Ansätze nahe zu bringen. Dafür bieten gerade die britischen Cultural Studies das Beispiel eines theoretisch heterogenen Forschungsfeldes, das im Zusammenwirken unterschiedlichster methodischer Ansätze interessante Ergebnisse in der Untersuchung von Populärkultur erzielt hat. Aufgezeigt werden Möglichkeiten zur Zusammenarbeit mit den benachbarten Feldern der Kultur-, Literatur- und Kunstwissenschaften, aber auch mit Psychologie, Informatik und Marktforschung.

In der Vorlesung gewinnen die Studierenden einen Überblick über die verschiedenen Methoden der Medienanalyse. Zudem lernen sie hier neben diskursanalytischen Verfahren auch Lektürekonzepte der Cultural Studies, insbesondere den Umgang mit kulturellen Dichotomien wie Race, Class und Gender kennen. Im Lektürekurs werden die Studierenden wichtige theoretische Grundlagentexte zur Medienanalyse gemeinsam erarbeiten und dabei nicht nur in ihrer historischen Bedeutung einordnen, sondern auch auf ihre gegenwärtige Valenz hin überprüfen. Die Übung ermöglicht es den Studierenden, anhand eines einheitlichen Untersuchungsgegenstandes differente wissenschaftliche Forschungsansätze auf ihre jeweilige Anwendbarkeit hin zu überprüfen. Die Hausarbeit dokumentiert die im Modul erlernte Kompetenz, innerhalb einer bestimmten Fragestellung oder Medienkonstellation entwickelte Analyse Kriterien auch in anderen Medien- und Forschungszusammenhängen anwenden zu können.

**Lehr- und Lernformen:** Vorlesung, Lektürekurs, Übung; regelmäßige und aktive Teilnahme.

**Prüfungsleistungen:** Hausarbeit, ggf. mündliche oder schriftliche Masterprüfung.

**Berechnung der Modulnote:** Die in der Übung erreichte Note bildet die Modulnote.

**Modulbeauftragte(r):** Professuren für Theater-, Film- u. Fernsehwissenschaft.

**Verwendbarkeit des Moduls:** Pflichtmodul im Masterstudium Medienwissenschaft.

**Modulbezogene Voraussetzungen:** keine.

### Mastermodul 2: Inter- und Transmedialität

Sem.	LV u. Turnus	SWS	P/WP	Gegenstand	Prüfung/Leistung	K	VN	CP
2./4.	Vorlesung mit Screening SS	2+2	P	Medien in Medien	Aktive Teilnahme	60	30	3
2./4.	Seminar SS	2	WP	Medienverbundsysteme	Aktive Teilnahme; Hausarbeit	30	180	7
<b>ggf. mündliche oder schriftliche Masterprüfung</b>						<b>(180)</b>		<b>(6)</b>
$\Sigma$	-	<b>6</b>	-	-	-	<b>300 (+180)</b>		<b>10 (+6)</b>

#### Modulbeschreibung:

##### Inhalte und Qualifikationsziele:

Medien, so eine grundlegende Einsicht, operieren nicht als voneinander isolierte Einzelmedien, sondern in einem komplexen wechselseitigen Bedingungsgefüge innerhalb einer spezifischen Medienkonstellation. Innerhalb eines Medienverbundsystems lassen sich Medien in Medien unterschiedlich beobachten; man muss daher zwischen Medienkombinationen und Medienwechsel unterscheiden.

Den Studierenden werden in diesem Modul Grundlagen und weiterführende Kenntnisse dieser intermedialen und transmedialen Operationsweisen vermittelt. Dabei ermöglicht es die Vorlesung, Einblick in die einschlägigen theoretischen Ansätze der letzten Jahrzehnte zu gewinnen. Den Studierenden wird dabei ein Verständnis von Inter- und Transmedialität als mediales Phänomen vermittelt, zugleich werden sie in die Lage versetzt, dieses Verständnis in der Analyse von Medien und Medialität zum Einsatz zu bringen. Ein Screening verdeutlicht die Ausführungen der Vorlesung am konkreten Material, das thematisch konzise gehalten, aber medial möglichst breit gestreut wird. Im zweimal angebotenen Seminar beschäftigen sich die Studierenden hingegen mit einem beispielhaften Thema intermedialer Forschung: Vermittelt wird die Kompetenz zur eigenständigen Analyse unterschiedlicher historischer Formationen (Medienverbundsystemen) von Inter- und Transmedialität. In Referat und Hausarbeit demonstrieren die Studierenden die Fähigkeit zur Applikation ihrer neugewonnenen methodischen Kompetenzen.

**Lehr- und Lernformen:** Vorlesung, Screening, Seminar; regelmäßige und aktive Teilnahme.

**Prüfungsleistungen:** Hausarbeit, ggf. mündliche oder schriftliche Masterprüfung.

**Berechnung der Modulnote:** Die im Seminar erreichte Note bildet die Modulnote.

**Verwendbarkeit des Moduls:** Pflichtmodul im Masterstudium Medienwissenschaft.

**Modulbeauftragte(r):** Professuren für Theater-, Film- u. Fernsehwissenschaft.

**Modulbezogene Voraussetzungen:** keine.

### Mastermodul 3: Theatralität und Performativität

Sem.	LV u. Turnus	SWS	P/WP	Gegenstand	Prüfung/Leistung	K	VN	CP
1./3.	Vorlesung mit Screening WS	2+2	P	Körper und Medien	Aktive Teilnahme	60	30	3
1./3.	Seminar WS	2	WP	Performanzkonzepte	Aktive Teilnahme; Hausarbeit	30	180	7
<b>ggf. mündliche oder schriftliche Masterprüfung</b>						<b>(180)</b>		<b>(6)</b>
$\Sigma$	-	<b>6</b>	-	-	-	<b>300 (+180)</b>		<b>10 (+6)</b>

**Modulbeschreibung:****Inhalte und Qualifikationsziele:**

Theatralität und Performativität sind Leitbegriffe einer Medienanalyse, die die materialen Voraussetzungen und die institutionellen Rahmungen kultureller Ereignisse erforscht. Zu den hauptsächlichen Gegenständen des Moduls gehören Prozesse der Bildung und Zerstörung von Sinn durch mediale Praktiken. Der Blick wird auf Inszenierungstechniken und Aufführungsformen gerichtet, bei denen die Präsentation des menschlichen Körpers eine besondere Rolle spielt. Ins Zentrum rückt die Frage, in welchen Reinheitsgraden bzw. Mischverhältnissen die eingesetzten Darstellungsmittel als bedeutsame Zeichen und/oder als Ingredienzen eines Spektakels zur Geltung kommen. In den Veranstaltungen dieses Moduls behandeln die Studierenden die spannungsreichen Aspekte von Darstellungsweisen in ihrer ganzen Bandbreite, die von Problemen einfacher Kommunikationsakte bis hin zur Ästhetisierung der Politik reicht. Konfrontiert werden sie dabei mit den Ergebnissen der Sprechakttheorie bezüglich der konstativen und performativen Leistungen sprachlicher Äußerungen, üben aber auch den Umgang mit kulturwissenschaftlichen Befunden über die soziale Funktion von Gesten, Ritualen, Zeremonien, Rollen und Positionen ein. Die Studierenden machen sich dabei einerseits mit den unbeherrschbaren Elementen geplanter Inszenierungen vertraut und erlernen andererseits den reflektierten Umgang mit Begriffen wie ‚Ereignis‘, ‚Authentizität‘, ‚Täuschung‘ und ‚Manipulation‘.

Die Vorlesung verschafft einen Einblick in die einschlägigen theoretischen Ansätze und behandelt die Inszenierung von Körpern und Medien anhand von historischen und aktuellen Konstellationen. Ein Screening soll den Stoff der Vorlesung durch konkretes Material anschaulich machen. Im zweimal angebotenen Seminar üben die Studierenden die kritische Reflexion unterschiedlicher Performanzkonzepte ein und erproben deren Reichweite an verschiedenen Fallbeispielen. Die eigenständige Erarbeitung und Umsetzung dieser Konzepte wird durch die Ausarbeitung eines Referats und einer Hausarbeit bewiesen.

**Lehr- und Lernformen:** Vorlesung, Screening, Seminar; regelmäßige und aktive Teilnahme.

**Prüfungsleistungen:** Hausarbeit, ggf. mündliche oder schriftliche Masterprüfung.

**Berechnung der Modulnote:** Die im Seminar erreichte Note bildet die Modulnote.

**Modulbeauftragte(r):** Professuren für Theater-, Film- u. Fernsehwissenschaft.

**Verwendbarkeit des Moduls:** Pflichtmodul im Masterstudium Medienwissenschaft

**Modulbezogene Voraussetzungen:** keine.

**Mastermodul 4: Medienevolution/Medienumbrüche**

Sem.	LV u. Turnus	SWS	P/WP	Gegenstand	Prüfung/Leistung	K	VN	CP
2./4.	Lektürekurs SS	2	P	‚Neue‘ Medien: Diskursgeschichten	Aktive Teilnahme	30	30	2
2./4.	Übung SS	2	P	Nichtlinearität und Medienhistorio- graphie	Aktive Teilnahme; Referat o. kleine Hausarbeit	30	90	4
2./4.	Übung SS	2	P	Evolution und Autopoiesis der Medien	Aktive Teilnahme; Hausarbeit	30	150	6
<b>ggf. mündliche oder schriftliche Masterprüfung</b>						<b>(180)</b>		<b>(6)</b>
Σ	-	<b>6</b>	-	-	-	<b>360 (+180)</b>		<b>12 (+6)</b>

**Modulbeschreibung:**

**Inhalte und Qualifikationsziele:** Mediengeschichte verläuft keineswegs, wie oft angenommen, linear oder als Progress. Man muss vielmehr davon ausgehen, dass Mediengeschichte nur als ein überaus verwickelter, in ein kulturelles, technisches und soziales Bedingungsgefüge eingebundener Verlauf zu begreifen ist, zu dem Phasen des Umbruchs ebenso gehören wie solche der Stabilisierung, der Rückbildung oder des Stillstands. In diesem Modul werden Grundlagen und vertiefende Kenntnisse über die Wechselbeziehungen von Medien (z.B. Schrift, Druck, Foto, Film, digitale Medien), Kultur

und Gesellschaft unter der Perspektive von Medienevolution und Medienumbrüchen vermittelt. Dabei werden Modelle der Mediengeschichtsschreibung diskutiert und deren diskursive Formation an exemplarischen Beispielen problematisiert und reflektiert.

Die Studierenden erhalten nicht nur vertiefende oder ausführlichere Kenntnisse der Mediengeschichte, sondern gewinnen eine grundsätzlich andere Perspektive auf die medienhistorische Relation zwischen Medien, Kultur und Gesellschaft. Während der Lektürekurs die Studierenden darin begleitet, Modelle der Mediengeschichtsschreibung als Mediendiskursgeschichte zu rekonstruieren, erlernen sie in den beiden Übungen, Mediengeschichte in entscheidenden Verlaufs- oder Umbruchsituationen theoretisch unterschiedlich zu perspektivieren.

**Lehr- und Lernformen:** Lektürekurs, Übung; regelmäßige und aktive Teilnahme.

**Prüfungsleistungen:** Referat oder kleine Hausarbeit(ca. 4 Seiten), Hausarbeit, ggf. mündliche oder schriftliche Masterprüfung.

**Berechnung der Modulnote:** Die Modulnote ergibt sich aus dem nach Kreditpunkten gewichteten arithmetischen Mittel der Noten in den beiden Übungen.

**Modulbeauftragte(r):** Professuren für Theater-, Film- u. Fernsehwissenschaft.

**Verwendbarkeit des Moduls:** Pflichtmodul im Masterstudium Medienwissenschaft.

**Modulbezogene Voraussetzungen:** keine.

## 6.2 Masterprüfungen

In Verbindung mit einem der Mastermodule 1 bis 4 wird eine vierstündige Klausurarbeit verfasst, in Verbindung mit einem anderen der Mastermodule 1 bis 4 wird eine 45minütige mündliche Prüfung abgelegt. Im Rahmen der Klausurarbeit werden der Kandidatin bzw. dem Kandidaten aus zwei mit ihr oder ihm vereinbarten Themenbereichen des jeweiligen Moduls jeweils eine Aufgabe zur Wahl vorgelegt, von denen eine zu bearbeiten ist. Die mündliche Prüfung erfolgt über drei Themen. In beiden Masterprüfungen soll die Kandidatin bzw. der Kandidat nachweisen, dass sie oder er sich gründliche Kenntnisse über die Inhalte des ausgewählten Moduls angeeignet und dabei nicht nur die einschlägige Forschungsliteratur, sondern auch aktuelle Veröffentlichungen zur Kenntnis genommen hat. Die Kandidatin bzw. der Kandidat muss zudem in der Lage sein, wissenschaftliche Fragen zu durchdenken sowie ihre oder seine Erkenntnisse in angemessener Form schriftlich bzw. mündlich zum Ausdruck zu bringen. Fragestellungen, die sich mit dem Thema der Masterarbeit überschneiden, sind ausgeschlossen. Beide Prüfungen werden mit je 6 CP kreditiert.

### 6.3 Berechnung der Fachnote

Die Fachnote im Pflichtfach Medienkulturwissenschaft ergibt sich aus dem nach Credit Points gewichteten arithmetischen Mittel folgender Prüfungsnoten:

1. Note der Übung in Mastermodul 1 (6 CP);
2. Note des Seminars in Mastermodul 2 (7 CP);
3. Note des Seminars in Mastermodul 3 (7 CP);
4. Note der mit Referat oder kleiner Hausarbeit abgeschlossenen Übung in Mastermodul 4 (4 CP);
5. Note der mit Hausarbeit abgeschlossenen Übung in Mastermodul 4 (6 CP);
6. Note der ersten Masterprüfung (6 CP);
7. Note der zweiten Masterprüfung (6 CP).

### 6.4 Masterarbeit

Die Masterarbeit wird im Pflichtfach Medienkulturwissenschaft oder im gewählten Wahlpflichtfach geschrieben. Dabei ist die Erstellung einer Masterarbeit in einem der Wahlpflichtfächer Medienmanagement, Ökonomie und Soziologie der Medien oder Rechtswissenschaft an die schriftliche Betreuungszusage einer zuständigen Fachvertreterin/eines zuständigen Fachvertreters gebunden.

Die Masterarbeit im Pflichtfach Medienkulturwissenschaft wird in Verbindung mit einem der Mastermodule verfasst, wobei die Möglichkeit besteht, das Thema einer im betreffenden Mastermodul geschriebenen Hausarbeit weiter auszuarbeiten; das gewählte Thema muss sich deutlich vom Thema der Bachelorarbeit unterscheiden. Das Thema der Masterarbeit darf sich nicht mit einer Fragestellung aus einer Masterprüfung überschneiden. In der Regel handelt es sich um eine nicht-empirische Arbeit. Voraussetzung für die Zulassung zur Masterarbeit ist der erfolgreiche Abschluss von wenigstens zwei Mastermodulen.

Die Bearbeitungszeit beträgt bei einem nicht-empirischen Thema vier Monate, bei einem empirischen Thema sechs Monate; sie wird mit 20 CP (viermonatige Bearbeitungszeit) bzw. 30 CP (sechsmonatige Bearbeitungszeit) kreditiert. Bei einer nicht empirischen Arbeit sind zusätzlich 10 CP durch selbstständige Studien zu erbringen.

### 6.5 Selbstständige Studien

Die Fähigkeit zu selbstständigem und eigenverantwortlichem wissenschaftlichen Arbeiten gehört zu den Schlüsselkompetenzen, die im Rahmen eines Masterstudiums erworben werden. Die eigenständige Ergänzung des Studienprogramms durch frei gewählte Lehrveranstaltungen, die der Vertiefung individueller Interessen und der Erweiterung des wissenschaftlichen Horizonts dienen, und die selbstgewählte Lektüre wissenschaftlicher Literatur, die über das Lesepensum der obligatorischen Lehrveranstaltungen hinausführt, sind daher wichtige Elemente dieser Studienstufe. Um Raum und Gelegenheit zur Entfaltung individueller Forschungsinteressen zu geben, sieht das Masterstudium daher einen Arbeitsanteil von rund 300 Stunden, äquivalent 10 CP, für selbstständige Studien vor. Nur für den Fall, dass für eine hinsichtlich des methodischen Aufwands oder der Materialbeschaffung besonders aufwendige empirische Masterarbeit ein Arbeitsaufwand von 900 Stunden, äquivalent 30 CP, veranschlagt wird, gehen die entsprechenden Arbeitsanteile in die Masterarbeit ein.



**Musterstudienplan im Pflichtfach Medienkulturwissenschaft**

<b>Sem.</b>	<b>Mastermodul 1</b>	<b>Mastermodul 2</b>	<b>Mastermodul 3</b>	<b>Mastermodul 4</b>	<b>Σ CP</b>
1	Vorlesung (2 CP) Lektürekurs (2 CP) Übung (6 CP) Masterprüfung (6 CP)				16
2		Vorlesung mit Screening (3 CP) Seminar (7 CP)		Lektürekurs (2 CP) Übung (4 CP)	16
3			Vorlesung mit Screening (3 CP) Seminar (7 CP) Masterprüfung (6 CP)		16
4				Übung (6 CP)	6
3/4	ggf. Masterarbeit				30/20+10

## 7. Wahlpflichtfach Medieninformatik

### 7.1 Mastermodule

#### Mastermodul 1: Software Engineering

Sem.	LV u. Turnus	SWS	P/WP	Gegenstand	Prüfung/Leistung	K	VN	CP
1./3.	Vorlesung WS	2	P	Softwaretechnologie für Fortgeschrittene	Aktive Teilnahme	30	30	2
1./3.	Hauptseminar WS	2	P	Software Engineering	Aktive Teilnahme; Referat, Hausarbeit	30	180	7
2./4.	Übung SS	2	P	Implementation komplexer Systeme	Aktive Teilnahme; Referat	30	90	4
<b>mündliche Masterprüfung</b>						<b>180</b>	<b>6</b>	
<b>Σ</b>	-	<b>6</b>	-	-	-	<b>390+180</b>	<b>13+6</b>	

#### Modulbeschreibung:

##### Inhalte und Qualifikationsziele:

Inhalte: Die Heterogenität, die Komplexität und die Masse der zu verarbeitenden Daten im Bereich multimedialer Systeme erfordert den Einsatz moderner Methoden des Softwareengineering. Begrenzte Ressourcen müssen effektiv eingesetzt werden. Hardwareseitig wird dies durch vernetzte Systeme bis hin zu Computergrids erreicht. Softwareseitig werden ökonomische und effiziente Lösungen durch Entwurfsmuster und Komponententechnologien erzielt.

Methodische Hilfsmittel liefert dazu die Graphentheorie. Die zu verarbeitenden Daten sind effektiv zu visualisieren, gleichzeitig aber auch persistent zu halten. Der Visualisierung dienen die Bildverarbeitung, die 3D-Programmierung und die mit dieser in der Entwicklung von interaktiver Simulation verbundenen Teilgebiete der Künstlichen Intelligenz. Der Persistierung, dem Wiederauffinden und der Weiterverarbeitung dienen nichtrelationale Datenmodelle, Semantic-Web-Technologien und webbasierte Wissensdarstellung.

Qualifikationsziele: Die TeilnehmerInnen sind in der Lage, fortgeschrittene Literatur aus der Informatik/Informationstechnologie zu verstehen und praktisch anzuwenden.

**Lehr- und Lernformen:** Vorlesung, Hauptseminar, Übung; regelmäßige und aktive Teilnahme.

**Prüfungsleistungen:** zwei Referate, Hausarbeit (Entwicklung von Softwarekomponenten, Integration in offene Systeme), 45-minütige mündliche Masterprüfung mit Nachweis der Beherrschung von Entwurfsmustern, Komponententechnologien und abstrakter Konzepte der Kerninformatik wie der Graphentheorie.

**Berechnung der Modulnote:** Die Modulnote ergibt sich aus dem nach Kreditpunkten gewichteten arithmetischen Mittel der Noten im Hauptseminar und in der Übung.

**Modulbeauftragte/r:** Professur für Historisch-Kulturwissenschaftliche Informationsverarbeitung.

**Verwendbarkeit des Moduls:** Pflichtmodul im Masterstudium Medienwissenschaft, Wahlpflichtfach Medieninformatik.

**Modulbezogene Voraussetzungen:** keine.

**Mastermodul 2: Formalisierung inhaltlicher Problemstellungen**

Sem.	LV u. Turnus	SWS	P/WP	Gegenstand	Prüfung/Leistung	K	VN	CP
1./3.	Hauptseminar WS	2	P	Formalisierung inhaltlicher Problemstellungen	Aktive Teilnahme; Referat, Hausarbeit	30	180	7
1./3.	Übung WS	2	P	Implementation komplexer Systeme	Aktive Teilnahme	30	30	2
$\Sigma$	-	<b>4</b>	-	-	-	<b>270</b>		<b>9</b>

**Modulbeschreibung:****Inhalte und Qualifikationsziele:**

Inhalte: Dieses Modul führt an einem ausgedehnten Beispiel in die Formalisierung von Fragestellungen einer inhaltlichen Disziplin ein, die auf die Erstellung einer Umsetzung dieser Formalisierung in eine anwendungsreife Lösung unter Verwendung medialer Techniken abzielt. Das Gewicht liegt dabei auf dem Prozess der Formalisierung; für den Nachweis der Anwendungsreife können daher sowohl eigene Softwaremodule als auch Anwendungssysteme herangezogen werden. Das Modul behandelt mit wechselnden Schwerpunkten sowohl allgemeine methodische Teilgebiete – etwa die Theorie von Hypertextdarstellungen oder die des Einsatzes der Artificial Intelligence im Bereich der Simulation – als auch konkrete Technologien, wie etwa die der Virtual Reality Programmierung. Überschneidungen mit den Themen der Vorlesung in Mastermodul 1 sind möglich, jedoch werden sie in diesem Modul unter dem Gesichtspunkt ihrer Eignung für eine ausgewählte Gruppe inhaltlicher medial zu behandelnder Probleme, dort unter dem des Einsatzes innerhalb eines Softwaresystems behandelt.

Im *Hauptseminar* werden die TeilnehmerInnen zunächst durch Kurzreferate in die Fragestellungen einer der inhaltlichen Disziplinen eingeführt, auf die die allgemeinen Konzepte angewendet werden können. In einem weiteren Kurzreferat wird die Anwendbarkeit eines derartigen Konzepts auf die herausgearbeiteten Fragestellungen behandelt. Schließlich wird an einem abgegrenzten Beispiel die praktische Umsetzung, in der Regel unter Heranziehung eines geeigneten Anwendungssystems, demonstriert.

Die *Übung* führt, je nach gewähltem Technologiebereich, in die praktische Handhabung notwendiger Verfahren oder Tools ein. Dies schließt die Implementation geeigneter Komponenten ein.

Qualifikationsziele: Die TeilnehmerInnen sind in der Lage, anspruchsvolle Probleme aus dem Bereich der Generierung von Medien auf der Basis inhaltlicher Fragen zu formalisieren, eine passende formale Grundlage für die Lösung des genannten Problems zu wählen und diese praktisch umzusetzen.

**Lehr- und Lernformen:** Hauptseminar, Übung; regelmäßige und aktive Teilnahme.

**Prüfungsleistungen:** Referat, Hausarbeit.

**Berechnung der Modulnote:** Die im Hauptseminar erreichte Note bildet die Modulnote.

**Modulbeauftragte/r:** Professur für Historisch-Kulturwissenschaftliche Informationsverarbeitung.

**Verwendbarkeit des Moduls:** Pflichtmodul im Masterstudium Medienwissenschaft, Wahlpflichtfach Medieninformatik.

**Modulbezogene Voraussetzungen:** keine.

**Mastermodul 3: Praktikum**

Sem.	LV u. Turnus	SWS	P/WP	Gegenstand	Prüfung/Leistung	K	VN	CP
2./3	Praktikum WS/SS	-	P	Projektarbeit	Projektbericht	60	180	8
$\Sigma$	-	-	-	-	-	<b>240</b>		<b>8</b>

**Modulbeschreibung:****Inhalte und Qualifikationsziele:**

Durch die Konfrontation mit der praktischen Arbeit in einem digitale Medien erstellenden oder für die Forschung einsetzenden Projekt werden die Studierenden mit der Praxis der projektorientierten Umsetzung inhaltlicher Forschungsziele vertraut gemacht. Dies geschieht durch die Übertragung absonderlicher Einzelaufgaben, deren Ergebnisse nicht in die reguläre Arbeit der Einrichtung einfließen *müssen*, daher so angelegt sein können, dass sie aus Sicht der betreuenden Einrichtungen zur Erprobung zusätzlicher Möglichkeiten in der täglichen Arbeit noch nicht angewandeter Technologien führen, aus der Sicht des Studiengangs zur Umsetzung einer fachlichen Lösung in allen Stadien von der Analyse bis zur Dokumentation der gefundenen Lösung. Unter "Praktikum" wird hier also die selbstständige Erarbeitung einer aus den Erfordernissen eines Projekts abgeleiteten Lösung verstanden, wobei die Zwischenergebnisse mit den "Auftraggebern" abgeglichen werden, ohne dass jedoch eine Eingliederung in den Arbeitsprozess dieser Einrichtung stattfindet.

Beispiel: Erprobung einer den Realitätsgrad einer Anwendung erhöhenden spezifischen Renderingtechnik innerhalb einer an einer Einrichtung betriebenen Simulation.

Die Praktika werden zunächst in der Regel an einer Einrichtung des kulturellen Erbes im Raum Köln durchgeführt werden. (Archive, Bibliotheken, Museen u. ä.) Eine Möglichkeit zur Durchführung von Praktika an Unternehmen der Medienindustrie wird angestrebt.

**Lehr- und Lernformen:** Praktikum.

**Prüfungsleistungen:** Projektbericht, der in der Komplexität der technischen Lösung über der einer Seminararbeit liegt, durch die weitgehend vorgegebene Auswahl der zu berücksichtigenden Lösungswege aber eine geringere Selbstständigkeit verlangt.

**Berechnung der Modulnote:** Die Note des Projektberichts bildet die Modulnote.

**Modulbeauftragte/r:** Professur für Historisch-Kulturwissenschaftliche Informationsverarbeitung.

**Verwendbarkeit des Moduls:** Pflichtmodul im Masterstudium Medienwissenschaft, Wahlpflichtfach Medieninformatik.

**Modulbezogene Voraussetzungen:** Erfolgreich abgeschlossenes Hauptseminar aus MM 1 oder MM 2.

**7.2 Masterprüfung**

In Verbindung mit Mastermodul 1 wird eine 45minütige mündliche Prüfung abgelegt, in der der Nachweis der Beherrschung von Entwurfsmustern, Komponententechnologien und abstrakten Konzepten der Kerninformatik zu erbringen ist. Die Prüfung wird mit 6 CP kreditiert.

**7.3 Berechnung der Fachnote**

Die Fachnote im Wahlpflichtfach Medieninformatik ergibt sich aus dem nach Credit Points gewichteten arithmetischen Mittel folgender Prüfungsnoten:

1. Note des Hauptseminars in Mastermodul 1 (7 CP);
2. Note der Übung in Mastermodul 1 (4 CP);
3. Note des Hauptseminars in Mastermodul 2 (7 CP);
4. Note des Projektberichts in Mastermodul 3 (8 CP);
5. Note der mündlichen Masterprüfung (6 CP).

#### **7.4 Masterarbeit**

Die Masterarbeit zeigt die Fähigkeit der Kandidatin/des Kandidaten, ein fachliches Problem aus dem Bereich der Generierung oder Analyse der Medien so zu formalisieren, dass es mit den Mitteln der Informationstechnologie bearbeitet werden kann. Hierbei kann die ganze Breite der Informationstechnik berücksichtigt werden. Arbeiten, die sich auf Bereiche der Informationstechnik beziehen, die im Studium nicht explizit vermittelt wurden, sind deshalb denkbar und wünschenswert. In der Regel wird erwartet, dass die Praktikabilität der vorgeschlagenen Herangehensweise durch eine funktionsfähige „Proof of Concept“-Lösung demonstriert wird. Eine theoretische Darstellung, die aufgrund ihres Abstraktionsgrades oder ihrer Komplexität im Rahmen einer Masterarbeit nicht technisch überprüft werden kann, kann jedoch sehr wohl ein geeignetes Thema für eine rein theoretische Darlegung sein, eine rein praktische, nicht aufgrund der Herleitung verallgemeinerte technische Lösung eines isolierten Einzelproblems dagegen nicht. Die Themenstellung besteht also aus einem abstrakten inhaltlichen Problem eines medienwissenschaftlich relevanten Fachs, die Arbeit in der Regel aus einer Beschreibung der zur Formalisierung zur Verfügung stehenden Technologien, einer begründeten Wahl derselben und der Umsetzung anhand eines praktischen Beispiels.

Die Bearbeitungszeit der Masterarbeit beträgt bei einem nicht-empirischen Thema vier Monate, bei einem empirischen Thema sechs Monate; sie wird mit 20 CP (viermonatige Bearbeitungszeit) bzw. 30 CP (sechsmonatige Bearbeitungszeit) kreditiert. Bei einer nicht empirischen Arbeit sind zusätzlich 10 CP durch selbstständige Studien zu erbringen.

#### **7.5 Selbstständige Studien**

Siehe Punkt 6.5 unter „Medienkulturwissenschaft“.

**Musterstudienplan im Wahlpflichtfach Medieninformatik**

<b>Sem.</b>	<b>Mastermodul 1</b>	<b>Mastermodul 2</b>	<b>Mastermodul 3</b>	<b><math>\Sigma</math> CP</b>
1	Vorlesung (2 CP) Hauptseminar (7 CP)			9
2	Übung (4 CP) Masterprüfung (6 CP)			10
3		Hauptseminar (7 CP) Übung (2 CP)	Praktikum (8 CP)	17
4	ggf. Masterarbeit			30/20+10

## 8. Wahlpflichtfach Medienpsychologie

### 8.1 Mastermodule

#### Mastermodul 1: Methodenvertiefung

Sem.	LV u. Turnus	SWS	P/WP	Gegenstand	Prüfung/Leistung	K	VN	CP
1.	Übung WS	2	P	Methoden der Medienpsychologie	Aktive Teilnahme + Referat mit schriftlicher Ausarbeitung	30	120	5
2.	Vorlesung SS	2	P	Statistik II	Klausur	30	90	4
2.	Übung SS	2	P	Statistik II	Aktive Teilnahme mit Hausaufgaben	30	60	3
<b>Σ</b>	-	<b>6</b>	-	-	-	<b>360</b>		<b>12</b>

#### Modulbeschreibung:

##### Inhalte und Qualifikationsziele:

Die Inhalte des Moduls Methodenvertiefung bauen auf den im Rahmen des Bachelorstudiums vermittelten Methodenkompetenzen auf: Im Rahmen der Vorlesung und der Übung zur Statistik II werden weiterführende Techniken zur Analyse von empirischen Daten vermittelt und eingeübt. Die Übung zu Methoden der Medienpsychologie stellt einen Bezug zwischen den psychologischen Datengewinnungs- und Auswertungsmethoden einerseits und medienpsychologischen Inhalten andererseits her. Im Gegensatz zur Methodenausbildung im Bachelorstudium werden somit vorrangig für die Medienpsychologie spezifische Methoden fokussiert und eingeübt. Dabei werden sowohl quantitative als auch qualitative Methoden vertieft als auch neue apparative Verfahren zur Erhebung objektiver Medienwirkungsparameter (z.B. periphere Pulsamplitude, Blickregistrierung). Zusätzlich sollen die Methoden im Kontext von in Fachzeitschriften publizierten medienpsychologischen Studien betrachtet werden.

Das Modul qualifiziert weitergehend zur Durchführung eigener empirischer Forschung sowie vor allem zur kritischen Bewertung empirischer Untersuchungen und publizierter Forschungsergebnisse. Teilnehmer/innen sollen nach Abschluss der Veranstaltungen in der Lage sein, a) medienpsychologische Publikationen qualitativer wie quantitativer Orientierung methodenkritisch zu lesen und zu bewerten und b) ausgehend von dieser kritischen Bewertung Konzeptionen für weitergehende Untersuchungen auszuarbeiten.

**Lehr- und Lernformen:** Vorlesung, Übung; regelmäßige und aktive Teilnahme.

**Prüfungsleistungen:** Klausurarbeit, Referat mit schriftlicher Ausarbeitung.

**Berechnung der Modulnote:** Die Modulnote ergibt sich aus dem nach Kreditpunkten gewichteten arithmetischen Mittel der Noten der Klausurarbeit und des Referats mit schriftlicher Ausarbeitung.

**Modulbeauftragte(r):** Sozialpsychologie II: Kommunikations- und Medienpsychologie.

**Verwendbarkeit des Moduls:** Pflichtmodul im Masterstudium Medienwissenschaft, Wahlpflichtfach Medienpsychologie.

**Modulbezogene Voraussetzungen:** keine.

**Mastermodul 2: Spezielle Medienpsychologie**

Sem.	LV u. Turnus	SWS	P/WP	Gegenstand	Prüfung/Leistung	K	VN	CP
1.	Seminar WS	2	WP	Medienwirkungs- forschung	Aktive Teilnahme + Referat mit schriftlicher Ausarbeitung	30	90	4
1.	Seminar WS	2	WP	Neue Medien	Aktive Teilnahme + Referat	30	60	3
2.	Seminar SS	2	WP	Konventionelle Medien	Aktive Teilnahme + Referat	30	60	3
$\Sigma$	-	<b>6</b>	-	-	-	<b>300</b>		<b>10</b>

**Modulbeschreibung:****Inhalte und Qualifikationsziele:**

In Seminaren erfolgt eine detaillierte Aufarbeitung einschlägiger Forschungsfelder der Medienpsychologie. Im Rahmen eines Seminars zur Medienwirkungsforschung werden medienunabhängig empirische Ergebnisse spezifisch zur Wirkung von Medienformaten auf menschliches Erleben und Verhalten vorgestellt und diskutiert. Besondere Bedeutung im Rahmen eines Seminars zu konventionellen Medien haben dabei die klassischen und aktuellen Ergebnisse zur Print-, Film- und Fernsehforschung. Im Vordergrund können Fragen der Medienwahl, der Wahrnehmung, der Verarbeitung und des Erlebens von Medieninhalten sowie Fragen der Medienwirkung stehen (kurz- und langfristige kognitive, emotionale, motivationale Wirkungen, Handeln als Folge der Medienrezeption etc.). Konkrete Inhalte umfassen etwa Kampagnen- und Nachrichtenforschung sowie die Nutzen- und Gratifikationsforschung. Hier ergibt sich somit eine besonders enge Verschränkung mit kommunikationswissenschaftlichen Theorien und Ergebnissen. In einem weiteren Seminar erfolgt eine detaillierte Aufarbeitung des Forschungsbereichs „Neue Medien“. Dies beinhaltet insbesondere zwei Forschungsgebiete: Das der Mensch-Computer-Interaktion (MCI oder Human Computer Interaction, HCI) und das der computer-vermittelten Kommunikation (cvK oder Computer Mediated Communication, CMC). Forschung zur Mensch-Computer-Interaktion beschäftigt sich mit der Entwicklung, Gestaltung und Optimierung von Schnittstellen zum Informationsaustausch zwischen menschlichem Nutzer und technischen Systemen. Die Medienpsychologie hat in diesem stark interdisziplinär geprägten Forschungsfeld in den vergangenen Jahren kontinuierlich an Bedeutung gewonnen. Forschung zu computervermittelter Kommunikation beschäftigt sich im Gegensatz zur Mensch-Computer-Interaktion mit Formen und Konsequenzen jener Kommunikation, bei der Menschen miteinander *mittels* eines Computers kommunizieren, der Computer also nicht Adressat, sondern lediglich Medium ist.

Das Modul soll den aktuellen Stand der Forschung im Bereich der psychologischen Medienforschung vermitteln. Dabei sollen die Teilnehmer/innen Theorien und Annahmen zu Erleben, Wirkung und Wahl der konventionellen und neuen Medien erlernen. Die Teilnehmer/innen sollen befähigt werden, den momentanen Forschungsstand nicht nur wiederzugeben, sondern auch kritisch zu beurteilen sowie darüber hinaus in die Lage versetzt werden, die Weiterentwicklungen in diesem Bereich selbstständig weiterzuverfolgen und zu bewerten.

**Lehr- und Lernformen:** Seminar; regelmäßige und aktive Teilnahme.

**Prüfungsleistungen:** Zwei Referate, Referat mit schriftlicher Ausarbeitung.

**Berechnung der Modulnote:** Die Modulnote ergibt sich aus dem nach Kreditpunkten gewichteten arithmetischen Mittel der in den drei Seminaren erreichten Noten.

**Modulbeauftragte(r):** Sozialpsychologie II: Kommunikations- und Medienpsychologie.

**Verwendbarkeit des Moduls:** Pflichtmodul im Masterstudium Medienwissenschaft, Wahlpflichtfach Medienpsychologie.

**Modulbezogene Voraussetzungen:** keine.



### Mastermodul 3: Angewandte Medienforschung

Sem.	LV u. Turnus	SWS	P/WP	Gegenstand	Prüfung/Leistung	K	VN	CP
2.	Seminar SS	2	P	Theoretische Grundlagen der Medienwirkung	Aktive Teilnahme	30	30	2
3.	Forschungs- praktikum WS	2	P	Medien- psychologische Untersuchung	Abschlussbericht	30	150	6
<b>schriftlichen Masterprüfung</b>						<b>180</b>		<b>6</b>
<b>Σ</b>	-	<b>4</b>	-	-	-	<b>240+180</b>		<b>8+6</b>

#### Modulbeschreibung:

##### Inhalte und Qualifikationsziele:

Im Rahmen eines ersten Seminars werden vorbereitende Theoriearbeiten für das Empiriepraktikum geleistet. Zu einem selbst zu wählenden Thema werden Originalarbeiten aus internationalen Fachzeitschriften rezipiert und methodenkritisch diskutiert. Ausgehend von den so gewonnenen Kenntnissen wird im anschließenden Empiriepraktikum eine medienspsychologische Untersuchung in Kleingruppen theoretisch verankert, geplant, durchgeführt, ausgewertet und in standardisierter Form berichtet.

Die Teilnehmer/innen sollen mit Abschluss des Moduls in der Lage sein, a) eigenständig Forschungsfragestellungen aus der einschlägigen Literatur abzuleiten, b) die gewählten Konstrukte angemessen zu operationalisieren, c) für die Prüfung der Fragen bzw. Hypothesen ein angemessenes Design zu identifizieren und zu planen d) die geplante Untersuchung durchzuführen und auszuwerten und e) die Ergebnisse in angemessener Form zu präsentieren.

**Lehr- und Lernformen:** Seminar, inneruniversitäres Praktikum; regelmäßige und aktive Teilnahme.

**Prüfungsleistungen:** Abschlussbericht; schriftliche Masterprüfung.

**Berechnung der Modulnote:** Die Note des Abschlussberichts im Forschungspraktikum bildet die Modulnote.

**Modulbeauftragte(r):** Sozialpsychologie II: Kommunikations- und Medienpsychologie.

**Verwendbarkeit des Moduls:** Pflichtmodul im Masterstudium Medienwissenschaft, Wahlpflichtfach Medienpsychologie.

**Modulbezogene Voraussetzungen:** Für die Teilnahme am Seminar „Theoretische Grundlagen der Medienwirkung“: keine; für die Teilnahme am Forschungspraktikum: erfolgreicher Abschluss von Mastermodul 1.

### 8.2 Masterprüfung

In Verbindung mit Mastermodul 3 wird eine vierstündige Klausurarbeit verfasst, in der die vermittelten Methodenkenntnisse sowie die Kenntnis des Forschungsstands zu konventionellen wie neuen Medien in der behandelten Breite nachzuweisen sind. Die Masterprüfung wird mit 6 CP kreditiert.

### 8.3 Berechnung der Fachnote

Die Fachnote im Wahlpflichtfach Medienpsychologie ergibt sich aus dem nach Credit Points gewichteten arithmetischen Mittel folgender Prüfungsnoten:

1. Note der Übung „Methoden der Medienpsychologie“ in Mastermodul 1 (5 CP);
2. Note der Vorlesung in Mastermodul 1 (4 CP);
3. Note des Seminars „Medienwirkungsforschung“ in Mastermodul 2 (4 CP);
4. Note des Seminars „Konventionelle Medien“ in Mastermodul 2 (3 CP);
5. Note des Seminars „Neue Medien“ in Mastermodul 2 (3 CP);

6. Note des Forschungspraktikums in Mastermodul 3 (6 CP);
7. Note der schriftlichen Masterprüfung in Mastermodul 3 (6 CP).

#### **8.4 Masterarbeit**

Zur Masterarbeit kann zugelassen werden, wer Mastermodul 1 erfolgreich abgeschlossen sowie darüber hinaus im Rahmen des Masterstudiums weitere 12 CP im Wahlpflichtfach Medienpsychologie erworben hat. Die Bearbeitungszeit beträgt bei einem nicht-empirischen Thema vier Monate, bei einem empirischen Thema sechs Monate; sie wird mit 20 CP (viermonatige Bearbeitungszeit) bzw. 30 CP (sechsmonatige Bearbeitungszeit) kreditiert. Bei einer nicht empirischen Arbeit sind zusätzlich 10 CP durch selbstständige Studien zu erbringen.

#### **8.5 Selbstständige Studien**

Siehe Punkt 6.5 unter „Medienkulturwissenschaft“.

**Musterstudienplan im Wahlpflichtfach Medienpsychologie**

<b>Sem.</b>	<b>Mastermodul 1</b>	<b>Mastermodul 2</b>	<b>Mastermodul 3</b>	<b>Σ CP</b>
1	Übung Methoden der Medienpsychologie (5 CP)	Seminar Medienwirkungsforschung (4 CP) Seminar Neue Medien (3 CP)		12
2	Vorlesung Statistik II (4 CP) Übung Statistik II (3 CP)	Seminar Konventionelle Medien (3 CP)	Seminar Theoretische Grundlagen der Medienwirkung (2 CP)	12
3			Forschungspraktikum (6 CP) Masterprüfung (6 CP)	12
4	ggf. Masterarbeit			30/20+10

## 9. Wahlpflichtfach Medienrecht

### Gesonderte Bestimmungen im Wahlpflichtfach Rechtswissenschaft:

Für die Durchführung der Klausuren einschließlich einer möglichen Remonstration gelten die Bestimmungen der Studien- und Prüfungsordnung der Rechtswissenschaftlichen Fakultät für den Studiengang Rechtswissenschaft in ihrer jeweiligen Fassung.

Die Anzahl der Prüfungsversuche einschließlich möglicher Wiederholungsprüfungen innerhalb eines Moduls darf die doppelte Anzahl der im betreffenden Modul vorgesehenen Prüfungen nicht um mehr als einen Versuch überschreiten. Wiederholungsprüfungen werden nicht in demselben Semester angeboten und finden nicht zum Zwecke der Notenverbesserung statt.

Die Meldung zu einer Prüfung kann innerhalb einer durch das Prüfungsamt der Rechtswissenschaftlichen Fakultät festgesetzten Frist zurückgenommen werden.

Wird im Rahmen der Wiederholungsversuche die zum Bestehen eines Moduls erforderliche Anzahl von CP nicht erreicht, ist das Verbundstudium Medienwissenschaft endgültig nicht bestanden.

Bezüglich der in den Klausuren erlaubten Hilfsmittel gelten die jeweils aktuellen Bestimmungen des Prüfungsamtes der Rechtswissenschaftlichen Fakultät.

### 9.1 Mastermodule

#### Mastermodul 1: Spezielle Bereiche des Medienrechts\*

Sem.	LV u. Turnus	SWS	P/WP	Gegenstand	Prüfung/Leistung	K	VN	CP
1.-2.	Vorlesung WS o. SS	2	WP	Medienrecht (Medienzivilrecht)	Aktive Teilnahme u./o. Klausur*	30	60	3
1.-2.	Vorlesung WS o. SS	2	WP	Internetrecht	Aktive Teilnahme u./o. Klausur*	30	60	3
1.-2.	Vorlesung WS o. SS	2	WP	Recht der Kunst- und Kulturpflege	Aktive Teilnahme u./o. Klausur*	30	60	3
1.-2.	Vorlesung WS o. SS	2	WP	Recht der Informationstechnologie	Aktive Teilnahme u./o. Klausur*	30	60	3
1.-2.	Vorlesung WS o. SS	2	WP	Presserecht	Aktive Teilnahme u./o. Klausur*	30	60	3
1.-2.	Vorlesung WS o. SS	2	WP	Aktuelle Probleme des Medienrechts	Aktive Teilnahme u./o. Klausur*	30	60	3
3.-4.	Vorlesung WS o. SS	2	WP	Europäisches Medienrecht	Aktive Teilnahme u./o. Klausur*	30	60	3
<b>Σ</b>	-	<b>6</b>	-	-	-	<b>270</b>		<b>9</b>

\*Es müssen drei Vorlesungen nach Wahl besucht werden. Zwei dieser Vorlesungen schließen nach Wahl mit einer Klausurarbeit ab, in der dritten Vorlesung genügt die aktive Teilnahme.

#### Modulbeschreibung:

##### Inhalte und Qualifikationsziele:

Die Vorlesung Medienrecht vermittelt den Studierenden die zivilrechtlichen Aspekte des Medienrechts, insbesondere den Schutz des Rechts am eigenen Bild, den Schutz sonstiger persönlichkeitsrechtlicher Interessen sowie das Presse- und Gendarstellungsrecht. Die Vorlesung Internetrecht beschäftigt sich mit den Rechtsfragen, die durch die private und gewerbliche Nutzung des Internets aufgeworfen werden. Ferner bietet sie eine Einführung in die technischen Grundlagen des Internets und behandelt in diesem Zusammenhang das Vertragsrecht (unter Berücksichtigung des Fernabsatzrechts), das Recht der digitalen Signaturen, die besonderen Haftungs Vorschriften der §§ 7 bis 10 TMG, den Datenschutz sowie das Domain- und Urheberrecht. Die Vorlesung Recht der Kunst- und Kulturpflege beschäftigt sich mit Aspekten des Kulturverfassungs- und Kulturverwaltungsrechts und vermittelt einen Überblick über das Denkmalschutzrecht, Archivrecht sowie über das Recht der Bühnen. Das Recht der Informationstechnologie im engeren Sinne umfasst das herkömmliche EDV-Recht unter Einbeziehung hybrider Erscheinungsformen wie etwa Application Service Providing und

Remote Computing (WTS, Citrix). Ausgehend von den Grundlagen (Technik, Projektmanagement, Strukturen, geistiges Eigentum) werden in der Vorlesung die verschiedenen Vertragstypen unter Einbeziehung der aktuellen Rechtsprechung und der Praxis der Vertragsgestaltung erörtert. Das Presserecht ist ein Teilbereich des Medienrechtes, der sich, ausgehend von der Pressefreiheit in Art. 5 Abs. 1 S. 2 GG, mit den rechtlichen Rahmenbedingungen der Presse befasst. Die Vorlesung Europäisches Medienrecht beschäftigt sich mit den Kompetenzen der Europäischen Gemeinschaften für den Mediensektor, den medienrechtlich relevanten Grundrechten und Grundfreiheiten, dem Wettbewerbs- und Beihilfenrecht sowie den wesentlichen Regelungen des Sekundärrechts wie der Fernsehrichtlinie. Darüber hinaus sind die Rechtsprechung des europäischen Gerichtshofs für Menschenrechte zu Art. 10 EMRK sowie die Fernsehkonvention des Europarates Gegenstand der Vorlesung.

**Lehr- und Lernformen:** Vorlesung; regelmäßige und aktive Teilnahme.

**Prüfungsleistungen:** Zwei Klausurarbeiten nach Wahl.

**Berechnung der Modulnote:** Die in den mit Klausurarbeit abgeschlossenen beiden Vorlesungen erreichten Noten bilden je zur Hälfte die Modulnote.

**Modulbeauftragte(r):** Turnusmäßig festgelegte Professur für Medienrecht.

**Verwendbarkeit des Moduls:** Pflichtmodul im Masterstudium Medienwissenschaft, Wahlpflichtfach Medienrecht.

**Modulbezogene Voraussetzungen:** keine.

### Mastermodul 2: Gewerblicher Rechtsschutz/Urheberrecht und Wettbewerbsrecht

Sem.	LV u. Turnus	SWS	P/WP	Gegenstand	Prüfung/Leistung	K	VN	CP
2.-3.	Vorlesung WS o. SS	2	WP	Gewerblicher Rechtsschutz	Aktive Teilnahme u./o. Klausur*	30	60	3
2.-3.	Vorlesung WS o. SS	2	WP	Urheberrecht	Aktive Teilnahme u./o. Klausur*	30	60	3
2.-3.	Vorlesung WS o. SS	2	WP	Markenrecht	Aktive Teilnahme u./o. Klausur*	30	60	3
2.-3.	Vorlesung WS o. SS	2	WP	Lizenzvertragsrecht	Aktive Teilnahme u./o. Klausur*	30	60	3
2.-3.	Vorlesung WS o. SS	2	WP	Kartellrecht	Aktive Teilnahme u./o. Klausur*	30	60	3
2.-3.	Vorlesung WS o. SS	2	WP	Lauterkeitsrecht	Aktive Teilnahme u./o. Klausur*	30	60	3
<b>Σ</b>	-	<b>6</b>	-	-	-	<b>270</b>	<b>9</b>	

\*Es müssen drei Vorlesungen nach Wahl besucht werden. Zwei dieser Vorlesungen schließen nach Wahl mit einer Klausurarbeit ab, in der dritten Vorlesung genügt die aktive Teilnahme.

#### Modulbeschreibung:

##### Inhalte und Qualifikationsziele:

Das Modul führt in die Grundlagen des Gewerblichen Rechtsschutzes, des Urheberrechts sowie des Wettbewerbsrechts ein. In der Vorlesung „Gewerblicher Rechtsschutz“ wird zunächst ein allgemeiner Systemüberblick hergestellt. Anschließend werden die Schutzrechte auf technischem Gebiet behandelt (Patentrecht, Gebrauchsmusterrecht und Geschmacksmusterrecht). Die Vorlesung „Urheberrecht“ befasst sich mit dem rechtlichen Schutz von persönlichen geistigen Leistungen auf kulturellem Gebiet sowie mit dem Spannungsfeld zwischen den wirtschaftlichen Interessen der Kulturindustrie, den persönlichkeitsbezogenen Interessen des Urhebers und dem Interesse der Gesellschaft, Werke ohne Beschränkung nutzen zu können. In der Vorlesung „Markenrecht“ werden die Schutzvoraussetzungen, der Schutzzumfang und die Schutzschranken des Markenrechts dargestellt. Die Vorlesung „Lizenzvertragsrecht“ behandelt spezielle Fragestellungen des Lizenzvertrages. Der Lizenzvertrag gewährt eine vertragliche Einräumung von Nutzungsrechten an schöpferischen Leistungen.

Gegenstände eines Lizenzvertrages können alle schöpferischen Leistungen bzw. hieraus erwirkte Schutzrechtspositionen sein, mithin technische Erfindungen, Marken, Geschmacksmuster und Urheberrechte.

Ein weiterer Schwerpunkt der Ausbildung liegt auf dem Gebiet des Wettbewerbs. Das Kartellrecht gibt einen Überblick über das deutsche und europäische Kartell- und Wettbewerbsrecht. Das „Lauterkeitsrecht“ beschäftigt sich mit der Frage, wie ein Unternehmer für seine Produkte werben darf und wie ein Konkurrent sich gegen unlautere Werbemaßnahmen wehren kann.

**Lehr- und Lernformen:** Vorlesung; regelmäßige und aktive Teilnahme.

**Prüfungsleistungen:** Zwei Klausurarbeiten nach Wahl.

**Berechnung der Modulnote:** Die in den mit Klausurarbeit abgeschlossenen beiden Vorlesungen erreichten Noten bilden je zur Hälfte die Modulnote.

**Modulbeauftragte(r):** Turnusmäßig festgelegte Professur (Zivilrecht, Gewerblicher Rechtsschutz).

**Verwendbarkeit des Moduls:** Pflichtmodul im Masterstudium Medienwissenschaft, Wahlpflichtfach Medienrecht.

**Modulbezogene Voraussetzungen:** keine.

### Mastermodul 3: Vertragsgestaltung

Sem.	LV u. Turnus	SWS	P/WP	Gegenstand	Prüfung/Leistung	K	VN	CP
2.-3.	Vorlesung WS o. SS	2	WP	Vertragsgestaltung	Aktive Teilnahme u./o. Klausur*	30	60	3
2.-3.	Vorlesung WS o. SS	2	WP	AGB- und Verbraucherschutzrecht	Aktive Teilnahme u./o. Klausur*	30	60	3
2.-3.	Vorlesung WS o. SS	2	WP	Kreditsicherungsrecht	Aktive Teilnahme u./o. Klausur*	30	60	3
2.-3.	Vorlesung WS o. SS	2	WP	Internationales Privatrecht	Aktive Teilnahme u./o. Klausur*	30	60	3
2.-3.	Vorlesung WS o. SS	2	WP	Europäisches Privatrecht	Aktive Teilnahme u./o. Klausur*	30	60	3
<b>Σ</b>	-	<b>6</b>	-	-	-	<b>270</b>	<b>9</b>	

\*Es müssen drei Vorlesungen nach Wahl besucht werden. Zwei dieser Vorlesungen schließen nach Wahl mit einer Klausurarbeit ab, in der dritten Vorlesung genügt die aktive Teilnahme.

#### Modulbeschreibung:

##### Inhalte und Qualifikationsziele:

Die Studierenden erlernen in der Vorlesung Vertragsgestaltung die Methodik der Vertragsgestaltung anhand von praktischen Fällen. Je nach Zuschnitt der Vorlesung werden neben Vorkenntnissen im Kreditsicherheitsrecht Vorkenntnisse im Familien- und Erbrecht sowie im Handels- und Gesellschaftsrecht vorausgesetzt. In der Vorlesung AGB- und Verbraucherschutzrecht werden zunächst die Problemkreise der Allgemeinen Geschäftsbedingungen anhand von Fällen thematisiert. Anschließend sollen die Studierenden im Rahmen eines vorgegeben Falls eigenständig Allgemeine Geschäftsbedingungen ausarbeiten. Die Vorlesung Kreditsicherheitsrecht behandelt die verschiedenen Kreditsicherheiten (insbesondere Grundpfandrechte, Pfandrechte an beweglichen Sachen und an Rechten sowie die Bürgschaft). Darüber hinaus erlangen die Studierenden ein Verständnis für die zugrunde liegenden Wirtschaftsabläufe und wirtschaftlichen Interessen. Die Studierenden erhalten in diesem Modul ferner einen Überblick über die Grundlagen und Grundstrukturen des Internationalen und Europäischen Privatrechts. Das Internationale Privatrecht bestimmt, welches Recht auf einen Sachverhalt angewandt wird, der Beziehungen zu mehreren Rechtsordnungen aufweist. Das Europäische Privatrecht ist eine noch in der Entstehung befindliche Rechtsmaterie. Die Vorlesung geht auf verschiedene übernationale Vereinheitlichungsprojekte und deren Verhältnis zu den nationalen Rechtsordnungen ein.

**Lehr- und Lernformen:** Vorlesung; regelmäßige und aktive Teilnahme.

**Prüfungsleistungen:** Zwei Klausurarbeiten nach Wahl.

**Berechnung der Modulnote:** Die in den mit Klausurarbeit abgeschlossenen beiden Vorlesungen erreichten Noten bilden je zur Hälfte die Modulnote.

**Modulbeauftragte(r):** Turnusmäßig festgelegte Professur (Zivilrecht).

**Verwendbarkeit des Moduls:** Pflichtmodul im Masterstudium Medienwissenschaft, Wahlpflichtfach Medienrecht.

**Modulbezogene Voraussetzungen:** keine.

#### Mastermodul 4: Europarecht

Sem.	LV u. Turnus	SWS	P/WP	Gegenstand	Prüfung/Leistung	K	VN	CP
1.-3.	Vorlesung WS/SS	2	P	Europarecht	Aktive Teilnahme u./o. Klausur*	30	60	3
2.-4.	Vorlesung WS o. SS	2	WP	Vertiefung im Europarecht	Aktive Teilnahme u./o. Klausur*	30	60	3
2.-4.	Vorlesung WS o. SS	2	WP	Europäisches Wirtschaftsrecht	Aktive Teilnahme u./o. Klausur*	30	60	3
2.-4.	Vorlesung WS o. SS	2	WP	Europäisches Verwaltungsrecht	Aktive Teilnahme u./o. Klausur*	30	60	3
2.-4.	Vorlesung WS o. SS	2	WP	Europäisches Arbeits- und Sozialrecht	Aktive Teilnahme u./o. Klausur*	30	60	3
<b>Σ</b>	-	<b>6</b>	-	-	-	<b>270</b>		<b>9</b>

\*Neben der Pflichtvorlesung Europarecht sind weitere zwei Vorlesungen nach Wahl zu besuchen. Zwei dieser Vorlesungen schließen nach Wahl mit einer Klausurarbeit ab, in der dritten Vorlesung genügt die aktive Teilnahme.

#### Modulbeschreibung:

##### Inhalte und Qualifikationsziele:

Die Vorlesung Europarecht vermittelt grundlegende Kenntnisse über das europäische Gemeinschaftsrecht sowie die Entwicklung und den Stand der europäischen Integration. Ferner bietet die Vorlesung einen Überblick über die Rechtssetzung und den Rechtsschutz in der Europäischen Gemeinschaft sowie die Grundfreiheiten im Gemeinsamen Markt und die Funktion und Stellung der Organe der Europäischen Gemeinschaft. Diese Aspekte werden in der Vertiefungsvorlesung näher beleuchtet, wobei der Schwerpunkt auf der neuesten Rechtsprechung des EuGH liegt. Das Europäische Wirtschaftsrecht ist eine Querschnittsmaterie, die sich im Wesentlichen aus dem Recht zur Gewährleistung der Marktfreiheiten im EG-Vertrag und den Vorschriften zur Gewährleistung eines Systems unverfälschten Wettbewerbs auf dem gemeinsamen Markt ergibt. Das Modul behandelt darüber hinaus die Grundstrukturen des Europäischen Verwaltungsrechts und seine Bedeutung und den Einfluss auf das nationale Verwaltungsrecht. Ferner können sich die Studierenden mit ausgewählten Fragen des Europäischen Arbeits- und Sozialrechts insbesondere anhand der Rechtsprechung des EuGH beschäftigen.

**Abfolge der Lehrveranstaltungen:** Die abgeschlossene Teilnahme an der Pflichtvorlesung „Europarecht“ ist Voraussetzung für die Teilnahme an einer der übrigen Vorlesungen des Moduls.

**Lehr- und Lernformen:** Vorlesung; regelmäßige und aktive Teilnahme.

**Prüfungsleistungen:** Zwei Klausurarbeiten nach Wahl.

**Berechnung der Modulnote:** Die in den mit Klausurarbeit abgeschlossenen beiden Vorlesungen erreichten Noten bilden je zur Hälfte die Modulnote.

**Modulbeauftragte(r):** Turnusmäßig festgelegte Professur (Europarecht).

**Verwendbarkeit des Moduls:** Pflichtmodul im Masterstudium Medienwissenschaft, Wahlpflichtfach Medienrecht.

**Modulbezogene Voraussetzungen:** keine.

## 9.2. Berechnung der Fachnote

Die Fachnote im Wahlpflichtfach Medienrecht ergibt sich aus dem arithmetischen Mittel der jeweiligen Klausurnoten (insgesamt 8 Klausurarbeiten).

## 9.3 Masterarbeit

Die Erstellung einer Masterarbeit im Wahlpflichtfach Medienrecht ist an die schriftliche Betreuungszusage einer zuständigen Fachvertreterin/eines zuständigen Fachvertreters gebunden. Ihre Bearbeitungszeit beträgt bei einem nicht-empirischen Thema vier Monate, bei einem empirischen Thema sechs Monate; sie wird mit 20 CP (viermonatige Bearbeitungszeit) bzw. 30 CP (sechsmonatige Bearbeitungszeit) kreditiert. Bei einer nicht empirischen Arbeit sind zusätzlich 10 CP durch selbstständige Studien zu erbringen.

## 9.4 Selbstständige Studien

Siehe Punkt 6.5 unter „Medienkulturwissenschaft“.



**Musterstudienplan im Wahlpflichtfach Medienrecht**

<b>Sem.</b>	<b>Mastermodul 1</b>	<b>Mastermodul 2</b>	<b>Mastermodul 3</b>	<b>Mastermodul 4</b>	<b>Σ CP</b>
1	Vorlesung 1 (3 CP) Vorlesung 2 (3 CP)	Vorlesung 1 (3 CP) Vorlesung 2 (3 CP)			12
2	Vorlesung 3 (3 CP)	Vorlesung 3 (3 CP)	Vorlesung 1 (3 CP) Vorlesung 2 (3 CP)		12
3			Vorlesung 3 (3 CP)	Vorlesung Europarecht (3 CP)	6
4				Vorlesung 2 (3 CP) Vorlesung 3 (3 CP)	6
3/4	ggf. Masterarbeit				30/20+10

## 10. Wahlpflichtfach Medienmanagement

### 10.1 Fachübersicht

	Minimum an CP	Maximum an CP
Bereich Medienmanagement	18 CP	24 CP
Minor Accounting	12 CP	18 CP
Minor Corporate Development - Strategy, Organization and Human Resources		
Minor Finance		
Minor Marketing		
Minor Supply Chain Management		

Das Studium des Wahlpflichtfachs Medienmanagement umfasst 36 CP. Dabei entfallen mindestens 18 CP und höchstens 24 CP auf den Bereich Medienmanagement; die übrigen CP sind im Rahmen der Minor Accounting, Finance, Marketing, Supply Chain Management oder Corporate Development - Strategy, Organization and Human Resources zu erwerben, wobei Leistungen in unterschiedlichen Minor erbracht werden können.

Der Bereich Medienmanagement sowie die genannten Minor sind in Module zu je 6 CP unterteilt, so dass insgesamt 6 Module absolviert werden müssen.

Die Summe von 36 CP im Rahmen des gesamten Wahlpflichtfachs Medienmanagement darf nicht überschritten und bestandene Prüfungsleistungen dürfen nicht wiederholt werden. Für nicht bestandene oder als nicht bestanden geltende Prüfungen werden Maluspunkte vergeben, deren Anzahl der durch die betreffende Prüfungsleistung zu erwerbenden Anzahl von CP entspricht. Es dürfen nicht mehr als 24 Maluspunkte zugewiesen werden; sonst ist das Verbundstudium Medienwissenschaft endgültig nicht bestanden. Sämtliche Prüfungsleistungen sind endnotenrelevant. Die Meldung zu einer Prüfung kann bis spätestens zwei Wochen vor dem jeweiligen Prüfungstermin zurückgenommen werden.

Für Einzelheiten siehe das Modulhandbuch Punkt 4.5.

### 10.2 Berechnung der Fachnote

Die Fachnote errechnet sich aus dem nach Credit Points gewichteten arithmetischen Mittel der in den Prüfungen des Wahlpflichtfachs Medienmanagement erreichten Noten.

### 10.3 Masterarbeit

Die Erstellung einer Masterarbeit im Wahlpflichtfach Medienmanagement ist an die schriftliche Betreuungszusage einer zuständigen Fachvertreterin/eines zuständigen Fachvertreters gebunden. Ihre Bearbeitungszeit beträgt bei einem nicht-empirischen Thema vier Monate, bei einem empirischen Thema sechs Monate; sie wird mit 20 CP (viermonatige Bearbeitungszeit) bzw. 30 CP (sechsmonatige Bearbeitungszeit) kreditiert. Bei einer nicht empirischen Arbeit sind zusätzlich 10 CP durch selbstständige Studien zu erbringen.

### 10.4 Selbstständige Studien

Siehe Punkt 6.5 unter „Medienkulturwissenschaft“.

## 10.5 Modulbeschreibungen

## Bereich Medienmanagement

Modul	Modultitel	P/WP	Prüfungen/Nachweise	CP	Σ CP
1	Enterprises, Markets and Strategies	P	Klausur/mündliche Prüfung/Referat	6	6
2	Media and Information Systems: Technologies, Applications, Economics of Digital Goods	P	Klausur/mündliche Prüfung/Referat	6	6
3	Industry and Competition Analysis	WP	Klausur/mündliche Prüfung/Referat	6	6-12
4	Strategy and Innovation Management	WP	Klausur/mündliche Prüfung/Referat	6	
5	Media and Technology Management Seminar	WP	Klausur/mündliche Prüfung/Referat	6	
6	Selected Media Topics	WP	Klausur/mündliche Prüfung/Referat	6	
7	Media and Technology Entrepreneurship	WP	Klausur/mündliche Prüfung/Referat	6	
8	Selected Media and Technology Issues	WP	Klausur/mündliche Prüfung/Referat	6	
Σ					<b>18-24</b>

<b>Name</b>	<b>Enterprises, Markets and Strategies</b>		
<b>Nummer</b>	25001	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	2-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	60 h	<b>Selbststudium</b>	120 h
<b>Qualifikation</b>	Managementaufgaben in Medienfirmen (TV, Radio, Print, Telekommunikation, Dienstleistungsanbieter) inkl. Marketing, Distribution, Produktentwicklung, Controlling, Eventmanagement; Industrie- und Wettbewerbsanalysen; Projekt-/ Innovationsmanagement im Bereich neuer Medien-, IS- und Telekommunikationstechnologien		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Minor Medienmanagement Major Corporate Development – Strategy. Organization and Human Resources		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 60 Min./ mündliche Prüfung		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung und Übung (i.d.R. SS)		
<b>Sprache</b>	Die Lehrveranstaltungen werden in deutscher Sprache abgehalten.		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... ... kennen das Spektrum der in Deutschland und international tätigen Medien-, IS- und Telekommunikationsunternehmen und deren relevante Märkte. ... analysieren die verschiedenen Geschäftsmodelle und können Strategien bestimmter Unternehmen anhand eingeübter strategischer Konzepte bewerten.		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Überblick über die verschiedenen Medien und Telekommunikationsbranchen</li> <li>• Ausgewählte Unternehmen und Anstalten und die entsprechenden Regeln und Potenziale</li> <li>• Betriebswirtschaftliche Besonderheiten der Medien- und Telekommunikationsmärkte und -geschäftsmodelle</li> <li>• Geschäftsabläufe und Managementaufgaben in den verschiedenen Medien-, IS- und Telekommunikationsbranchen und -unternehmen</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/ Lernformen</b>	Vorlesung und Übung, einzelne Fallstudien, Interaktion und Diskussion		
<b>Weitere Informationen</b>	<a href="http://www.mtm.uni-koeln.de">www.mtm.uni-koeln.de</a>		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Claudia Loebbecke, M.B.A., Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Medien- und Technologiemanagement		

<b>Name</b>	<b>Media and Information Systems: Technologies, Applications, Economics of Digital Goods</b>		
<b>Nummer</b>	25002	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	2-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	60 h	<b>Selbststudium</b>	120 h
<b>Qualifikation</b>	Managementaufgaben in Medienfirmen (TV, Radio, Print, Telekommunikation, Dienstleistungsanbieter) inkl. Marketing, Distribution, Produktentwicklung, Controlling, Eventmanagement; Industrie- und Wettbewerbsanalysen; Projekt-/Innovationsmanagement im Bereich neuer Medien-, Informations- und Telekommunikationstechnologien		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Minor Medienmanagement		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 60 Min. / mündliche Prüfung		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung und Übung (i.d.R. WS)		
<b>Sprache</b>	Die Lehrveranstaltungen werden in deutscher Sprache abgehalten.		
<b>Kompetenzen</b>	<p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... verstehen die ökonomischen und betriebswirtschaftlichen Besonderheiten digitaler und digitalisierbarer Produkte und Dienstleistungen.</li> <li>... integrieren dieses Verständnis in die Beurteilungen innovativer Anwendungsbereiche aktueller und aufstrebender Medien-, IS- und Telekommunikationstechnologien.</li> <li>... bewerten die Relevanz der Anwendungen und der Technologien für Geschäftsmodelle und Unternehmen.</li> <li>... vertiefen einzelne Anwendungsgebiete wie eBusiness, Wissensmanagement, eLearning, eGovernment.</li> <li>... kennen die Bedeutung von Standards.</li> </ul>		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausgewählte Technologien der Medien, IS, und Telekommunikation, deren Anwendungsmöglichkeiten und -grenzen</li> <li>• Betriebswirtschaftliche Besonderheiten und Ökonomie digitaler und digitalisierbarer Produkte und Dienstleistungen</li> <li>• Vertiefung unterschiedlicher Anwendungsbereiche digitaler Medien-, IT und Telekommunikationstechnologien wie eBusiness, Wissensmanagement, eLearning, eGovernment.</li> <li>• Bedeutung und betriebswirtschaftliche Behandlung von Standards</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>	Vorlesung und Übung, einzelne Fallstudien, Interaktion und Diskussion		
<b>Weitere Informationen</b>	<a href="http://www.mtm.uni-koeln.de">www.mtm.uni-koeln.de</a>		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Claudia Loebbecke, M.B.A., Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Medien- und Technologiemanagement		

<b>Name</b>	<b>Industry and Competition Analysis</b>		
<b>Nummer</b>	25003	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	Unregelmäßig
<b>Präsenzzeit</b>	30 h	<b>Selbststudium</b>	150 h
<b>Qualifikation</b>	Managementaufgaben in Medienfirmen (TV, Radio, Print, Telekommunikation, Dienstleistungsanbieter) inkl. Marketing, Distribution, Produktentwicklung, Controlling, Eventmanagement; Industrie- und Wettbewerbsanalysen; Projekt-/Innovationsmanagement im Bereich neuer Medien-, IS- und Telekommunikationstechnologien		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Minor Medienmanagement		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur/ mündliche Prüfung/ Referat (Gewichtung in der Endnote variiert)		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Seminar		
<b>Sprache</b>	Das Seminar kann in deutscher oder englischer Sprache abgehalten werden (siehe KLIPS).		
<b>Kompetenzen</b>	<p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... kennen verschiedene Medien-, IS- und Telekommunikationsmärkte.</li> <li>... analysieren Industrien und Wettbewerbssituationen anhand verschiedener Strategiekonzepte.</li> <li>... entwickeln und bewerten Unternehmens-, Bereichs- und Produktstrategien im Wettbewerb.</li> <li>... beherrschen die jeweilige Kommunikation der Situationsbeschreibung, ihrer Analyse und ihrer Bewertungen.</li> </ul>		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Betriebswirtschaftliche Konzepte der Industrie- und Wettbewerbsanalyse</li> <li>• Anwendung der Konzepte auf ausgewählte Medien, IS- und Telekommunikationstechnologien, -märkte und -unternehmen</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/ Lernformen</b>	Seminar, Fallstudien, Praxisbeispiele, Übungen, Interaktion und Diskussion		
<b>Weitere Informationen</b>	<a href="http://www.mtm.uni-koeln.de">www.mtm.uni-koeln.de</a>		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Claudia Loebbecke, M.B.A., Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Medien- und Technologiemanagement		

<b>Name</b>	<b>Strategy and Innovation Management</b>		
<b>Nummer</b>	25004	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	Unregelmäßig
<b>Präsenzzeit</b>	30 h	<b>Selbststudium</b>	150 h
<b>Qualifikation</b>	Managementaufgaben in Medienfirmen (TV, Radio, Print, Telekommunikation, Dienstleistungsanbieter) inkl. Marketing, Distribution, Produktentwicklung, Controlling, Eventmanagement; Industrie- und Wettbewerbsanalysen; Projekt-/ Innovationsmanagement im Bereich neuer Medien-, Informations- und Telekommunikationstechnologien		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Minor Medienmanagement Major Corporate Development – Strategy, Organization and Human Resources		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur/ mündliche Prüfung/ Referat (Gewichtung in der Endnote variiert)		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Seminar		
<b>Sprache</b>	Das Seminar kann in deutscher oder englischer Sprache abgehalten werden (siehe KLIPS).		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... ... kennen nationale und internationale Anbieter und Technologien verschiedener Medien-, IS- und Telekommunikationsinnovationen. ... analysieren die betriebswirtschaftliche Komponente dieser Innovationen vor dem Hintergrund bestehender und sich entwickelnder Standards, des jeweiligen Wettbewerbsverhaltens. ... entwickeln Unternehmensstrategien und beurteilen solche. ... konzeptionieren innovative Anwendungen und beurteilen deren Marktchancen.		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategieentwicklung und -bewertung</li> <li>• Innovationsmanagement</li> <li>• Technologiemanagement</li> <li>• Entrepreneurship</li> <li>• Anwendung und Vertiefung der Konzepte auf ausgewählte Medien-, IS- und Telekommunikationsinnovationen und entsprechende Unternehmensstrategien</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/ Lernformen</b>	Seminar, Fallstudien, Praxisbeispiele, Übungen, Interaktion und Diskussion		
<b>Weitere Informationen</b>	<a href="http://www.mtm.uni-koeln.de">www.mtm.uni-koeln.de</a>		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Claudia Loebbecke, M.B.A., Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Medien- und Technologiemanagement		

<b>Name</b>	<b>Media and Technology Management Seminar</b>		
<b>Nummer</b>	25005	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	Unregelmäßig
<b>Präsenzzeit</b>	30 h	<b>Selbststudium</b>	150 h
<b>Qualifikation</b>	Managementaufgaben in Medienfirmen (TV, Radio, Print, Telekommunikation, Dienstleistungsanbieter) inkl. Marketing, Distribution, Produktentwicklung, Controlling, Eventmanagement; Industrie- und Wettbewerbsanalysen; Projekt-/ Innovationsmanagement im Bereich neuer Medien-, Informations- und Telekommunikationstechnologien		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Minor Medienmanagement		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur/ mündliche Prüfung/ Referat (Gewichtung in der Endnote variiert)		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Seminar		
<b>Sprache</b>	Das Seminar kann in deutscher oder englischer Sprache abgehalten werden (siehe KLIPS).		
<b>Kompetenzen</b>	<p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... vertiefen Medienmanagementthemen.</li> <li>... beherrschen das wissenschaftliche Arbeiten und Kommunizieren im Bereich Medienmanagement.</li> <li>... verstehen Forschungsansätze und Methoden.</li> <li>... kennen verschiedene Medien-, IS- und Telekommunikationsmärkte.</li> <li>... analysieren Industrien und Wettbewerbssituationen anhand verschiedener Strategiekonzepte.</li> <li>... entwickeln und bewerten Unternehmens-, Bereichs und Produktstrategien im Wettbewerb.</li> <li>... beherrschen die jeweilige Kommunikation der Situationsbeschreibung, ihrer Analyse und ihrer Bewertungen.</li> </ul>		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fokus auf Forschungsdesign und Forschungsmethoden</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/ Lernformen</b>	Seminar, Fallstudien, Praxisbeispiele, Übungen, Interaktion und Diskussion		
<b>Weitere Informationen</b>	<a href="http://www.mtm.uni-koeln.de">www.mtm.uni-koeln.de</a>		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Claudia Loebbecke, M.B.A., Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Medien- und Technologiemanagement		



Name	Selected Media and Technology Topics		
Nummer	25008	Arbeitszeit	180 h
Leistungspunkte	6 LP	Turnus	Unregelmäßig
Präsenzzeit	30 h	Selbststudium	150 h
Qualifikation	Managementaufgaben in Medienfirmen (TV, Radio, Print, Telekommunikation, Dienstleistungsanbieter) inkl. Marketing, Distribution, Produktentwicklung, Controlling, Eventmanagement; Industrie- und Wettbewerbsanalysen; Projekt-/ Innovationsmanagement im Bereich neuer Medien-, Informations- und Telekommunikationstechnologien		
Einordnung in das Studium	Minor Medienmanagement		
Prüfungsmodalitäten	Klausur/ mündliche Prüfung/ Referat (Gewichtung in der Endnote variiert)		
Zulassungsvoraussetzungen	Keine		
Lehrveranstaltungen	Seminar		
Sprache	Das Seminar kann in deutscher oder englischer Sprache abgehalten werden (siehe KLIPS).		
Kompetenzen	Die Studierenden ... ... vertiefen ausgewählte Medienmanagementthemen beispielsweise anhand von strukturierten Analysen, Praxisanwendungen, Produktentwicklungen, Business Plänen, Simulationen oder Marktspielen.		
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wechselnde Themen werden im Vorfeld jeder Veranstaltung festgelegt</li> </ul>		
Hinweise zu Lehr-/ Lernformen	Seminar, Fallstudien, Praxisbeispiele, Übungen, Interaktion und Diskussion		
Weitere Informationen	<a href="http://www.mtm.uni-koeln.de">www.mtm.uni-koeln.de</a>		
Verantwortlich	Univ.-Prof. Dr. Claudia Loebbecke, M.B.A., Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Medien- und Technologiemanagement		

<b>Name</b>	<b>Media and Technology Entrepreneurship</b>		
<b>Nummer</b>	25010	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	Unregelmäßig
<b>Präsenzzeit</b>	30 h	<b>Selbststudium</b>	150 h
<b>Qualifikation</b>	Planung und Präsentation einer unternehmerischen Tätigkeit, typischer- aber nicht notwendigerweise in Form eines neu entwickelten Business Plans im Feld des Medien- und Technologiemanagements		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Minor Medienmanagement		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur/ mündliche Prüfung/ Referat (Gewichtung in der Endnote variiert)		
<b>Zulassungs- voraussetzungen</b>	Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Seminar		
<b>Sprache</b>	Das Seminar kann in deutscher oder englischer Sprache abgehalten werden (siehe KLIPS).		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... ... präsentieren eine Business Plan Idee in Wort und Schrift ... erläutern Industriedetails auf dem Gebiet des Business Plan Projektes. ... sind vertraut mit der Analyse des Wertschöpfungspotentials im Kontext digitaler Güter.		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wechselnde Themen werden im Vorfeld jeder Veranstaltung festgelegt</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/ Lernformen</b>	Seminar, Fallstudien, Praxisbeispiele, Übungen, Interaktion und Diskussion		
<b>Weitere Informationen</b>	<a href="http://www.mtm.uni-koeln.de">www.mtm.uni-koeln.de</a>		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Claudia Loebbecke, M.B.A., Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Medien- und Technologiemanagement		

<b>Name</b>	<b>Selected Media and Technology Issues</b>		
<b>Nummer</b>	25011	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	Unregelmäßig
<b>Präsenzzeit</b>	30 h	<b>Selbststudium</b>	150 h
<b>Qualifikation</b>	Managementaufgaben in Medienfirmen (TV, Radio, Print, Telekommunikation, Dienstleistungsanbieter) inkl. Marketing, Distribution, Produktentwicklung, Controlling, Eventmanagement; Industrie- und Wettbewerbsanalysen; Projekt-/ Innovationsmanagement im Bereich neuer Medien-, Informations- und Telekommunikationstechnologien		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Minor Medienmanagement		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur/ mündliche Prüfung/ Referat (Gewichtung in der Endnote variiert)		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Seminar		
<b>Sprache</b>	Das Seminar kann in deutscher oder englischer Sprache abgehalten werden (siehe KLIPS).		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... ... erörtern aktuelle Themen aus dem Bereich Media and Technology. ... argumentieren aus verschiedenen Positionen heraus und vertreten ihre Standpunkte Dritten gegenüber. ... verfolgen und beurteilen aktuelle Trends aus neuen Medien-, Informations- und Telekommunikationstechnologien.		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wechselnde Themen werden im Vorfeld jeder Veranstaltung festgelegt</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/ Lernformen</b>	Seminar, Fallstudien, Praxisbeispiele, Übungen, Interaktion und Diskussion		
<b>Weitere Informationen</b>	<a href="http://www.mtm.uni-koeln.de">www.mtm.uni-koeln.de</a>		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Claudia Loebbecke, M.B.A., Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Medien- und Technologiemanagement		

**Minor Accounting**

<b>Modul</b>	<b>Modultitel</b>	<b>P/WP</b>	<b>Prüfungen/Nachweise</b>	<b>CP</b>
1	Betriebswirtschaftliche Steuerlehre I	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
2	Betriebswirtschaftliche Steuerlehre II	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
3	International Taxation	WP	Klausur/mündliche Prüfung	
4	Internationale Rechnungslegung	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
5	Unternehmensbewertung	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
6	Strategisches Controlling	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
7	Operatives Controlling	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
8	Hauptseminar Betriebswirtschaftliche Steuerlehre	WP	Referat/Hausarbeit	6
9	Hauptseminar Controlling	WP	Referat/Hausarbeit	
10	Hauptseminar Externe Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung	WP	Referat/Hausarbeit	
11	Selected Issues in Accounting and Taxation	WP	Klausur/sonstige Leistung	

<b>Name</b>	<b>Betriebswirtschaftliche Steuerlehre I</b>		
<b>Nummer</b>	19003	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	2-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	60 h	<b>Selbststudium</b>	120 h
<b>Qualifikation</b>	Die erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten sind besonders für Tätigkeiten in der Steuerberatung oder in Steuerabteilungen von Unternehmen sowie teilweise für Tätigkeiten in der Unternehmensberatung, im Finanzbereich und im Management geeignet.		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Accounting and Taxation Major Finance Minor Accounting Minor Betriebswirtschaftliche Steuerlehre		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 90 Min. <i>oder</i> mündliche Prüfung		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung und Übung (WS)		
<b>Sprache</b>	Die Lehrveranstaltungen werden in deutscher Sprache abgehalten.		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... ... kennen Problemstellungen und Methoden der Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre. ... verstehen den Einfluss von Steuern auf nationale und grenzüberschreitende Standortentscheidungen für Unternehmen. ... verstehen den Einfluss von Steuern auf Rechtsformentscheidungen für Unternehmen. ... wenden die erworbenen Kenntnisse auf konkrete Fallbeispiele an.		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen: Betriebswirtschaftliche Bedeutung der Besteuerung, Aufgaben der Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre; Methoden der Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre</li> <li>• Standortentscheidungen: Lokale/ Regionale Besonderheiten, grenzüberschreitende Standortwahl mit Doppelbesteuerungsproblematik und Maßnahmen zur Verhinderung von Steuerarbitrage</li> <li>• Rechtsformentscheidungen: Besteuerung von Personenunternehmen und Kapitalgesellschaften, Rechtsformwahl im Hinblick auf laufende nationale und grenzüberschreitende Besteuerung sowie auf aperiodische Besteuerungssachverhalte, Rechtsformoptimierung und besondere Rechtsformen</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>	Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben		
<b>Weitere Informationen</b>	.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Norbert Herzig, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Betriebswirtschaftliche Steuerlehre		

<b>Name</b>	<b>Betriebswirtschaftliche Steuerlehre II</b>		
<b>Nummer</b>	19004	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	2-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	60 h	<b>Selbststudium</b>	120 h
<b>Qualifikation</b>	Die erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten sind besonders für Tätigkeiten in der Steuerberatung oder in Steuerabteilungen von Unternehmen sowie teilweise für Tätigkeiten in der Unternehmensberatung, im Finanzbereich und im Management geeignet.		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Accounting and Taxation Minor Accounting Minor Betriebswirtschaftliche Steuerlehre		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 90 Min. <i>oder</i> mündliche Prüfung		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung und Übung (SS)		
<b>Sprache</b>	Die Lehrveranstaltungen werden in deutscher Sprache abgehalten.		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... kennen Problemstellungen und Methoden der Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre. _ analysieren die Wirkung von Steuern bei nationalen und grenzüberschreitenden Unternehmensverbindungen. _ analysieren die Wirkung von Steuern bei nationalen und grenzüberschreitenden Umstrukturierungen. _ wenden die erworbenen Kenntnisse auf konkrete Fallbeispiele an.		
<b>Inhalte</b>	- Unternehmensverbindungen: Grundlagen, Konzern- bzw. Gruppenbesteuerung national und grenzüberschreitend, Holdingbesteuerung, Holdingstandort - Umstrukturierungen: Grundlagen, Vermögensübergänge von Kapitalgesellschaften auf Personenunternehmen, Verschmelzung und Spaltung von Kapitalgesellschaften, Einbringungsvorgänge, sonstige steuerneutrale Umstrukturierungsmöglichkeiten, grenzüberschreitende Umstrukturierungen		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Weitere Informationen</b>	Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Norbert Herzig, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Betriebswirtschaftliche Steuerlehre		

<b>Module</b>	<b>International Taxation</b>		
<b>Number</b>		<b>Workload</b>	180 h
<b>Credit Points</b>	<b>6 CP</b>	<b>Recurrence Frequency</b>	every second term
<b>Attendance</b>	<b>60 h</b>	<b>Independent Studies</b>	<b>120 h</b>
<b>Qualification</b>	Application of international tax law to cross-border transactions from a German company's and individual's perspective.		
<b>Module is allocated to</b>	Major Accounting and Taxation Minor Accounting Minor Betriebswirtschaftliche Steuerlehre		
<b>Examination requirements</b>	Written or oral exam		
<b>Prerequisites for Admissions</b>	None		
<b>Courses</b>	Lecture and tutorial „International Taxation“		
<b>Language</b>	English		
<b>Learning Objectives</b>	<p>Students</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... evaluate the tax consequences of international economic activities of individuals and companies.</li> <li>... understand the reasons for international double taxation</li> <li>... analyze the economic and business consequences of measures that provide relief from double taxation.</li> <li>... apply those measures to real-life case studies.</li> <li>... discuss tax avoidance schemes and their economic consequences.</li> <li>... discuss the effectiveness of prescriptions established to impede those avoidance-schemes.</li> </ul>		
<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• German rules with tax-implications on international transactions, e.g.: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Foreign tax act (AStG)</li> <li>○ Circular on permanent establishments (Betriebsstättenvergleich)</li> <li>○ Tax-treatment of assets-transfers (Ent- / Verstrickungsregeln)</li> </ul> </li> <li>• Other rules with tax-implications on international transactions, e.g.: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Tax-treaty law</li> <li>○ EU law</li> </ul> </li> </ul>		
<b>Information about Teaching and Learning Methods</b>			
<b>Additional Information</b>	Required readings will be announced at the beginning of the course.		
<b>Responsible Faculty Member</b>	N.N.		

<b>Name</b>	<b>Internationale Rechnungslegung</b>		
<b>Nummer</b>	32002	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	1-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	60 h	<b>Selbststudium</b>	120 h
<b>Qualifikation</b>	Die erworbenen Kenntnisse sind relevant für die selbstständige Erstellung sowie das Verständnis von Jahresabschlüssen nach IFRS		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Accounting and Taxation Major Finance Minor Accounting Minor Wirtschaftsprüfung		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 90 Min.		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung und Übung (SS)		
<b>Sprache</b>	Die Vorlesung „Internationale Rechnungslegung“ wird im Wechsel auf Deutsch (Sommersemester) und auf Englisch (Wintersemester) gelesen.		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... ... haben Bilanzsicherheit in der internationalen Rechnungslegung. ... vertiefen die systemkonforme Auslegung der Standardtexte. ... wenden erlerntes Wissen über Rechnungslegungsregeln auf praktische Fälle an. ... operationalisieren betriebswirtschaftliche Bewertungskonzepte im Rahmen der IFRS-Bilanzierung.		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dogmatische und konzeptionelle Grundlagen der IFRS</li> <li>• IASB-Framework</li> <li>• Aktivierungs- und Passivierungsregeln</li> <li>• Bewertungsregeln</li> <li>• Sonderprobleme im IFRS-Einzel- und Konzernabschluss</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Weitere Informationen</b>	Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Christoph Kuhner, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Wirtschaftsprüfung		



<b>Name</b>	<b>Unternehmensbewertung</b>		
<b>Nummer</b>	32001	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	2-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	60 h	<b>Selbststudium</b>	120 h
<b>Qualifikation</b>	Die erworbenen Kenntnisse sind relevant für die selbstständige Erstellung sowie das Verständnis von Unternehmensbewertungen zu unterschiedlichen Anlässen und für unterschiedliche Zwecke.		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Accounting and Taxation Minor Accounting Minor Wirtschaftsprüfung		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 90 Min.		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung und Übung (WS)		
<b>Sprache</b>	Die Lehrveranstaltungen werden in deutscher Sprache abgehalten.		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... ... differenzieren zwischen unterschiedlichen Anlässen, Zwecken und dogmatischen Konzeptionen der Unternehmensbewertung. ... vertiefen die Grundregeln der investitionstheoretischen Bewertungslehre. ... erstellen Cash Flow-Prognosen. ... erläutern die Varianten der DCF-Methode und anderer moderner Bewertungsmethoden.		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anlässe, Zwecke, Dogmengeschichte</li> <li>• Äquivalenzprinzipien</li> <li>• Prognoseregeln und -Instrumente</li> <li>• Risikonutzenansatz der Unternehmensbewertung</li> <li>• Kapitalmarktorientierte Bewertungsmethoden</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Weitere Informationen</b>	Kuhner/Maltry: Unternehmensbewertung		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Christoph Kuhner, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Wirtschaftsprüfung		

<b>Module</b>	<b>Strategic Controlling</b>		
<b>Number</b>	<b>2002</b>	<b>Workload</b>	<b>180 h</b>
<b>Credit Points</b>	<b>6 CP</b>	<b>Recurrence Frequency</b>	<b>Each winter term</b>
<b>Attendance</b>	<b>60 h</b>	<b>Independent Studies</b>	<b>120 h</b>
<b>Qualification</b>	Commercial fields of activity which provide information for strategic decisions		
<b>Module is allocated to</b>	Major Accounting and Taxation Major Marketing Minor Accounting Minor Controlling		
<b>Examination requirements</b>	Written exam (60 minutes) <i>or</i> oral exam		
<b>Prerequisites for Admissions</b>	None		
<b>Courses</b>	Lectures and tutorials		
<b>Language</b>	The course will be held in English		
<b>Learning Objectives</b>	<p>Students ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ... compare the advantages and limits of a proactive cost management and early cost planning</li> <li>• ... apply new tools of cost management to case studies (life cycle cost analysis, target costing, activity-based costing)</li> <li>• ... conduct break-even-analyses</li> <li>• ... make use of the experience curve concept for strategic cost planning</li> <li>• ... understand the basics of benchmarking</li> </ul>		
<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Break-even-analyses</li> <li>• Simulation</li> <li>• Experience curves</li> <li>• Life cycle cost analysis</li> <li>• Target costing</li> <li>• Activity-based costing</li> <li>• Benchmarking</li> </ul>		
<b>Information about Teaching and Learning Methods</b>			
<b>Additional Information</b>	Required reading will be announced at the beginning of the term		
<b>Responsible Faculty Member</b>	Univ.-Prof. Dr. Carsten Homburg, Department of Business Administration and Management Accounting		

<b>Module</b>	<b>Operative Controlling</b>		
<b>Number</b>	<b>20001</b>	<b>Workload</b>	<b>180 h</b>
<b>Credit Points</b>	<b>6 CP</b>	<b>Recurrence Frequency</b>	<b>Each winter term</b>
<b>Attendance</b>	<b>60 h</b>	<b>Independent Studies</b>	<b>120 h</b>
<b>Qualification</b>	Commercial fields of activity which provide information for operational decisions		
<b>Module is allocated to</b>	Major Accounting and Taxation Minor Accounting Minor Controlling		
<b>Examination requirements</b>	Written exam (60 minutes) <i>or</i> oral exam		
<b>Prerequisites for Admissions</b>	None		
<b>Courses</b>	Lectures and tutorials		
<b>Language</b>	The Course will be held in English		
<b>Learning Objectives</b>	<p>Students...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... discuss the main controlling concepts</li> <li>... recognize different kinds of interdependencies and apply analytical and heuristic approaches for the coordination of these interdependencies</li> <li>... apply several classical cost accounting methods (actual and planned cost accounting, full- and part-cost base, marginal costing etc. ) in the course of extensive case studies</li> <li>... are able to perform analyses of cost divergence</li> <li>... are familiar with the Peinreich-Luecke theorem and the relationship between investment and cost accounting</li> <li>... apply linear programming to plan production programs and learn how to treat intertemporal interdependencies by using dynamic programming</li> <li>... determinate whether obtaining additional controlling-relevant information in the presence of uncertainty is worthwhile using of the information value concept</li> <li>... are familiar with the principal-agency problem and know different controlling instruments to alleviate the incentive problem</li> <li>... apply the main controlling tools in order to solve coordination problems</li> </ul>		
<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Controlling from a practical perspective</li> <li>• Theoretical controlling approaches</li> <li>• Cost interdependencies</li> <li>• Cost and management accounting procedures</li> <li>• Analysis of cost divergence</li> <li>• Investment calculation</li> <li>• Linear and dynamic programming</li> <li>• Information value concept</li> <li>• Principal-Agency theory</li> <li>• Various controlling instruments: performance ratios, budgets and objectives, transfer pricing, allocation of overhead expenses</li> </ul>		
<b>Information about Teaching and Learning Methods</b>			
<b>Additional Information</b>	Required reading will be announced at the beginning of the term		
<b>Responsible Faculty Member</b>	Univ.-Prof. Dr. Carsten Homburg, Department of Business Administration and Management Accounting		

<b>Name</b>	<b>Hauptseminar Betriebswirtschaftliche Steuerlehre</b>		
<b>Nummer</b>	53004	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	1-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	20 h	<b>Selbststudium</b>	160 h
<b>Qualifikation</b>	Die erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten sind besonders für Tätigkeiten in der Steuerberatung oder in Steuerabteilungen von Unternehmen, in der Unternehmensberatung, im Finanzbereich im Management sowie im wissenschaftlichen Bereich geeignet.		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Accounting and Taxation Minor Accounting Minor Betriebswirtschaftliche Steuerlehre		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Hausarbeit und Teilnahme am Seminar. Zulassungsvoraussetzung für die Hausarbeit ist die regelmäßige erfolgreiche Teilnahme am Seminar.		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Seminar		
<b>Sprache</b>	Das Seminar wird in deutscher Sprache abgehalten.		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... ... setzen sich wissenschaftlich mit aktuellen Themen der Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre und Rechnungslegung auseinander. ... erarbeiten eigenständig eine Hausarbeit zu einem Thema der Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre und Rechnungslegung. ... stellen das Thema im Hauptseminar in einem Vortrag vor. ... diskutieren die im Hauptseminar vorgestellten Themen.		
<b>Inhalte</b>	Aktuelle Themen der Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Weitere Informationen</b>	Bearbeitungshinweise und Pflichtlektüre werden in jedem Semester bekannt gegeben.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Norbert Herzig, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Betriebswirtschaftliche Steuerlehre		

<b>Module</b>	<b>Hauptseminar Controlling / Advaned Seminar Controlling</b>		
<b>Number</b>	<b>53005</b>	<b>Workload</b>	<b>180 h</b>
<b>Credit Points</b>	<b>6 CP</b>	<b>Recurrence Frequency</b>	<b>Each term</b>
<b>Attendance</b>	<b>20 h</b>	<b>Independent Studies</b>	<b>160 h</b>
<b>Qualification</b>	Aptitude for scientific work		
<b>Module is allocated to</b>	Major Accounting and Taxation Minor Accounting Minor Controlling		
<b>Examination requirements</b>	Preparation of a seminar paper (70%), course presentation (45 min., 30% weight of final grade)		
<b>Prerequisites for Admissions</b>	None		
<b>Courses</b>	Block seminar		
<b>Language</b>	The seminar will be held in English.		
<b>Learning Objectives</b>	<p>Students...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... independently make themselves familiar with current scientific issues in controlling... evaluate the issue-specific scientific literature</li> <li>... write a seminar paper</li> <li>... create a (group) presentation on the subject worked on</li> <li>... present the outcomes to the seminar</li> <li>... actively participate in the discussion of the presented papers</li> </ul>		
<b>Contents</b>	The topics of the seminar in the subsequent term will be announced by the end of each term		
<b>Information about Teaching and Learning Methods</b>			
<b>Additional Information</b>	Required reading will be announced in the seminar		
<b>Responsible Faculty Member</b>	Univ.-Prof. Dr. Carsten Homburg, Department of Business Administration and Management Accounting		

<b>Name</b>	<b>Hauptseminar Externe Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung</b>		
<b>Nummer</b>	53014	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	1-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	30 h	<b>Selbststudium</b>	150 h
<b>Qualifikation</b>	Die erworbenen Kenntnisse sind relevant für die selbstständige Erstellung und die Präsentation einer wissenschaftlichen Arbeit im Bereich Wirtschaftsprüfung und externe Rechnungslegung.		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Accounting and Taxation Minor Accounting Minor Wirtschaftsprüfung		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Hausarbeit (50%) und Referat (50% Gewichtung in der Endnote)		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Seminar		
<b>Sprache</b>	Das Seminar wird in deutscher Sprache abgehalten.		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... erstellen selbstständig eine wissenschaftliche Arbeit im Wege der Rezeption aktueller wissenschaftlicher Quellen. ... erörtern die formalen Anforderungen wissenschaftlichen Arbeitens. ... werden mit der konzeptionellen Vorgehensweise wissenschaftlichen Arbeitens vertraut gemacht. ... vertiefen anhand eigener Erfahrungen die Regeln der Präsentation wissenschaftlicher Ergebnisse.		
<b>Inhalte</b>	Schwerpunktthemen aus den Veranstaltungen des vorangegangenen Semesters Aktuell diskutierte Themen in Wissenschaft und Praxis		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>	Seminarvortrag und Diskussion		
<b>Weitere Informationen</b>	Rahmenthema und Einzelthemen mit ausgewählten Einstiegsquellen		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Christoph Kuhner, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Wirtschaftsprüfung		

<b>Name</b>	<b>Selected Issues in Accounting and Taxation</b>		
<b>Nummer</b>	19301	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	Unregelmäßig
<b>Präsenzzeit</b>	60 h	<b>Selbststudium</b>	120 h
<b>Qualifikation</b>	Einblick in aktuelle Themen und Fragen im Bereich Accounting and Taxation		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Accounting and Taxation Minor Accounting		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 60 Min. <i>oder</i> sonstige festzulegende Prüfungsformen (abhängig vom Dozenten)		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung und Übung		
<b>Sprache</b>	Die Lehrveranstaltungen können in deutscher oder englischer Sprache abgehalten werden (siehe KLIPS/ILIAS).		
<b>Kompetenzen</b>	<p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... erkennen aktuelle Fragstellungen des Bereiches Accounting and Taxation und entwickeln angemessene Lösungsansätze.</li> <li>... analysieren Fallbeispiele und argumentieren aus verschiedenen Positionen heraus.</li> <li>... wägen die Interessen unterschiedlicher Stakeholder gegeneinander ab.</li> <li>... erörtern die Konsequenzen von Entscheidungen aus dem Bereich Accounting and Taxation sowohl für das unternehmerische als auch das soziale Umfeld.</li> </ul>		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktuelle Inhalte werden in jedem Semester bekannt gegeben.</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Weitere Informationen</b>	<p>Dieses Modul wird in einem unregelmäßigem Turnus durch einen Lehrbeauftragten bzw. Gastdozenten an der Universität zu Köln angeboten. Die Lehrveranstaltungen können als Blockveranstaltungen durchgeführt werden.</p> <p>Pflichtlektüre wird zu Semesterbeginn bekannt gegeben.</p>		
<b>Verantwortlich</b>	<p>Univ.-Prof. Dr. Christoph Kuhner, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Wirtschaftsprüfung;  Univ.-Prof. Dr. Carsten Homburg, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Controlling;  Univ.-Prof. Dr. Norbert Herzig, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Betriebswirtschaftliche Steuerlehre</p>		

**Minor Corporate Development - Strategy, Organization and Human Resources**

<b>Modul</b>	<b>Modultitel</b>	<b>P/WP</b>	<b>Prüfungen/Nachweise</b>	<b>CP</b>
1	Corporate Development	WP	Klausur/sonstige Leistung	6
2	Strategic Management	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
3	Strategic Human Resource Management	WP	Klausur/mündliche Prüfung/Fallstudie	6
4	Strategic Management of Networks and Organizations	WP	Klausur/sonstige Leistung	6
5	Economics of Incentives in Organizations	WP	Klausur/sonstige Leistung	6
6	Organisationstheorien	WP	Klausur/sonstige Leistung	6
7	Strategic Alliances and Networks	WP	Klausur/mündliche Prüfung/Referat	6
8	Theories on Leadership and Motivation	WP	Klausur/sonstige Leistung	6
9	Behavioral Ethics	WP	Klausur/sonstige Leistung	6
10	Hauptseminar Unternehmensentwicklung und Organisation	WP	Referat/Hausarbeit	6
11	Hauptseminar Human Resource Management	WP	Referat/Hausarbeit	
12	Hauptseminar Business Policy and Logistics	WP	Referat/Hausarbeit	
13	Hauptseminar Corporate Development and Business Ethics	WP	Referat/Hausarbeit	
14	Selected Issues in Corporate Development	WP	Klausur/sonstige Leistung	



<b>Module</b>	<b>Corporate Development</b>		
<b>Number</b>	29002	<b>Workload</b>	180 h
<b>Credit Points</b>	6 CP	<b>Recurrence Frequency</b>	Every second term
<b>Attendance</b>	60 h	<b>Independent Studies</b>	120 h
<b>Qualifications</b>	Department of corporate development, internal/ external consultancy, assistance of executive boards.		
<b>Module is allocated to</b>	Major Corporate Development - Strategy, Organisation and Human Resources Major Health Economics Minor Corporate Development - Strategy, Organisation and Human Resources Minor Media Management		
<b>Examination Requirements</b>	Written exam lasting 60 min		
<b>Prerequisites for Admission</b>	It is assumed that students are familiar with the Bachelor module Business Policy and International Management.		
<b>Courses</b>	Lecture and exercise (SS)		
<b>Language</b>	If not indicated otherwise, the courses will be held in English.		
<b>Learning Objectives</b>	Students ... ... are familiar with different perspectives and drivers of corporate development. ... can identify and define options of action and strategies for the development of companies and the conditions necessary to obtain success. ... know tools and measures important for the control of innovative activities in companies. ... apply the tools and concepts that have been acquired in order to analyse as well as to tackle case studies. ... deal with the ambiguity of real situations and to make reasonable decisions.		
<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Models of corporate development</li> <li>• Strategies of corporate development, direction of growth and shift of boundaries of companies</li> <li>• Innovative strategies and innovative management</li> </ul>		
<b>Information about Teaching and Learning Methods</b>	Lecture and interactive exercise which is based on case studies; individual courses take place in collaboration with practitioners in companies.		
<b>Additional Information</b>	Required reading will be announced at the beginning of term.		
<b>Responsible Faculty Member</b>	Univ.-Prof. Dr. Mark Ebers, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Unternehmensentwicklung und Organisation (General Business Administration, Corporate Development and Organization)		

<b>Module</b>	<b>Strategic Management</b>		
<b>Number</b>	30001	<b>Workload</b>	180 h
<b>Credit Points</b>	6 CP	<b>Recurrence Frequency</b>	Every second term
<b>Attendance</b>	60 h	<b>Independent Studies</b>	120 h
<b>Qualifications</b>	Corporate Development, strategy, and corporate planning , internal/ external consultancy		
<b>Module is allocated to</b>	Major Corporate Development - Strategy, Organisation and Human Resources Minor Corporate Development - Strategy, Organisation and Human Resources Minor Media Management		
<b>Examination Requirements</b>	Written exam lasting 90 min <i>or</i> oral exam		
<b>Prerequisites for Admission</b>	None		
<b>Courses</b>	Lecture and exercise (WS)		
<b>Language</b>	If not indicated otherwise, the courses will be held in English.		
<b>Learning Objectives</b>	Students ... ... explain strategic positioning with the help of different approaches ... analyse in how far the industry environment and resources of companies influence the choice of different types of strategies. ... comprehend the different types of strategic development. ... apply theoretical knowledge to realistic case studies and industry settings.		
<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Basics of strategic management</li> <li>• Strategic positioning</li> <li>• Strategy process</li> <li>• Contexts</li> </ul>		
<b>Information about Teaching and Learning Methods</b>	In the context of lectures and exercises, case studies and guest lectures help in deepening the students´ knowledge about how the theoretical lecture material is used in practice.		
<b>Additional Information</b>	The schedule of the course will be announced at the beginning of the term in ILIAS.		
<b>Responsible Faculty Member</b>	Univ.-Prof. Dr. Dr. h.c. Werner Delfmann, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Unternehmensführung und Logistik (General Business Administration, Business Policy and Logistics)		

<b>Module</b>	<b>Strategic Human Resource Management</b>		
<b>Number</b>	26003	<b>Workload</b>	180 h
<b>Credit Points</b>	6 CP	<b>Recurrence Frequency</b>	Every second term
<b>Attendance</b>	60 h	<b>Independent Studies</b>	120 h
<b>Qualifications</b>	In this module, students grasp the contribution of Human Resource Management to the realisation of corporate strategies.		
<b>Module is allocated to</b>	Major Corporate Development - Strategy, Organisation and Human Resources Major Health Economics Minor Corporate Development - Strategy, Organisation and Human Resources		
<b>Examination Requirements</b>	Written exam lasting 60 min (75%) and further performance requirements (interactive discussion of case studies) (making up 25% of the final mark)		
<b>Prerequisites for Admission</b>	None		
<b>Courses</b>	Lecture and exercise (WS)		
<b>Language</b>	The courses will be held in English.		
<b>Learning Objectives</b>	Students ... ... develop an economic understanding of corporate strategies. ... analyse tools of personnel management commonly used to align Human Resource Management with corporate strategy. ... autonomously develop concepts aiming at implementing the acquired methods into discussions of case studies. ... evaluate and discuss alternatives for management decisions based on previously formulated decision criteria ... Discuss managerial decision problems in work teams, prepare executive summaries, and present the results in front of an audience		
<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Value management and corporate objectives</li> <li>• Corporate strategies</li> <li>• Vision and Mission Statements</li> <li>• Balanced Scorecard and HR Scorecard</li> <li>• Corporate culture</li> <li>• Employee attitude surveys</li> </ul>		
<b>Information about Teaching and Learning Methods</b>	Discussion of case studies.		
<b>Additional Information</b>	Required reading will be announced at the beginning of the term. The course can be held in the first or in the second half of the term.		
<b>Responsible Faculty Member</b>	Univ.-Prof. Dr. Dirk Sliwka, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Personalwirtschaftslehre (General Business Administration, Human Resource Management)		

<b>Name</b>	<b>Strategic Management of Networks and Organizations</b>		
<b>Number</b>	29206	<b>Workload</b>	180 h
<b>Credit Points</b>	6 CP	<b>Recurrence Frequency</b>	Every winter term
<b>Attendance</b>	60 h	<b>Independent Studies</b>	120 h
<b>Qualifications</b>	Management of networks and organizations with a focus on the attainment of strategic corporate goals		
<b>Module can be allocated to</b>	Major Corporate Development - Strategy, Organization and Human Resources Minor Corporate Development - Strategy, Organization and Human Resources		
<b>Examination Requirements</b>	A written exam that lasts for 60 min.		
<b>Prerequisites for Admission</b>	None		
<b>Courses</b>	Lectures and classes/seminars		
<b>Learning Objectives</b>	Students ... ... develop an economic understanding of management of networks and organizations ... learn methods to implement strategies in inter-organizational networks ... apply the taught concepts to concrete case studies		
<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• cooperation in inter-organizational networks</li> <li>• coordination in inter-organizational networks</li> <li>• strategies in “networked markets”</li> <li>• trust, fairness, reciprocity</li> <li>• organizational structures for embedment in networks</li> <li>• leadership, authority, and delegation in networks</li> <li>• corporate social responsibility in networks</li> </ul>		
<b>Information about Teaching and Learning Methods</b>	Interactive discussions of case studies		
<b>Additional Information</b>	<p>This module will start in the winter term 2011/2012. The courses of this module can be announced on short term notice before the start of the semester (see KLIPS). In general the courses of this module will be in English (see KLIPS). Required readings will be announced in KLIPS. The courses of this module will potentially be hold only in the first or in the second half of the semester (see KLIPS).</p>		
<b>Responsible Faculty Member</b>	Bernd Irlenbusch, Professor of Corporate Development and Business Ethics		

<b>Module</b>	<b>Economics of Incentives in Organizations</b>		
<b>Number</b>	26002	<b>Workload</b>	180 h
<b>Credit Points</b>	6 CP	<b>Recurrence Frequency</b>	Every second term
<b>Attendance</b>	60 h	<b>Independent Studies</b>	120 h
<b>Qualifications</b>	In this module, students analyse by means of economic methods how incentive systems work.		
<b>Module is allocated to</b>	Major Corporate Development - Strategy, Organisation and Human Resources Major Marketing Minor Corporate Development - Strategy, Organisation and Human Resources		
<b>Examination Requirements</b>	Written exam lasting 60 min <i>or</i> oral exam		
<b>Prerequisites for Admission</b>	None		
<b>Courses</b>	Lecture and exercise (SS)		
<b>Language</b>	The courses will be held in English.		
<b>Learning Objectives</b>	Students ... ... develop a strategic understanding about how incentive systems work. ... analyse economic models. ... understand how econometric methods are used to analyse performance and compensation data. ... know practical methods for the implementation of incentive systems and systems of performance measurement. ... evaluate different incentive systems ... develop evidence-based management implications		
<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Moral hazard and the incentive problem</li> <li>• Incentives and social preferences</li> <li>• Intrinsic motivation</li> <li>• The informativeness principle</li> <li>• Incentives for multiple tasks</li> <li>• Incentives in teams</li> <li>• Dynamic incentive problems</li> <li>• Subjective performance evaluation</li> </ul>		
<b>Information about Teaching and Learning Methods</b>			
<b>Additional Information</b>	Slides and assignment questions are published in every term (see ILIAS). Knowledge in econometrics (e.g. modules “Causal Analysis”, “Linear Models” or “Advanced Econometrics I or II”) is strongly recommended.		
<b>Responsible Faculty Member</b>	Univ.-Prof. Dr. Dirk Sliwka, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Personalwirtschaftslehre (General Business Administration, Human Resource Management)		

<b>Name</b>	<b>Organisationstheorien</b>		
<b>Nummer</b>	29003	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	2-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	60 h	<b>Selbststudium</b>	120 h
<b>Qualifikation</b>	Organisationsabteilung.		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Corporate Development - Strategy, Organization and Human Resources Minor Corporate Development - Strategy, Organization and Human Resources		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 60 Minuten; ggf. sonstige Prüfungsleistungen		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Die Inhalte des Bachelormoduls „Organisation und Personal“ werden vorausgesetzt.		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung und Übung (SS)		
<b>Sprache</b>	Die Lehrveranstaltungen werden in deutscher Sprache abgehalten.		
<b>Kompetenzen</b>	<p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... lernen unterschiedliche theoriebasierte Kriterien für unternehmerische Entscheidungen (z.B. Organisationsgestaltung, Vertragsgestaltung, Gestaltung von Unternehmensgrenzen) kennen.</li> <li>... wenden organisationstheoretische Entscheidungskriterien auf konkrete Entscheidungssituationen im Unternehmen an.</li> <li>... analysieren und bewerten empirische Studien zur Theorieüberprüfung.</li> <li>... kennen unterschiedliche Einflussfaktoren auf und Kriterien für die Bewertung des Unternehmenserfolgs.</li> </ul>		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kriterien zur Einordnung und Bewertung von Organisationstheorien</li> <li>• Effiziente Gestaltung der Organisationsstruktur (Kontingenztheorie)</li> <li>• Bedeutung von Anspruchsgruppen, Erwartungen und Normen für den Unternehmenserfolg (Institutionalismus)</li> <li>• Bedeutung von Werten und Symbolen für den Unternehmenserfolg (Organisationskultur)</li> <li>• Effiziente Gestaltung von Verträgen und Unternehmensgrenzen (Institutionenökonomische Theorien)</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>	Vorlesung und begleitende interaktive auf Fallstudien basierte Übung, einzelne Veranstaltungen finden unter Mitwirkung von Unternehmenspraktikern statt.		
<b>Weitere Informationen</b>	Die Veranstaltungen und Klausuren werden ggf. nur in der ersten oder zweiten Semesterhälfte abgehalten (siehe Klips). Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Mark Ebers, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Unternehmensentwicklung und Organisation		

<b>Module</b>	<b>Strategic Alliances and Networks</b>		
<b>Number</b>	30003	<b>Workload</b>	180 h
<b>Credit Points</b>	6 CP	<b>Recurrence Frequency</b>	Every second term
<b>Attendance</b>	30-60 h	<b>Independent Studies</b>	150-120 h
<b>Qualifications</b>	Department of Corporate Development, Planning staff, internal / external consulting		
<b>Module is allocated to</b>	Major Supply Chain Management Major Marketing Major Corporate Development - Strategy, Organisation and Human Resources Minor Supply Chain Management Minor Media Management Minor Corporate Development - Strategy, Organisation and Human Resources		
<b>Examination Requirements</b>	Written exam lasting 90 min <i>and/or</i> oral exam		
<b>Prerequisites for Admission</b>	None		
<b>Courses</b>	Lecture/ Exercise (SS)		
<b>Language</b>	The courses will be held in German.		
<b>Learning Objectives</b>	Students ... ... understand with the help of different types and approaches the establishment of inter-organisational networks as well as the differences of production of goods and services within the own company or through purchase in the market (make or buy). ... analyse in how far the issue of trust influences cooperation and become familiar with associated risks. ... analyse inter-organisational management concepts and become acquainted with the design of alliance governance systems. ... identify the different phases of evolution of networks within the organisation.		
<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Theories of strategic networks</li> <li>• Types of strategic networks</li> <li>• Outsourcing</li> <li>• Reliance and risks of strategic networks</li> <li>• Management of networks</li> <li>• Development of strategic networks</li> </ul>		
<b>Information about Teaching and Learning Methods</b>	In the context of lectures and exercises, case studies and guest lectures help in deepening the students' knowledge about how the theoretical lecture material is used in practice.		
<b>Additional Information</b>	Required reading will be announced at the beginning of the term.		
<b>Responsible Faculty Member</b>	Univ.-Prof. Dr. Dr. h.c. Werner Delfmann, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Unternehmensführung und Logistik (General Business Administration, Business Policy and Logistics)		

<b>Module</b>	<b>Theories on Leadership and Motivation</b>		
<b>Number</b>	29207	<b>Workload</b>	180 h
<b>Credit Points</b>	6 CP	<b>Recurrence Frequency</b>	every second term
<b>Attendance</b>	60 h	<b>Independent Studies</b>	120 h
<b>Qualifications</b>	Management positions in personnel development; general management		
<b>Module is allocated to</b>	Major Corporate Development - Strategy, Organization and Human Resources Minor Corporate Development - Strategy, Organization and Human Resources		
<b>Examination Requirements</b>	Written exam lasting 60 min (75%) and coursework (making up 25% in the final mark)		
<b>Prerequisites for Admission</b>	None		
<b>Courses</b>	Lecture and tutorial (WS)		
<b>Language</b>	The courses will be held in English.		
<b>Learning Objectives</b>	<p>Students ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... understand different approaches to leading and motivating employees.</li> <li>... analyze different leadership styles and evaluate their advantages and disadvantages.</li> <li>... become acquainted with factors of successful leadership.</li> <li>... understand potential problems in the interaction between supervisors and subordinates.</li> <li>... discuss and present implications for management decisions in teams</li> <li>... evaluate the effects of leadership decisions for individuals and the organization</li> </ul>		
<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Defining and describing leadership</li> <li>• Different approaches to leadership (trait, skills, style, and situational approach)</li> <li>• Motivational theories and employee motivation</li> <li>• Culture and leadership</li> </ul>		
<b>Information about Teaching and Learning Methods</b>	- Discussion of case studies and video cases		
<b>Additional Information</b>	Relevant readings will be announced in class.		
<b>Responsible Faculty Member</b>	Jun.-Prof. Dr. Torsten Biemann, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Personalwirtschaftslehre (General Business Administration, Human Resource Management)		



<b>Name</b>	<b>Behavioral Ethics</b>		
<b>Number</b>	29205	<b>Workload</b>	180 h
<b>Credit Points</b>	6 CP	<b>Recurrence Frequency</b>	Every summer term
<b>Attendance</b>	30 h	<b>Independent Studies</b>	150 h
<b>Qualifications</b>	Advanced understanding of heuristics and systematic deviations from rational behavior (biases) as well as their relationship to ethical decision making. Very useful for future management and leadership positions.		
<b>Module can be allocated to</b>	Major Corporate Development - Strategy, Organization and Human Resources Minor Corporate Development - Strategy, Organization and Human Resources		
<b>Examination Requirements</b>	A written exam that lasts for 60 min (20%), presentations and class participation (20%), essay (60%)		
<b>Prerequisites for Admission</b>	Doctoral Student or advanced Master student		
<b>Courses</b>	Lecture		
<b>Learning Objectives</b>	<p>Students ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... develop an economic and philosophic understanding of ethical dilemmas, particularly in organizations</li> <li>... become familiarized with methods to analyze heuristics and biases in economic decision making</li> <li>... apply their acquired knowledge to relevant case studies</li> <li>... gain experience in conducting research, particularly in how to develop own research questions</li> </ul>		
<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Heuristics and biases in human decision making and corresponding empirical evidence</li> <li>• Implications of heuristics and biases on ethical behavior</li> <li>• Implications of moral behavior on biases in decision making</li> <li>• Consequences for the design of corporate organizations and the implementation of corporate strategies</li> <li>• Approaches and mechanisms to reduce biases and their role in ethical decision making</li> </ul>		
<b>Information about Teaching and Learning Methods</b>	Large parts of the lecture will be complemented by student presentations and discussions.		
<b>Additional Information</b>	<p>The courses of this module can be announced on short term notice before the start of the semester (see KLIPS).</p> <p>In general the courses of this module will be in English (see KLIPS). Required readings will be announced in KLIPS.</p> <p>The courses of this module will potentially be hold only in the first or in the second half of the semester (see KLIPS).</p> <p>The courses of this module are designed for PhD students – they are, however, open to advanced Master students.</p> <p>The number of participants is limited (25 students).</p>		
<b>Responsible Faculty Member</b>	Bernd Irlenbusch, Professor of Corporate Development and Business Ethics		

<b>Name</b>	<b>Hauptseminar Unternehmensentwicklung und Organisation</b>		
<b>Nummer</b>		<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	1-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	30 h	<b>Selbststudium</b>	150 h
<b>Qualifikation</b>	Interne/ externe Beratung, Planungsstab.		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Corporate Development - Strategy, Organization and Human Resources Minor Corporate Development - Strategy, Organization and Human Resources		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Referat (1/3) und Hausarbeit (2/3 Gewichtung in der Endnote) in Gruppenarbeit á 4 Personen		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Seminar		
<b>Sprache</b>	Das Seminar kann in englischer Sprache abgehalten werden (siehe KLIPS).		
<b>Kompetenzen</b>	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... erhalten Einblick in ein aktuelles Themengebiet im Bereich des Corporate Development.</li> <li>... erfassen, recherchieren und selektieren die für eine Aufgabenstellung relevante wissenschaftliche Literatur.</li> <li>... erstellen eine wissenschaftliche Arbeit und erhalten dadurch eine geeignete Vorbereitung auf die Erstellung einer Masterarbeit.</li> <li>... erlernen das wissenschaftliche Arbeiten.</li> <li>... übertragen theoretische und konzeptionelle Ansätze auf die Anwendung in der Unternehmung.</li> <li>... gestalten die Abschlussveranstaltung mit und bringen Ihre Erkenntnisse aktiv in die Diskussion ein.</li> </ul>		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wechselnd</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/ Lernformen</b>	Kern des Seminars ist das eigenverantwortliche Erfassen einer Aufgabenstellung entweder in der Kleingruppe. Eine Betreuung durch die Dozenten unterstützt die Strukturierung und Anwendung der Themenkomplexe. Die Präsentation der eigenen Ergebnisse und die Diskussion dieser in der Abschlussveranstaltung erweitert die selbständige Arbeit an einer wissenschaftlichen Fragestellung durch die aktive Auseinandersetzung mit angrenzenden Themengebieten.		
<b>Weitere Informationen</b>	Das Hauptseminarprogramm wird in jedem Semester per Aushang bzw. über die Zentrale Vergabe ( <a href="https://wisoanmeldung.uni-koeln.de">https://wisoanmeldung.uni-koeln.de</a> ) bekannt gegeben.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Mark Ebers, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Unternehmensentwicklung und Organisation		

<b>Name</b>	<b>Hauptseminar Human Resource Management</b>		
<b>Nummer</b>	53061	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	1-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	30 h	<b>Selbststudium</b>	150 h
<b>Qualifikation</b>	Interne/ externe Beratung, Planungsstab.		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Corporate Development - Strategy, Organization and Human Resources Minor Corporate Development - Strategy, Organization and Human Resources		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Referat (30-50%) und Hausarbeit (50-70% Gewichtung in der Endnote)		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Seminar		
<b>Sprache</b>	Das Seminar kann in englischer Sprache gehalten werden (siehe KLIPS)..		
<b>Kompetenzen</b>	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... erhalten Einblick in ein aktuelles Themengebiet im Bereich des Corporate Development.</li> <li>... erfassen, recherchieren und selektieren die für eine Aufgabenstellung relevante wissenschaftliche Literatur.</li> <li>... erstellen eine wissenschaftliche Arbeit und erhalten dadurch eine geeignete Vorbereitung auf die Erstellung einer Masterarbeit.</li> <li>... übertragen theoretische und konzeptionelle Ansätze auf die Anwendung in der Unternehmung.</li> <li>... Verfassen schriftliche Arbeiten nach wissenschaftlichen Standards</li> <li>... Präsentieren und diskutieren Forschungsergebnisse vor Fachpublikum</li> <li>... Bereiten themenbezogene Fachliteratur kritisch auf</li> </ul>		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wechselnd</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>	Kern des Seminars ist das eigenverantwortliche Erfassen einer Aufgabenstellung entweder in der Kleingruppe oder in Einzelarbeit. Eine Betreuung durch die Dozenten unterstützt die Strukturierung und Anwendung der Themenkomplexe. Die Präsentation der eigenen Ergebnisse und die Diskussion dieser in der Abschlussveranstaltung erweitert die selbständige Arbeit an einer wissenschaftlichen Fragestellung durch die aktive Auseinandersetzung mit angrenzenden Themengebieten.		
<b>Weitere Informationen</b>	Ein Hauptseminar aus dem Bereich Corporate Development wird jedes Semester im Wechsel von Prof. Delfmann (Unternehmensführung und Logistik), Prof. Ebers (Unternehmensentwicklung und Organisation), Prof. Sliwka (Personalwirtschaftslehre) und Prof. Irlenbusch (Unternehmensentwicklung und Wirtschaftsethik) angeboten. Das Hauptseminarprogramm wird in jedem Semester per Aushang bzw. über die Zentrale Vergabe ( <a href="https://wisoanmeldung.uni-koeln.de">https://wisoanmeldung.uni-koeln.de</a> ) bekannt gegeben.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Dirk Sliwka, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Personalwirtschaftslehre		

<b>Module</b>	<b>Hauptseminar Business Policy and Logistics</b>		
<b>Number</b>	53057	<b>Workload</b>	180 h
<b>Credit Points</b>	6 CP	<b>Recurrence Frequency</b>	Every term
<b>Attendance</b>	30 h	<b>Independent Studies</b>	150 h
<b>Qualifications</b>	Internal/ external consultancy, planning staff		
<b>Module is allocated to</b>	Major Corporate Development - Strategy, Organisation and Human Resources Major Supply Chain Management Minor Corporate Development - Strategy, Organisation and Human Resources Minor Production and Logistics Management		
<b>Examination Requirements</b>	Presentation/ paper		
<b>Prerequisites for Admission</b>	None		
<b>Courses</b>	Seminar		
<b>Language</b>	If not indicated otherwise, the seminar will be held in English.		
<b>Learning Objectives</b>	Students... ... deal with issues, concepts and methods from the area of management and logistics as fields of research. ... tackle a specific topic of the field of research on their own authority. ... are able to work in an academic context. This particularly comprises the structuring of an academic work, the ability to deal with relevant literature and to apply academic methods.		
<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Constantly changing</li> </ul>		
<b>Information about Teaching and Learning Methods</b>	The focus of the seminar lies in tackling a specific topic on one's own authority, which can also happen in small groups. Lecturers support students in structuring and tackling their topics. Presenting and discussing individual results in the final class as well as dealing with related issues fosters the ability to work on academic topics.		
<b>Additional Information</b>	The schedule of the course will be announced at the end of the preceding term in ILIAS.		
<b>Responsible Faculty Member</b>	Univ.-Prof. Dr. Dr. h.c. Werner Delfmann, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Unternehmensführung und Logistik (General Business Administration, Business Policy and Logistics)		

<b>Module</b>	<b>Hauptseminar Corporate Development and Business Ethics / Advanced Seminar Corporate Development and Business Ethics</b>		
<b>Number</b>		<b>Workload</b>	180 h
<b>Credit Points</b>	6 CP	<b>Recurrence Frequency</b>	Every term
<b>Attendance</b>	30h	<b>Independent Studies</b>	150h
<b>Qualifications</b>	Internal/ external consultancy, planning staff		
<b>Module is allocated to</b>	Major Corporate Development - Strategy, Organization and Human Resources Minor Corporate Development - Strategy, Organization and Human Resources		
<b>Examination Requirements</b>	Presentation (40%), Essay (60%)		
<b>Prerequisites for Admission</b>	None		
<b>Courses</b>	Seminar		
<b>Language</b>	The course will be given in English.		
<b>Learning Objectives</b>	Students... ... discuss and debate current topics in the field of corporate development. ... comprehend and select the academic literature that is relevant for a specific task and topic ... write an academic paper to get well prepared for the master thesis. ... apply theoretical and conceptual approaches to concrete examples. ... help organising the final class, where they discuss their conclusions actively.		
<b>Contents</b>	Constantly changing		
<b>Information about Teaching and Learning Methods</b>	The focus of the seminar lies in tackling a specific topic either on one's own authority or in small groups. Lecturers support students in structuring and tackling their topics. Presenting and discussing individual results in the final class as well as dealing with related issues fosters the ability to work on academic topics.		
<b>Additional Information</b>	A advanced seminar from the field of Corporate Development is offered in every term, either by Prof. Delfmann (Business Policy and Logistics), Prof. Ebers (Corporate Development), Prof. Sliwka (Human Resource Management) or Prof. Irlenbusch (Corporate Development and Business Ethics).		
<b>Responsible Faculty Member</b>	Univ.-Prof. Dr. Bernd Irlenbusch, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Corporate Development and Business Ethics (General Business Administration, Corporate Development and Business Ethics)		

<b>Name</b>	<b>Selected Issues in Corporate Development</b>		
<b>Nummer</b>	29209	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	Unregelmäßig
<b>Präsenzzeit</b>	60 h	<b>Selbststudium</b>	120 h
<b>Qualifikation</b>	Interne/externe Beratung, Strategie-/Planungsabteilung		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Corporate Development - Strategy, Organization and Human Resources Minor Corporate Development - Strategy, Organization and Human Resources		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 60 Min. <i>oder</i> sonstige festzulegende Prüfungsformen (abhängig vom Dozenten)		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung und Übung (WS)		
<b>Sprache</b>	Die Lehrveranstaltungen können in englischer Sprache abgehalten werden (siehe KLIPS/ILIAS).		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden... ... erkennen aktuelle Fragstellungen des Bereiches Corporate Development und entwickeln angemessene Lösungsansätze. ... analysieren Fallbeispiele und argumentieren aus verschiedenen Positionen heraus. ... wägen die Interessen unterschiedlicher Stakeholder gegeneinander ab. ... erörtern die Konsequenzen von Entscheidungen aus dem Bereich Corporate Development sowohl für das unternehmerische als auch das soziale Umfeld. ...		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktuelle Inhalte werden in jedem Semester bekannt gegeben</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>	Dieser Kurs wird nicht in einem festen Turnus angeboten. Meistens werden Gastdozenten diese Veranstaltung leiten.		
<b>Weitere Informationen</b>			
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Dirk Sliwka, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Personalwirtschaftslehre; Univ.-Prof. Dr. Mark Ebers, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Unternehmensentwicklung und Organisation; Univ.-Prof. Dr. Dr. h.c. Werner Delfmann, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Unternehmensführung und Logistik; Univ.-Prof. Dr. Bernd Irlenbusch, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Unternehmensentwicklung und Wirtschaftsethik		

**Minor Finance**

<b>Modul</b>	<b>Modultitel</b>	<b>P/WP</b>	<b>Prüfungen/Nachweise</b>	<b>CP</b>
1	Institutionenökonomik	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
2	Investments	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
3	Asset Management	WP	Klausur/mündliche Prüfung	
4	Derivate	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
5	Unternehmensbewertung und -kontrolle	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
6	Risikomanagement in Banken	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
7	Management von Leasinggesellschaften	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
8	Value-based Management of Insurance Companies	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
9	Insurance Economics	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
10	Investmentbanking	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
11	Fixed Income Management	WP	Klausur/mündliche Prüfung/Referat	6
12	Hauptseminar Kapitalmärkte und Unternehmensfinanzen	WP	Referat/Hausarbeit	6
13	Hauptseminar Finanzinstitutionen	WP	Referat/Hausarbeit	
14	Ausgewählte Fragen der Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung I - Unternehmenspublizität	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
15	Ausgewählte Fragestellungen der Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre I	WP	Klausur/mündliche Prüfung	
16	Statistische Analyse von Finanzmarktdaten	WP	Klausur/mündliche Prüfung	
17	Ausgewählte Fragestellungen in Finance	WP	Klausur/sonstige Leistung	

<b>Module</b>	<b>Institutionenökonomik</b>		
<b>Number</b>	16003	<b>Workload</b>	180 h
<b>Credit Points</b>	6 CP	<b>Recurrence Frequency</b>	Every second term
<b>Attendance</b>	30 h	<b>Independent Studies</b>	150 h
<b>Qualifications</b>	Management in banks and other financial services		
<b>Module is allocated to</b>	Major Finance Major Accounting and Taxation Minor Finance Minor Bank Management		
<b>Examination Requirements</b>	Written exam lasting 60 min <i>or</i> oral exam		
<b>Prerequisites for Admission</b>	None		
<b>Courses</b>	Lecture with integrated exercise sessions (SS)		
<b>Language</b>	The courses will be held in English.		
<b>Learning Objectives</b>	Students... ... are familiar with the particularities of the relationship between banks and borrowers. ... apply models oriented towards institutional economics to issues of banking operations. ... analyse the tasks which banks perform within a fiscal system. ... analyse different bank products that are offered. ... assess the reasons why financial intermediaries exist.		
<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Overview of the German banking system</li> <li>• Functions of transformations</li> <li>• Theory of financial intermediaries</li> <li>• Theory of credits</li> <li>• Theory of deposit contracts</li> </ul>		
<b>Information about Teaching and Learning Methods</b>			
<b>Additional Information</b>	Freixas, X., Rochet, J.C.: Microeconomics of Banking 1998; Hartmann-Wendels, T., Pfingsten, A., Weber, M.: Bankbetriebslehre, 4. Aufl. 2007		
<b>Responsible Faculty Member</b>	Univ.-Prof. Dr. Thomas Hartmann-Wendels, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Bankbetriebslehre (General Business Administration, Bank Management)		



Name	Investments		
<b>Nummer</b>	18001	... Arbeitszeit	180 h
<b>Leistungspunkte:</b>	6 LP	... Turnus:	2-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	60 h	... Selbststudium	120 h
<b>Qualifikation:</b>	Die erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten sind besonders für Tätigkeiten im Bereich der Wertpapieranalyse und der Vermögensverwaltung für private und institutionelle Investoren sowie im Treasury und Risikomanagement von Unternehmen geeignet.		
<b>Einordnung in das Studium:</b>	Major Finance Minor Finance Minor Asset Management		
<b>Prüfungsmodalitäten:</b>	Klausur 60 Minuten <i>oder</i> mündliche Prüfung		
<b>Zulassungsvoraussetzungen:</b>	Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung mit integrierter Übung (WS)		
<b>Sprache</b>	Die Lehrveranstaltungen können in deutscher oder englischer Sprache abgehalten werden (siehe KLIPS).		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... ... bestimmen die Zusammenstellung optimaler Wertpapierportfolios . ... wägen Chancen und Risiken bei der Anwendung von Optimierungsmodellen ab. ... implementieren optimale Wertpapierportfolios mit Hilfe von Computersoftware (Excel). ... diskutieren häufige Fehler bei der Anlageentscheidung. ... bewerten Wertpapiere mittels verschiedener Kapitalmarktmodelle. ... analysieren den Anlageerfolg und dessen Quellen. ... besprechen aktuelle Beispiele aus der Fachpresse und beurteilen diese im Kontext der Vorlesung. ... vertiefen die in der Vorlesung erworbenen Kenntnisse und Methoden durch die Bearbeitung anwendungsbezogener Übungsaufgaben und Fallbeispiele.		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Portfoliotheorie</li> <li>• Praktische Implementierung optimaler Portfolios</li> <li>• Fehler bei Anlageentscheidungen</li> <li>• Kapitalmarktmodelle</li> <li>• Performancemessung und -attribution</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr- / Lernformen:</b>	Es werden vorlesungsbegleitende Aufgaben gestellt (sowohl analytisch als auch Excel-basiert), die selbständig zu bearbeiten sind. Die Studierenden werden dazu angehalten, diese Aufgaben in der Übung selbständig vorzustellen. Im Anschluss daran erhalten die Studierenden Feedback.		
<b>Weitere Informationen:</b>	Pflichtlektüre wird zur ersten Veranstaltung bekannt gegeben. Die Veranstaltungen werden ggf. nur in der ersten oder zweiten Semesterhälfte abgehalten (siehe KLIPS).		
<b>Verantwortlich:</b>	Univ.-Prof. Dr. Alexander Kempf Seminar für ABWL und Finanzierungslehre		

<b>Name</b>	<b>Asset Management</b>		
<b>Nummer</b>	18004	... Arbeitszeit	180 h
<b>Leistungspunkte:</b>	6 LP	... Turnus:	2-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	60 h	... Selbststudium	120 h
<b>Qualifikation:</b>	Die erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten sind besonders für Tätigkeiten im Rahmen der professionellen Vermögensverwaltung geeignet, sei es in Finanzinstitutionen, Industrieunternehmen oder Stiftungen. Hierunter fallen bspw. Tätigkeiten als Fondsmanager oder in der Anlageberatung.		
<b>Einordnung in das Studium:</b>	Major Finance Minor Finance Minor Asset Management		
<b>Prüfungsmodalitäten:</b>	Klausur 60 Minuten <i>oder</i> mündliche Prüfung		
<b>Zulassungsvoraussetzungen:</b>	Investments		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung mit integrierter Übung (SS)		
<b>Sprache</b>	Die Lehrveranstaltungen können in deutscher oder englischer Sprache abgehalten werden (siehe KLIPS).		
<b>Kompetenzen</b>	<p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... lernen die institutionellen Grundlagen des Asset Managements in Deutschland und den USA kennen.</li> <li>... analysieren verschiedene Investmentstile und deren Erfolgsaussichten.</li> <li>... werten die Performance von Investmentfonds aus und analysieren deren Determinanten.</li> <li>... untersuchen Bestimmungsfaktoren des Wachstums von Fonds.</li> <li>... vertiefen die in der Vorlesung erworbenen Kenntnisse und Methoden durch die Bearbeitung anwendungsbezogener Übungsaufgaben und Fallbeispiele.</li> <li>... werden sich der Schätzrisiken bei der Portfoliooptimierung bewusst und erkennen deren Konsequenzen.</li> <li>... lernen, mit Hilfe verschiedener Methoden (bspw. modellbasierte und implizite Schätzung, Verwendung verschiedener Informationsquellen) genauere Schätzer zu für die erwartete Rendite von Aktien zu generieren.</li> <li>... bestimmen mit Hilfe von Computersoftware (Excel) die Performance von Investmentfonds, die Eigenschaften der Performance und effiziente Portfolios.</li> <li>... diskutieren die Informationseffizienz der Märkte und wägen die Vor- und Nachteile aktiver und passiver Investmentansätze in Abhängigkeit des Grades der Markteffizienz ab.</li> <li>... diskutieren und analysieren tagesaktuelle Beispiele aus der Fachpresse und ordnen diese in den Kontext der Vorlesung ein.</li> </ul>		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anlageprozess: Investmentstile, Anlagestrategien, Optimierung und Umsetzung, Steuerung von Handelskosten, Performancemessung und -attribution</li> <li>• Profitable Handelsstrategien</li> <li>• Einflussfaktoren auf die Fondsperformance in der Praxis</li> <li>• Anreizprobleme in der Fondsbranche</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr- / Lernformen:</b>	Es werden vorlesungsbegleitende Aufgaben gestellt, die selbständig zu bearbeiten sind (zum Teil mit Excel). Die Studierenden werden dazu angehalten, diese Aufgaben in der Übung selbständig vorzustellen. Im Anschluss daran erhalten die Studierenden Feedback.		

<b>Weitere Informationen:</b>	Pflichtlektüre wird zur ersten Veranstaltung bekannt gegeben. Die Veranstaltungen werden ggf. nur in der ersten oder zweiten Semesterhälfte abgehalten (siehe KLIPS).
<b>Verantwortlich:</b>	Univ.-Prof. Dr. Alexander Kempf Seminar für ABWL und Finanzierungslehre

<b>Module</b>	<b>Derivate</b>		
<b>Number</b>	18002	<b>Workload</b>	180 h
<b>Credit Points</b>	6 CP	<b>Recurrence Frequency</b>	Every second term
<b>Attendance</b>	60 h	<b>Independent Studies</b>	120 h
<b>Qualifications</b>	On successful completion, students will have developed the conceptual foundations and analytical skills to pursue a career in risk management, asset management, and financial engineering.		
<b>Module is allocated to</b>	Major Finance Minor Finance Minor Asset Management Minor Bank Management		
<b>Examination Requirements</b>	Written exam lasting 60 min (80%) <i>and/or</i> oral exam / presentation (making up 20% in the final mark if both examination requirements are used - depends on number of participants)		
<b>Prerequisites for Admission</b>	None		
<b>Courses</b>	Lecture with integrated exercise sessions (SS)		
<b>Language</b>	The course can be held in German or English (see KLIPS).		
<b>Learning Objectives</b>	<p>Students ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... become familiar with the details of all derivatives classes (forwards, futures, swaps, and options).</li> <li>... analyse different uses for derivatives, institutional handling of derivatives positions, and risks associated with pursuing different derivatives strategies.</li> <li>... value standard and exotic derivatives.</li> <li>... explore how different types of derivatives can be combined to generate specific cash flow patterns.</li> <li>... enhance their understanding of the concepts and skills acquired in the lecture by solving problem sets and preparing computer-based case studies and short presentations.</li> <li>... calculate prices for derivatives under the no-arbitrage theorem.</li> <li>... evaluate the consequences of different derivatives strategies for risk management and speculative purposes, both from a cash flow and systematic risk perspective.</li> <li>... discuss in teams the assumptions, methods as well as the cash flow and risk implications for different derivatives strategies. In their independently prepared presentations they communicate differentiated problem solutions.</li> </ul>		
<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trading strategies with derivatives</li> <li>• Analysis and valuation of forwards, futures, and swaps</li> <li>• Option analysis and valuation</li> <li>• Financial engineering</li> </ul>		
<b>Information about Teaching and Learning Methods</b>	Students are expected to prepare solutions for the provided problem sets prior to the integrated exercise sessions. Students are encouraged to present their solutions in class, and will receive feedback on their contributions.		
<b>Additional Information</b>	A reading list will be announced at the beginning of the course. The course may be taught exclusively in the first or the second part of the term (see KLIPS).		

<b>Responsible Faculty Member</b>	Jun.-Prof. Dr. Monika Trapp, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Finanzierungslehre (General Business Administration, Finance)
-----------------------------------	--

<b>Name</b>	<b>Unternehmensbewertung</b>		
<b>Nummer</b>	32001	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	2-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	60 h	<b>Selbststudium</b>	120 h
<b>Qualifikation</b>	Die erworbenen Kenntnisse sind relevant für die selbstständige Erstellung sowie das Verständnis von Unternehmensbewertungen zu unterschiedlichen Anlässen und für unterschiedliche Zwecke.		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Accounting and Taxation Minor Accounting Minor Wirtschaftsprüfung		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 90 Min.		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung und Übung (WS)		
<b>Sprache</b>	Die Lehrveranstaltungen werden in deutscher Sprache abgehalten.		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... ... differenzieren zwischen unterschiedlichen Anlässen, Zwecken und dogmatischen Konzeptionen der Unternehmensbewertung. ... vertiefen die Grundregeln der investitionstheoretischen Bewertungslehre. ... erstellen Cash Flow-Prognosen. ... erläutern die Varianten der DCF-Methode und anderer moderner Bewertungsmethoden.		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anlässe, Zwecke, Dogmengeschichte</li> <li>• Äquivalenzprinzipien</li> <li>• Prognoseregeln und -Instrumente</li> <li>• Risikonutzenansatz der Unternehmensbewertung</li> <li>• Kapitalmarktorientierte Bewertungsmethoden</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Weitere Informationen</b>	Kuhner/Maltry: Unternehmensbewertung		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Christoph Kuhner, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Wirtschaftsprüfung		

<b>Name</b>	<b>Risikomanagement in Banken</b>		
<b>Nummer</b>	16002	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	2-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	30 h	<b>Selbststudium</b>	150 h
<b>Qualifikation</b>	Führungstätigkeit in Banken und anderen Finanzdienstleistern		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Finance Major Accounting and Taxation Minor Asset Management Minor Finance Minor Bankbetriebslehre Minor Versicherungsbetriebslehre		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 60 Min. <i>oder</i> mündliche Prüfung		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung mit integrierter Übung (WS)		
<b>Sprache</b>	Die Lehrveranstaltungen werden in deutscher Sprache abgehalten.		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... ... analysieren verschiedene Risikomaße im Hinblick auf eine zielgerichtete Rendite-Risiko-Steuerung. ... wenden Risikomessgrößen auf bankbetriebliche Entscheidungsprobleme an. ... beurteilen aufsichtsrechtliche Vorschriften zur Risikobegrenzung. ... kennen Methoden zur Messung von Marktpreis- und Kreditausfallrisiken. ... bewerten Instrumente zur Steuerung von Marktpreis- und Kreditausfallrisiken.		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Risikosteuerung auf vollkommenen und unvollkommenen Finanzmärkten</li> <li>• Risiko und Risikomaße</li> <li>• Management von Fremdwährungsrisiken</li> <li>• Management von Zinsänderungsrisiken</li> <li>• Management von Kreditausfallrisiken</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Weitere Informationen</b>	Hartmann-Wendels, T., Pfingsten, A., Weber, M.: Bankbetriebslehre, 4. Aufl. 2007		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Thomas Hartmann-Wendels, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Bankbetriebslehre		

<b>Name</b>	<b>Management von Leasinggesellschaften</b>		
<b>Nummer</b>	16005	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	2-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	60 h	<b>Selbststudium</b>	120 h
<b>Qualifikation</b>	Führungstätigkeit in Leasinggesellschaften		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Finance Minor Finance Minor Bankbetriebslehre		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 60 Min. <i>oder</i> mündliche Prüfung		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung und Übung (SS)		
<b>Sprache</b>	Die Lehrveranstaltungen werden in deutscher Sprache abgehalten.		
<b>Kompetenzen</b>	<p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... analysieren die theoretischen Grundlagen des Leasinggeschäfts.</li> <li>... kennen die betriebswirtschaftlichen Besonderheiten des Leasing.</li> <li>... beurteilen verschiedene Möglichkeiten der Refinanzierung von Leasinggesellschaften.</li> <li>... wenden die Substanzwertrechnung als Instrument zur Bewertung des Leasingbestandes an.</li> <li>... kennen die Besonderheiten der Rechnungslegung von Leasingverträgen.</li> <li>... wenden Instrumente des Controlling auf die Rendite-Risiko-Steuerung von Leasinggesellschaften an.</li> </ul>		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Institutionenökonomische Analyse von Leasingbeziehungen</li> <li>• Finanzierung von Leasinggesellschaften</li> <li>• Besonderheiten der Rechnungslegung von Leasingverträgen</li> <li>• Substanzwertrechnung</li> <li>• Controlling und Steuerung der Ertrags- und Risikosituation von Leasinggesellschaften</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Weitere Informationen</b>	Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Thomas Hartmann-Wendels, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Bankbetriebslehre		



<b>Module</b>	<b>Value Based Management of Insurance Companies</b>		
<b>Number</b>	31005	<b>Workload</b>	180 h
<b>Credit Points</b>	6 CP	<b>Recurrence Frequency</b>	Every second term
<b>Attendance</b>	60 h	<b>Independent Studies</b>	120 h
<b>Qualifications</b>	Graduates get insight in value based management and appropriate risk management tools of insurance companies. They are able to assess and adopt enterprise wide risk management techniques.		
<b>Module is allocated to</b>	Major Finance Minor Finance Minor Insurance Management		
<b>Examination Requirements</b>	One written exam lasting 60 min or oral exam		
<b>Prerequisites for Admission</b>	None		
<b>Courses</b>	Lectures "Conception and Methods of Value-Based Management of Insurance Companies" (WS) and "Insurers and the Capital Markets" (WS)		
<b>Language</b>	English		
<b>Learning Objectives</b>	<p>Students ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... get to know the three steps of managing an insurance company</li> <li>... analyse the methods of value-based management in insurance companies</li> <li>... model cash flows of insurance companies</li> <li>... analyse the risk situation of insurance companies</li> <li>... calculate capital requirements with different methods</li> <li>... allocate the capital requirements to the different lines of business</li> <li>... apply methods to evaluate life insurances and non-life insurance companies</li> <li>... are familiar with the basics methods of Asset Liability Management and capital management</li> </ul>		
<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Decision models applying to individual economic units</li> <li>• Modelling of stochastic cash flows in insurance companies</li> <li>• Corporate and risk management in insurance companies</li> <li>• Capital stocks of insurance companies</li> <li>• Development and trends of the insurance industry and market</li> <li>• Evaluation of life insurances and non-life insurance companies</li> </ul>		
<b>Information about Teaching and Learning Methods</b>	Lecture including exercises		
<b>Additional Information</b>	Required reading will be announced at the beginning of the term.		
<b>Responsible Faculty Member</b>	Univ.-Prof. Dr. Heinrich R. Schradin, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Risikomanagement und Versicherungs-lehre (Department of Risk Management and Insurance)		

<b>Module</b>	<b>Insurance Economics</b>		
<b>Number</b>	31001	<b>Workload</b>	180 h
<b>Credit Points</b>	6 CP	<b>Recurrence Frequency</b>	Every second term
<b>Attendance</b>	60 h	<b>Independent Studies</b>	120 h
<b>Qualifications</b>	Graduates often enter the risk management of large businesses and other organizations. They may also take challenging positions within insurance or benefit consulting firms, brokerage firms, agency operations, or insurance companies. They understand the theory of demand of insurance and study the basic concepts of pricing and reserving of life and non-life insurance companies.		
<b>Module is allocated to</b>	Major Finance Minor Finance Minor Insurance Management		
<b>Examination Requirements</b>	Written exam lasting 60 min or oral exam		
<b>Prerequisites for Admission</b>	None		
<b>Courses</b>	Lecture "Insurance Economics"		
<b>Language</b>	English		
<b>Learning Objectives</b>	Students ... ... describe the insurance market and its participants. ... analyse offers of insurances and demands for insurances. ... explain the equilibrium of symmetric and asymmetric distribution of information. ... evaluate the institutional framework in insurance markets. ... calculate the premium and reserves in life and health insurances as well as in non-life insurance companies.		
<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Theory of demand of insurance</li> <li>• Overview of offers of insurances</li> <li>• Market equilibrium when it comes to symmetric and asymmetric distribution of information</li> <li>• Intermediaries in insurance markets</li> <li>• Basic methods of pricing and reserving</li> </ul>		
<b>Information about Teaching and Learning Methods</b>	Lecture with integrated exercise		
<b>Additional Information</b>	Required reading will be announced at the beginning of the term.		
<b>Responsible Faculty Member</b>	Univ.-Prof. Dr. Heinrich R. Schradin, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Risikomanagement und Versicherungslehre (Department of Risk Management and Insurance)		

<b>Name</b>	<b>Investmentbanking</b>		
<b>Nummer</b>	16004	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	2-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	30 h	<b>Selbststudium</b>	150 h
<b>Qualifikation</b>	Führungstätigkeiten in Banken und bei Finanzdienstleistern.		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Finance Minor Finance Minor Asset Management Minor Bankbetriebslehre		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 60 Min. <i>oder</i> mündliche Prüfung		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung (WS)		
<b>Sprache</b>	Die Vorlesung wird in deutscher Sprache abgehalten.		
<b>Kompetenzen</b>	<p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... kennen die Typen von Investmentbanken, deren Geschäftsfelder und Märkte.</li> <li>... analysieren die Auswirkungen von regulatorischen Änderungen auf die Struktur und die Leistungen von Investmentbanken und die von ihnen bedienten Märkte.</li> <li>... kennen die Leistungen von Investmentbanken im Emissionsgeschäft.</li> <li>... analysieren die Eignung verschieden ausgestalteter Finanzierungsinstrumente für Debt- und Equity-Markets aus Sicht der Emittenten und potenziellen Investoren.</li> <li>... wenden unterschiedliche Preisfindungsverfahren zur Ermittlung der marktgerechten Emissionsrendite an.</li> <li>... kennen die unterschiedlichen Ausgestaltungsformen von Asset Backed Transactions.</li> <li>... analysieren Einsatzmöglichkeiten von ABS zum Zwecke der Kreditportfoliosteuerung und zur Optimierung des regulatorischen Eigenkapitals.</li> </ul>		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Investmentbanken</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Typen</li> <li>+ Theoretische Erklärungsansätze</li> <li>+ Geschäftsfelder</li> <li>+ Märkte</li> <li>+ historische Entwicklung</li> <li>+ Regulierung</li> </ul> </li> <li>• <b>Emissionsgeschäft</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Leistungen der Investmentbanken</li> <li>+ Debt-/Equity-Markets</li> <li>+ Produkte</li> <li>+ Preisfindung</li> </ul> </li> <li>• <b>Asset Backed Transactions</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Grundstruktur und Arten</li> <li>+ Ablauf einer Verbriefung</li> <li>+ Rechtliche und regulatorische Anforderungen</li> <li>+ Traditionelle versus synthetische Verbriefungen</li> <li>+ Anwendungsmöglichkeiten und Grenzen</li> <li>+ Kreditportfoliosteuerungen mit ABS</li> </ul> </li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>	Die Vorlesung wird durch Übungselemente, in denen die theoretischen Inhalte vertieft und geübt werden, ergänzt.		

<b>Weitere Informationen</b>	Die Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben. Ein guter Literaturüberblick wird durch Achleitner: Handbuch Investment Banking, 3. Auflage, Wiesbaden 2002 und Hockmann/Thießen: Investment Banking, Stuttgart 2002 gegeben, sowie Bär, Asset Securitisation, 3. Auflage, Bern et al. 2000.
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Hartmann-Wendels, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Bankbetriebslehre

<b>Module</b>	<b>Fixed Income Management</b>		
<b>Number</b>	16102	<b>Workload</b>	180 h
<b>Credit Points</b>	6 CP	<b>Recurrence Frequency</b>	Every second term
<b>Attendance</b>	60 h	<b>Independent Studies</b>	120 h
<b>Qualifications</b>	On successful completion, students will have developed the conceptual foundations and analytical skills to manage fixed income instruments and portfolios in asset management, treasury, risk management, banking, and insurance applications.		
<b>Module is allocated to</b>	Major Finance Minor Asset Management Minor Bank Management Minor Insurance Management		
<b>Examination Requirements</b>	Written exam lasting 60 minutes (80%) <i>and/or</i> oral exam / presentation (making up 20% in the final mark if both examination requirements are used - depends on number of participants)		
<b>Prerequisites for Admission</b>	None		
<b>Courses</b>	Lecture with integrated exercise sessions (WS)		
<b>Language</b>	The course can be held in German or English (see KLIPS).		
<b>Learning Objectives</b>	<p>Students ...</p> <p>Understand the different types of risks associated with investing in fixed income securities.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• determine the impact of interest rate shifts on the value of fixed income securities and portfolios.</li> <li>• explore different fixed income derivatives and their applications for risk management.</li> <li>• obtain in-depth knowledge of model-based fixed income securities, portfolios, and derivatives valuation.</li> <li>• tailor fixed income portfolios to different investment objectives.</li> <li>• understand and compare fixed income portfolio management strategies.</li> <li>• enhance their understanding of the concepts and skills acquired in the lecture by solving problem sets, preparing computer-based case studies, and giving short presentations.</li> <li>•</li> <li>• calculate prices for fixed income securities with the help of equilibrium models and the no-arbitrage theorem.</li> <li>• balance expected return opportunities and risks in order to ensure a professional risk management.</li> <li>• represent the advantages and disadvantages of different investment strategies in team discussions. In independently prepared presentations they take on different point of views and give a recommendation for a final course of action.</li> </ul>		

<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Types of fixed income securities</li> <li>• Fixed income fundamentals</li> <li>• Risks associated with fixed income investment</li> <li>• Term structure of interest rates</li> <li>• Fixed income derivatives and their use for risk management</li> <li>• Fixed income valuation models</li> <li>• Fixed income portfolio strategies</li> <li>• Fixed income portfolio management</li> </ul>
<b>Information about Teaching and Learning Methods</b>	Students are expected to prepare solutions for the provided problem sets prior to the integrated exercise sessions. Students are encouraged to present their solutions in class, and will receive feedback on their contributions.
<b>Additional Information</b>	A reading list will be announced at the beginning of the course. The course may be taught exclusively in the first or the second part of the term (see KLIPS).
<b>Responsible Faculty Member</b>	Jun.-Prof. Dr. Monika Trapp, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Finanzierungslehre (General Business Administration, Finance)

<b>Name</b>	<b>Hauptseminar Kapitalmärkte und Unternehmensfinanzen</b>		
<b>Nummer</b>	53063	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	1-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	30 h	<b>Selbststudium</b>	150 h
<b>Qualifikation</b>	Tätigkeiten in quantitativ orientierten Abteilungen von Unternehmen, Banken und Versicherungen, insb. im Investitionsmanagement, Finanzierungs- und Anlagebereich.		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Finance Minor Finance		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Hausarbeit oder andere Prüfungsform		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Zwei der Module <ul style="list-style-type: none"> <li>• Derivate</li> <li>• Investments</li> <li>• Unternehmensbewertung und -kontrolle</li> <li>• Empirical Finance</li> </ul>		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Hauptseminar		
<b>Sprache</b>	Die Veranstaltung kann in englischer Sprache abgehalten werden (siehe KLIPS).		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... <ul style="list-style-type: none"> <li>... üben das selbständige Erarbeiten einer ausgewählten umfangreichen Problemstellung.</li> <li>... führen hierzu eigenständige Literatur- und Internetrecherche durch.</li> <li>... stellen ihre Problemlösung im Rahmen einer schriftlichen Hausarbeit dar.</li> <li>... halten ein Einzel- oder Gruppenreferat von 60 Minuten zur eigenen Hausarbeit und diskutieren im Rahmen von Koreferaten die Ergebnisse der anderen Teilnehmer.</li> </ul>		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktuelle theoretische und empirische Fragestellungen</li> <li>• Abwechselnd aus den Gebieten Kapitalmärkte, Asset Management und Unternehmensfinanzen</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>	Seminar		
<b>Weitere Informationen</b>	Die Veranstaltungen werden ggf. nur in der ersten oder zweiten Semesterhälfte und ggf. geblockt gehalten (siehe KLIPS). Die Veranstaltungstermine des Moduls können kurzfristig vor Vorlesungsbeginn angekündigt werden (siehe KLIPS). Die Pflichtlektüre wird in KLIPS bekannt gegeben.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Dieter Hess, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensfinanzen; Univ.-Prof. Dr. Alexander Kempf, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Finanzierungslehre		

<b>Name</b>	<b>Hauptseminar Finanzinstitutionen</b>		
<b>Nummer</b>	53064	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	1-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	30 h	<b>Selbststudium</b>	150 h
<b>Qualifikation</b>	Führungstätigkeit in Banken und anderen Finanzdienstleistern		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Finance Minor Finance		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Referat (50%) und Hausarbeit (50% Gewichtung in der Endnote)		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Eines der Module <ul style="list-style-type: none"> <li>• Institutionenökonomik</li> <li>• Insurance Economics</li> <li>• Risikomanagement in Banken</li> <li>• Value-Based Management of Insurance Companies</li> </ul>		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Hauptseminar		
<b>Sprache</b>	Das Hauptseminar wird in deutscher Sprache abgehalten.		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... <ul style="list-style-type: none"> <li>... führen eine eigenständige Literatur- und Internetrecherche durch.</li> <li>... arbeiten sich selbständig in den gewählten Themenkomplex ein.</li> <li>... verfassen eine schriftliche Hausarbeit zum gewählten Thema.</li> <li>... halten ein Einzel- oder Gruppenreferat von 60 Minuten.</li> <li>... halten Koreferate zu den Referaten anderer Teilnehmer.</li> </ul>		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• wechselnd</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Weitere Informationen</b>	Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Thomas Hartmann-Wendels, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Bankbetriebslehre; Univ.-Prof. Dr. Heinrich R. Schradin, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Risikomanagement und Versicherungslehre		



<b>Name</b>	<b>Ausgewählte Fragen der Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung I - Unternehmenspublizität</b>		
<b>Nummer</b>	32101	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	2-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	60 h	<b>Selbststudium</b>	120 h
<b>Qualifikation</b>	Die erworbenen Kenntnisse sind relevant für die Analyse von kapitalmarktorientierten Jahresabschlüssen und anderen regulären Kapitalmarktinformationen.		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Accounting and Taxation Major Finance Minor Finance Minor Wirtschaftsprüfung		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 90 Min.		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Pflichtbestandteil des Moduls ist die Vorlesung: Unternehmenspublizität und Bilanzanalyse (WS, 2 SWS). Daneben ist eine von folgenden Veranstaltungen zu wählen: Konzernbilanzen (WS, 2 SWS) <i>oder</i> Proseminar zur Rechnungslegung (WS, 2 SWS)		
<b>Sprache</b>	Die Lehrveranstaltungen werden in deutscher Sprache abgehalten.		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... ... vertiefen rechtliche und strategische Aspekte der modernen Kapitalmarktkommunikation. ... bewerten die Entscheidungsnützlichkeit von Rechnungslegungsdaten aus verschiedenen Blickwinkeln. ... operationalisieren betriebswirtschaftliche Bewertungskonzepte im Rahmen der Jahresabschlussanalyse. ... vertiefen Rechnungslegungskenntnisse in praxisnahen Bereichen.		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Regulierung von Kapitalmarktinformationen</li> <li>• Value, Relevance-Studien</li> <li>• Techniken des Unternehmensratings</li> <li>• Kennzahlengestützte Analyse</li> <li>• Sonderprobleme der Konzernbilanzierung</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Weitere Informationen</b>	Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Christoph Kuhner, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Wirtschaftsprüfung		

<b>Name</b>	<b>Ausgewählte Fragestellungen der Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre I</b>		
<b>Nummer</b>	19501	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	2-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	60 h	<b>Selbststudium</b>	120 h
<b>Qualifikation</b>	Die erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten sind besonders für Tätigkeiten in der Steuerberatung oder in Steuerabteilungen von Unternehmen, in der Unternehmensberatung, im Finanzbereich sowie im Management geeignet.		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Accounting and Taxation Major Finance Minor Finance Minor Betriebswirtschaftliche Steuerlehre		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	2 Klausuren je 45 Min. oder mündliche Prüfungen (Gewichtung in der Endnote: jeweils 50%)		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Es sind 2 der folgenden 4 Veranstaltungen zu wählen, soweit sie nicht bereits im Modul „Ausgewählte Fragestellungen der betriebswirtschaftlichen Steuerlehre II“ geprüft worden sind: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Vorlesung/Übung: Fragen der Konzernbesteuerung (WS)</li> <li>2. Vorlesung/Übung: International Tax Planning I (SS) Die Prüfung findet ausschließlich in englischer Sprache statt</li> <li>3. Vorlesung/Übung: International Tax Planning II (WS) Die Prüfung findet ausschließlich in englischer Sprache statt.</li> <li>4. Vorlesung/Übung: Immobilienbesteuerung (WS)</li> </ol>		
<b>Sprache</b>	1. und 4. Veranstaltungsblock in deutscher Sprache 2. und 3. Veranstaltungsblock in englischer Sprache.		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... ... vertiefen Kenntnisse in besonders praxisnahen Bereichen der Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre. ... analysieren und diskutieren konkrete Fallgestaltungen.		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konzernbesteuerung</li> <li>• ITP I: avoidance of double taxation, tax planning, use of contradictions between tax systems</li> <li>• ITP II: transfer pricing systems, anti-avoidance rules, tax effective supply chain management, advance pricing agreements Immobilienbesteuerung</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>	Die Veranstaltungen sind als Vorlesungen mit Übungselementen (nach Bedarf) konzipiert.		
<b>Weitere Informationen</b>	Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben.		
<b>Verantwortlich</b>	Gesamtverantwortlich: Univ.-Prof. Dr. Norbert Herzig, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Betriebswirtschaftliche Steuerlehre; Lehrbeauftragte für die Veranstaltungen: Prof. Dr. Thomas Rödder Prof. Dr. Thomas Borstell Dr. Michael Fuchs		

<b>Name</b>	<b>Statistische Analyse von Finanzmarktdaten</b>		
<b>Nummer</b>	44003	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	2-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	60 h	<b>Selbststudium</b>	120 h
<b>Qualifikation</b>	Analyse uni- und multivariater Finanzmarktdaten (z.B. Renditen von Aktien oder Indizes)		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Minor Statistik und Ökonometrie Major Economics - Ökonometrie, Statistik und Mathematik Major Finance Minor Finance Minor Asset Management Methoden und Techniken		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 60 Min.		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Kenntnisse der Mathematik, der Wahrscheinlichkeitsrechnung und der schließenden Statistik		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung und Übung (SS)		
<b>Sprache</b>	Die Lehrveranstaltungen werden in deutscher Sprache abgehalten.		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden... ... erkennen die Grundbegriffe der Finanzmarktstatistik. ... wenden deskriptive und inferentielle Verfahren zur Beschreibung und Analyse von uni- und multivariaten Finanzmarktdaten an. ... analysieren Finanzzeitreihen mit Hilfe statistischer Verfahren ... modellieren Volatilitäten. ... analysieren das CAPM mit empirischen Verfahren. ... führen statistische Analysen mit dem Programm EVIEWS durch.		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kurse und Renditen</li> <li>• Univariate und multivariate Renditeverteilungen</li> <li>• Einführung in die Stochastischen Prozesse</li> <li>• Random-Walk-Hypothese</li> <li>• Modellierung von Volatilitäten</li> <li>• Schätzen und Testen im CAPM</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>	Neben Vorlesung und Übung gibt es mehrere praktische Übungen mit dem Programm EVIEWS.		
<b>Weitere Informationen</b>	Lehrbuch Schmid/Trede: Finanzmarktstatistik, Springer Verlag Die Veranstaltung wird im Sommersemester angeboten.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Friedrich Schmid, Seminar für Wirtschafts- und Sozialstatistik		

<b>Name</b>	<b>Ausgewählte Fragestellungen in Finance</b>		
<b>Nummer</b>	21301	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	Unregelmäßig
<b>Präsenzzeit</b>	30-60 h	<b>Selbststudium</b>	120-150 h
<b>Qualifikation</b>	Tätigkeiten in quantitativ orientierten Abteilungen von Unternehmen, Banken und Versicherungen, insb. im Finanzierungs- und Anlagebereich.		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Finance Minor Finance		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 60 Minuten oder sonstige Prüfung		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung und Übung oder Seminar		
<b>Sprache</b>	Die Lehrveranstaltungen können in englischer Sprache abgehalten werden (siehe KLIPS).		
<b>Kompetenzen</b>	Studierende... ... beziehen Stellung zu aktuellen Themen aus dem Bereich Finance ... stellen die eigene Position Dritten gegenüber dar. ... erkennen die Verflechtungen zwischen einzelnen Teilnehmern am Finanzmarkt. ... beurteilen die Konsequenzen getroffener Entscheidungen aus dem Bereich Finance für unterschiedliche Share- und Stakeholder.		
<b>Inhalte</b>	Analyse und Diskussion aktueller Fragestellungen in den Gebieten der Finanzmärkte, Unternehmensfinanzierung und Finanzdienstleister wie bspw. Banken, Versicherungen und Kapitalanlagegesellschaften		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>	Vorlesung mit integrierter Übung oder Seminar		
<b>Weitere Informationen</b>	Die Veranstaltungstermine des Moduls können kurzfristig vor Vorlesungsbeginn angekündigt werden (siehe KLIPS). Die Veranstaltungen werden ggf. nur in der ersten oder zweiten Semesterhälfte abgehalten (siehe KLIPS). Pflichtlektüre wird in KLIPS bekannt gegeben.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Thomas Hartmann-Wendels, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Bankbetriebslehre; Univ.-Prof. Dr. Dieter Hess, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensfinanzen; Univ.-Prof. Dr. Alexander Kempf, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Finanzierungslehre; Univ.-Prof. Dr. Heinrich R. Schradin, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Risikomanagement und Versicherungslehre		

**Minor Marketing**

<b>Modul</b>	<b>Modultitel</b>	<b>P/WP</b>	<b>Prüfungen/Nachweise</b>	<b>CP</b>
1	Marketing Performance Management	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
2	Medienmarketing	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
3	New Product Management	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
4	Markenpolitik	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
5	Preispolitik	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
6	Customer Relationship Management	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
7	Strategic Management in Retailing	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
8	Retail Marketing	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
9	Ausgewählte Fragestellungen des Marketing	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
10	Practical Applications in Retailing	WP	Klausur/mündliche Prüfung/Hausarbeit	6
11	Quantitative Applications in Marketing	WP	Klausur/mündliche Prüfung/Hausarbeit	6
12	Selected Issues in Marketing	WP	sonstige Leistung	6
13	E-Commerce	WP	Klausur/mündliche Prüfung/Hausarbeit	
14	Hauptseminar Marketing und Marktforschung	WP	Referat/Hausarbeit	6
15	Hauptseminar Marketing und Markenmanagement	WP	Referat/Hausarbeit	
16	Hauptseminar Handel und Kundenmanagement I	WP	Referat/Hausarbeit	

<b>Module</b>	<b>Marketing Performance Management</b>		
<b>Number</b>	<i>Benötigen neue Modulnummer</i>	<b>Workload</b>	180 h
<b>Credit Points</b>	6 CP	<b>Recurrence Frequency</b>	Usually every second to fourth term
<b>Attendance</b>	60 h	<b>Independent Studies</b>	120 h
<b>Qualification</b>	Management activities in the areas of marketing, finance, and sales		
<b>Module is allocated to</b>	Major Marketing Minor Marketing Minor Handelsmanagement Minor Medienmanagement Major Supply Chain Management Major Corporate Development Major Gesundheitsökonomie		
<b>Examination requirements</b>	Written exam lasting 60 min. (+ 10 min. for reading) Mid-term-exam possible		
<b>Prerequisites for Admissions</b>	Basic knowledge of marketing and multivariate methods is recommended.		
<b>Courses</b>	Lecture and exercise		
<b>Language</b>	The course is held in English.		
<b>Learning Objectives</b>	Based on theoretical and empirical contributions students learn, how to evaluate marketing activities in research as well as in business contexts. In detail: Students... ... know on which theories marketing performance management is based. ... are able to apply these theories in order to quantify the impact of marketing activities. ... are able to explain the relationship between marketing and finance; thus, they are in a position to demonstrate the importance of marketing activities for the value of a firm. ... are able to write a master thesis, e.g. in the area of marketing-mix optimization.		
<b>Contents</b>	The course contains problems of measuring, evaluating, and controlling the marketing performance. The course contents focus on success measures of marketing performance management, relevant marketing theories and marketing models, and the essential concepts of marketing performance management (customer equity, brand equity, etc.). In addition, instruments for analysing and controlling the marketing performance are presented. In detail: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Practical relevance of Marketing Performance Management (e.g., Cash Flow)</li> <li>• Theoretical foundation of Marketing Performance Management (attitude theory, market response models)</li> <li>• Relationship between marketing investments and firm value</li> <li>• Concepts of brand equity and customer equity</li> <li>• Fundamental instruments for the evaluation of marketing activities (e.g., market response models)</li> </ul>		
<b>Information about Teaching and Learning Methods</b>			
<b>Additional Information</b>	Block courses are possible. The course is complemented by regular guest lectures. Required and voluntary reading will be announced for every term in KLIPS.		

<b>Responsible Faculty Member</b>	Univ.-Prof. Dr. Marc Fischer, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Marketing und Marktforschung (General Business Administration, Marketing and Market Research)
-----------------------------------	--

<b>Module</b>	<b>Medienmarketing</b>		
<b>Nummer</b>	24008	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	2-4semestrig
<b>Präsenzzeit</b>	60 h	<b>Selbststudium</b>	120 h
<b>Qualifikation</b>	Managementtätigkeiten in Marketing, Vertrieb und Medienunternehmen		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Marketing Minor Marketing		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 60 Min. (+ 10 Min. Einlesezeit) Prüfung durch mid-term-Test möglich		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Grundkenntnisse in Marketing und multivariaten Methoden sind vorteilhaft.		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung und Übung		
<b>Sprache</b>	Die Veranstaltung wird in deutscher Sprache abgehalten.		
<b>Kompetenzen</b>	<p>Die Teilnehmer erwerben Qualifikationen in vielfältiger Hinsicht, die sie für die Lösung von Aufgaben beim Management von Medien befähigen. Im Einzelnen heißt dies:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Das Erkennen der besonderen Herausforderungen beim Management von Medien versus physischen Produkten</li> <li>• Die Entwicklung und Durchsetzung der organisatorischen Voraussetzungen für ein effektives Medienmanagement</li> <li>• Die Planung und Umsetzung des Marketing Mix für Medienprodukte</li> <li>• Das Verständnis und der Einsatz von Steuerungsinstrumenten auf Grundlage der Erfolgsfaktoren von Filmen und Verlagsartikeln</li> </ul>		
<b>Inhalte</b>	<p>Im Zentrum der Veranstaltung stehen die Besonderheiten der Vermarktung von Medienprodukten. Im Einzelnen heißt dies:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Abgrenzung von Dienstleistungen im Allgemeinen und Medienprodukten im Speziellen</li> <li>• Organisatorische Herausforderungen des Medienmanagements</li> <li>• Instrumente des Marketing Mix für Medienprodukte</li> <li>• Übergreifende Planungs- und Steuerungsinstrumente des Medienmanagements in Bezug auf Filme, Musik und Verlagsartikel</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Weitere Informationen</b>	<p>Die Lehrveranstaltungen können als Blockveranstaltungen durchgeführt werden. Die Veranstaltung wird durch regelmäßige Gastvorträge ergänzt. Pflicht- und Wahllektüre wird in jedem Semester in KLIPS bekannt gegeben.</p>		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Marc Fischer, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Marketing und Marktforschung		



<b>Name</b>	<b>New Product Management</b>		
<b>Nummer</b>	17001	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	Unregelmäßig
<b>Präsenzzeit</b>	60 h	<b>Selbststudium</b>	120 h
<b>Qualifikation</b>	Managementtätigkeiten in Marketing und Vertrieb		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Marketing Major Corporate Development - Strategy, Organization and Human Resources Minor Marketing		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 60 Min. Prüfung durch mid-term-Test möglich.		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung, Übung und/oder Seminar von Lehrbeauftragten		
<b>Sprache</b>	Die Lehrveranstaltungen können in deutscher oder englischer Sprache abgehalten werden (siehe KLIPS).		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... ... beschreiben Konzepte und Methoden des (Neu-) Produktmanagements. ... analysieren und bewerten wesentliche Planungsprobleme des Neuproduktmanagements. ... beschreiben Neuproduktentwicklung als Prozess und diskutieren dessen optimale Gestaltung.		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stufen des Produktentwicklungsprozesses</li> <li>• Planungsprobleme des Neuproduktmanagements (z.B. Ideengenerierung, kundenorientierte Konzeptentwicklung, Produkt-/Markttests)</li> <li>• Methodische Ansätze zur Bestimmung von Konsumentenpräferenzen</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>	Der Kurs beinhaltet konzeptionelle und anwendungsbezogene Elemente, einschließlich Fallstudien, Gastreferenten aus der Praxis, Diskussionen und studentische Kurzpräsentationen. Ein selbstständiges Literaturstudium als Ergänzung zu Vorlesung und Übung wird vorausgesetzt.		
<b>Weitere Informationen</b>	Das Modul wird durch einen Lehrbeauftragten an der Universität zu Köln angeboten. Die Lehrveranstaltungen können als Blockveranstaltungen durchgeführt werden. Pflichtliteratur wird im jeweiligen Semester angegeben.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Franziska Völckner, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Marketing und Markenmanagement		

<b>Name</b>	<b>Markenpolitik</b>		
<b>Nummer</b>	17005	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	2- bis 4-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	60 h	<b>Selbststudium</b>	120 h
<b>Qualifikation</b>	Managementtätigkeiten in Marketing und Vertrieb		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Marketing Minor Marketing		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 60 Min. Prüfung durch mid-term-Test möglich.		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung und Übung		
<b>Sprache</b>	Die Lehrveranstaltungen werden in Deutsch abgehalten.		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... ... beschreiben Konzepte und Methoden eines wertorientierten Managements des Vermögensgegenstandes Marke. ... wägen die Chancen und Risiken alternativer Markenstrategien ab. ... bewerten die Vorteilhaftigkeit alternativer Markenstrategien zur zielorientierten Gestaltung von Marken. ... analysieren und bewerten Konzepte und Methoden der Markenbewertung.		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• grundlegende Begriffe, Rahmenbedingungen und rechtliche Zusammenhänge in der Markenpolitik</li> <li>• Markenverankerung</li> <li>• Markenstrategien</li> <li>• Konzepte und Methoden der Markenbewertung</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>	Der Kurs beinhaltet konzeptionelle und anwendungsbezogene Elemente, einschließlich Fallstudien, Gastreferenten aus der Praxis, Diskussionen und studentische Kurzpräsentationen. Ein selbstständiges Literaturstudium als Ergänzung zu Vorlesung und Übung wird vorausgesetzt.		
<b>Weitere Informationen</b>	Die Lehrveranstaltungen können als Blockveranstaltungen durchgeführt werden. Pflichtliteratur wird im jeweiligen Semester angegeben.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Franziska Völckner, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Marketing und Markenmanagement		

<b>Name</b>	<b>Preispolitik</b>		
<b>Nummer</b>	17006	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	2- bis 4-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	60 h	<b>Selbststudium</b>	120 h
<b>Qualifikation</b>	Managementtätigkeiten in Marketing und Vertrieb		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Marketing Minor Marketing Minor Handelsmanagement		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 60 Min. Prüfung durch mid-term-Test möglich.		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung und Übung		
<b>Sprache</b>	Die Lehrveranstaltungen werden in deutscher Sprache abgehalten.		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... ... diskutieren zentrale Stellgrößen für die Festlegung von Preisen. ... analysieren und bewerten Konzepte und Methoden der Preisresponsemessung. ... .. erläutern Konzepte und Methoden der Preissetzung zur optimalen Gestaltung von Preisen.		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• grundlegende Begriffe der Preispolitik</li> <li>• Preisverhalten als Grundlage der Preisreaktion von Kunden</li> <li>• Methoden zur Preisresponsemessung bei Konsumenten</li> <li>• Konzepte und Methoden der Preissetzung</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>	Der Kurs beinhaltet konzeptionelle und anwendungsbezogene Elemente, einschließlich Gastreferenten aus der Praxis, Diskussionen und studentische Kurzpräsentationen. Ein selbstständiges Literaturstudium als Ergänzung zu Vorlesung und Übung wird vorausgesetzt.		
<b>Weitere Informationen</b>	Die Lehrveranstaltungen können als Blockveranstaltungen durchgeführt werden. Pflichtliteratur wird im jeweiligen Semester angegeben.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Franziska Völckner, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Marketing und Markenmanagement		

<b>Module</b>	<b>Customer Relationship Management</b>		
<b>Number</b>	22010	<b>Workload</b>	180 h
<b>Credit Points</b>	6 CP	<b>Recurrence Frequency</b>	Usually every second to fourth term (WT)
<b>Attendance</b>	60 h	<b>Independent Studies</b>	120 h
<b>Qualifications</b>	Management positions in marketing, sales, and distribution of manufacturing, retailing and service companies.		
<b>Module is allocated to</b>	Major Marketing Minor Marketing Minor Retail Management		
<b>Examination Requirements</b>	Written exam lasting 60 min <i>or</i> oral exam Mid-term-test or block courses possible.		
<b>Prerequisites for Admission</b>	None		
<b>Courses</b>	Lecture and tutorial		
<b>Language</b>	The courses will be held in English.		
<b>Learning Objectives</b>	<p>Students...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... distinguish between transactional and relational exchanges.</li> <li>... investigate the satisfaction-profit chain and its implications for managing customers.</li> <li>... get to know a basic set of important customer related metrics.</li> <li>... understand the concept of “customer lifetime value”.</li> <li>... recognise the potentials and limits of an active customer management.</li> <li>... learn the application of customer management in a variety of industries.</li> </ul>		
<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• What are the theoretical and conceptual foundations of CRM?</li> <li>• How can CRM enhance organisational performance?</li> <li>• How does CRM force the interaction between corporate strategy, organisational structure, supply chain, and customer facing front end?</li> <li>• How are CRM strategies implemented?</li> <li>• What is the role of measuring and managing customer satisfaction, customer loyalty, customer profitability, and lifetime value?</li> <li>• How does one use some of the basic CRM analytic tools?</li> <li>• etc.</li> </ul>		
<b>Information about Teaching and Learning Methods</b>	The pedagogy of the course will entail both conceptual and applied elements, including case studies, lectures, and the participation of guest speakers with in-depth experience in the field.		
<b>Additional Information</b>	Relevant readings will be announced in class.		
<b>Responsible Faculty Member</b>	Univ.-Prof. Dr. Werner Reinartz, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Handel und Kundenmanagement (General Business Administration, Retailing and Customer Management)		

<b>Module</b>	<b>Strategic Management in Retailing</b>		
<b>Number</b>	22001	<b>Workload</b>	180 h
<b>Credit Points</b>	6 CP	<b>Recurrence Frequency</b>	Usually every second to fourth term (ST)
<b>Attendance</b>	60 h	<b>Independent Studies</b>	120 h
<b>Qualifications</b>	Management positions in retailing and marketing		
<b>Module is allocated to</b>	Major Marketing Minor Marketing Minor Retail Management		
<b>Examination Requirements</b>	Written exam lasting 60 min or oral exam Mid-term-test or block courses possible.		
<b>Prerequisites for Admission</b>	None		
<b>Courses</b>	Lecture and tutorial		
<b>Language</b>	The courses will be held in English.		
<b>Learning Objectives</b>	Students... ... learn about the importance of retailing. ... assess current trends in retailing. ... develop a strategic view on managing retail companies. ... use theoretical approaches to analyse existing and new retail markets. ... learn about metrics to measure retail performance. ... know about best-practices.		
<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Process of strategic planning</li> <li>• Segmentation, Targeting, Positioning</li> <li>• Internationalisation strategies</li> <li>• Location models</li> <li>• Performance metrics and retail controlling</li> <li>• Retail branding</li> <li>• Retail best-practices</li> <li>• etc.</li> </ul>		
<b>Information about Teaching and Learning Methods</b>	The pedagogy of the course will entail both conceptual and applied elements, including case studies, lectures, and the participation of guest speakers with in-depth experience in the field.		
<b>Additional Information</b>	Relevant readings will be announced in class.		
<b>Responsible Faculty Member</b>	Univ.-Prof. Dr. Werner Reinartz, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Handel und Kundenmanagement (General Business Administration, Retailing and Customer Management)		

<b>Name</b>	<b>Retail Marketing</b>		
<b>Number</b>	22002	<b>Workload</b>	180 h
<b>Credit Points</b>	6 CP	<b>Recurrence Frequency</b>	Usually every second to fourth term (ST)
<b>Attendance</b>	60 h	<b>Independent Studies</b>	120 h
<b>Qualifications</b>	Management positions in retailing and marketing		
<b>Module is allocated to</b>	Major Marketing Major Supply Chain Management Minor Marketing Minor Retail Management		
<b>Examination Requirements</b>	Written exam lasting 60 min or oral exam Mid-term-test or block courses possible.		
<b>Prerequisites for Admission</b>	None		
<b>Courses</b>	Lecture and tutorial		
<b>Language</b>	The courses will be held in English.		
<b>Learning Objectives</b>	<p>Students...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... develop knowledge of retail marketing theory and practice both within a national and international context.</li> <li>... are trained in marketing foundations, functions, and strategies used to merchandise and sell products and services effectively in highly competitive retail markets.</li> <li>... analyse how new trends and developments in retail marketing, such as e-commerce and the internationalisation in retailing, have an impact on retail execution.</li> </ul>		
<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• What is the concept and nature of retail marketing?</li> <li>• What are the particularities and consequences of consumer behavior in the context of retailing?</li> <li>• What constitutes the retail marketing planning process?</li> <li>• What are the particularities of marketing mix execution in retailing (for example, selling and executing price policies, developing and executing promotional strategies, etc.)?</li> <li>• What are the new trends and developments in retail marketing?</li> <li>• How does service retailing differ from product retailing?</li> <li>• How do retailers leverage the large volume of data (customer/product related) which is available today?</li> <li>• etc.</li> </ul>		
<b>Information about Teaching and Learning Methods</b>	The pedagogy of the course will entail both conceptual and applied elements, including case studies, lectures, and the participation of guest speakers with in-depth experience in the field.		
<b>Additional Information</b>	Relevant readings will be announced in class.		
<b>Responsible Faculty Member</b>	Univ.-Prof. Dr. Werner Reinartz, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Handel und Kundenmanagement (General Business Administration, Retailing and Customer Management)		

<b>Name</b>	<b>Ausgewählte Fragestellungen des Marketing</b>		
	24005	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	Unregelmäßig
<b>Präsenzzeit</b>	60 h	<b>Selbststudium</b>	120 h
<b>Qualifikation</b>	Managementtätigkeiten in Marketing und Vertrieb.		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Marketing Minor Marketing		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur <i>oder</i> mündliche Prüfung Prüfung durch mid-term-Test möglich.		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung, Übung und/oder Seminar von Lehrbeauftragten		
<b>Sprache</b>	Die Lehrveranstaltungen können in deutscher oder englischer Sprache abgehalten werden (siehe KLIPS).		
<b>Kompetenzen</b>	<p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... analysieren aktuelle Fragestellungen des Marketing und entwickeln angemessene Lösungsansätze.</li> <li>... analysieren Fallbeispiele und argumentieren aus verschiedenen Positionen heraus.</li> <li>... wägen die Interessen unterschiedlicher Stakeholder gegeneinander ab.</li> <li>... erörtern die Konsequenzen von Entscheidungen aus dem Bereich Marketing sowohl für das unternehmerische als auch das soziale Umfeld.</li> </ul>		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktuelle Themen im Marketing</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Weitere Informationen</b>	Das Modul wird durch einen Lehrbeauftragten an der Universität zu Köln angeboten. Die Lehrveranstaltungen können als Blockveranstaltungen durchgeführt werden. Pflichtlektüre wird zu Semesterbeginn bekannt gegeben.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Marc Fischer, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Marketing und Marktforschung; Univ.-Prof. Dr. Werner Reinartz, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Handel und Kundenmanagement; Univ.-Prof. Dr. Franziska Völckner, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Marketing und Markenmanagement		

<b>Module</b>	<b>Practical Applications in Retailing</b>		
<b>Number</b>		<b>Workload</b>	180 h
<b>Credit Points</b>	6 CP	<b>Recurrence Frequency</b>	Usually every term
<b>Attendance</b>	60 h	<b>Independent Studies</b>	120 h
<b>Qualifications</b>	Management Positions in Retailing, CRM and Marketing		
<b>Module is allocated to</b>	Major Marketing Minor Marketing Minor Retail Management		
<b>Examination Requirements</b>	Written exam lasting 60 min or oral exam or seminar paper		
<b>Prerequisites for Admission</b>	None		
<b>Courses</b>	Lecture and/or tutorial or seminar held by visiting lecturer		
<b>Language</b>	The language of this class will be English.		
<b>Learning Objectives</b>	Students... ... are given insights to hands-on management and operations problems in a retailing organization, ... analyze and learn to structure those problems ... and try to find solutions in class.		
<b>Contents</b>	Possible topics: <ul style="list-style-type: none"> <li>• How can retails adapt to constantly changing customer needs?</li> <li>• How can retailers successfully compete against local and global competition?</li> <li>• What are strategies to survive today`s financial crisis as a retailer?</li> <li>• What are key success factors in retail execution?</li> </ul>		
<b>Information about Teaching and Learning Methods</b>	The pedagogy of the course will entail applied learning through a case study, lecture and discussion approache. Students learn from a senior manager with a long experience in the retailing business.		
<b>Additional Information</b>	The topics of this class are subject to change. Relevant readings will be announced in class.		
<b>Responsible Faculty Member</b>	Univ.-Prof. Dr. Werner Reinartz, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Handel und Kundenmanagement (General Business Administration, Retailing and Customer Management)		



<b>Module</b>	<b>Quantitative Applications in Marketing</b>		
<b>Number</b>	24302	<b>Workload</b>	180 h
<b>Credit Points</b>	6 CP	<b>Recurrence Frequency</b>	irregular
<b>Attendance</b>	60 h	<b>Independent Studies</b>	120 h
<b>Qualifications</b>	Management Positions in Retailing, CRM and Marketing		
<b>Module is allocated to</b>	Major Marketing Minor Marketing Minor Retail Management		
<b>Examination Requirements</b>	Written exam lasting 60 min		
<b>Prerequisites for Admission</b>	None		
<b>Courses</b>	Lecture and tutorial		
<b>Language</b>	The courses will be held in English.		
<b>Learning Objectives</b>	<p>The students...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... transfer relevant information via quantitative analyses into better market strategies, product designs and business decisions.</li> <li>... understand the role of statistical techniques and models and their value for an enhanced marketing decision making.</li> <li>... are familiar with the practical application of basic functions of advanced statistical software tools to specific marketing problems.</li> </ul>		
<b>Contents</b>	<p>Topics are</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• quantitative modeling techniques in various contexts such as customer management, sales management and channel management</li> <li>• application of statistical software tools to case studies with real data sets</li> <li>• etc.</li> </ul>		
<b>Information about Teaching and Learning Methods</b>	The pedagogy of the course will entail both conceptual and applied elements. A special focus lies on a clear, accurate and thorough reporting of statistical analyses with a problem-solving orientation in a marketing context. Throughout the course students will work with a statistical software program to solve case studies based on the analysis techniques covered in the lecture.		
<b>Additional Information</b>	Relevant readings will be announced in class.		
<b>Responsible Faculty Member</b>	Jun.-Prof. Dr. Maik Eisenbeiss, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Handel und Kundenmanagement (General Business Administration, Retailing and Customer Management)		

<b>Name</b>	<b>Selected Issues in Marketing</b>		
<b>Nummer</b>	24303	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	Unregelmäßig
<b>Präsenzzeit</b>	60 h	<b>Selbststudium</b>	120 h
<b>Qualifikation</b>	Managementtätigkeiten in Marketing und Vertrieb		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Marketing Minor Marketing		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	so / AN		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Das Modul wird nicht an der Universität zu Köln angeboten, sondern wird im Rahmen eines Austauschstudiums an einer ausländischen Hochschule studiert		
<b>Sprache</b>	Die Lehrveranstaltungen können in deutscher oder englischer Sprache abgehalten werden		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... ... analysieren aktuelle Fragstellungen des Marketing und entwickeln angemessene Lösungsansätze. ... analysieren Fallbeispiele und argumentieren aus verschiedenen Positionen heraus. ... leiten managementrelevante Handlungsempfehlungen ab. ... antizipieren und beurteilen die Wirkung des Einsatzes bestimmter Marketinginstrumente.		
<b>Inhalte</b>	Aktuelle Themen aus dem Marketing, z. B. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marktanalysen</li> <li>• Businessprojekte</li> <li>• Entwicklung von Marketingkonzepten</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr- / Lernformen</b>	Das Modul kann ausschließlich im Rahmen von Auslandsstudien erworben werden.		
<b>Weitere Informationen</b>	Pflichtliteratur wird zu Beginn eines Semesters bekannt gegeben.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Marc Fischer, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Marketing und Marktforschung; Univ.-Prof. Dr. Werner Reinartz, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Handel und Kundenmanagement; Univ.-Prof. Dr. Franziska Völckner, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Marketing und Markenmanagement		

<b>Module</b>	<b>E-Commerce</b>		
<b>Number</b>		<b>Workload</b>	180 h
<b>Credit Points</b>	6 CP	<b>Recurrence Frequency</b>	irregular
<b>Attendance</b>	30 h	<b>Independent Studies</b>	150 h
<b>Qualifications</b>	Management activities in retailing and marketing		
<b>Module is allocated to</b>	Major Marketing Minor Marketing Minor Retail Management		
<b>Examination Requirements</b>	Every participant writes a paper comprising approx. 10-15 pages and presents it in class. Team work is possible.		
<b>Prerequisites for Admission</b>	None		
<b>Courses</b>	Seminar		
<b>Language</b>	The language of the seminar can be German or English. Further information can be found in the corresponding announcement. The paper can be written in German or English.		
<b>Learning Objectives</b>	Students... ... integrate academic articles and to evaluate them critically. ... develop and evaluate current problems in the field of retailing and customer management ... advance hypotheses and to test them. ... autonomously write academic texts. ... present the topics they have worked on in class.		
<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Current topics from the field of Retailing</li> <li>• Current topics from the field of Customer Management</li> </ul>		
<b>Information about Teaching and Learning Methods</b>			
<b>Additional Information</b>	The topics of the advanced seminar will change in every term. A list with the topics will be published before the term starts. At times, projects are the focus of the course.		
<b>Responsible Faculty Member</b>	... Responsibility: Prof. Dr. Werner Reinartz, Depart Department of Retailing and Customer Management of Retailing and Customer Management Execution: Dr.. Mark Elsner, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschafts-lehre, Handel und Kundenmanagement (General Business Administration, Retailing and Customer Management)		

<b>Name</b>	<b>Hauptseminar Marketing und Marktforschung</b>		
<b>Nummer</b>	53009	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	i. d. R. 1-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	30 h	<b>Selbststudium</b>	150 h
<b>Qualifikation</b>	Managementtätigkeiten in Marketing und Vertrieb		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Marketing Minor Marketing		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Abgabe einer Hausarbeit (50 %) und Vortrag/Diskussion (50 % Gewichtung in der Endnote)		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Grundkenntnisse in Marketing und multivariaten Methoden sind vorteilhaft.		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Seminar (Blockveranstaltung)		
<b>Sprache</b>	Die Veranstaltung wird in deutscher Sprache abgehalten.		
<b>Kompetenzen</b>	<p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... analysieren, beurteilen und stellen wissenschaftliche Beiträge dar</li> <li>... beurteilen Problemstellungen des Marketings und der Marktforschung .</li> <li>... entwickeln und testen Hypothesen schreiben eigene wissenschaftliche Texte.</li> <li>... halten Vorträge zu den erstellten und bearbeiteten Inhalten.</li> <li>... lernen, sich in der Gruppe zu organisieren und zusammenzuarbeiten.</li> <li>... können ein konsequentes Projekt- und Zeitmanagement betreiben.</li> </ul>		
<b>Inhalte</b>	<p>Je nach Generalthema des Hauptseminars (unterscheidet sich in den Semestern), u. a.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing Performance Management</li> <li>• Preismanagement</li> <li>• Produktmanagement</li> <li>• Kommunikationsmanagement</li> <li>• Marktforschung</li> <li>• Medienmanagement</li> <li>• Konsumentenverhalten</li> <li>• Seminare in Projektform in Kooperation mit Unternehmen</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Weitere Informationen</b>	Die konkreten Inhalte des Hauptseminars unterscheiden sich in jedem Semester. Eine Liste der Themen wird vor Semesterbeginn veröffentlicht.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Marc Fischer, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Marketing und Marktforschung		

<b>Name</b>	<b>Hauptseminar Marketing und Markenmanagement</b>		
<b>Nummer</b>	53002	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	i.d.R. 1-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	30 h	<b>Selbststudium</b>	150 h
<b>Qualifikation</b>	Managementtätigkeiten in Marketing und Vertrieb		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Marketing Minor Marketing		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Hausarbeit (60-70%) und Referat (40-30% Gewichtung in der Endnote) in der Regel als Gruppenarbeit		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Seminar (Blockveranstaltungen)		
<b>Sprache</b>	Die Themen werden je nach Veranstaltung auf Deutsch und/oder Englisch ausgegeben und bearbeitet.		
<b>Kompetenzen</b>	<p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... setzen sich eigenständig mit einem aktuellen Themengebiet im Bereich des Marketing (insb. in Zusammenhang mit Fragen des Markenmanagement) auseinander und wenden dabei die im Studium erlangten Marketingkenntnisse an.</li> <li>... erfassen, recherchieren und selektieren die für eine Aufgabenstellung relevante wissenschaftliche Literatur.</li> <li>... erstellen eine wissenschaftliche Arbeit und erhalten dadurch eine geeignete Vorbereitung auf die Erstellung einer Masterarbeit.</li> <li>... präsentieren ihre Ergebnisse in einem Vortrag und diskutieren diese mit den anderen Seminarteilnehmern.</li> </ul>		
<b>Inhalte</b>	<p>Je nach Generalthema des Hauptseminars (unterscheidet sich in den Semestern), u.a.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Markenmanagement</li> <li>• Marktforschung</li> <li>• Preismanagement</li> <li>• Produktmanagement</li> <li>• Kommunikationsmanagement</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>	<p>Kern des Hauptseminars ist das eigenverantwortliche Erfassen einer Aufgabenstellung in der Kleingruppe. Eine Betreuung durch die Dozenten unterstützt die Strukturierung und Anwendung der Themenkomplexe. Die Präsentation der eigenen Ergebnisse und die Diskussion dieser in der Abschlussveranstaltung erweitert die selbständige Arbeit an einer wissenschaftlichen Fragestellung durch die aktive Auseinandersetzung mit angrenzenden Themengebieten. Zeitweilig findet das Seminar in Projektform statt.</p>		
<b>Weitere Informationen</b>	<p>Die konkreten Inhalte des Hauptseminars unterscheiden sich in jedem Semester. Eine Liste der Themen wird vor Semesterbeginn veröffentlicht.</p>		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Franziska Völckner, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Marketing und Markenmanagement		

<b>Module</b>	<b>Hauptseminar Handel und Kundenmanagement I / Advanced Seminar I Retailing and Customer Management</b>		
<b>Number</b>	53007	<b>Workload</b>	180 h
<b>Credit Points</b>	6 CP	<b>Recurrence Frequency</b>	Usually every term
<b>Attendance</b>	30 h	<b>Independent Studies</b>	150 h
<b>Qualifications</b>	Management activities in retailing and marketing		
<b>Module is allocated to</b>	Major Marketing Minor Marketing Minor Retail Management		
<b>Examination Requirements</b>	Every participant writes a paper comprising approx. 10-15 pages and presents it in class. Team work is possible.		
<b>Prerequisites for Admission</b>	None		
<b>Courses</b>	Seminar		
<b>Language</b>	The language of the seminar can be German or English. Further information can be found in the corresponding announcement. The paper can be written in German or English.		
<b>Learning Objectives</b>	Students... ... integrate academic articles and to evaluate them critically. ... develop and to evaluate current problems in the field of retailing and customer management ... advance hypotheses and to test them. ... autonomously write academic texts. ... present the topics they have worked on in class.		
<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Current topics from the field of Retailing</li> <li>• Current topics from the field of Customer Management</li> </ul>		
<b>Information about Teaching and Learning Methods</b>			
<b>Additional Information</b>	The topics of the advanced seminar will change in every term. A list with the topics will be published before the term starts. At times, projects are the focus of the course.		
<b>Responsible Faculty Member</b>	Univ.-Prof. Dr. Werner Reinartz, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Handel und Kundenmanagement (General Business Administration, Retailing and Customer Management)		

**Minor Supply Chain Management**

<b>Modul</b>	<b>Modultitel</b>	<b>P/WP</b>	<b>Prüfungen/Nachweise</b>	<b>CP</b>
1	Supply Chain Management und Produktion I (Strukturen)	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
2	Supply Chain Management und Produktion II (Prozesse)	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
3	Supply Chain Management und Produktion III (Material-Logistik und Bestandsmanagement)	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
4	Supply Chain Management and Management Science I (Strategy)	WP	Klausur/mündliche Prüfung/Fallstudie	6
5	Supply Chain Management and Management Science II (Planning)	WP	Klausur/mündliche Prüfung/Fallstudie	6
6	Supply Chain Management and Management Science III (Operations)	WP	Klausur/mündliche Prüfung/Hausarbeit/Fallstudie	6
7	Logistics Concepts, Systems and Models	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
8	Strategic Alliances and Networks	WP	Klausur/mündliche Prüfung/Referat	6
9	Management of Logistics Service Providers	WP	Referat/Hausarbeit/Klausur	6
10	Selected Issues in Supply Chain Management	WP	Klausur/sonstige Leistung	6

<b>Name</b>	<b>Supply Chain Management und Produktion I (Strukturen)</b>		
<b>Nummer</b>	28001	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	2-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	60 h	<b>Selbststudium</b>	120 h
<b>Qualifikation</b>	Entscheidungsträger mit Fachkompetenz in Produktion und Logistik, Unternehmensberater.		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Supply Chain Management Minor Supply Chain Management		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 60 Min.		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Empfehlung: Inhalte der Vorlesung Produktion und Logistik sollten bekannt sein.		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung und Übung (WS)		
<b>Sprache</b>	Die Lehrveranstaltungen werden in deutscher Sprache abgehalten.		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... ... erlernen die Beziehungen zwischen den relevanten Entscheidungsvariablen in Produktion und Logistik und ... sind in der Lage, praxisnahe und zugleich theoretisch fundierte Lösungsvorschläge für konkrete Planungsprobleme zu entwickeln und umzusetzen.		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Standortplanung</li> <li>• Gestaltung der Infrastruktur der Produktion</li> <li>• Design von Fließproduktionssystemen unter deterministischen und stochastischen Bedingungen</li> <li>• Design von Produktionszentren (Flexible Fertigungssysteme)</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Weitere Informationen</b>	Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Horst Tempelmeier, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Supply Chain Management und Produktion		



<b>Name</b>	<b>Supply Chain Management und Produktion II (Prozesse)</b>		
<b>Nummer</b>	28002	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	2-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	60 h	<b>Selbststudium</b>	120 h
<b>Qualifikation</b>	Fachkompetenz in Produktion und Logistik sowie Produktionsplanung, Unternehmensberater		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Supply Chain Management Minor Supply Chain Management		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 60 Min.		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Empfehlung: Inhalte der Vorlesung Produktion und Logistik sollten bekannt sein.		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung und Übung (SS)		
<b>Sprache</b>	Die Lehrveranstaltungen werden in deutscher Sprache abgehalten.		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... ... erlernen die Beziehungen zwischen den relevanten Entscheidungsvariablen in Produktion und Logistik und ... sind in der Lage, praxisnahe und zugleich theoretisch fundierte Lösungsvorschläge für konkrete Planungsprobleme zu entwickeln und umzusetzen.		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aggregierte Gesamtplanung</li> <li>• Hauptproduktionsprogrammplanung</li> <li>• Ressourceneinsatzplanung bei Werkstattproduktion</li> <li>• Losgrößen- und Reihenfolgeplanung</li> <li>• Ressourceneinsatzplanung bei Zentrenproduktion</li> <li>• Qualitätskontrolle</li> <li>• Instandhaltungsplanung</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Weitere Informationen</b>	Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Horst Tempelmeier, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Supply Chain Management und Produktion		

<b>Name</b>	<b>Supply Chain Management und Produktion III (Material-Logistik und Bestandsmanagement)</b>		
<b>Nummer</b>	28003	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	2-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	60 h	<b>Selbststudium</b>	120 h
<b>Qualifikation</b>	Fachkompetenz in Produktionsplanung, Supply Chain Management und Logistik, Unternehmensberater.		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Supply Chain Management Minor Supply Chain Management Minor Produktions- und Logistikmanagement		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 60 Min.		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Empfehlung: Inhalte der Vorlesung Produktion und Logistik sollten bekannt sein.		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung und Übung (WS)		
<b>Sprache</b>	Die Lehrveranstaltungen werden in deutscher Sprache abgehalten.		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... ... erlernen die Beziehungen zwischen den relevanten Entscheidungsvariablen in mehrstufigen Produktions- und Lagersystemen und ... sind in der Lage, praxisnahe und zugleich theoretisch fundierte Lösungsvorschläge für konkrete Planungsprobleme zu entwickeln und umzusetzen.		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prognosemethoden (Zeitreihenanalyse, exponentielle Glättung, multivariate Prognose, etc.)</li> <li>• Dynamische Losgrößenplanung (inkl. Materialbedarfsplanung, MRP, Losgrößenplanung ohne und mit Kapazitätsbeschränkungen, etc.)</li> <li>• Bestandsmanagement in ein- und mehrstufigen Produktions- und Lagersystemen</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Weitere Informationen</b>	Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Horst Tempelmeier, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Supply Chain Management und Produktion		

<b>Name</b>	<b>Supply Chain Management and Management Science I (Strategy)</b>		
<b>Nummer</b>	27001	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	Every second term
<b>Präsenzzeit</b>	60 h	<b>Selbststudium</b>	120 h
<b>Qualifikation</b>	Activities in Supply Chain Management (and related areas such as purchase, logistics and distribution), Project Management and Consulting		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Supply Chain Management Major Marketing Major Corporate Development - Strategy, Organization and Human Resources Major Gesundheitsökonomie Minor Supply Chain Management Minor Handelsmanagement Minor Medienmanagement		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Written exam lasting 60 - 90 min (50-95%) and/or oral exam (5-50%) and case studies (making up 5-50% of the final mark)		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	None		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Lecture and exercise (WS, 1. Term)		
<b>Sprache</b>	The courses will be held in English.		
<b>Kompetenzen</b>	Students... ... learn about basic concepts for the realization of strategies in the context of Supply Chain Management. ... analyze and evaluate strategic decisions as well as design aspects in Supply Chains. ... make use of product development methods, which enable them to enhance product planning and product architecture. ... discuss how process design can be put into practice to manufacture products efficiently. ... implement a production process as a team and test their approach in competition to other implementations. ... assess the long term benefits and risks of a technology by using scenario planning. ... analyze and evaluate the daily application of the methods and concepts in real-life operations.		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategy Formation</li> <li>• Product Development</li> <li>• Process Design</li> <li>• Process Simulation</li> <li>• Applications</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>	The module should be attended along with the module Supply Chain Management and Management Science II (Planning).		
<b>Weitere Informationen</b>	Required reading will be announced at the beginning of the term.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Ulrich W. Thonemann, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Supply Chain Management und Management Science (General Business Administration, Supply Chain Management and Management Science)		

<b>Module</b>	<b>Supply Chain Management and Management Science II (Planning)</b>		
<b>Number</b>	27002	<b>Workload</b>	180 h
<b>Credit Points</b>	6 CP	<b>Recurrence Frequency</b>	Every second term
<b>Attendance</b>	60 h	<b>Independent Studies</b>	120 h
<b>Qualifications</b>	Activities in Supply Chain Management (and related areas such as purchase, logistics and distribution), Project Management and Consulting		
<b>Module is allocated to</b>	Major Supply Chain Management Major Marketing Minor Supply Chain Management Minor Retail Management		
<b>Examination Requirements</b>	Written exam lasting 90 min (50-95%) and/or oral exam (5-50%) and case study (making up 5-50% of the final mark)		
<b>Prerequisites for Admission</b>	None		
<b>Courses</b>	Lecture and exercise (WS, 2. Term)		
<b>Language</b>	The courses will be held in English.		
<b>Learning Objectives</b>	<p>Students ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... analyze, evaluate and optimize supply chains.</li> <li>... achieve instrumental competences through application of up to date concepts, e.g. in the field of revenue management and contract design.</li> <li>... apply different tools, e.g. simulation software, to solve problem settings.</li> <li>... enhance their communicative competences during short presentations and group work.</li> <li>... solve case studies from real world companies to deepen their systemic competences.</li> </ul> <p>...</p>		
<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Decisions with regard to location</li> <li>• In-company location planning</li> <li>• Heuristics of planning and improvement</li> <li>• Network design</li> <li>• Project management</li> <li>• Negotiations</li> <li>• Applications</li> </ul>		
<b>Information about Teaching and Learning Methods</b>	The module should be attended along with the module Supply Chain Management and Management Science I (Strategy).		
<b>Additional Information</b>	Required reading will be announced at the beginning of the term.		
<b>Responsible Faculty Member</b>	Jun.-Prof. Dr. Kai Hoberg, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Supply Chain Management und Management Science (General Business Administration, Supply Chain Management and Management Science)		

<b>Name</b>	<b>Supply Chain Management and Management Science III (Operations)</b>		
<b>Number</b>	27003	<b>Workload</b>	180 h
<b>Credit Points</b>	6 CP	<b>Recurrence Frequency</b>	Every second term
<b>Attendance</b>	60 h	<b>Independent Studies</b>	120 h
<b>Qualifications</b>	Activities in the area of Supply Chain Management (and related areas such as purchase, logistics and distribution), Project Management and Consulting		
<b>Module is allocated to</b>	Major Supply Chain Management Minor Supply Chain Management Minor Production and Logistics Management		
<b>Examination Requirements</b>	Written exam lasting 90 min (50-95%) and/or oral exam (5-50%) and case study (making up 5-50% of the final mark)		
<b>Prerequisites for Admission</b>	None		
<b>Courses</b>	Lecture and exercise (SS, 1. Term)		
<b>Language</b>	The courses will be held in English.		
<b>Learning Objectives</b>	<p>Students ...</p> <p>...explore the operational level of Supply Chain Management.</p> <p>...apply mathematical methods which enable them to determine appropriate goods in stock in a company.</p> <p>...make use of these methods in order to analyze contracts which are concluded between several independent companies.</p> <p>...learn about methods of Capacity and Revenue Management and employ them to analyze selected issues of Supply Chain Management</p> <p>...apply their knowledge as a team through case studies and exercises and, by doing so, deepen their skills.</p> <p>...</p>		
<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inventory Management</li> <li>• Contract Design</li> <li>• Capacity and Revenue Management</li> <li>• Data Processing in Supply Chains</li> </ul>		
<b>Information about Teaching and Learning Methods</b>			
<b>Additional Information</b>	Required reading will be announced at the beginning of the term.		
<b>Responsible Faculty Member</b>	Univ.-Prof. Dr. Ulrich W. Thonemann, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Supply Chain Management und Management Science (General Business Administration, Supply Chain Management and Management Science)		

<b>Module</b>	<b>Logistics Concepts, Systems and Models</b>		
<b>Number</b>	30002	<b>Workload</b>	180 h
<b>Credit Points</b>	6 CP	<b>Recurrence Frequency</b>	Every second term
<b>Attendance</b>	60 h	<b>Independent Studies</b>	120 h
<b>Qualifications</b>	Logistics departments, internal/ external consultancy		
<b>Module is allocated to</b>	Major Supply Chain Management Minor Supply Chain Management Minor Traffic and Logistics		
<b>Examination Requirements</b>	Written exam lasting 90 min <i>or</i> oral exam		
<b>Prerequisites for Admission</b>	None		
<b>Courses</b>	Lecture and exercise (WS)		
<b>Language</b>	If not indicated otherwise, the courses will be held in English.		
<b>Learning Objectives</b>	Students ... ... comprehend the management of logistics processes. ... know basic trade-offs in logistics systems. ... are familiar with the development and classification of logistics networks. ... know different logistics models, their domains of application as well as their prerequisites for application.		
<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conceptual basics of logistics</li> <li>• Logistics subsystems</li> <li>• Logistics models</li> <li>• International logistics</li> </ul>		
<b>Information about Teaching and Learning Methods</b>	In the context of lectures and exercises, case studies and guest lectures help in deepening the students' knowledge about how the theoretical lecture material is used in practice.		
<b>Additional Information</b>	The schedule of the course will be announced at the beginning of the term in ILIAS.		
<b>Responsible Faculty Member</b>	Univ.-Prof. Dr. Dr. h.c. Werner Delfmann, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Unternehmensführung und Logistik (General Business Administration, Business Policy and Logistics)		

<b>Module</b>	<b>Strategic Alliances and Networks</b>		
<b>Number</b>	30003	<b>Workload</b>	180 h
<b>Credit Points</b>	6 CP	<b>Recurrence Frequency</b>	Every second term
<b>Attendance</b>	30-60 h	<b>Independent Studies</b>	150-120 h
<b>Qualifications</b>	Department of Corporate Development, Planning staff, internal / external consulting		
<b>Module is allocated to</b>	Major Supply Chain Management Major Marketing Major Corporate Development - Strategy, Organisation and Human Resources Minor Supply Chain Management Minor Media Management Minor Corporate Development - Strategy, Organisation and Human Resources		
<b>Examination Requirements</b>	Written exam lasting 90 min <i>and/or</i> oral exam		
<b>Prerequisites for Admission</b>	None		
<b>Courses</b>	Lecture/ Exercise (SS)		
<b>Language</b>	The courses will be held in German.		
<b>Learning Objectives</b>	Students ... ... understand with the help of different types and approaches the establishment of inter-organisational networks as well as the differences of production of goods and services within the own company or through purchase in the market (make or buy). ... analyse in how far the issue of trust influences cooperation and become familiar with associated risks. ... analyse inter-organisational management concepts and become acquainted with the design of alliance governance systems. ... identify the different phases of evolution of networks within the organisation.		
<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Theories of strategic networks</li> <li>• Types of strategic networks</li> <li>• Outsourcing</li> <li>• Reliance and risks of strategic networks</li> <li>• Management of networks</li> <li>• Development of strategic networks</li> </ul>		
<b>Information about Teaching and Learning Methods</b>	In the context of lectures and exercises, case studies and guest lectures help in deepening the students' knowledge about how the theoretical lecture material is used in practice.		
<b>Additional Information</b>	Required reading will be announced at the beginning of the term.		
<b>Responsible Faculty Member</b>	Univ.-Prof. Dr. Dr. h.c. Werner Delfmann, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Unternehmensführung und Logistik (General Business Administration, Business Policy and Logistics)		

<b>Module</b>	<b>Management of Logistics Service Providers</b>		
<b>Number</b>	30005	<b>Workload</b>	180 h
<b>Credit Points</b>	6 CP	<b>Recurrence Frequency</b>	Every second term
<b>Attendance</b>	30 h	<b>Independent Studies</b>	150 h
<b>Qualifications</b>	Internal and external consultancy, planning staff, logistics departments		
<b>Module is allocated to</b>	Major Supply Chain Management Minor Supply Chain Management Minor Production and Logistics Management Minor Traffic and Logistics		
<b>Examination Requirements</b>	Presentation/Paper (50%) and written exam (making up 50% of the final mark)		
<b>Prerequisites for Admission</b>	Students must have already attended one of the following modules: “Supply Chain Management I“, “Supply Chain Management II“, “Supply Chain Management and Management Science I“, “Supply Chain Management and Management Science II“, “Logistics Concepts, Systems and Models“ or “Strategic Alliances and Networks“.		
<b>Courses</b>	Seminar (SS)		
<b>Language</b>	The seminar will be held in English.		
<b>Learning Objectives</b>	Students ... ... work out relevant issues of Global Logistics Management in group papers and presentations. ... deal with the particularities of the international market environment and their implications for the management of logistics chains and logistics service providers. ... learn the practical relevance of theoretical concepts of Global Management supported by case studies and guest lecturers from practice. ... practice intercultural skills given the participation of international students.		
<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concrete topics are changing from term to term</li> </ul>		
<b>Information about Teaching and Learning Methods</b>	Case studies, group presentations and guest lectures of practitioners.		
<b>Additional Information</b>	The schedule of the course will be at the end of the preceding term in ILIAS.		
<b>Responsible Faculty Member</b>	Univ.-Prof. Dr. Dr. h.c. Werner Delfmann, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Unternehmensführung und Logistik (General Business Administration, Business Policy and Logistics)		



Name	Selected Issues in Supply Chain Management		
Nummer	27201	Arbeitszeit	180 h
Leistungspunkte	6 LP	Turnus	Unregelmäßig
Präsenzzeit	30 h	Selbststudium	150 h
Qualifikation	Aufgaben im Supply Chain Management (und angrenzenden Bereichen wie Einkauf, Logistik und Vertrieb), Projektmanagement und Consulting.		
Einordnung in das Studium	Major Supply Chain Management Minor Supply Chain Management Minor Produktions- und Logistikmanagement		
Prüfungsmodalitäten	Klausur: 90 Min. <i>oder</i> mündliche Prüfung		
Zulassungsvoraussetzungen	keine		
Lehrveranstaltungen	Vorlesung und Übung		
Sprache	Die Lehrveranstaltungen können in deutscher oder englischer Sprache abgehalten werden (siehe KLIPS).		
Kompetenzen	Die Studierenden... ... verfolgen und erläutern aktuelle Entwicklungen sowie Konzepte des Supply Chain Management. ... bewerten neue Konzepte kritisch und beurteilen deren Vor- und Nachteile. ... analysieren Probleme aus der unternehmerischen Praxis. ...		
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Neue Konzepte für das Supply Chain Management</li> <li>• Aktuelle Praxisprobleme aus dem Supply Chain Management</li> <li>• Ausarbeitung von Managementberichten</li> <li>• Entwicklung der Präsentationsfähigkeit</li> </ul>		
Hinweise zu Lehr-/Lernformen			
Weitere Informationen	Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben. Die Veranstaltung wird durch einen Lehrbeauftragten durchgeführt.		
Verantwortlich	Univ.-Prof. Dr. Ulrich W. Thonemann, Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Supply Chain Management und Management Science		

## 11. Wahlpflichtfach Ökonomie und Soziologie der Medien

### 11.1 Fachübersicht

	Minimum an CP	CP
Bereich Ökonomie und Soziologie der Medien	18 CP	24 CP
Minor Soziologie und empirische Sozialforschung	12 CP	18 CP
Minor Institutionen und Märkte		
Minor Wirtschafts- und Sozialpsychologie		

Das Studium des Wahlpflichtfachs Ökonomie und Soziologie der Medien umfasst 36 CP. Dabei entfallen mindestens 18 CP und höchstens 24 CP auf den Bereich Ökonomie und Soziologie der Medien; die übrigen CP sind im Rahmen der Minor Soziologie und empirische Sozialforschung, Institutionen und Märkte sowie Wirtschafts- und Sozialpsychologie zu erwerben, wobei Leistungen in unterschiedlichen Minor erbracht werden können.

Der Bereich Ökonomie und Soziologie der Medien sowie die genannten Minor sind in Module zu je 6 CP unterteilt, so dass insgesamt 6 Module absolviert werden müssen.

Die Summe von 36 CP im Rahmen des gesamten Wahlpflichtfachs Ökonomie und Soziologie der Medien darf nicht überschritten und bestandene Prüfungsleistungen dürfen nicht wiederholt werden. Für nicht bestandene oder als nicht bestanden geltende Prüfungen werden Maluspunkte vergeben, deren Anzahl der durch die betreffende Prüfungsleistung zu erwerbenden Anzahl von CP entspricht. Es dürfen nicht mehr als 24 Maluspunkte zugewiesen werden; sonst ist das Verbundstudium Medienwissenschaft endgültig nicht bestanden. Sämtliche Prüfungsleistungen sind endnotenrelevant. Die Meldung zu einer Prüfung kann bis spätestens zwei Wochen vor dem jeweiligen Prüfungstermin zurückgenommen werden.

### 11.2 Berechnung der Fachnote

Die Fachnote errechnet sich aus dem nach Credit Points gewichteten arithmetischen Mittel der in den Prüfungen des Wahlpflichtfachs Ökonomie und Soziologie der Medien erreichten Noten.

### 11.3 Masterarbeit

Die Erstellung einer Masterarbeit im Wahlpflichtfach Ökonomie und Soziologie der Medien ist an die schriftliche Betreuungszusage einer zuständigen Fachvertreterin/eines zuständigen Fachvertreters gebunden. Ihre Bearbeitungszeit beträgt bei einem nicht-empirischen Thema vier Monate, bei einem empirischen Thema sechs Monate; sie wird mit 20 CP (viermonatige Bearbeitungszeit) bzw. 30 CP (sechsmonatige Bearbeitungszeit) kreditiert. Bei einer nicht empirischen Arbeit sind zusätzlich 10 CP durch selbstständige Studien zu erbringen.

### 11.4 Selbstständige Studien

Siehe Punkt 6.5 unter „Medienkulturwissenschaft“.

### 11.5 Modulbeschreibungen

#### Bereich Ökonomie und Soziologie der Medien

Modul	Modultitel	P/WP	Prüfungen/Nachweise	CP
1	Spezielle Fragen der Medienökonomie	WP	Hausarbeit/Referat	6
2	Theorie und Politik der Medienwirtschaft	WP	Klausur	6
3	Soziale Bedingungen der Mediennutzung	WP	Hausarbeit/Referat	6
4	Medien- und Inhaltsanalyse	WP	Klausur/sonstige Prüfungsleistung	6
<b>Σ</b>				<b>18-24</b>

<b>Name</b>	<b>Spezielle Fragen der Medienökonomie</b>		
<b>Nummer</b>		<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Credit Points</b>	6 CP	<b>Turnus</b>	2-semesterig (SS)
<b>Präsenzzeit</b>	30 h	<b>Selbststudium</b>	150 h
<b>Qualifikation</b>	Tätigkeitsbereiche, in denen ein grundlegendes Verständnis der Institutionen und der Wirkungsweise von Medienmärkten erforderlich ist, z.B. Verbände, Medienbranche oder Marketingbereiche		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Bereich Ökonomie und Soziologie der Medien		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Hausarbeit und Referat		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Vorkenntnisse in Medienökonomie oder Medienmanagement		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Seminar		
<b>Kompetenzen</b>	<p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... wenden mikroökonomische Modelle auf reale Probleme an und leiten daraus Ergebnisse und Handlungsanweisungen für die Marktakteure ab.</li> <li>... entwickeln eigene Standpunkte zu aktuellen medienwirtschaftlichen Fragestellungen.</li> <li>... übertragen theoretische Modelle auf reale Gegebenheiten und lernen dabei, Märkte systematisch zu analysieren</li> <li>... üben die Erstellung forschungsorientierter Arbeiten</li> <li>... lernen durch Referate, die abgeleiteten Ergebnisse in geeigneter Form zu präsentieren und ihre Standpunkte in der Diskussion zu verteidigen</li> </ul>		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mikroökonomik, Medienökonomik</li> <li>• Ausgestaltung und Finanzierung öffentlich-rechtlicher sowie privater Rundfunkangebote</li> <li>• Ökonomische Auswirkungen von Innovationen, Friktionen und Staatseingriffen auf Medienmärkte</li> <li>• Wettbewerbsstrategien auf Medienmärkten</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>	Hausarbeiten werden in Teamarbeit erstellt.		
<b>Weitere Informationen</b>	Seminarthemen werden am Ende des vorhergehenden Semesters bekannt gegeben und vergeben.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Horst Schellhaaß, Staatswissenschaftliches Seminar		

<b>Name</b>	<b>Theorie und Politik der Medienwirtschaft</b>		
<b>Nummer</b>	15039	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	2-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	60 h	<b>Selbststudium</b>	120 h
<b>Qualifikation</b>	Für Tätigkeitsbereiche, in denen ein vertieftes formales Verständnis von Abläufen und Zusammenhängen auf Medienmärkten erforderlich ist, z.B. Verbände, Medienbranche oder Marketingbereiche		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Economics - Mikroökonomik, Institutionen und Märkte Minor Institutionen und Märkte		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 60 Min.		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	mindestens 6 LP aus dem Teilgebiet Mikroökonomik		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung und Übung (WS)		
<b>Sprache</b>	Die Lehrveranstaltungen werden in deutscher Sprache abgehalten.		
<b>Kompetenzen</b>	<p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... analysieren Strategien für Inhalteanbieter und -verwerter auf Medienmärkten.</li> <li>... beurteilen wettbewerbstheoretische Modelle zur Lösung von Problemen in Medienunternehmen.</li> <li>... bewerten alternative Marktinstitutionen im Hinblick auf strategische Anreize.</li> <li>... beurteilen strategische Herausforderungen für Medienunternehmen.</li> <li>... konzipieren Strategien zur Lösung aktueller Vermarktungsfragen.</li> <li>... übertragen erworbene theoretische Kenntnisse auf konkrete Problemstellungen in Medienunternehmen.</li> <li>... erweitern ihre modelltheoretischen und analytischen Kenntnisse bei der Bearbeitung realer Fragestellungen.</li> </ul>		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inhalteanbieter und Inhalteverwerter auf Medienmärkten</li> <li>• Strategische Herausforderungen von Medienunternehmen</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>	Selbständiges Aufbereiten der Vorlesungsthemen. Eigenständiges Lösen der Übungsaufgaben und Präsentation in der Übungsstunde.		
<b>Weitere Informationen</b>	Die Lehrveranstaltungen werden wöchentlich in der Vorlesungszeit durchgeführt. Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben.		
<b>Verantwortlich</b>	N.N., Staatswissenschaftliches Seminar		

<b>Name</b>	<b>Soziale Bedingungen der Mediennutzung</b>		
<b>Nummer</b>		<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Credit Points</b>	6 CP	<b>Turnus</b>	2-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	30 h	<b>Selbststudium</b>	150 h
<b>Qualifikation</b>	Verständnis der Rolle der Medien in politischen, wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Prozessen, Vergleich zwischen verschiedenen Epochen und/oder Ländern.		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Bereich Ökonomie und Soziologie der Medien		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Referat und Hausarbeit Die erfolgreiche Teilnahme an dem Modul wird durch erfolgreiches Bestehen von Referat und Hausarbeit nachgewiesen. Die Modulnote ergibt sich aus der Hausarbeitsnote.		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>			
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Seminar (WS oder SS)		
<b>Kompetenzen</b>	<p>Die Studierenden ...</p> <p>... untersuchen Prozesse sozialen Wandels auf der Makro-, Meso- und Mikroebene aus mediensoziologischer Perspektive mit geeigneten Theorien, Daten und Methoden.</p> <p>... erläutern Theorien und Modelle des Wandels von Mediensystemen, der Mediennutzung und der Medienwirkung.</p> <p>... beurteilen die Bedeutung der Massenmedien in politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Prozessen.</p> <p>... verknüpfen Medienwirkungstheorien mit Theorien zum sozialen Wandel.</p> <p>... wenden Methoden der Längsschnittanalyse (Panel-, Zeitreihen-, Kohorten- und Ereignisanalyse) auf mediensoziologische Fragestellungen an und diskutieren diese kritisch.</p> <p>... beschreiben methodische Probleme mediensoziologischer Daten.</p> <p>... analysieren historische Fallbeispiele.</p>		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Soziale Determinanten der Mediennutzung</li> <li>• Medienorganisationen im Wandel der Zeit</li> <li>• Internationaler Vergleich der Mediennutzung</li> <li>• Entwicklung der Mediennutzung</li> <li>• Mediennutzung und sozialer Wandel</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr- / Lernformen</b>	Referate und Hausarbeiten der Studierenden; Gruppendiskussionen.		
<b>Weitere Informationen, einführende Literatur</b>	Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben; zum Selbststudium wird ggf. ein didaktisch vorbereiteter Reader bereitgestellt.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Heiner Meulemann, Seminar für Soziologie		

<b>Name</b>	<b>Medien- und Inhaltsanalyse</b>		
<b>Nummer</b>		<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Credit Points</b>	6 CP	<b>Turnus</b>	2-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	60 h	<b>Selbststudium</b>	120 h
<b>Qualifikation</b>	Kenntnis der wichtigsten Erhebungsinstrumente zur Inhaltsanalyse der Massenmedien; Fähigkeit der selbständigen Analyse mit diesen Instrumenten.		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Bereich Ökonomie und Soziologie der Medien		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur (60 Minuten) und Sonstige (Übungsaufgaben) Die erfolgreiche Teilnahme an dem Modul wird durch erfolgreiches Bestehen von Übungsaufgaben und Klausur nachgewiesen. Die Modulnote ergibt sich aus der Klausurnote.		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Lineare Modelle		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung und Übung (SS)		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... ... verstehen die Möglichkeiten und Probleme der verschiedenen mediensoziologischen Erhebungsverfahren. ... kennen inhaltsanalytische Erhebungen des Medienangebots. ... kennen die wichtigsten Arten von Kategoriensystemen zur Analyse des Medienangebots. ... kennen die technischen Inhaltsanalyseprogramme. ... erläutern die Möglichkeit der Kombination unterschiedlicher Erhebungsverfahren. ... kennen Methoden zur intersubjektiven Überprüfbarkeit von Inhaltsanalysen. ... können die Ergebnisse von Inhaltsanalysen interpretieren und in den gesellschaftlichen Kontext einordnen.		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Theorien zur Wirkung von Medienangeboten</li> <li>• Inhaltsanalyseformen: Von der Struktur- zur Mikroanalyse</li> <li>• Untersuchung von gesendeten oder gedruckten Kommunikaten</li> <li>• Methodenmix</li> <li>• Intra- und Intercoder-Reliabilitätstest</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr- / Lernformen</b>	In der Übung werden anhand praktischer Beispiele aus unterschiedlichen Medien die in der Vorlesung vermittelten Kompetenzen eingeübt und auf gängige Fragestellungen der empirischen Medienforschung angewandt. Darüber hinaus werden grundlegende Fertigkeiten im Umgang mit Analyse-Programmen eingeübt.		
<b>Weitere Informationen, einführende Literatur</b>	Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben; zum Selbststudium wird ggf. ein didaktisch vorbereiteter Reader bereitgestellt.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Heiner Meulemann, Seminar für Soziologie		

**Minor Soziologie und empirische Sozialforschung**

<b>Modul</b>	<b>Modultitel</b>	<b>P/WP</b>	<b>Prüfungen/Nachweise</b>	<b>CP</b>
1	Lineare Modelle	WP	Klausur/sonstige Leistung	6
2	Kausalanalyse	WP	Klausur/sonstige Leistung	6
3	Spezielle Analyseverfahren I	WP	Klausur/sonstige Leistung	6
4	Spezielle Analyseverfahren II	WP	Klausur/sonstige Leistung	6
5	Spezielle Erhebungsverfahren	WP	Klausur/sonstige Leistung	6
6	Handlungs- und Entscheidungstheorie	WP	Referat/Hausarbeit	6
7	Kontexte sozialen Handelns	WP	Referat/Hausarbeit	6
8	Sozialstruktur	WP	Referat/Hausarbeit	6
9	Vergleichende Sozialforschung	WP	Referat/Hausarbeit	6
10	Märkte, Institutionen und Organisationen	WP	Referat/Hausarbeit	6
11	Politische Soziologie	WP	Referat/Hausarbeit	6
12	Sozialer Wandel	WP	Referat/Hausarbeit	6
13	Einstellungen, Normen und Werte	WP	Referat/Hausarbeit	6
14	Ausgewählte Fragestellungen der Soziologie und der Empirischen Sozialforschung	WP	Referat/Hausarbeit/Klausur	6

<b>Module</b>	<b>Linear Models / Lineare Modelle</b>		
<b>Number</b>	34001	<b>Workload</b>	180 h
<b>Credit Points</b>	6 CP	<b>Recurrence Frequency</b>	Every second term
<b>Attendance</b>	60 h	<b>Independent Studies</b>	120 h
<b>Qualifications</b>	Generation, interpretation and evaluation of complex statistical information		
<b>Module is allocated to</b>	Major Sociology and Empirical Social Research Major Accounting and Taxation Major Corporate Development – Strategy, Organisation and Human Resources Major Marketing Major Economics - Econometrics, Statistics and und Mathematics Minor Controlling Minor Sociology and Empirical Social Research Minor Statistics and Econometrics Methods and Techniques		
<b>Examination Requirements</b>	Written exam lasting 60 min and exercises. The participation in the module has been successful, if students pass the written exam including exercises. The mark of the module results from the mark obtained in the written exam.		
<b>Prerequisites for Admission</b>	None		
<b>Courses</b>	Lecture and exercise (WS)		
<b>Language</b>	If not indicated otherwise, the courses will be held in English.		
<b>Learning Objectives</b>	Students ... ... estimate and interpret complex linear regression models with manifest variables. ... specify, estimate and interpret structural equation models with latent variables. ... specify in the context of linear models nonlinear relationships. ... specify, estimate and interpret hierarchical linear regression models		
<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• The basic model of linear regression</li> <li>• Latent variables</li> <li>• Hierarchical-linear models (multi-level analysis)</li> </ul>		
<b>Information about Teaching and Learning Methods</b>	During the exercise, the skills that are conveyed in the lecture are practised by means of concrete examples and are applied to complex issues of empirical social research. In addition to this, students practise handling statistical programmes, which is important for concrete applications of analytical processes.		
<b>Additional Information</b>	The enrollment to the courses takes place in KLIPS. The registration for the exam has to take place at the responsible examination office. Required reading will be announced at the beginning of the term; a reader may be provided in order to support independent studies.		
<b>Responsible Faculty Member</b>	Univ.-Prof. Dr. Hans-Jürgen Andreß, Seminar für Soziologie (Sociology)		



<b>Module</b>	<b>Kausalanalyse / Causal Analysis</b>		
<b>Number</b>	34002	<b>Workload</b>	180 h
<b>Credit Points</b>	6 CP	<b>Recurrence Frequency</b>	Every second term
<b>Attendance</b>	60 h	<b>Independent Studies</b>	120 h
<b>Qualifications</b>	Being able to convert sociological issues into statistical analyses and to answer them.		
<b>Module is allocated to</b>	Major Sociology and Empirical Social Research Minor Sociology and Empirical Social Research Major Accounting and Taxation Major Corporate Development – Strategy, Organization and Human Resources Major Marketing Major Economics - Econometrics, Statistics and und Mathematics Minor Controlling Minor Statistics and Econometrics Methods and Techniques		
<b>Examination Requirements</b>	Written exam lasting 60 min and exercises. The participation in the module has been successful, if students pass the written exam and exercises. The mark of the module results from the mark obtained in the written exam.		
<b>Prerequisites for Admission</b>	Linear Models		
<b>Courses</b>	Lecture and exercise (SS)		
<b>Language</b>	If not indicated otherwise, the courses will be held in English.		
<b>Learning Objectives</b>	Students ... ... explain the test-theoretical conditions and the statistical assumptions of the general linear models. ... subsume specific processes of analysis in the context of the general linear model. ... translate issues into statistical models and interpret their results in the context of a specific issue.		
<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• General linear model</li> </ul> During the exercise, two of the following processes will be treated in more detail: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Regression with categorical or ordinal dependent variables</li> <li>• Hierarchical regression</li> <li>• Time series analysis</li> <li>• Analysis of event history data</li> <li>• Panel data</li> </ul>		
<b>Information about Teaching and Learning Methods</b>	Lecture, exercise with presentations and papers of students; discussion.		
<b>Additional Information</b>	The enrollment to the courses takes place in KLIPS. The registration for the exam has to take place at the responsible examination office. Required reading will be announced at the beginning of the term; a reader may be provided in order to support independent studies.		
<b>Responsible Faculty Member</b>	Univ.-Prof. Dr. Hans-Jürgen Andreß, Seminar für Soziologie (Sociology)		

<b>Name</b>	<b>Spezielle Analyseverfahren I</b>		
<b>Nummer</b>	13012	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	3-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	60 h	<b>Selbststudium</b>	120 h
<b>Qualifikation</b>	Fähigkeit, soziologische Fragestellungen in statistische Analysen umzusetzen		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Soziologie und empirische Sozialforschung Minor Soziologie und empirische Sozialforschung		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 60 Min. und Sonstige (Übungsaufgaben) Die erfolgreiche Teilnahme an dem Modul wird durch erfolgreiches Bestehen von Übungsaufgaben und Klausur nachgewiesen. Die Modulnote ergibt sich aus der Klausurnote.		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Lineare Modelle		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung und Übung (WS 11/12)		
<b>Sprache</b>	Die Lehrveranstaltungen können in englischer Sprache abgehalten werden (siehe KLIPS).		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden...  ... erläutern messtheoretische Voraussetzungen und statistische Annahmen der Modelle. ... beherrschen spezielle Analyseverfahren aus dem Bereich der multivariaten Statistik. ... wählen vor dem Hintergrund einer spezifischen Problemstellung die jeweils geeigneten Verfahren aus. ... übersetzen soziologische Fragestellungen in statistische Modelle und interpretieren deren Ergebnisse im Rahmen der Fragestellung.		
<b>Inhalte</b>	Inhalte des Moduls sind ausgewählte statistische Verfahren aus dem Bereich der multivariaten Statistik. Dazu gehören unter anderem: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Messen und Skalieren (Multidimensionale Skalierung und Korrespondenzanalyse)</li> <li>• Varianzanalyse</li> <li>• Clusteranalyse</li> <li>• Diskriminanzanalyse</li> <li>• Conjointanalyse</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr- / Lernformen</b>	In der Vorlesung werden die statistischen Grundlagen der entsprechenden Analyseverfahren dargestellt, während in der Übung ausgewählte Fragen vertiefend am Beispiel behandelt werden.		
<b>Weitere Informationen</b>	Die Veranstaltung kann nur über KLIPS belegt werden. Die Prüfungsanmeldung muss beim jeweiligen zuständigen Prüfungsamt erfolgen. Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben; zum Selbststudium wird ggf. ein didaktisch vorbereiteter Reader bereitgestellt.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Heiner Meulemann, Univ.-Prof. Dr. Michael Wagner, Seminar für Soziologie		

<b>Name</b>	<b>Spezielle Analyseverfahren II</b>		
<b>Nummer</b>	13013	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	3-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	60 h	<b>Selbststudium</b>	120 h
<b>Qualifikation</b>	Fähigkeit, soziologische Fragestellungen in statistischen Analysen umzusetzen		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Soziologie und empirische Sozialforschung Minor Soziologie und empirische Sozialforschung		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 60 Min. und Sonstige (Übungsaufgaben) Die erfolgreiche Teilnahme an dem Modul wird durch erfolgreiches Bestehen von Übungsaufgaben und Klausur nachgewiesen. Die Modulnote ergibt sich aus der Klausurnote.		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Lineare Modelle		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung und Übung (WS 10/11)		
<b>Sprache</b>	Die Lehrveranstaltungen können in englischer Sprache abgehalten werden (siehe KLIPS).		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... ... reproduzieren und bestimmen die messtheoretischen Voraussetzungen und statistischen Annahmen der Modelle ... wenden spezielle Analyseverfahren an ... übersetzen soziologische Fragestellungen in formale Modelle und interpretieren deren Ergebnisse im Rahmen der Fragestellung.		
<b>Inhalte</b>	Inhalte des Moduls sind ausgewählte formale Analyseverfahren und statistische Modelle, so z.B.: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Netzwerkanalyse</li> <li>• Metaanalyse</li> <li>• Robuste und nichtparametrische Verfahren</li> <li>• Matchingverfahren</li> <li>• Simulationsmodelle</li> <li>• Qualitative Comparative Analysis</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr- / Lernformen</b>	In der Vorlesung werden die statistischen Grundlagen der entsprechenden Analyseverfahren dargestellt, während in der Übung ausgewählte Fragen vertiefend am Beispiel behandelt werden.		
<b>Weitere Informationen</b>	Die Veranstaltung kann nur über KLIPS belegt werden. Die Prüfungsanmeldung muss beim jeweiligen zuständigen Prüfungsamt erfolgen. Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben; zum Selbststudium wird ggf. ein didaktisch vorbereiteter Reader bereitgestellt.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Heiner Meulemann, Univ.-Prof. Dr. Michael Wagner, Seminar für Soziologie		

<b>Name</b>	<b>Spezielle Erhebungsverfahren</b>		
<b>Nummer</b>	13011	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	3-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	60 h	<b>Selbststudium</b>	120 h
<b>Qualifikation</b>	Fähigkeit zur Planung, Durchführung und Bewertung der Feldarbeit komplexer sozialwissenschaftlicher Untersuchungen.		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Soziologie und empirische Sozialforschung Minor Soziologie und empirische Sozialforschung		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 60 Min. und Sonstige (Übungsaufgaben) Die erfolgreiche Teilnahme an dem Modul wird durch erfolgreiches Bestehen von Übungsaufgaben und Klausur nachgewiesen. Die Modulnote ergibt sich aus der Klausurnote.		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Lineare Modelle		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung und Übung (WS 11/12)		
<b>Sprache</b>	Die Lehrveranstaltungen werden in deutscher Sprache abgehalten.		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... ... erkennen die Grundlagen der gängigen Verfahren der Stichprobenziehung. ... erläutern die Detailprobleme der klassischen standardisierten sozialwissenschaftlichen Befragungsverfahren (postalische Befragung, persönliche Befragung (PAPI und CAPI), telefonische Befragung (CATI) und Online-Befragung). ... wenden mindestens ein spezielles Verfahren zur Datenerhebung an, z.B. nicht-standardisierte Befragung, Inhaltsanalyse, Beobachtung, Experiment, faktorielle Surveys, prozessproduzierte Daten, Delphi-Expertenpanel. ... erläutern die Möglichkeiten der Kombination unterschiedlicher Datenerhebungsverfahren.		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verfahren der Stichprobenziehung</li> <li>• Methoden der Befragung (face-to-face, postalisch, telefonisch)</li> <li>• Computergestützte Befragung (CAPI, CATI, Online-Befragung)</li> <li>• Nichtreaktive Erhebungsmethoden</li> <li>• Inhaltsanalyse</li> <li>• (Teilnehmende) Beobachtung</li> <li>• Experiment und Quasi-Experiment</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr- / Lernformen</b>	In der Übung werden anhand praktischer Beispiele die in der Vorlesung vermittelten Kompetenzen eingeübt und auf gängige Fragestellungen der empirischen Sozialforschung angewandt. Darüber hinaus werden grundlegende Fertigkeiten im Umgang mit relevanter Software zur Unterstützung bzw. Durchführung der verschiedenen Datenerhebungsverfahren eingeübt.		
<b>Weitere Informationen</b>	Die Veranstaltung kann nur über KLIPS belegt werden. Die Prüfungsanmeldung muss beim jeweiligen zuständigen Prüfungsamt erfolgen. Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben; zum Selbststudium wird ggf. ein didaktisch vorbereiteter Reader bereitgestellt.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Hans-Jürgen Andreß, Seminar für Soziologie		

<b>Name</b>	<b>Handlungs- und Entscheidungstheorie</b>		
<b>Nummer</b>	12013	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	4-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	30 h	<b>Selbststudium</b>	150 h
<b>Qualifikation</b>	Kenntnisse über sozialwissenschaftliche Handlungs- und Entscheidungstheorien		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Soziologie und empirische Sozialforschung Minor Soziologie und empirische Sozialforschung		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Referat und Hausarbeit Die erfolgreiche Teilnahme an dem Modul wird durch erfolgreiches Bestehen von Referat und Hausarbeit nachgewiesen. Die Modulnote ergibt sich aus der Hausarbeitsnote.		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Medienwissenschaften, Regionalstudien China, Regionalstudien Lateinamerika, Regionalstudien Ost und Mitteleuropa: Lineare Modelle Sonstige Studiengänge: Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Seminar (WS 10/11)		
<b>Sprache</b>	Das Seminar kann in englischer Sprache abgehalten werden (siehe KLIPS).		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... ... verstehen die unterschiedlichen Theorien und Ansätze über menschliches Entscheidungsverhalten. ... bewerten spieltheoretische Modelle und deren Anwendung in strategischen Entscheidungssituationen. ... analysieren Paradoxien und Anomalien des Entscheidungsverhaltens. ... kennen entsprechende experimentelle Designs, die in der Entscheidungsforschung angewendet werden.		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anthropologische Grundlagen menschlichen Entscheidungsverhaltens</li> <li>• Rational Choice-Ansätze</li> <li>• Subjective Expected Utility-Ansätze (SEU-Ansätze)</li> <li>• Messung von Präferenzen</li> <li>• Entscheidungsverhalten unter Sicherheit und unter Unsicherheit</li> <li>• Soziologische und psychologische Ansätze der Entscheidungsfindung</li> <li>• Spieltheorie</li> <li>• Social Choice</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr- / Lernformen</b>	Referate und Hausarbeiten der Studierenden, Gruppendiskussionen		
<b>Weitere Informationen</b>	Die Veranstaltung kann nur über KLIPS belegt werden. Die Prüfungsanmeldung muss beim jeweiligen zuständigen Prüfungsamt erfolgen. Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben; zum Selbststudium wird ggf. ein didaktisch vorbereiteter Reader bereitgestellt.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Karsten Hank, Seminar für Soziologie		

<b>Name</b>	<b>Kontexte sozialen Handelns</b>		
<b>Nummer</b>	12006	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	4-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	30 h	<b>Selbststudium</b>	150 h
<b>Qualifikation</b>	Erklärung sozialen Handelns durch Kontexte von Institutionen und durch Gelegenheitsstrukturen		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Soziologie und empirische Sozialforschung Minor Soziologie und empirische Sozialforschung		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Referat und Hausarbeit Die erfolgreiche Teilnahme an dem Modul wird durch erfolgreiches Bestehen von Referat und Hausarbeit nachgewiesen. Die Modulnote ergibt sich aus der Hausarbeitsnote.		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Medienwissenschaften, Regionalstudien China, Regionalstudien Lateinamerika, Regionalstudien Ost und Mitteleuropa: Lineare Modelle Sonstige Studiengänge: Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Seminar (i.d.R. jedes WS/SS, siehe KLIPS)		
<b>Sprache</b>	Das Seminar kann in englischer Sprache abgehalten werden (siehe KLIPS).		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... ... erläutern klassische (z.B. Weber) und gegenwärtige (z.B. Coleman) Beispiele für die Anwendung von Kontextanalysen. ... verstehen das Verfahren der hierarchischen Regression und seine vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten. ... erkennen die wichtigsten Konzepte (z.B. Brutto-Inlandsprodukt, Gini-Koeffizient für soziale Ungleichheit) und Datenquellen (z.B. bei der OECD) zur Beschreibung von Ländern und ihrer Untereinheiten. ... erläutern publizierte Beispiele für Kontextanalysen aus mindestens zwei der folgenden Bereiche: international vergleichende Politikforschung, international vergleichende Forschung zu Werten und Religion, international vergleichende Medienforschung, Stadt- und Gemeindeforschung, Familiensoziologie, Bildungsforschung. ... bestimmen die wichtigsten Forschungsfelder, in denen Kontextanalysen durchgeführt werden, z.B. Einflüsse des Wohngebiets auf abweichendes Verhalten / Gesundheit, Einflüsse der Schulklasse auf Schulerfolg, Einflüsse von Ländern auf die Lebenszufriedenheit.		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Institutionen und Gelegenheitsstrukturen als Kontexte sozialen Handelns</li> <li>• Soziale Kontexte als regionale und organisatorische Gliederungen: Land, Gemeinde etc.; Schulen, Betriebe, Haushalte, Verbände etc.</li> <li>• Kompositions- versus Kontexteffekte</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr- / Lernformen</b>	Referate und Hausarbeiten der Studierenden, Gruppendiskussionen		
<b>Weitere Informationen</b>	Die Veranstaltung kann nur über KLIPS belegt werden. Die Prüfungsanmeldung muss beim jeweiligen zuständigen Prüfungsamt erfolgen. Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben; zum Selbststudium wird ggf. ein didaktisch vorbereiteter Reader bereitgestellt.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Heiner Meulemann, Seminar für Soziologie		

<b>Name</b>	<b>Sozialstruktur</b>		
<b>Nummer</b>	12009	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	4-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	30 h	<b>Selbststudium</b>	150 h
<b>Qualifikation</b>	Fortgeschrittene Kenntnisse der Analyse von Gesellschaften, Institutionen, Organisationen und Netzwerken		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Soziologie und empirische Sozialforschung Minor Soziologie und empirische Sozialforschung		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Referat und Hausarbeit Die erfolgreiche Teilnahme an dem Modul wird durch erfolgreiches Bestehen von Referat und Hausarbeit nachgewiesen. Die Modulnote ergibt sich aus der Hausarbeitsnote.		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Medienwissenschaften, Regionalstudien China, Regionalstudien Lateinamerika, Regionalstudien Ost und Mitteleuropa: Lineare Modelle Sonstige Studiengänge: Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Seminar (WS 11/12)		
<b>Sprache</b>	Das Seminar kann in englischer Sprache abgehalten werden (siehe KLIPS).		
<b>Kompetenzen</b>	<p>Die Studierenden ...</p> <p>... wenden beispielhaft an einem aktuell diskutierten Forschungsfeld der Soziologie eine Sozialstrukturanalyse an, z.B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Modelle und Befunde der Bevölkerungssoziologie,</li> <li>- Theorien, Modelle und empirische Befunde zur horizontalen und vertikalen Differenzierung von Gesellschaften,</li> <li>- Grundzüge der Analyse von Institutionen und Organisationen,</li> <li>- Theorien und Methoden der Netzwerkanalyse sowie wegweisende Ergebnisse der empirischen Forschung,</li> <li>- Modelle und empirische Befunde der Lebensstilforschung.</li> </ul> <p>... berechnen grundlegende Maßzahlen der Bevölkerungssoziologie.</p> <p>... verstehen und analysieren die wichtigsten Datenquellen der Sozialstrukturanalyse.</p> <p>... wenden die wichtigsten Verfahren zur Messung sozialer Heterogenität und Ungleichheit an.</p> <p>... verstehen und erkennen die Analyse sozialer Beziehungen und sozialer Netzwerke.</p>		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Theorien der Sozialstrukturanalyse</li> <li>• Grundzüge der Bevölkerungssoziologie</li> <li>• Soziale Differenzierung und Ungleichheit</li> <li>• Analyse von Netzwerken, Institutionen und Organisationen</li> <li>• Anwendung: Fallbeispiel einer Sozialstrukturanalyse</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr- / Lernformen</b>	Referate und Hausarbeiten der Studierenden, Gruppendiskussionen		
<b>Weitere Informationen</b>	Die Veranstaltung kann nur über KLIPS belegt werden. Die Prüfungsanmeldung muss beim jeweiligen zuständigen Prüfungsamt erfolgen. Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben; zum Selbststudium wird ggf. ein didaktisch vorbereiteter Reader bereitgestellt.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Michael Wagner, Seminar für Soziologie		

<b>Name</b>	<b>Vergleichende Sozialforschung</b>		
<b>Nummer</b>	12010	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	4-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	30 h	<b>Selbststudium</b>	150 h
<b>Qualifikation</b>	Verständnis der gesellschaftlichen Einbettung sozialen Handelns		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Soziologie und empirische Sozialforschung Minor Soziologie und empirische Sozialforschung		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Referat und Hausarbeit Die erfolgreiche Teilnahme an dem Modul wird durch erfolgreiches Bestehen von Referat und Hausarbeit nachgewiesen. Die Modulnote ergibt sich aus der Hausarbeitsnote.		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Medienwissenschaften, Regionalstudien China, Regionalstudien Lateinamerika, Regionalstudien Ost und Mitteleuropa: Lineare Modelle Sonstige Studiengänge: Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Seminar (i.d.R. jedes WS/SS, siehe KLIPS)		
<b>Sprache</b>	Das Seminar kann in englischer Sprache abgehalten werden (siehe KLIPS).		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... ... erläutern und verstehen allgemeine Theorien über die Entwicklung von Ländern. ... bestimmen und analysieren die historischen Grundentwicklungen und die Sozialverfassungen verschiedener Länder. ... beschreiben und typisieren Länder nach sozialstatistischen Kennziffern und entwickeln Hypothesen über deren Einfluss auf das Verhalten der Bürger. ... erläutern die Problematik der Vergleichbarkeit von makro- und mikrosozialen Variablen, insbesondere von Einstellungsfragen und sozialdemographischen Kennziffern. ... wenden mehrebenenanalytische Regressionsverfahren an und interpretieren deren Ergebnisse. ... ordnen die Ergebnisse von Ländervergleichen in Theorien der sozialen Entwicklung ein und diskutieren mögliche politische Schlussfolgerungen.		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Makrodaten als Indikatoren der Struktur von Ländern</li> <li>• Ländervergleich anhand von Makroindikatoren, u. a. Einkommensungleichheit</li> <li>• Effekte der Makrobedingungen auf individuelles Verhalten</li> <li>• Test von Makrohypothesen</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr- / Lernformen</b>	Referate und Hausarbeiten der Studierenden, Gruppendiskussionen		
<b>Weitere Informationen</b>	Die Veranstaltung kann nur über KLIPS belegt werden. Die Prüfungsanmeldung muss beim jeweiligen zuständigen Prüfungsamt erfolgen. Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben; zum Selbststudium wird ggf. ein didaktisch vorbereiteter Reader bereitgestellt.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Michael Wagner, Seminar für Soziologie		



<b>Name</b>	<b>Märkte, Institutionen und Organisationen</b>		
<b>Nummer</b>	12007	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	4-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	30 h	<b>Selbststudium</b>	150 h
<b>Qualifikation</b>	Vertiefte Kenntnis institutionalistischer Theorien, sozialer Organisationen sowie soziologischer Ansätze zur Erklärung wirtschaftlichen Handelns und wirtschaftlicher Prozesse in modernen Marktwirtschaften		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Soziologie und empirische Sozialforschung Minor Soziologie und empirische Sozialforschung		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Referat und Hausarbeit Die erfolgreiche Teilnahme an dem Modul wird durch erfolgreiches Bestehen von Referat und Hausarbeit nachgewiesen. Die Modulnote ergibt sich aus der Hausarbeitsnote.		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Medienwissenschaften, Regionalstudien China, Regionalstudien Lateinamerika, Regionalstudien Ost und Mitteleuropa: Lineare Modelle Sonstige Studiengänge: Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Seminar (i.d.R. jedes WS/SS, siehe KLIPS)		
<b>Sprache</b>	Das Seminar kann in englischer Sprache abgehalten werden (siehe KLIPS).		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... ... erläutern den Unterschied zwischen ökonomischen und soziologischen Ansätzen zur Erklärung wirtschaftlichen Handelns und wirtschaftlicher Prozesse. ... analysieren wie sich Märkte und Institutionen in soziologischen und ökonomischen Theorien der Wirtschaft zueinander verhalten. ... wenden grundlegende Begriffe der Wirtschaftssoziologie, z.B. Austausch, Netzwerk, Organisation, auf empirische Sachverhalte an. ... beschreiben die wichtigsten soziologischen Untersuchungen über das Funktionieren von Märkten für Güter, Kapital und Arbeit. ... erläutern die wichtigsten soziologischen Theorien über die Beweggründe wirtschaftlichen Verhaltens (Konsumieren, Sparen, Investieren). ... erarbeiten die Bedeutung von Organisationen und Institutionen für Märkte.		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Theorien wirtschaftlichen Handelns</li> <li>• Theorien des Marktes</li> <li>• Güter-, Kapital- und Arbeitsmärkte</li> <li>• Die Bedeutung von Organisationen und Institutionen in Märkten</li> <li>• Das Handeln von individuellen und korporativen Akteuren auf Märkten</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr- / Lernformen</b>	Referate und Hausarbeiten der Studierenden, Gruppendiskussionen		
<b>Weitere Informationen</b>	Die Veranstaltung kann nur über KLIPS belegt werden. Die Prüfungsanmeldung muss beim jeweiligen zuständigen Prüfungsamt erfolgen. Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben; zum Selbststudium wird ggf. ein didaktisch vorbereiteter Reader bereitgestellt.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Wolfgang Streeck, Seminar für Soziologie und Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung.		

<b>Name</b>	<b>Politische Soziologie</b>		
<b>Nummer</b>	12011	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	4-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	30 h	<b>Selbststudium</b>	150 h
<b>Qualifikation</b>	Anwendung soziologischer Theorien und der Methoden der empirischen Sozialforschung auf Fragen der politischen Soziologie		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Soziologie und empirische Sozialforschung Minor Soziologie und empirische Sozialforschung		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Referat und Hausarbeit Die erfolgreiche Teilnahme an dem Modul wird durch erfolgreiches Bestehen von Referat und Hausarbeit nachgewiesen. Die Modulnote ergibt sich aus der Hausarbeitsnote.		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Medienwissenschaften, Regionalstudien China, Regionalstudien Lateinamerika, Regionalstudien Ost und Mitteleuropa: Lineare Modelle Sonstige Studiengänge: Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Seminar (WS 10/11)		
<b>Sprache</b>	Das Seminar kann in englischer Sprache abgehalten werden (siehe KLIPS).		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... ... bewerten und analysieren Fragestellungen der politischen Soziologie, ... definieren die für dieses Feld zentralen soziologischen Begriffe und ... wenden die entsprechenden Theorien auf empirische Phänomene an.		
<b>Inhalte</b>	Das Modul beschäftigt sich mit ausgewählten Themenbereichen der politischen Soziologie. Dazu gehören unter anderem: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wahlforschung und politische Partizipation</li> <li>• Staatenbildung, Systemtransformation und Wandel ausgewählter politischer Institutionen (z. B. Parteien und Verbände)</li> <li>• Soziale und politische Konflikte</li> <li>• Politische Kultur</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr- / Lernformen</b>	Referate und Hausarbeiten der Studierenden, Gruppendiskussionen		
<b>Weitere Informationen</b>	Die Veranstaltung kann nur über KLIPS belegt werden. Die Prüfungsanmeldung muss beim jeweiligen zuständigen Prüfungsamt erfolgen. Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben; zum Selbststudium wird ggf. ein didaktisch vorbereiteter Reader bereitgestellt.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Heiner Meulemann, Seminar für Soziologie		

<b>Name</b>	<b>Sozialer Wandel</b>		
<b>Nummer</b>	12008	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	4-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	30 h	<b>Selbststudium</b>	150 h
<b>Qualifikation</b>	Theoriegeleitete und empirisch fundierte Erklärung des sozialen Wandels		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Soziologie und empirische Sozialforschung Minor Soziologie und empirische Sozialforschung		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Referat und Hausarbeit Die erfolgreiche Teilnahme an dem Modul wird durch erfolgreiches Bestehen von Referat und Hausarbeit nachgewiesen. Die Modulnote ergibt sich aus der Hausarbeitsnote.		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Medienwissenschaften, Regionalstudien China, Regionalstudien Lateinamerika, Regionalstudien Ost und Mitteleuropa: Lineare Modelle Sonstige Studiengänge: Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Seminar (i.d.R. jedes WS/SS, siehe KLIPS)		
<b>Sprache</b>	Das Seminar kann in englischer Sprache abgehalten werden (siehe KLIPS).		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... ... analysieren gesellschaftliche Diffusionsprozesse. ... analysieren Prozesse sozialen Wandels auf der Makro-, Meso- und Mikroebene mit geeigneten Theorien, Daten und Methoden. ... erläutern Theorien und Modelle des gesellschaftlichen Wandels, des Wandels von Organisationen, Verbänden und Gruppen und der strukturellen Determinanten individueller Veränderungsprozesse. ... analysieren den Wandel ausgewählter gesellschaftlicher Teilbereiche, z.B. Bildungssystem, Familie, Wirtschaft, Politik, Gesundheitssystem. ... wenden Methoden der Längsschnittanalyse (Panel-, Zeitreihen-, Kohorten- und Ereignisanalyse) an und diskutieren diese kritisch. ... verstehen und bewerten einschlägige sozialwissenschaftliche, wirtschaftswissenschaftliche und historische Datenquellen der Längsschnittforschung. ... verstehen und bewerten die methodischen Probleme der Vergleichbarkeit dieser Daten im Längsschnitt. ... analysieren historische Fallbeispiele.		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Soziale Prozesse und sozialer Wandel</li> <li>• Analysen des Wandels auf der Makroebene</li> <li>• Arten von Längsschnittdaten, Zeitreihen</li> <li>• Wandel gesellschaftlicher Teilbereiche</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr- / Lernformen</b>	Referate und Hausarbeiten der Studierenden, Gruppendiskussionen		
<b>Weitere Informationen</b>	Die Veranstaltung kann nur über KLIPS belegt werden. Die Prüfungsanmeldung muss beim jeweiligen zuständigen Prüfungsamt erfolgen. Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben; zum Selbststudium wird ggf. ein didaktisch vorbereiteter Reader bereitgestellt.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Michael Wagner, Seminar für Soziologie		

<b>Name</b>	<b>Sozialer Wandel</b>		
<b>Nummer</b>	12008	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	4-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	30 h	<b>Selbststudium</b>	150 h
<b>Qualifikation</b>	Theoriegeleitete und empirisch fundierte Erklärung des sozialen Wandels		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Soziologie und empirische Sozialforschung Minor Soziologie und empirische Sozialforschung		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Referat und Hausarbeit Die erfolgreiche Teilnahme an dem Modul wird durch erfolgreiches Bestehen von Referat und Hausarbeit nachgewiesen. Die Modulnote ergibt sich aus der Hausarbeitsnote.		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Medienwissenschaften, Regionalstudien China, Regionalstudien Lateinamerika, Regionalstudien Ost und Mitteleuropa: Lineare Modelle Sonstige Studiengänge: Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Seminar (i.d.R. jedes WS/SS, siehe KLIPS)		
<b>Sprache</b>	Das Seminar kann in englischer Sprache abgehalten werden (siehe KLIPS).		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... ... analysieren gesellschaftliche Diffusionsprozesse. ... analysieren Prozesse sozialen Wandels auf der Makro-, Meso- und Mikroebene mit geeigneten Theorien, Daten und Methoden. ... erläutern Theorien und Modelle des gesellschaftlichen Wandels, des Wandels von Organisationen, Verbänden und Gruppen und der strukturellen Determinanten individueller Veränderungsprozesse. ... analysieren den Wandel ausgewählter gesellschaftlicher Teilbereiche, z.B. Bildungssystem, Familie, Wirtschaft, Politik, Gesundheitssystem. ... wenden Methoden der Längsschnittanalyse (Panel-, Zeitreihen-, Kohorten- und Ereignisanalyse) an und diskutieren diese kritisch. ... verstehen und bewerten einschlägige sozialwissenschaftliche, wirtschaftswissenschaftliche und historische Datenquellen der Längsschnittforschung. ... verstehen und bewerten die methodischen Probleme der Vergleichbarkeit dieser Daten im Längsschnitt. ... analysieren historische Fallbeispiele.		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Soziale Prozesse und sozialer Wandel</li> <li>• Analysen des Wandels auf der Makroebene</li> <li>• Arten von Längsschnittdaten, Zeitreihen</li> <li>• Wandel gesellschaftlicher Teilbereiche</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr- / Lernformen</b>	Referate und Hausarbeiten der Studierenden, Gruppendiskussionen		
<b>Weitere Informationen</b>	Die Veranstaltung kann nur über KLIPS belegt werden. Die Prüfungsanmeldung muss beim jeweiligen zuständigen Prüfungsamt erfolgen. Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben; zum Selbststudium wird ggf. ein didaktisch vorbereiteter Reader bereitgestellt.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Michael Wagner, Seminar für Soziologie		

<b>Name</b>	<b>Ausgewählte Fragestellungen der Soziologie und der Empirischen Sozialforschung</b>		
<b>Nummer</b>		<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	Unregelmäßig
<b>Präsenzzeit</b>	30 h	<b>Selbststudium</b>	150 h
<b>Qualifikation</b>	Fähigkeit zur Analyse zentraler Fragen und Probleme sozialer Ungleichheit und sozialen Wandels auf der Grundlage fundierter theoretischer und Methodischer Kenntnisse.		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Soziologie und empirische Sozialforschung Minor Soziologie und empirische Sozialforschung		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 60 Min. <i>oder</i> Referat (bestanden/nicht bestanden) und Hausarbeit (benotet) <i>oder</i> mündliche Prüfung: 20 Min. <i>oder</i> Fallstudie <i>oder</i> sonstige äquivalente Prüfungsleistung		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung oder Übung oder Seminar		
<b>Sprache</b>	Die Lehrveranstaltungen können in englischer Sprache abgehalten werden (siehe KLIPS).		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... ... erkennen und verstehen soziologisch relevante Fragen und Probleme und analysieren diese theoretisch wie methodisch adäquat. ... nutzen soziologische Theorien und Methoden als Instrumente der Gegenwartsdiagnose. ... erkennen die Komplexität sozialer Abhängigkeiten und schätzen Folgen und Nebenfolgen sozialer Ereignisse und Interventionen ab.		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sozialer Wandel</li> <li>• Soziale Ungleichheit</li> <li>• Soziologische Theorien</li> <li>• Methoden der empirischen Sozialforschung</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr- / Lernformen</b>	Vorlesung mit integrierter Gruppenarbeit und Diskussion oder Referate der Studierenden, Diskussion und Interpretation von Texten im Seminar		
<b>Weitere Informationen</b>	Die Veranstaltung(en) des Moduls kann/können kurzfristig vor Vorlesungsbeginn angekündigt werden (siehe KLIPS). Pflichtlektüre wird in KLIPS oder der ersten Sitzung bekannt gegeben. Die Veranstaltungen werden ggf. nur in der ersten oder zweiten Semesterhälfte abgehalten (siehe KLIPS). Zum Selbststudium wird ggf. ein didaktisch vorbereiteter Reader bereitgestellt.		
<b>Verantwortlich</b>	PD Dr. Ulrich Rosar, Seminar für Soziologie		

**Minor Institutionen und Märkte**

<b>Modul</b>	<b>Modultitel</b>	<b>P/WP</b>	<b>Prüfungen/Nachweise</b>	<b>CP</b>
1	Mikroökonomik	WP	Klausur/mündliche Prüfung/sonstige Leistung	6
2	Advanced Microeconomics I: Game Theory	WP	Klausur/mündliche Prüfung/sonstige Leistung	6
3	Mikroökonomik für Fortgeschrittene II: Vertragstheorie	WP	Klausur/mündliche Prüfung/sonstige Leistung	6
4	Makroökonomik	WP	Klausur/mündliche Prüfung/sonstige Leistung	6
5	Advanced Macroeconomics I: Real Dynamic Macroeconomics	WP	Klausur/mündliche Prüfung/sonstige Leistung	6
6	Advanced Macroeconomics II: Monetary Dynamic Macroeconomics	WP	Klausur/mündliche Prüfung/sonstige Leistung	6
7	Industrieökonomik	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
8	Experimentelle Wirtschaftsforschung	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
9	Theorie und Politik des Arbeitsmarktes	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
10	Energieökonomik	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
11	Theorie und Politik der Medienwirtschaft	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
12	Theorie und Politik der Verkehrswirtschaft	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
13	Informationsprobleme in Gesundheitsmärkten	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
14	Wirtschafts- und Unternehmensgeschichte	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
15	Moderne Konzepte Institutionen und Märkte	WP	Klausur/mündliche Prüfung	6
16	Ausgewählte Fragestellungen der Mikroökonomik, Institutionen und Märkte	WP	Klausur/sonstige Leistung	6

<b>Name</b>	<b>Mikroökonomik</b>		
<b>Nummer</b>	15401	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	2-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	60 h	<b>Selbststudium</b>	120 h
<b>Qualifikation</b>	Aufbau von Methodenkenntnissen und Arbeiten mit Methoden der Mikroökonomie		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Economics - Kernbereich (Core Courses) Minor Advanced Economics Minor Institutionen und Märkte Minor Verkehr und Logistik Minor Wirtschaftspolitik und öffentliche Finanzen		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 60 Min.		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung und Übung (WS)		
<b>Sprache</b>	Die Lehrveranstaltungen können in deutscher oder englischer Sprache abgehalten werden (siehe KLIPS).		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... ... erkennen die grundlegenden Konzepte der Mikroökonomik und ... wenden diese Kenntnisse exemplarisch auf ausgewählte Bereiche der Ökonomie an.		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Individuelle Entscheidungstheorie bei Sicherheit (Theorie des Haushalts, Theorie des Unternehmens)</li> <li>• Entscheidungen bei Ungewissheit</li> <li>• Allgemeine Gleichgewichtstheorie</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Weitere Informationen</b>	Die Veranstaltungen werden wöchentlich in der Vorlesungszeit durchgeführt. Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Marc Oliver Bettzüge, Staatswissenschaftliches Seminar		

<b>Module</b>	<b>Advanced Microeconomics I: Game Theory</b>		
<b>Number</b>	15025	<b>Workload</b>	180 h
<b>Credit Points</b>	6 CP	<b>Recurrence Frequency</b>	Every second term
<b>Attendance</b>	60 h	<b>Independent Studies</b>	120 h
<b>Qualifications</b>	Students acquire methodological knowledge and work with methods of game theory.		
<b>Module is allocated to</b>	Major Economics - Kernbereich (Core Courses) Minor Advanced Economics Minor Institutions and Markets Minor Economic Policy and Public Finance Methods and Techniques		
<b>Examination Requirements</b>	Written exam lasting 60 min		
<b>Prerequisites for Admission</b>	None		
<b>Courses</b>	Lecture and exercise (WS)		
<b>Language</b>	The courses can be held in German or English (see KLIPS).		
<b>Learning Objectives</b>	Students ... receive knowledge in the concepts and methods of non-cooperative and cooperative game theory. ... will participate in classroom experiment ... become acquainted to applications of game theory in political and social sciences		
<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Static games with complete information</li> <li>• Dynamic games with complete information</li> <li>• Static games with incomplete information</li> <li>• Dynamic games with incomplete information</li> <li>• Recent developments in game theory</li> </ul>		
<b>Information about Teaching and Learning Methods</b>			
<b>Additional Information</b>	Required reading will be announced at the beginning of the term.		
<b>Responsible Faculty Member</b>	Univ.-Prof. Dr. Bettina Rockenbach, Staatswissenschaftliches Seminar (Economics)		



<b>Name</b>	<b>Mikroökonomik für Fortgeschrittene II: Vertragstheorie</b>		
<b>Nummer</b>		<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	2-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	60 h	<b>Selbststudium</b>	120 h
<b>Qualifikation</b>	Aufbau von Methodenkenntnissen und Arbeiten mit Methoden der Informationsökonomie bzw. Vertragstheorie		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Economics - Kernbereich (Core Courses) Major Corporate Development - Strategy, Organization and Human Resources Minor Advanced Economics Minor Institutionen und Märkte Minor Wirtschaftspolitik und öffentliche Finanzen Methoden und Techniken		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 60 Min.		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung und Übung (SS)		
<b>Sprache</b>	Die Lehrveranstaltungen werden in deutscher Sprache abgehalten.		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... ... erkennen die Konzepte der Informationsökonomie ... beschreiben und modellieren Situationen mit Informationsasymmetrien zwischen mehreren Parteien ... analysieren und diskutieren vertragstheoretische Fragestellungen mit Hilfe der erlernten Theorien und Modelle		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vertragstheorie</li> <li>• Prinzipal-Agenten Modelle</li> <li>• Mechanism Design</li> <li>• Hold-up Problem</li> <li>• Unvollständige Verträge</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Weitere Informationen</b>	Die Pflichtlektüre wird in jedem Semester durch Aushang bekannt gegeben.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Patrick Schmitz, Staatswissenschaftliches Seminar		

<b>Name</b>	<b>Makroökonomik</b>		
<b>Nummer</b>	15402	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	2-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	60 h	<b>Selbststudium</b>	120 h
<b>Qualifikation</b>	Tätigkeit in Institutionen, in denen ein grundlegendes Verständnis makroökonomischer Zusammenhänge hilfreich ist (Ministerien, Gewerkschaften, Arbeitgeberverbände, Forschungsinstitute, Unternehmen, Medien)		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Economics - Kernbereich (Core Courses) Minor Advanced Economics Minor Institutionen und Märkte Minor Wirtschaftspolitik und öffentliche Finanzen		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 60 Min. (oder nur nach Ankündigung: mündliche Prüfung: 20 min. bzw. Sonstige Prüfung)		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung mit integrierter Übung (WS)		
<b>Sprache</b>	Die Lehrveranstaltungen werden in deutscher Sprache abgehalten.		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... ... analysieren statische Modelle der Klassischen und Keynesianischen Theorie auf einem mittleren methodischen Niveau und ... wenden die Modelle zur Erklärung von Arbeitslosigkeit, Inflation und Außenhandel an.		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wichtige Schulen der Makroökonomik (Klassische/ Neoklassische/ Neuklassische Theorie, Keynesianische/ Neokeynesianische/ Neukeynesianische Theorie)</li> <li>• Zentrale Themen der Makroökonomik (Arbeitslosigkeit, Geld und Inflation, Konjunktur und Wachstum, Außenhandel und Wechselkurse)</li> <li>• Grundmodelle der Makroökonomik (IS-LM-Modell, AS-AD-Modell, Effizienzlohnmodell, Insider-Outsider-Modell, Mundell-Fleming-Modell)</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>	Aktive Beteiligung der Studierenden		
<b>Weitere Informationen</b>	Weitere Informationen werden zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Peter Funk, Center for Macroeconomic Research (CMR) AOR Dr. André Drost, Center for Macroeconomic Research (CMR)		

<b>Module</b>	<b>Advanced Macroeconomics I: Real Dynamic Macroeconomics</b>		
<b>Number</b>	15014	<b>Working Hours</b>	180 h
<b>Credit Points</b>	6 CP	<b>Recurrence Frequency</b>	Every second term
<b>Attendance</b>	60 h	<b>Self-Studies</b>	120 h
<b>Qualifications</b>	<p>Students get a knowledge of methods and work with real dynamic macroeconomics methods. This course is central for working as academic staff and further studies (Ph.D.).</p> <p>Qualifies students for work in areas as media, the financial sector, research institutes and other institutions in which an advanced knowledge of macroeconomic relations is helpful.</p>		
<b>Module is allocated to</b>	<p>Major Economics - Core Courses  Minor Advanced Economics  Minor Institutions and Markets  Minor Economic Policy and Public Finance</p>		
<b>Examination Requirements</b>	<p>2 Written exams, each lasting 60 min:  1. exam in week 8 (10% of total mark)  2. exam end of term (90% of total mark)  First exam can be cancelled due to large classes.  <i>(alternatively only if explicitly announced: oral examination lasting 20min)</i></p>		
<b>Prerequisites for Admission</b>	none		
<b>Courses</b>	Lecture with included Exercise Sessions (WS)		
<b>Language</b>	Courses will regularly be held in English.		
<b>Skills</b>	<p>Students will</p> <p>... analyze modern models of real dynamic macroeconomics with a long-term perspective at advanced methodical levels and</p> <p>... apply the necessary mathematical methods.</p>		
<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empirical Facts</li> <li>• Methodical Basic Principles (i.e. intertemporal optimization in continuous time, linear approximation)</li> <li>• Neoclassical growth model (Solow)</li> <li>• New Classical Models (Ramsey-Cass-Koopmans, Diamond): i.e. intertemporal equilibrium; social optimum; government.</li> <li>• endogenous growth and human capital (i.e. Lucas-Uzawa)</li> <li>• endogenous growth and research and development (i.e. Romer, Aghion-Howitt, Jones)</li> </ul>		
<b>Information about Teaching and Learning Methods</b>	none		
<b>Additional Informationen</b>	Additional information will be provided at the beginning of the term.		
<b>Faculty</b>	Univ.-Prof. Dr. Peter Funk, Center for Macroeconomic Research (CMR)		

<b>Module</b>	<b>Advanced Macroeconomics II: Monetary Dynamic Macroeconomics</b>		
<b>Number</b>	15069	<b>Working Hours</b>	180 h
<b>Credit Points</b>	6 CP	<b>Recurrence Frequency</b>	Every second term
<b>Attendance</b>	60 h	<b>Self-Studies</b>	120 h
<b>Qualifications</b>	Students acquire and apply methods to construct, analyze, and evaluate models used to answer positive and normative macroeconomic questions, especially in the area of business cycle research. The course qualifies students for further studies (Ph.D.) and for work in areas in which an advanced theoretical and quantitative understanding of macroeconomics is necessary, i.e. in research institutes, the financial sector, and public institutions.		
<b>Module is allocated to</b>	Major Economics - Core Courses Minor Advanced Economics Minor Institutions und Markets Minor Economic Policy and Public Finance		
<b>Examination Requirements</b>	Written exam lasting 90 min. ( <i>alternatively only if explicitly announced: oral examination 20min or other examination</i> )		
<b>Prerequisites for Admission</b>	Recommended: Advanced Macroeconomics I		
<b>Courses</b>	Lecture with included Exercise Sessions (SS)		
<b>Language</b>	Courses will regularly be held in English.		
<b>Skills</b>	Students will ... enhance their empirical and theoretical knowledge of short- and medium-term macroeconomic relations and of the impact and design of fiscal and monetary policy. ... analyze and evaluate models of monetary dynamic macroeconomics and modern business cycle theory on an advanced methodological level.		
<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• methodological basics (i.e. dynamical optimization in discrete time, introduction to recursive methods)</li> <li>• competitive equilibrium under uncertainty</li> <li>• asset pricing</li> <li>• real business cycle theory</li> <li>• price rigidities and New Keynesian Models</li> <li>• Monetary and fiscal policy</li> <li>• Imperfections in labor and financial markets</li> <li>• Calibration, estimation and vector auto regressions</li> </ul>		
<b>Information about Teaching and Learning Methods</b>	optional additional course work is possible (student presentation, homework, midterm)		
<b>Additional Information</b>	Additional information will be provided at the beginning of the term.		
<b>Faculty</b>	Univ.-Prof. Helge Braun, Ph.D., Univ.-Prof. Dr. Marcus Hagedorn; Center for Macroeconomic Research (CMR)		

<b>Module</b>	<b>Industrieökonomik / Industrial Economics</b>		
<b>Number</b>	15501	<b>Workload</b>	180 h
<b>Credit Points</b>	6 CP	<b>Recurrence Frequency</b>	Every second term
<b>Attendance</b>	60 h	<b>Independent Studies</b>	120 h
<b>Qualifications</b>	Students acquire knowledge of methods and topics in modern industrial organization		
<b>Module is allocated to</b>	Major Economics - Microeconomics, Institutions and Markets Major Corporate Development – Strategy, Organisation and Human Resources Major Health Economics Minor Energy Industry Minor Institutions and Markets		
<b>Examination Requirements</b>	Written exam lasting 60 min <i>or</i> oral exam lasting 20 min		
<b>Prerequisites for Admission</b>	Basic knowledge of microeconomics and game theory		
<b>Courses</b>	Lecture and problem sets (WS)		
<b>Language</b>	The courses will be held in English.		
<b>Learning Objectives</b>	Students ... ... are made familiar with concepts and tools in the theory of industrial organisation. • Analyse markets with a small number of firms (monopoly and oligopoly) ... Analyse the economics of different types of firms' strategies ... explore recent developments in the fields.		
<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• (monopoly and oligopoly)</li> <li>• Types of firms' strategies: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pricing strategies, such as price discrimination, competition in prices, and competition in quantities</li> <li>• Non-pricing strategies, such as product differentiation, innovation, information transmission, and advertising</li> </ul> </li> <li>• Anti-competitive strategies, such as collusion, horizontal mergers, vertical restraints, and exclusion</li> </ul>		
<b>Information about Teaching and Learning Methods</b>	During the lecture, key methods and results are formally presented. In the problem sets, selected issues are dealt with in more depth and detail.		
<b>Additional Information</b>	Relevant literature and required reading will be announced during the lectures.		
<b>Responsible Faculty Member</b>	Univ.-Prof. Achim Wambach, Ph.D., Staatswissenschaftliches Seminar (Economics)		

<b>Name</b>	<b>Experimentelle Wirtschaftsforschung</b>		
<b>Nummer</b>	15031	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	2-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	60 h	<b>Selbststudium</b>	120 h
<b>Qualifikation</b>	Kenntnis allgemeiner, deskriptiv relevanter Verhaltensprinzipien in ökonomischen und strategischen Entscheidungssituationen und deren Konsequenzen für die Entscheidungstheorie.		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Economics - Mikroökonomik, Institutionen und Märkte Minor Institutionen und Märkte		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 60 Min.		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung und Übung (SS)		
<b>Sprache</b>	Die Lehrveranstaltungen können in deutscher oder englischer Sprache abgehalten werden (siehe KLIPS).		
<b>Kompetenzen</b>	<p>Vorlesung Experimentelle Wirtschaftsforschung Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... bewerten ökonomische Theorien vor dem Hintergrund experimenteller Evidenz.</li> <li>... erkennen Regularitäten und Prinzipien ökonomischen Verhaltens (Kognition, Adaption, Emotion, Reputation und Motivation), z.B. bei Entscheidungen unter Unsicherheit, Koordinations- und Kooperationsproblemen sowie in Verhandlungssituationen.</li> <li>... wenden Erkenntnisse aus der experimentellen Wirtschaftsforschung bei Fragen des Marktdesigns etc. (beispielsweise in Auktions-, Internet- und Arbeitsmärkten) an.</li> <li>... erkennen und verstehen den aktuellen Forschungsstand der Experimentellen Wirtschaftsforschung und setzen sich mit aktuellen Ansätzen und Theorien auseinander..</li> </ul> <p>Übung Experimentelle Wirtschaftsforschung Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... diskutieren und entwickeln ökonomische Experimente.</li> <li>... führen Experimente selbständig durch, analysieren diese und präsentieren die Resultate in der Vorlesung.</li> <li>... führen unter Anleitung softwaregesteuert die Rekrutierung von Versuchspersonen durch</li> <li>... programmieren unter Anleitung Experimente.</li> </ul>		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experimentelle Methoden in der Wirtschaftswissenschaft</li> <li>• Regularitäten und Prinzipien ökonomischen Verhaltens</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Weitere Informationen</b>	Die Veranstaltungen werden wöchentlich in der Vorlesungszeit durchgeführt. Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Axel Ockenfels, Staatswissenschaftliches Seminar		

<b>Name</b>	<b>Theorie und Politik des Arbeitsmarktes</b>		
<b>Nummer</b>	15071	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	2-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	60 h	<b>Selbststudium</b>	120 h
<b>Qualifikation</b>	Tätigkeitsbereiche, in denen ein grundlegendes Verständnis der Institutionen des Arbeitsmarktes und des arbeitsmarktpolitischen Instrumentariums erforderlich ist, z.B. Verbände und Personalabteilungen und Politikberatung.		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Economics - Mikroökonomik, Institutionen und Märkte Minor Institutionen und Märkte		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 60 Min.		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	mindestens 6 LP aus dem Teilgebiet Mikroökonomik		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung und Übung (WS)		
<b>Sprache</b>	Die Lehrveranstaltungen werden in deutscher Sprache abgehalten.		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... ... erwerben Faktenwissen über die Rahmenbedingungen des Arbeitsmarktes. ... untersuchen die institutionelle Gestaltung des Arbeitsmarktes. ... analysieren Arbeitsmarktprobleme mit Hilfe institutionenökonomischer Modelle. ... diskutieren die Anreizwirkungen arbeitsmarktpolitischer Instrumente. ... erarbeiten sich Problemlösungskompetenzen. ... positionieren sich zu aktuellen Fragen der Arbeitsmarktpolitik.		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Neue Institutionenökonomik und Arbeitsmarkt</li> <li>• Kontrakttheorie</li> <li>• Anreizwirkungen arbeitsmarktpolitischer Instrumente</li> <li>• Ökonomische Analyse der Arbeitsmarktpolitik</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>	Vorlesung und Übung, diskursorientiertes Lernen in der Übungsgruppe		
<b>Weitere Informationen</b>	Die Lehrveranstaltungen werden wöchentlich in der Vorlesungszeit durchgeführt. Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben.		
<b>Verantwortlich</b>	N.N., Staatswissenschaftliches Seminar; Durchführung: Dr. Frank C. May		

<b>Name</b>	<b>Energieökonomik</b>		
<b>Nummer</b>	35007	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	2-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	60 h	<b>Selbststudium</b>	120 h
<b>Qualifikation</b>	Vorbereitung auf wissenschaftliche Laufbahn; Tätigkeiten in Unternehmen, Beratungen, Verbänden, Behörden, etc. im Bereich der Energiewirtschaft.		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Economics - Mikroökonomik, Institutionen und Märkte Minor Energiewirtschaft Minor Institutionen und Märkte		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 60 Min. <i>oder</i> mündliche Prüfung: 15-45 Min.		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung und Übung (WS)		
<b>Sprache</b>	Die Lehrveranstaltungen können in deutscher oder englischer Sprache abgehalten werden (siehe KLIPS).		
<b>Kompetenzen</b>	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... erkennen die technischen, ökonomischen und politischen Grundlagen und Strukturen der Energiewirtschaft.</li> <li>... verstehen den Aufbau gesamtwirtschaftlicher Energiebilanzen.</li> <li>... wenden grundlegende Konzepte und Modelle der Ökonomik erschöpfbarer Ressourcen auf die Energiewirtschaft an.</li> <li>... analysieren die Bedeutung von Investitionen und technischem Fortschritt im Energiesektor für die Verfügbarkeit von Energieressourcen.</li> <li>... untersuchen die Bedingungen und Wirkungsweisen wettbewerblicher Preisbildung in Energiemärkten.</li> <li>... analysieren die ökonomischen Gegebenheiten und die Gründe staatlicher Eingriffe für verschiedene Wertschöpfungsstufen der leitungsgebundenen Energien.</li> </ul>		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in die Energiewirtschaft</li> <li>• Grundlagen der Energieökonomik</li> <li>• Grundlagen der Ressourcenökonomik</li> <li>• Energiepolitische Grundlagen</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Weitere Informationen</b>	<p>Die Veranstaltungen werden wöchentlich in der Vorlesungszeit durchgeführt.</p> <p>Literatur wird im jeweiligen Semester bekannt gegeben.</p> <p>Das Modul ist inhaltlich und formal äquivalent zum früheren Modul <i>Theorie und Politik der Energiewirtschaft</i>. Es richtet sich an Studierende ohne Vorkenntnisse im Bereich der Energiewirtschaftslehre. Die Inhalte des Moduls werden bereits vollständig in den Modulen <i>Energy and Environmental Economics</i> und <i>Energy Markets and Regulation</i> im Bachelorstudium (Profilgruppe Energiewirtschaftslehre) abgedeckt. Studierenden, die diese Module oder vergleichbare Module an anderen Universitäten bereits erfolgreich absolviert haben, wird von einer Belegung des Moduls <i>Energieökonomik</i> abgeraten.</p>		
<b>Verantwortlich</b>	PD Dr. Christian Growitsch, Energiewirtschaftliches Institut		



<b>Name</b>	<b>Theorie und Politik der Medienwirtschaft</b>		
<b>Nummer</b>	15039	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	2-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	60 h	<b>Selbststudium</b>	120 h
<b>Qualifikation</b>	Für Tätigkeitsbereiche, in denen ein vertieftes formales Verständnis von Abläufen und Zusammenhängen auf Medienmärkten erforderlich ist, z.B. Verbände, Medienbranche oder Marketingbereiche		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Economics - Mikroökonomik, Institutionen und Märkte Minor Institutionen und Märkte		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 60 Min.		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	mindestens 6 LP aus dem Teilgebiet Mikroökonomik		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung und Übung (WS)		
<b>Sprache</b>	Die Lehrveranstaltungen werden in deutscher Sprache abgehalten.		
<b>Kompetenzen</b>	<p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... analysieren Strategien für Inhalteanbieter und -verwerter auf Medienmärkten.</li> <li>... beurteilen wettbewerbstheoretische Modelle zur Lösung von Problemen in Medienunternehmen.</li> <li>... bewerten alternative Marktinstitutionen im Hinblick auf strategische Anreize.</li> <li>... beurteilen strategische Herausforderungen für Medienunternehmen.</li> <li>... konzipieren Strategien zur Lösung aktueller Vermarktungsfragen.</li> <li>... übertragen erworbene theoretische Kenntnisse auf konkrete Problemstellungen in Medienunternehmen.</li> <li>... erweitern ihre modelltheoretischen und analytischen Kenntnisse bei der Bearbeitung realer Fragestellungen.</li> </ul>		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inhalteanbieter und Inhalteverwerter auf Medienmärkten</li> <li>• Strategische Herausforderungen von Medienunternehmen</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>	Selbständiges Aufbereiten der Vorlesungsthemen. Eigenständiges Lösen der Übungsaufgaben und Präsentation in der Übungsstunde.		
<b>Weitere Informationen</b>	Die Lehrveranstaltungen werden wöchentlich in der Vorlesungszeit durchgeführt. Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben.		
<b>Verantwortlich</b>	N.N., Staatswissenschaftliches Seminar		

<b>Name</b>	<b>Theorie und Politik der Verkehrswirtschaft</b>		
<b>Nummer</b>	15072	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	1-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	60 h	<b>Selbststudium</b>	120 h
<b>Qualifikation</b>	Interne bzw. externe Beratung, Planungsstab, Logistikabteilung.		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Minor Verkehr und Logistik Major Economics - Mikroökonomik, Institutionen und Märkte Minor Institutionen und Märkte		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 90 Min. <i>oder</i> mündliche Prüfung		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung und Übung		
<b>Sprache</b>	Die Lehrveranstaltungen werden in deutscher Sprache abgehalten.		
<b>Kompetenzen</b>	<p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... diskutieren das Zielsystem der Verkehrspolitik.</li> <li>... analysieren den Wettbewerb als Ordnungsprinzip der Verkehrswirtschaft.</li> <li>... klären den Regulierungsbedarf für die Verkehrsabläufe und die Verkehrsinfrastruktur und die theoretischen Konzepte der Regulierung.</li> <li>... erlernen Theorien und Methoden der gesamtwirtschaftlichen Optimierung von Investitionsentscheidungen in der Verkehrsinfrastruktur.</li> <li>... untersuchen die Finanzierungsstrategien und den Bedarf an Finanzreformen in der Verkehrswirtschaft.</li> <li>... beschreiben die makroökonomischen Effekte des Verkehrssektors (Konjunktur, Beschäftigung, Wachstum und Verteilung).</li> </ul>		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zielsysteme der Verkehrspolitik</li> <li>• Wettbewerb auf Verkehrsmärkten als Ordnungsprinzip</li> <li>• Ordnungsrecht und Regulierungen der Verkehrsabläufe</li> <li>• Regulierung des Zugangs zur Verkehrsinfrastruktur</li> <li>• Finanzierungsstrategien, Finanzreform und Preisbildung in der Verkehrsinfrastruktur</li> <li>• Verkehrssektor und Makroökonomik (Konjunktur, Beschäftigung, Wachstum, Verteilung)</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Weitere Informationen</b>	Pflichtlektüre wird in jedem Semester bekannt gegeben.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Herbert Baum, Seminar für Verkehrswissenschaft		

<b>Name</b>	<b>Informationsprobleme in Gesundheitsmärkten</b>		
<b>Nummer</b>	15033	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	2-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	60 h	<b>Selbststudium</b>	120 h
<b>Qualifikation</b>	Aufbau von Methodenkenntnissen und Arbeiten mit Methoden der Gesundheitsökonomie.		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Gesundheitsökonomie Minor Gesundheitsökonomie Major Economics - Mikroökonomik, Institutionen und Märkte Minor Institutionen und Märkte		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 60 Min. <i>oder</i> mündliche Prüfung: 20 Min.		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung und Übung (SS)		
<b>Sprache</b>	Die Lehrveranstaltungen werden in deutscher Sprache abgehalten.		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... arbeiten erkennen die Methoden der Informationsökonomie in der Gesundheitsökonomie ... Analysieren Informationsprobleme zwischen unterschiedlichen Akteuren ... erhalten wenden die Methoden der Informationsökonomie zur Beantwortung von gesundheitsökonomischen Fragestellungen an.		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informationsprobleme in der Beziehung Patient - Versicherung</li> <li>• Informationsprobleme in der Beziehung Arzt - Patient</li> <li>• Interaktion Arzt - Patient - Versicherung</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>	Pflichtlektüre wird in jedem Semester in jeder Veranstaltung bekannt gegeben.		
<b>Weitere Informationen</b>	Pflichtlektüre wird in jedem Semester durch Aushang bekannt gegeben.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Achim Wambach, Ph.D., Staatswissenschaftliches Seminar		

<b>Name</b>	<b>Wirtschafts- und Unternehmensgeschichte</b>		
<b>Nummer</b>	15073	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	1-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	60 h	<b>Selbststudium</b>	120 h
<b>Qualifikation</b>	Beurteilung und qualitative wie historische Einordnung von ökonomischen Tatbeständen als Entscheidungshilfe bei der Lösung wirtschaftlicher Problemstellungen in Wirtschaftsbetrieben oder politischen Institutionen.		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Economics - Mikroökonomik, Institutionen und Märkte Minor Institutionen und Märkte		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 120 Min. <i>oder</i> mündliche Prüfung		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	keine		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung und Übung: Wirtschaftsgeschichte I - Industrialisierung (SS)		
<b>Sprache</b>	Die Veranstaltungen werden in deutscher Sprache abgehalten.		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... ... wenden unterschiedliche wirtschaftstheoretischer Modelle zur Erklärung der Industrialisierung an. ... beurteilen die Qualität der zum Testen der Theorien notwendigen Daten und Methoden. ... ordnen die wichtigsten stilisierten Fakten über den europäischen Wachstumsprozeß im 18. und 19. Jahrhundert in den historischen Kontext ein.		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Industrialisierung als europäisches Phänomen</li> <li>• Bevölkerungsentwicklung und Industrialisierung</li> <li>• Konsumnachfrage und Industrialisierung</li> <li>• Internationaler Handel und Industrialisierung</li> <li>• Institutionen und Industrialisierung</li> <li>• Technischer Fortschritt und Industrialisierung</li> </ul>		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung und Übung: Wirtschaftsgeschichte II – Die Wirtschaft im Deutschen Reich (1871-1918) (WS)		
<b>Sprache</b>	Die Veranstaltungen werden in deutscher Sprache abgehalten.		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... ... beurteilen das Wachstum der deutschen Wirtschaft im internationalen Kontext. ... realisieren die Zusammenhänge zwischen wirtschaftspolitischen Entscheidungen und den Entwicklungen von wirtschaftlichem Wachstum und konjunkturellen Schwankungen. ... diskutieren den Einfluss von Unternehmen und Unternehmensorganisation auf den Wachstumsprozeß.		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Das Wachstum der deutschen Wirtschaft in nationaler und internationaler Perspektive</li> <li>• Konjunkturzyklen</li> <li>• Währungs-, Fiskal- und Außenwirtschaftspolitik</li> <li>• Unternehmen, Kartelle, Innovation und Banken</li> </ul>		

<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung und Übung: Wirtschaftsgeschichte III - Kolonien und Entwicklungsländer in der Weltwirtschaft (SS)
<b>Sprache</b>	Die Veranstaltungen werden in deutscher Sprache abgehalten.
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... ... beurteilen die wirtschaftliche Entwicklung in Kolonien und Entwicklungsländern anhand volkswirtschaftlicher Theorien und deren empirischer Unterstützung. ... analysieren die Auswirkungen der Kolonialherrschaft auf die wirtschaftliche Entwicklung. ... untersuchen die Rolle von Unternehmen im Wirtschaftsprozess.
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Politische Geschichte des Kolonialismus</li> <li>• Die langfristigen Folgen der Kolonialherrschaft</li> <li>• Außenhandel</li> <li>• Währungspolitik</li> <li>• Multinationale Unternehmen, Finanzinvestitionen und Migration</li> </ul>
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>	
<b>Weitere Informationen</b>	Es ist eine der drei Lehrveranstaltungen auszuwählen. Literatur wird zu Beginn des Semesters bekannt gegeben.
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Carsten Burhop, Seminar für Wirtschafts- und Unternehmensgeschichte

<b>Name</b>	<b>Moderne Konzepte Institutionen und Märkte</b>		
<b>Nummer</b>	15601	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	unregelmäßig
<b>Präsenzzeit</b>	30 h	<b>Selbststudium</b>	150 h
<b>Qualifikation</b>	Erarbeiten neuerer Methoden im Bereich Market Design		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Economics - Mikroökonomik, Institutionen und Märkte Minor Institutionen und Märkte		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 60 Min. ( <i>oder</i> mündliche Prüfung)		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Gute mikroökonomische Kenntnisse Zu einzelnen Veranstaltungen können spezielle Zulassungsvoraussetzungen vorgesehen werden		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Vorlesung und evtl. Übung		
<b>Sprache</b>	Die Lehrveranstaltungen können in englischer Sprache abgehalten werden (siehe KLIPS).		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden... ... erarbeiten ausgewählte mikroökonomische Konzepte zur Analyse von Märkten und Institutionen . ... setzen sich wissenschaftlich mit aktuelle Forschungsfragen zu Märkten und Institutionen auseinander.		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausgewählte Aspekte des Market Design: Theorie und Anwendungen</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Weitere Informationen</b>	Pflichtlektüre wird in jeder Veranstaltung bekannt gegeben.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Achim Wambach, Ph.D., Staatswissenschaftliches Seminar; Durchführung: Univ.-Prof. Dr. Axel Ockenfels		

<b>Name</b>	<b>Ausgewählte Fragestellungen der Mikroökonomik, Institutionen und Märkte</b>		
<b>Nummer</b>	15602	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	Unregelmäßig
<b>Präsenzzeit</b>	60 h	<b>Selbststudium</b>	120 h
<b>Qualifikation</b>	Analyse ausgewählter Fragestellungen im Bereich Market Design		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Major Economics - Mikroökonomik, Institutionen und Märkte Minor Institutionen und Märkte		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 60 Min. <i>oder</i> mündliche Prüfung <i>oder</i> sonstige Prüfungsleistung		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Die Zulassungsvoraussetzungen werden vor dem Semester bekannt gegeben.		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Die Art der Lehrveranstaltung wird vor dem Semester bekannt gegeben.		
<b>Sprache</b>	Die Lehrveranstaltung kann in deutscher oder englischer Sprache abgehalten werden (siehe KLIPS).		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden... ... analysieren mit Hilfe mikroökonomischer Konzepte ausgewählte Fragestellungen im Bereich Institutionen und Märkte. ... diskutieren die Ergebnisse dieser Analyse.		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nutzung mikroökonomischer Konzepte zur Beantwortung von Fragestellungen aus dem Bereich Institutionen und Märkten</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>	Hinweise zu Lehr-/Lernformen werden vor dem Semester gegeben.		
<b>Weitere Informationen</b>			
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Oliver Gürtler, Staatswissenschaftliches Seminar		

**Minor Wirtschafts- und Sozialpsychologie**

<b>Modul</b>	<b>Modultitel</b>	<b>P/WP</b>	<b>Prüfungen/Nachweise</b>	<b>CP</b>
1	Consumer Behavior	WP	Referat/Klausur	6
2	Psychology of Leadership Skills	WP	Referat/Klausur	6
3	The Psychology of Strategic Interactions, Negotiations and Selling	WP	Referat/Klausur	6
4	Psychology of Money Management	WP	Referat/Klausur	6
5	Wirtschafts- und sozialpsychologisches Hauptseminar I	WP	Referat/Hausarbeit	6
6	Wirtschafts- und sozialpsychologisches Hauptseminar II	WP	Referat/Hausarbeit	6
7	Empirisches Forschungspraktikum	WP	Projekt	6
8	Ausgewählte Fragestellungen der Sozialpsychologie	WP	Klausur/Hausarbeit/Referat	6
9	Ausgewählte Fragestellungen der Ökonomischen Psychologie	WP	Klausur/Hausarbeit/Referat	6
10	Ausgewählte Fragestellungen der Markt- und Konsumpsychologie	WP	Klausur/Hausarbeit/Referat	6
11	Ausgewählte Fragestellungen der Organisationspsychologie	WP	Klausur/Hausarbeit/Referat	6



<b>Module</b>	<b>Consumer Behavior</b>		
<b>Number</b>	52002	<b>Workload</b>	180 h
<b>Credit Points</b>	6 CP	<b>Recurrence Frequency</b>	Every second term
<b>Attendance</b>	30 h	<b>Independent Studies</b>	150 h
<b>Qualifications</b>	Occupations in market research companies as well as in marketing departments of companies.		
<b>Module is allocated to</b>	Minor Economic and Social Psychology Major Marketing		
<b>Examination Requirements</b>	Written exam lasting 60 minutes (50%) and presentation (making up 50% of the final mark).		
<b>Prerequisites for Admission</b>	Basic knowledge in economic and social psychology		
<b>Courses</b>	Seminar (SS)		
<b>Language</b>	The seminar will be held in English.		
<b>Learning Objectives</b>	<p>Students ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... identify and determine the theoretical foundations of market and consumer psychology.</li> <li>... apply their basic knowledge in social psychology to the area of consumer behavior.</li> <li>... predict in which way consumers will react to marketing activities of companies or interpret them.</li> <li>... define and figure out the competing interests of producers and consumers.</li> </ul>		
<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Social psychology of consumers and of marketing</li> </ul>		
<b>Information about Teaching and Learning Methods</b>			
<b>Additional Information</b>	Required reading will be announced in class.		
<b>Responsible Faculty Member</b>	Univ.-Prof. Dr. Detlef Fetchenhauer, Univ.-Prof. Dr. Erik Hölzl, Institut für Wirtschafts- und Sozialpsychologie (Economic and Social Psychology)		

<b>Module</b>	<b>Psychology of Leadership Skills</b>		
<b>Number</b>	52007	<b>Workload</b>	180 h
<b>Credit Points</b>	6 CP	<b>Recurrence Frequency</b>	Every second term
<b>Attendance</b>	30 h	<b>Independent Studies</b>	150 h
<b>Qualifications</b>	Occupations in management consulting and in human resources departments, the ability to develop human resources strategies and trainings for companies that operate at an international level.		
<b>Module is allocated to</b>	Minor Economic and Social Psychology Major Corporate Development – Strategy, Organisation and Human Resources		
<b>Examination Requirements</b>	Written exam lasting 60 minutes (50%) and presentation (making up 50% of the final mark).		
<b>Prerequisites for Admission</b>	Basic knowledge in economic and social psychology		
<b>Courses</b>	Seminar (WS)		
<b>Language</b>	The seminar will be held in English.		
<b>Learning Objectives</b>	Students ... ... define selected topics of leadership roles and skills. ... identify relevant current psychological theories and empirical research. discuss independently questions related to leadership, and consider psychological theories and research for practical implications.		
<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Theories and empirical research on psychological aspects of leadership skills in organizations, e.g., goal setting, feedback, conflict resolution</li> </ul>		
<b>Information about Teaching and Learning Methods</b>			
<b>Additional Information</b>	Required reading will be announced in the introductory session		
<b>Responsible Faculty Member</b>	Univ.-Prof. Dr. Detlef Fetchenhauer, Univ.-Prof. Dr. Erik Hölzl, Institut für Wirtschafts- und Sozialpsychologie (Economic and Social Psychology)		

<b>Module</b>	<b>The Psychology of Strategic Interactions, Negotiations and Selling</b>		
<b>Number</b>	52011	<b>Workload</b>	180 h
<b>Credit Points</b>	6 CP	<b>Recurrence Frequency</b>	Every second term
<b>Attendance</b>	30 h	<b>Independent Studies</b>	150 h
<b>Qualifications</b>	Occupations in marketing departments as well as in the areas of organisation and personnel management; consultancy of groups and of political and public institutions.		
<b>Module is allocated to</b>	Minor Economic and Social Psychology Major Corporate Development – Strategy, Organisation and Human Resources Major Marketing Minor Retail Management		
<b>Examination Requirements</b>	Written exam lasting 60 minutes (50%) and presentation (making up 50% of the final mark).		
<b>Prerequisites for Admission</b>	Basic knowledge in economic and social psychology		
<b>Courses</b>	Seminar (WS)		
<b>Language</b>	The seminar will be held in English.		
<b>Learning Objectives</b>	<p>Students ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... realize that self-interest and fairness are important motivating forces behind human behaviour.</li> <li>... identify the most important theories that aim at explaining strategic interaction between persons as well as between corporate actors.</li> <li>... apply empirical findings from social -psychology into persuasion to negotiations and selling.</li> <li>... discuss the distinction between different negotiation strategies and predict in how far they can succeed, thereby considering the prevailing circumstances.</li> </ul>		
<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• The application of various findings of strategic interaction and persuasion to negotiations and selling</li> </ul>		
<b>Information about Teaching and Learning Methods</b>			
<b>Additional Information</b>	Required reading will be announced in class.		
<b>Responsible Faculty Member</b>	Univ.-Prof. Dr. Detlef Fetchenhauer, Univ.-Prof. Dr. Erik Hölzl, Institut für Wirtschafts- und Sozialpsychologie (Economic and Social Psychology)		

<b>Module</b>	<b>Psychology of Money Management</b>		
<b>Number</b>	52018	<b>Workload</b>	180 h
<b>Credit Points</b>	6 CP	<b>Recurrence Frequency</b>	Every second term
<b>Attendance</b>	30 h	<b>Independent Studies</b>	150 h
<b>Qualifications</b>	Occupations in marketing, financial consulting, consumer advice, public and political institutions		
<b>Module is allocated to</b>	Minor Economic and Social Psychology		
<b>Examination Requirements</b>	Written exam lasting 60 minutes (50%) and presentation (making up 50% of the final mark).		
<b>Prerequisites for Admission</b>	Basic knowledge in economic and social psychology		
<b>Courses</b>	Seminar (SS)		
<b>Language</b>	The seminar will be held in English.		
<b>Learning Objectives</b>	<p>Students ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... determine psychological theories relevant for money management and financial behavior</li> <li>... differentiate empirical findings on psychological aspects of money management and financial behavior</li> <li>... discuss independently on questions related to money management and financial behavior, and consider psychological theories and research for practical implications.</li> </ul>		
<b>Contents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Theories and empirical research on money management and financial behavior, e.g., saving, credit and debt, investment</li> </ul>		
<b>Information about Teaching and Learning Methods</b>			
<b>Additional Information</b>	Required reading will be announced in the introductory session		
<b>Responsible Faculty Member</b>	Univ.-Prof. Dr. Detlef Fetchenhauer, Univ.-Prof. Dr. Erik Hölzl, Institut für Wirtschafts- und Sozialpsychologie (Economic and Social Psychology)		

<b>Name</b>	<b>Wirtschafts- und sozialpsychologisches Hauptseminar I &amp; II</b>		
<b>Nummer</b>	53058, 53059	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	1-semesterig
<b>Präsenzzeit</b>	30 h	<b>Selbststudium</b>	150 h
<b>Qualifikation</b>	Verschiedenste Tätigkeiten in Unternehmen, Verbänden und Forschungseinrichtungen.		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Minor Wirtschafts- und Sozialpsychologie		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Referat (50%) und Hausarbeit (50% Gewichtung in der Endnote)		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Grundkenntnisse der Wirtschafts- und Sozialpsychologie		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Seminar		
<b>Sprache</b>	Das Seminar wird in deutscher Sprache abgehalten.		
<b>Kompetenzen</b>	<p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... bestimmen und skizzieren aktuelle wirtschafts- und sozialpsychologische Forschungsfragen.</li> <li>... diskutieren und interpretieren eigenständig englischsprachige Primärliteratur zu unterschiedlichsten Fragestellungen.</li> <li>... entwickeln zusammen mit anderen Studierenden einen Überblick über bestehende Forschungsergebnisse zu verschiedenen wirtschafts- und sozialpsychologischen Fragestellungen.</li> <li>... reflektieren und würdigen methodenkritisch aktuelle Trends und Befunde.</li> </ul>		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vertiefung eines ausgewählten Themenbereichs der Wirtschafts- und Sozialpsychologie</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Weitere Informationen</b>	Pflichtliteratur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Detlef Fetchenhauer, Univ.-Prof. Dr. Erik Hölzl, Institut für Wirtschafts- und Sozialpsychologie		

<b>Name</b>	<b>Empirisches Forschungspraktikum</b>		
<b>Nummer</b>	52201	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	Unregelmäßig
<b>Präsenzzeit</b>	30 h	<b>Selbststudium</b>	150 h
<b>Qualifikation</b>	Tätigkeit in Markt- und Meinungsforschungsinstitutionen sowie in Funktionen, die eine kritische Reflektion sozialwissenschaftlicher Erkenntnisse erfordern.		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Minor Wirtschafts- und Sozialpsychologie		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Projekt		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Grundkenntnisse der Wirtschafts- und Sozialpsychologie		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Seminar		
<b>Sprache</b>	Das Seminar wird in deutscher Sprache abgehalten.		
<b>Kompetenzen</b>	<p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... konzipieren eigenständig Labor- und Feldexperimente, führen diese durch und werten diese aus.</li> <li>... präzisieren grundlagenorientierte als auch angewandte Forschungsfragen und transformieren diese in ein experimentelles Untersuchungsdesign.</li> <li>... werben Versuchspersonen für psychologische Experimente an und betreuen diese.</li> <li>... erkennen die spezifischen Vorteile des Experiments im Vergleich zu anderen, alternativen Forschungsmethoden.</li> <li>... wenden verschiedene statistische Analyseverfahren, wie z.B. die Varianzanalyse und andere mathematische Verfahren an, die für die statistische Auswertung von experimentellen Designs besonders geeignet sind..</li> </ul>		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Know-How zur Durchführung und Auswertung experimenteller Untersuchungen</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Weitere Informationen</b>	Die Veranstaltung(en) des Moduls kann/können kurzfristig vor Vorlesungsbeginn angekündigt werden (siehe KLIPS). Pflichtliteratur wird in KLIPS oder in der ersten Sitzung bekannt gegeben.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Detlef Fetchenhauer, Univ.-Prof. Dr. Erik Hölzl, Institut für Wirtschafts- und Sozialpsychologie		

<b>Name</b>	<b>Ausgewählte Fragestellungen der Sozialpsychologie</b>		
<b>Nummer</b>	52012	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	Unregelmäßig
<b>Präsenzzeit</b>	30 h	<b>Selbststudium</b>	150 h
<b>Qualifikation</b>	Tätigkeit in den Bereichen HR, Organisation und Personalwirtschaft; Beratung von Konzernen.		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Minor Wirtschafts- und Sozialpsychologie		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 60 Min. <i>oder</i> Referat (50%) und Hausarbeit (50% Gewichtung in der Endnote)		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Grundkenntnisse der Wirtschafts- und Sozialpsychologie		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Seminar		
<b>Sprache</b>	Das Seminar wird in deutscher Sprache abgehalten.		
<b>Kompetenzen</b>	<p>Die Studierenden ...</p> <p>... stellen aktuelle Theorien und Entwicklungen der sozialpsychologischen Forschung dar.</p> <p>... zeigen Anwendungsmöglichkeiten und –bereiche auf.</p> <p>... analysieren Problemstellungen der Sozialpsychologie und entwerfen Lösungsansätze.</p> <p>...</p>		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausgewählte Fragestellungen der Sozialpsychologie</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Weitere Informationen</b>	<p>Die Veranstaltung(en) des Moduls kann/können kurzfristig vor Vorlesungsbeginn angekündigt werden (siehe KLIPS).</p> <p>Pflichtliteratur wird in KLIPS oder in der ersten Sitzung bekannt gegeben.</p>		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Detlef Fetchenhauer, Univ.-Prof. Dr. Erik Hölzl, Institut für Wirtschafts- und Sozialpsychologie		

<b>Name</b>	<b>Ausgewählte Fragestellungen der Ökonomischen Psychologie</b>		
<b>Nummer</b>	52014	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	Unregelmäßig
<b>Präsenzzeit</b>	30 h	<b>Selbststudium</b>	150 h
<b>Qualifikation</b>	Tätigkeit in den Bereichen Organisation, Marketing und Personalwirtschaft; Beratung von Konzernen.		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Minor Wirtschafts- und Sozialpsychologie		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 60 Min. <i>oder</i> Referat (50%) und Hausarbeit (50% Gewichtung in der Endnote)		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Grundkenntnisse der Wirtschafts- und Sozialpsychologie		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Seminar		
<b>Sprache</b>	Das Seminar wird in deutscher Sprache abgehalten.		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... ... stellen aktuelle Theorien und Entwicklungen der Ökonomischen Psychologie dar. ... zeigen Anwendungsmöglichkeiten und –bereiche auf. ... analysieren Problemstellungen der Ökonomischen Psychologie und entwerfen Lösungsansätze.		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausgewählte Fragestellungen der Ökonomischen Psychologie</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Weitere Informationen</b>	Die Veranstaltung(en) des Moduls kann/können kurzfristig vor Vorlesungsbeginn angekündigt werden (siehe KLIPS). Pflichtliteratur wird in KLIPS oder in der ersten Sitzung bekannt gegeben.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Detlef Fetchenhauer, Univ.-Prof. Dr. Erik Hölzl, Institut für Wirtschafts- und Sozialpsychologie		



<b>Name</b>	<b>Ausgewählte Fragestellungen der Markt- und Konsumpsychologie</b>		
<b>Nummer</b>	52015	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	Unregelmäßig
<b>Präsenzzeit</b>	30 h	<b>Selbststudium</b>	150 h
<b>Qualifikation</b>	Tätigkeit in den Bereichen Organisation, Marketing und Personalwirtschaft; Beratung von Konzernen; Marktforschung und Werbung.		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Minor Wirtschafts- und Sozialpsychologie		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 60 Min. <i>oder</i> Referat (50%) und Hausarbeit (50% Gewichtung in der Endnote)		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Grundkenntnisse der Wirtschafts- und Sozialpsychologie		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Seminar		
<b>Sprache</b>	Das Seminar wird in deutscher Sprache abgehalten.		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... ... stellen aktuelle Theorien und Entwicklungen der markt- und konsumpsychologischen Forschung dar. ... zeigen Anwendungsmöglichkeiten und -bereiche auf. ... analysieren Problemstellungen der Markt- und Konsumpsychologie und entwerfen Lösungsansätze.		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausgewählte Fragestellungen der Markt- und Konsumpsychologie</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Weitere Informationen</b>	Die Veranstaltung(en) des Moduls kann/können kurzfristig vor Vorlesungsbeginn angekündigt werden (siehe KLIPS). Pflichtliteratur wird in KLIPS oder in der ersten Sitzung bekannt gegeben.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Detlef Fetchenhauer, Univ.-Prof. Dr. Erik Hölzl, Institut für Wirtschafts- und Sozialpsychologie		

<b>Name</b>	<b>Ausgewählte Fragestellungen der Organisationspsychologie</b>		
<b>Nummer</b>	52016	<b>Arbeitszeit</b>	180 h
<b>Leistungspunkte</b>	6 LP	<b>Turnus</b>	Unregelmäßig
<b>Präsenzzeit</b>	30 h	<b>Selbststudium</b>	150 h
<b>Qualifikation</b>	Tätigkeit in den Bereichen HR und Personalentwicklung; Beratung von Konzernen.		
<b>Einordnung in das Studium</b>	Minor Wirtschafts- und Sozialpsychologie		
<b>Prüfungsmodalitäten</b>	Klausur: 60 Min. <i>oder</i> Referat (50%) und Hausarbeit (50% Gewichtung in der Endnote)		
<b>Zulassungsvoraussetzungen</b>	Grundkenntnisse der Wirtschafts- und Sozialpsychologie		
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Seminar		
<b>Sprache</b>	Das Seminar wird in deutscher Sprache abgehalten.		
<b>Kompetenzen</b>	Die Studierenden ... ... stellen aktuelle Theorien und Entwicklungen der arbeits- und organisationspsychologischen Forschung dar. ... zeigen Anwendungsmöglichkeiten und -bereiche auf. ... analysieren Problemstellungen der Arbeits- und Organisationspsychologie und entwerfen Lösungsansätze.		
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausgewählte Fragestellungen der Organisationspsychologie</li> </ul>		
<b>Hinweise zu Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Weitere Informationen</b>	Die Veranstaltung(en) des Moduls kann/können kurzfristig vor Vorlesungsbeginn angekündigt werden (siehe KLIPS). Pflichtliteratur wird in KLIPS oder in der ersten Sitzung bekannt gegeben.		
<b>Verantwortlich</b>	Univ.-Prof. Dr. Detlef Fetchenhauer, Univ.-Prof. Dr. Erik Hölzl, Institut für Wirtschafts- und Sozialpsychologie		