

Mastermodule

mmc010 - Unternehmensstrategien

Modulbezeichnung	Unternehmensstrategien		
Modulcode	mmc010		
Kreditpunkte	6.0 KP		
Workload	180 h		
Verwendet in Studiengängen	<ul style="list-style-type: none"> Master Management Consulting (Master) > Mastermodule 		
Ansprechpartner/-in	Modulverantwortung <ul style="list-style-type: none"> Jörn Hoppmann Prüfungsberechtigt Die im Modul Lehrenden 		
Teilnahmevoraussetzungen			
Kompetenzziele	Die Studierenden sind in der Lage <ul style="list-style-type: none"> grundlegende Begriffe, Instrumente und Theorien des strategischen Managements zu kennen und zu verstehen unter Anwendung konzeptioneller Frameworks Unternehmensstrategien zu analysieren die Vor- und Nachteile gängiger Instrumente und Modelle zu verstehen und deren Anwendung kritisch zu beurteilen eigenständig strategische Optionen zu entwickeln und Empfehlungen für deren Umsetzung abzuleiten 		
Modulinhalte	Der Kurs bietet einen umfassenden Einblick in Modelle und Instrumente des Strategischen Managements. Im ersten Teil des Kurses werden zunächst wichtige Konzepte und Modelle des Strategischen Managements vorgestellt und anhand von Beispielen aus der Praxis diskutiert. Zentrale Themengebiete, die in diesem Zusammenhang behandelt werden, sind unter anderem die Verbindung zwischen Unternehmensstrategie und Wettbewerbsfähigkeit, Strategieanalyse, Strategieformulierung, Strategieimplementierung sowie Internationalisierungs- und Innovationsstrategien. Im zweiten Teil des Kurses erstellen die Studierenden anschließend eine Hausarbeit, welche die gelernten Inhalte auf ein konkretes Unternehmen anwendet und vertieft.		
Literaturempfehlungen	Rothaermel, F.T. (2012): Strategic Management (1. Auflage), McGraw-Hill Education, New York. Wunder, T. (2016): Essentials of Strategic Management: Effective Formulation and Execution of Strategy (1. Auflage), Schäffer Poeschel, Stuttgart.		
Links			
Unterrichtssprache	Deutsch		
Dauer in Semestern	1 Semester		
Angebotsrhythmus Modul	halbjährlich		
Aufnahmekapazität Modul	unbegrenzt		
Modullevel / module level	---		
Modulart / typ of module	je nach Studiengang Pflicht oder Wahlpflicht		
Lehr-/Lernform / Teaching/Learning method			
Vorkenntnisse / Previous knowledge			
Prüfung	Prüfungszeiten	Prüfungsform	
Gesamtmodul	Abgabe zu Ende des Semesters	Hausarbeit	
Lehrveranstaltungsform	Kommentar	SWS	Angebotsrhythmus
Vorlesung		2.00	Workload Präsenzzeit
Tutorium		2.00	28 h
			WiSe
			28 h
Präsenzzeit Modul insgesamt			56 h

mmc031 - Einführung in die Beratung

Modulbezeichnung	Einführung in die Beratung
Modulcode	mmc031
Kreditpunkte	6.0 KP
Workload	180 h
Verwendet in Studiengängen	<ul style="list-style-type: none"> • Master Management Consulting (Master) > Mastermodule
Ansprechpartner/-in	<p>Modulverantwortung</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ Thomas Breisig <p>Prüfungsberechtigt</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ Die im Modul Lehrenden
Teilnahmevoraussetzungen	
Kompetenzziele	<p>Die Studenten und Studentinnen können ein Beratungssymposium mit aktuellen Themen aus dem Beratungsumfeld inhaltlich vorbereiten und die inhaltlichen Ideen in ein attraktives Design umsetzen. Sie bekommen dadurch selbstgesteuert einen Überblick über die Themen, die Berater in der Organisations- und Unternehmensberatung beschäftigen.</p> <p>Können - instrumentelle und systemische Kompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie können den Beratermarkt analysieren und sich einen Überblick über die verschiedenen Akteure, ihre Beratungsansätze und Vorgehensweisen verschaffen • Sie können sich selbständig innovative Beratungsthemen erschließen und daraus ein Symposiumdesign und Workshopdesigns für einzelne Themen entwickeln • Sie können eigenverantwortlich Protagonisten der Beraterszene ansprechen und den Auftrag für das Symposium klären • Sie können sich und ihr Thema in einem „Pitch“ behaupten • Sie können diesen Erkundungsprozess reflektieren und Einschätzungen des Beratermarkts erarbeiten <p>Wissen und Verstehen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie kennen die Geschichte des Management Consulting und der Unternehmens- und Organisationsberatung • Sie haben einen Überblick über Formen, Philosophie und Arbeitsschwerpunkte des Consulting • Sie kennen die Struktur und die aktuellen Entwicklungen des Beratermarktes • Sie wissen, wie das Design für einen Kongress/ein Symposium aufgebaut wird und wie Kurzworkshops gestaltet und moderiert werden. • Sie kennen die inhaltlichen Trends im Management Consulting • Sie haben den Aktionsforschungsansatz kennengelernt
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Definition und Abgrenzung von Beratung, Consulting, Counseling, Managementberatung, Organisations- und Unternehmensberatung • Geschichte der Unternehmensberatung • Beratermarkt – Strukturen, Bedeutung und Entwicklungen • Funktion von Beratung, Akteure in der Beratung, Differenzierung von Beratungsansätze und Beraterselbstverständnissen (Berateridentität) • Consulting Research – gesicherte Erkenntnisse und Entwicklungsrichtungen • PEST-Analyse zu den Einflüssen auf den Beratermarkt • Themenfelder für das Symposium daraus ableiten, Workshops entwickeln und diese Konzepte in einem „Pitch“ vertreten • Gesamtdesign für das Symposium entwickeln • Den Gesamtprozess in einem an der Aktionsforschung orientierten Tagebuch reflektieren
Literaturempfehlungen	<p>Birkner, St.: Eindeutiger beraten – Umgang mit Mehrdeutigkeit als Handlungsfeld in Beratungsinterventionen</p> <p>Burns, D.: Systemic Action Research: A strategy for whole system change</p> <p>Donnenberg, O. (Hrsg.): Action Learning – ein Handbuch</p> <p>Hillebrand, M., Sonuc, E., Königswieser, R. (Hrsg.): Essenzen der systemischen Organisationsber – Konzepte, Kontexte und Kommentareatung</p> <p>König, E., Volmer, G.: Handbuch systemische Organisationsberatung</p> <p>Königswieser, R. Und Hillebrand, M.: Einführung in die systemische Organisationsberatung</p> <p>Königswieser, R., Sonuc, E., Gebhardt, J. (Hrsg.): Komplementärberatung – Das Zusammenspiel von Fach- und Prozeß-Know-how</p> <p>Krizanits, J.: Einführung in die Methoden der systemischen Organisationsberatung</p> <p>Mohe, M.: Klientenprofessionalisierung</p> <p>Mohe, M., Heinecke, H.J., Pfriem, R.: Consulting - Problemlösung als Geschäftsmodell, Theorie, Praxis, markt</p> <p>Niedereichholz, Chr. Unternehmensberatung Band 1 – Beratungsmarketing und Auftragsakquisition</p> <p>Niedereichholz, Chr. Unternehmensberatung Band 2 Auftragsdurchführung und Qualitätssicherung</p> <p>Revans, R.W.: The origin and growth of action learning</p> <p>Will, H., Wünsch, U. Und Polewsky, S.: Info-, Lern- und Change-Events</p>
Links	
Unterrichtsprachen	
Dauer in Semestern	1 Semester

Angebotsrhythmus Modul				
Aufnahmekapazität Modul		unbegrenzt		
Modullevel / module level		MM (Mastermodul / Master module)		
Modulart / typ of module		je nach Studiengang Pflicht oder Wahlpflicht		
Lehr-/Lernform / Teaching/Learning method		Inputs, Anwendungsbeispiel und -fälle, selbstgesteuerte Recherchen, Konzept- und Designaufgaben		
Vorkenntnisse / Previous knowledge				
Prüfung		Prüfungszeiten		Prüfungsform
Gesamtmodul		Inhaltliche Vorbereitung, Organisation und Durchführung des Oldenburger Beratersymposiums – Dokumentation des Prozesses in einem Lerntagebuch i.S.d. Action Research und Action Learning Ansätze (Lewin und Revans)		
Lehrveranstaltungsform	Kommentar	SWS	Angebotsrhythmus	Workload Präsenzzeit
Vorlesung		2.00	WiSe	28 h
Seminar				0 h
Präsenzzeit Modul insgesamt				28 h

mmc040 - Corporate Social Responsibility

Modulbezeichnung	Corporate Social Responsibility
Modulcode	mmc040
Kreditpunkte	6.0 KP
Workload	180 h
Verwendet in Studiengängen	<ul style="list-style-type: none"> • Master Management Consulting (Master) > Mastermodule
Ansprechpartner/-in	Modulverantwortung <ul style="list-style-type: none"> ◦ Jörn Hoppmann Prüfungsberechtigt ◦ Die im Modul Lehrenden

Teilnahmevoraussetzungen

Kompetenzziele

Die Studierenden sollen...

- grundlegende Begriffe, Instrumente und Theorien im Kontext gesellschaftlicher Verantwortung und Nachhaltigkeit von Unternehmen kennen und verstehen
- in der Lage sein, unter Anwendung konzeptioneller Frameworks die Nachhaltigkeit von Unternehmen zu analysieren und kritisch zu hinterfragen
- eigenständig Optionen für die Verbesserung von Nachhaltigkeit im Unternehmenskontext entwickeln und Empfehlungen für deren Umsetzung ableiten

Modulinhalte

Das Modul "CSR" bietet einen Überblick über die Debatten um die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen. Nach einer kurzen Einführung in die historische Debatte zu Corporate Social Responsibility und Corporate Sustainability und einer Abgrenzung wichtiger Begriffe, werden in einzelnen Veranstaltungen jeweils anhand konkreter Unternehmensfallstudien wichtige Fragen im Kontext gesellschaftlicher Verantwortung und Nachhaltigkeit von Unternehmen diskutiert. Zentrale Fragen, die in diesem Zusammenhang behandelt werden, sind unter anderem:

- Wie lässt sich bestimmen, ob ein Unternehmen sozial und ökologisch nachhaltig handelt?
- Welche Faktoren treiben und behindern die Diffusion sozial und ökologisch vorteilhafter Lösungen und Unternehmen im Markt?
- Inwiefern besteht ein Konflikt zwischen Unternehmens- und Marktwachstum auf der einen und Nachhaltigkeit auf der anderen Seite?
- Welche Möglichkeiten gibt es, mit Konflikten zwischen sozialen/ökologischen und ökonomischen Zielen umzugehen?
- Wie lassen sich bestehende Unternehmen und Wertschöpfungsketten hin zu Nachhaltigkeit transformieren?
- Welche Rolle spielen Führungskräfte und Aufsichtsräte für organisatorischen Wandel hin zu Nachhaltigkeit?
- Wie beeinflusst die Finanzierung von Unternehmen deren Strategie hinsichtlich Nachhaltigkeit?
- Inwiefern können Kooperationen und Partnerschaften zwischen Organisationen dazu beitragen, soziale und ökologische Aspekte in Unternehmen zu integrieren?

Zusätzlich zur praktischen Diskussion dieser Fragen anhand von Unternehmensfallstudien werden die Studierenden jeweils mit wichtigen theoretischen Konzepten und Frameworks aus der akademischen Literatur vertraut gemacht. Des Weiteren erhalten die Studierenden die Möglichkeit, im Rahmen einer Simulation verschiedene Strategien für Umsetzung von Nachhaltigkeit in Unternehmen zu erproben und einen Einblick in die dabei entstehenden Herausforderungen zu erhalten. Abgeschlossen wird die Veranstaltung mit einer Hausarbeit, welche die gelernten Inhalte anwendet und vertieft.

Literaturempfehlungen

Literatur (optional):

Aguinis, H., & Glavas, A. (2012): What we know and don't know about corporate social responsibility: A review and research agenda. *Journal of Management*, 38(4): 932-968.

Bansal, P., & DesJardine, M. R. (2014). Business sustainability: It is about time. *Strategic Organization*, 12(1), 70-78.

Geels, F. W. (2014). Regime resistance against low-carbon transitions: Introducing politics and power into the multi-level perspective. *Society*, 31(5), 21-40.

Ghisellini, P., Cialani, C., & Ulgiati, S. (2016). A review on circular economy: the expected transition to a balanced interplay of economic systems. *Journal of Cleaner Production*, 114, 11-32.

Hahn, T., Pinkse, J., Preuss, L., & Figge, F. (2015): Tensions in corporate sustainability: Towards an integrative framework. *Journal of Business Ethics*, 127(2): 297-316.

Hoppmann, J., Richert, M. & Busch, T. (2018): Not my business: How individuals' cognitive frames and role identities influence business strategy. *Academy of Management Best Paper Proceedings 2017*, 15212.

Hoppmann, J., Sakhel, A., Richert, M. (2018): With a little help from a stranger: The impact of external change agents on corporate investments, *Business Strategy and the Environment*, in press.

Liesen, A., Dietsche, C., & Gebauer, J. (2015). Successful non-growing companies. Working Paper.

Markard, J., Raven, R., & Truffer, B. (2012). Sustainability transitions: An emerging field of research and its prospects. *Research Policy*, 41(6): 965-985.

Sharma, S. (2000): Managerial Interpretations and organizational context as predictors of corporate choice of environmental strategy. *Strategic Management Journal*, 43(4): 681-697.

Wry, T., & York, J. (2015): An identity based approach to social enterprise. *Academy of Management Review*, in press.

Links

Unterrichtssprache	Deutsch
Dauer in Semestern	1 Semester
Angebotsrhythmus Modul	Jährlich
Aufnahmekapazität Modul	unbegrenzt
Modullevel / module level	BC (Basiscurriculum / Base curriculum)
Modullevel / module level	BC (Basiscurriculum / Base curriculum)
Modulart / typ of module	je nach Studiengang Pflicht oder Wahlpflicht
Modulart / typ of module	je nach Studiengang Pflicht oder Wahlpflicht

Lehr-/Lernform / Teaching/Learning method

Vorkenntnisse / Previous knowledge

Prüfung	Prüfungszeiten	Prüfungsform		
Gesamtmodul	Zum Ende des Semesters	Portfolio		
Lehrveranstaltungsform	Kommentar	SWS	Angebotsrhythmus	Workload Präsenzzeit
Vorlesung		2.00	SoSe	28 h
Seminar		2.00	SoSe	28 h
Präsenzzeit Modul insgesamt				56 h

mmc051 - Kulturelle Differenzen in Beratungsprojekten

Modulbezeichnung	Kulturelle Differenzen in Beratungsprojekten	
Modulcode	mmc051	
Kreditpunkte	6.0 KP	
Workload	180 h	
Verwendet in Studiengängen	<ul style="list-style-type: none"> • Master Management Consulting (Master) > Mastermodule 	
Ansprechpartner/-in	Modulverantwortung <ul style="list-style-type: none"> ◦ Thomas Breisig Prüfungsberechtigt ◦ Die im Modul Lehrenden 	
Teilnahmevoraussetzungen		
Kompetenzziele		
Modulinhalte	<p>Die hauptsächliche Zielsetzung besteht darin, bestehende internationale Unternehmensstrukturen vor dem Hintergrund des Erwerbs interkultureller Kompetenz zu analysieren und die erworbenen Fähigkeiten in die Erarbeitung und Integration neuer Unternehmensstrukturen umzusetzen - nicht nur zur Umsetzung der Konzepte und Theorien internationaler Strategien, sondern auch, um eigene Strategien zu erstellen und die Konsequenzen einer solchen Veränderung zu reflektieren.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundkenntnisse in interkultureller Analyse und Managementtechniken, • Umgang mit Personen unterschiedlicher Kulturkreise in typischen Projekt- und Problemsituationen, • Interkulturelle Kompetenz und Management in der globalen Wirtschaft, • Implementierung interkultureller Trainings - praktische Erfahrungen in Unternehmen, • Internationale Unternehmensstrategien und Operationen in fremden Kulturen erfolgreich umsetzen, • Planung, Gestaltung und Beratung von Internationalisierungsprojekten und kulturelle Integration bei Fusionen und Akquisitionen. 	
Literaturempfehlungen		
Links		
Unterrichtsprachen		
Dauer in Semestern	1 Semester	
Angebotsrhythmus Modul		
Aufnahmekapazität Modul	unbegrenzt	
Modullevel / module level	---	
Modulart / typ of module	je nach Studiengang Pflicht oder Wahlpflicht	
Lehr-/Lernform / Teaching/Learning method		
Vorkenntnisse / Previous knowledge		
Prüfung	Prüfungszeiten	Prüfungsform
Gesamtmodul		KL
Lehrveranstaltungsform	Seminar	
SWS	4.00	
Angebotsrhythmus	SoSe	
Workload Präsenzzeit	56 h	

mmc071 - Interaktion in der Beratung

Modulbezeichnung	Interaktion in der Beratung
Modulcode	mmc071
Kreditpunkte	6.0 KP
Workload	180 h (180h Kontakt: 50 Selbst 130)
Verwendet in Studiengängen	<ul style="list-style-type: none"> • Master Management Consulting (Master) > Mastermodule
Ansprechpartner/-in	Modulverantwortung <ul style="list-style-type: none"> ◦ Thomas Breisig Prüfungsberechtigt ◦ Die im Modul Lehrenden
Teilnahmevoraussetzungen	
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden sind in der Lage im Kontext gruppenspezifischer Aspekte bezüglich der Beratungsintervention innerhalb ihrer späteren beruflichen Tätigkeit im Beratungskontext zu agieren. Sie sind in der Lage Techniken und Methoden einer zielgerichteten Kommunikation, Moderation, sowie der Präsentation und Visualisierung anzuwenden.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden kennen die Rolle der Interaktion im Beratungsprozess. • Die Studierenden kennen die Unterschiede von Interaktionen und Interventionen. • Die Studierenden können typische Gesprächssituationen im Beratungskontext erfolgreich gestalten (insbesondere Gesprächsführung, Moderation, Fragetechniken, etc.). • Die Studierenden können die Grundfertigkeiten der Visualisierung, Präsentation und Moderation anwenden. • Die Studierenden kennen das Kompetenzprofil des Beraters für die Interaktion (Fach-, Methoden-, Sozialkompetenzen, persönliche Fähigkeiten). • Die Studierenden können die Interessen und Motivation der unterschiedlichen Stakeholder in Beratungsprojekten identifizieren, bewerten und daraus Maßnahmen ableiten. • Die Studierenden können Interaktion in typischen Phasen und Situationen von Beratungsprojekten gestalten (Kick-off., Istaufnahme, Veränderungsprozess, Status-/Ergebnispräsentation, Abschluss). • Die Studierenden können eigene Interaktionsverhalten reflektieren. • Die Studierenden können ihr Wissen um gruppenspezifische Phänomene erweitern und typische Verhaltensmuster frühzeitig diagnostizieren. • Die Studierenden können ihr Handlungsrepertoire und damit auch den Gestaltungsspielraum für Interventionen in wechselnden Gruppensituationen erweitern. • Die Studierende können die eigene Rollenflexibilität im Umgang mit unterschiedlichen Gesprächs- und Gruppensituationen ausbauen. • Die Studierenden können die eigene Wirkung auf Gruppen erkennen und die dabei entstehenden Wechselwirkungen angemessen berücksichtigen.
Modulinhalte	<ol style="list-style-type: none"> 1. Interaktionen und Interventionen 2. Kommunikation und Gesprächsführung 3. Präsentation und Visualisierung 4. Arbeitsprozesse von Gruppen wirksam steuern 5. Die Arbeit mit und in Teams 6. Die Arbeit mit und in Großgruppen 7. Stakeholdermanagement in Beratungsprojekten 8. Die Rolle des Beraters in typischen Projektphasen und -situationen.
Literaturempfehlungen	<p>Rauen, Christopher (Hrsg.; 2004): Coaching-Tools.</p> <p>Gerard Egan: Helfen durch Gespräch – ein Trainingsbuch für helfende Berufe. Beltz Verlag (Weinheim, Basel) 2001.</p> <p>Königsweiser, Roswita / Exner, Alexander: Systemische Intervention. Architekturen und Designs für Berater und Veränderungsmanager. Klett-Cotta, 8. Auflage, Stuttgart 2004.</p> <p>Kesner, Idalene F. and Fowler, Sally. When consultants and clients clash. Harvard Business Review. Nov. 1997, S. 22-38.</p> <p>Bourne, Lynda: Stakeholder Relationship Management, Gower Publishing Ltd. 2009.</p>
Links	

Unterrichtsprachen		
Dauer in Semestern	1 Semester	
Angebotsrhythmus Modul		
Aufnahmekapazität Modul	unbegrenzt	
Modullevel / module level	MM (Mastermodul / Master module)	
Modulart / typ of module	je nach Studiengang Pflicht oder Wahlpflicht	
Lehr-/Lernform / Teaching/Learning method	Seminar	
Vorkenntnisse / Previous knowledge		
Prüfung	Prüfungszeiten	Prüfungsform
Gesamtmodul	Hausarbeit	
Lehrveranstaltungsform	Seminar	
SWS	4.00	
Angebotsrhythmus	SoSe	
Workload Präsenzzeit	56 h	

mmc090 - Marketingberatung

Modulbezeichnung	Marketingberatung	
Modulcode	mmc090	
Kreditpunkte	6.0 KP	
Workload	180 h	
Verwendet in Studiengängen	<ul style="list-style-type: none"> • Master Management Consulting (Master) > Mastermodule 	
Ansprechpartner/-in	Modulverantwortung <ul style="list-style-type: none"> ◦ Thomas Breisig Prüfungsberechtigt ◦ Die im Modul Lehrenden 	
Teilnahmevoraussetzungen		
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden sind in der Lage, marketing- und vertriebsbezogene Problemstellungen eines Unternehmens zu analysieren, Lösungsvorschläge zu erarbeiten und zu priorisieren und die Implementierung zu begleiten.</p> <p>Können (instrumentale, systemische, kommunikative Kompetenz – Wissenserschließung):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können eine komplexe Problemstellung aus der Marketing- und / oder Vertriebspraxis analysieren • Sie können unter Berücksichtigung aller relevanten unternehmensinternen und –externen Einflussfaktoren eine methodisch fundierte Vorgehensweise zur Problemlösung definieren. • Sie können ein Beratungsprojekt im Bereich Marketing/ Vertrieb unter Berücksichtigung notwendiger Kommunikation mit dem Kunden durchführen und zum Abschluss bringen <p>Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung und Wissensvertiefung – Fachkompetenz):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können die notwendigen Marketing- und oder Vertriebswissen identifizieren, sich selbstständig erschließen und auf die Problemstellung des Projekts anwenden. • Sie erweitern ihre Kenntnisse und Fähigkeiten im Projektmanagement, insbesondere den Umgang mit kritischen Situationen. • Sie kennen die Besonderheiten der Marketing- und / oder Vertriebsberatung und können diese in Projekten berücksichtigen 	
Modulinhalte	Methodengestützte Bearbeitung eines praktischen Beratungsprojekts im Bereich Marketing und / oder Vertrieb überwiegend in selbstorganisierten und eigenverantwortlichen Teams. Vorgehensweise und Ergebnisse werden kontinuierlich mit dem Dozenten und Kunden diskutiert sowie dem Kunden mündlich und als Bericht schriftlich präsentiert.	
Literaturempfehlungen	Je nach Themenbereich deutsch- und englischsprachige Literatur auf Basis einschlägiger Lehrbücher und Fachartikel. Grundlegende Literatur umfasst z.B. Backhaus/ Schneider: Strategisches Marketing, Schäffer-Pöschel. Becker: Marketing-Konzeption, Vahlen. Hofbauer/ Hellwig: Professionelles Vertriebsmanagement. Publicis. Homburg/ Schäfer/ Schneider: Sales Excellence. Gabler.	
Links		
Unterrichtsprachen		
Dauer in Semestern	1 Semester	
Angebotsrhythmus Modul		
Aufnahmekapazität Modul	unbegrenzt	
Modullevel / module level	MM (Mastermodul / Master module)	
Modulart / typ of module	je nach Studiengang Pflicht oder Wahlpflicht	
Lehr-/Lernform / Teaching/Learning method	Seminar, Projektarbeit	
Vorkenntnisse / Previous knowledge		
Prüfung	Prüfungszeiten	Prüfungsform
Gesamtmodul		Projektbericht, Abschlusspräsentation
Lehrveranstaltungsform	Seminar	
SWS	2.00	
Angebotsrhythmus	SoSe und WiSe	
Workload Präsenzzeit	28 h	

mmc101 - Stufen des Beratungsprozesses

Modulbezeichnung	Stufen des Beratungsprozesses
Modulcode	mmc101
Kreditpunkte	6.0 KP
Workload	180 h
Verwendet in Studiengängen	<ul style="list-style-type: none"> • Master Management Consulting (Master) > Mastermodule
Ansprechpartner/-in	<p>Modulverantwortung</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ Thomas Breisig <p>Prüfungsberechtigt</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ Die im Modul Lehrenden
Teilnahmevoraussetzungen	
Kompetenzziele	<p>Die Studenten und Studentinnen können einen Beratungsprozess designen. Sie können eine Contractingphase gestalten und haben die wichtigsten Prinzipien für die Architektur von zielführenden Interventionen kennen gelernt.</p> <p>Können - instrumentelle und systemische Kompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie können einen Beratungsprozess aufbauen und die verschiedenen Stufen zielführend miteinander verknüpfen • Sie können Contractinggespräche führen und eine sinnvolle Problembeschreibung entwickeln • Sie können den Beratungsaufwand abschätzen und daraus ein Angebot ableiten • Sie können die erforderlichen Diagnoseinstrumente problemgerecht einsetzen • Sie können eine Steuerungslogik für einen Beratungsprozess aufbauen und Beratungsergebnisse evaluieren • Sie können im interaktiven Teamteaching ein Thema vor einer Gruppe vortragen <p>Wissen und Verstehen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie kennen die verschiedenen Spielarten von Beratungsprozessen und die damit verbundenen Beratungsphilosophien (Fach-, Methoden und Prozessberatung) • Sie kennen die wichtigsten Prinzipien einer klientenzentrierten Gesprächsführung und die wichtigsten Fallen im Contracting-Gespräch • Sie haben sich mit dem Grundaufbau eines Beratungskontrakts auseinandergesetzt und kennen Methoden der Aufwandsabschätzung und Klakulation • Sie haben einen Überblick über das Instrumentarium der Organisations- und Problemdiagnose • Sie kennen die unterschiedlichen Steuerungsphilosophien (Projekt- oder Liniensteuerung) und Beteiligungs- bzw. Kooperationsmodelle
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Struktur von Beratungsprozessen und die damit verbundenen Beratungsphilosophien • Ablauf eines Beratungsprozesses mit Contracting, Diagnose, Prozessdesign, Intervention und Evaluation mit den jeweiligen Instrumenten • Alle Stufen des Beratungsprozesses werden durchgehenden mit der interaktiven Fallstudie „Brennauers Problem“ bearbeitet – ein vollständiger Beratungsprozess wird dabei simuliert. Die einzelnen Episoden bauen aufeinander auf. Die Studenten und Studentinnen bearbeiten jeweils konkrete Fragestellung aus den Stufen des Beratungsprozesses als Hausaufgaben und präsentieren sie in der Folgeveranstaltung. • Grundlagen der Gesprächsführung im Beratungsprozess • Methoden der Klärung und Aushandlung von Erwartungen • Konflikte im Beratungsprozess, insbesondere in der Contractingphase
Literaturempfehlungen	<p>Birkner, St.: Eindeutiger beraten – Umgang mit Mehrdeutigkeit als Handlungsfeld in Beratungsinterventionen Hillebrand, M., Sonuc, E., Königswieser, R. (Hrsg.): Essenzen der systemischen Organisationsber – Konzepte, Kontexte und Kommentareatung König, E., Volmer, G.: Handbuch systemische Organisationsberatung Königswieser, R. Und Hillebrand, M.: Einführung in die systemische Organisationsberatung Königswieser, R., Sonuc, E., Gebhardt, J. (Hrsg.): Komplementärberatung – Das Zusammenspiel von Fach- und Prozeß-Know-how Krizanits, J.: Einführung in die Methoden der systemischen Organisationsberatung Mohe, M.: Klientenprofessionalisierung Mohe, M., Heinecke, H.J., Pfriem, R.: Consulting - Problemlösung als Geschäftsmodell, Theorie, Praxis, markt Niedereichholz, Chr. Unternehmensberatung Band 1 – Beratungsmarketing und Auftragsakquisition Niedereichholz, Chr. Unternehmensberatung Band 2 Auftragsdurchführung und Qualitätssicherung</p>
Links	
Unterrichtsprachen	
Dauer in Semestern	1 Semester
Angebotsrhythmus Modul	
Aufnahmekapazität Modul	unbegrenzt
Modullevel / module level	MM (Mastermodul / Master module)
Modulart / typ of module	je nach Studiengang Pflicht oder Wahlpflicht

Lehr-/Lernform / Teaching/Learning method	Seminar mit interaktiver Fallstudien, Planspielen und Analyseaufgaben	
Vorkenntnisse / Previous knowledge		
Prüfung	Prüfungszeiten	Prüfungsform
Gesamtmodul	Gruppenarbeit mit Teampräsentation	
Lehrveranstaltungsform	Vorlesung	
SWS	4.00	
Angebotsrhythmus	WiSe	
Workload Präsenzzeit	56 h	

mmc111 - Consulting-Geschäftsmodelle und Kommunikation

Modulbezeichnung	Consulting-Geschäftsmodelle und Kommunikation	
Modulcode	mmc111	
Kreditpunkte	6.0 KP	
Workload	180 h	
Verwendet in Studiengängen	<ul style="list-style-type: none"> • Master Management Consulting (Master) > Mastermodule 	
Ansprechpartner/-in	<p>Modulverantwortung</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ Thomas Breisig Prüfungsberechtigt ◦ Die im Modul Lehrenden 	
Teilnahmevoraussetzungen		
Kompetenzziele	<p>Die Studenten und Studentinnen können Geschäftsmodelle der Beratung kritisch analysieren und ihre Zukunftsfähigkeit beurteilen. Sie sind in der Lage neue Geschäftsmodelle für die Management Beratung zu entwickeln und eine entsprechende Marktkommunikation aufzubauen.</p> <p>Können - instrumentelle und systemische Kompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie können die Bedeutung und Logik von Geschäftsmodellen für die Beratung einschätzen und sie sind in der Lage Bedrohungen und Chancen für Geschäftsmodelle zu identifizieren. • Sie können die Ertragsmechanismen unterschiedlicher Geschäftsmodelle in der Management- Beratung beurteilen und GM-spezifische Risiken analysieren. • Sie sind in der Lage, mit Hilfe des 9-Felder-Canvas oder dem St. Galler Business-Navigator, eigenständig innovative Geschäftsmodelle für die Management-Beratung zu entwickeln. • Sie können die spezifische Marktkommunikation in der Management-Beratung einschätzen <p>Wissen und Verstehen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie kennen die verschiedenen Geschäftsmodelle in der Management-Beratung und sie haben Beratungsunternehmen, die typische Repräsentanten der unterschiedlichen GM sind, kritisch analysiert. • Sie kennen die wichtigsten Instrumente für die Analyse und den Aufbau von Geschäftsmodellen und haben sie anhand von Fallstudien erkundet. • Sie haben sich mit aktuellen Risikofaktoren auseinandergesetzt (Digitalisierung der Beratung, Plattform-Ökonomie in der Beratung, Konzentration auf die Big 10 etc.) • Sie kennen die Methoden der Marktkommunikation in der Beratung und sie können Kommunikationsstrategien entwickeln • Sie haben sich intensiv mit neuen Formen der Marktkommunikation auseinandergesetzt (Social Media Strukturen etc.) 	
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Logik und Struktur von Geschäftsmodellen • Abgrenzung Geschäftsmodell und Unternehmensstrategie • Landkarte der Geschäftsmodelle in der Beratung • Analyse konkreter Unternehmen – Eigene Recherchen und Fallstudien • Die unterschiedlichen Ansätze für die Beschreibung und Analyse von Geschäftsmodellen • Bauplan für neue Geschäftsmodelle • Instrumente der Marktkommunikation und Einschätzung, welche Instrumente für die Management-Beratung sinnvoll sind • Learning Journey Social Media 	
Literaturempfehlungen	<p>Gassmann, O. et al.: Geschäftsmodelle entwickeln: 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator</p> <p>Osterwalder, A. et al.: Business Model Innovation</p> <p>Mohe, M., Heinecke, H.J., Pfriem, R.: Consulting - Problemlösung als Geschäftsmodell, Theorie, Praxis, markt</p> <p>Schallmo, D.: Geschäftsmodell-Innovation: Grundlagen, bestehende Ansätze, methodisches Vorgehen und B2B Geschäftsmodelle</p> <p>Schallmo, D.: Digitale Transformation von Geschäftsmodellen</p>	
Links		
Unterrichtsprachen		
Dauer in Semestern	1 Semester	
Angebotsrhythmus Modul	halbjährlich	
Aufnahmekapazität Modul	unbegrenzt	
Modullevel / module level	MM (Mastermodul / Master module)	
Modulart / typ of module	je nach Studiengang Pflicht oder Wahlpflicht	
Lehr-/Lernform / Teaching/Learning method	Seminar mit Fallstudien, Planspielen und Analyseaufgaben	
Vorkenntnisse / Previous knowledge		
Prüfung	Prüfungszeiten	Prüfungsform

Prüfung	Prüfungszeiten	Prüfungsform
Gesamtmodul		Entwicklung und Ausgestaltung eines innovativen Geschäftsmodells für die Management- Beratung (in Gruppen)
Lehrveranstaltungsform	Seminar	
SWS	4.00	
Angebotsrhythmus	SoSe	
Workload Präsenzzeit	56 h	

mmc120 - Strategieberatung

Modulbezeichnung	Strategieberatung
Modulcode	mmc120
Kreditpunkte	6.0 KP
Workload	180 h
Verwendet in Studiengängen	<ul style="list-style-type: none"> • Master Management Consulting (Master) > Mastermodule
Ansprechpartner/-in	<p>Modulverantwortung</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ Thomas Breisig <p>Prüfungsberechtigt</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ Die im Modul Lehrenden
Teilnahmevoraussetzungen	
Kompetenzziele	<p>Die Studenten und Studentinnen können strategische Entwicklungsprozesse in Unternehmen gestalten und begleiten. Sie können die Instrumente der Strategieberatung fallbezogen anwenden und sind in der Lage strategische Fragestellungen zu analysieren, zu bewerten und problemfokussierte Interventionen zu entwickeln.</p> <p>Können - instrumentelle und systemische Kompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie können die strategische Ausgangssituation angemessen beschreiben, analysieren und den Beratungsbedarf identifizieren • Sie können Gespräche zur Klärung eines strategischen Beratungsauftrags führen • Sie sind in der Lage, einen Beratungsprozess für die Bearbeitung einer strategischen Fragestellung zu konzipieren • Sie können Instrumente der Strategieberatung zielführend und kontextbezogen einsetzen und ihre Eignung für die Problemsituation kritisch beurteilen <p>Wissen und Verstehen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie kennen die unterschiedlichen Strategieschulen und ihre Auswirkungen auf die Ansätze der Strategieberatung • Sie kennen die unterschiedlichen Fragestellungen mit denen Strategieberater konfrontiert werden • Sie haben einen Überblick über das Interventionsrepertoire der Strategieberatung; insbesondere kennen sie die Vor- und Nachteile der Standardwerkzeuge der Strategieberatung • Sie kennen die charakteristischen Fallen eines Strategieberatungsprozesses und sie wissen, wie man sich am besten davor schützen kann. • Sie kennen unterschiedliche Beratungsprozesse, mit denen strategische Fragestellungen bearbeitet werden können • Sie kennen Modelle mit denen strategisches Verhalten beschrieben werden kann und sie verfügen über eine Landkarte der typischen strategischen Denkhürden • Sie kennen die ethischen Implikationen der Strategieberatung und kennen die normativen Fallen dieser Beratungsaufgabe
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Übersicht über die Strategieschulen und strategischen Fragestellungen • Konzepte für die Beschreibungen von strategischen Verhaltensmustern und typischen strategischen Denkhürden • Beratungs-Fallbeispiele aus den Feldern: Vision- und Leitbildentwicklung, Review Unternehmensstrategie, Neuausrichtung eines Geschäftsbereichs, Review von Strategieprojekten – jeweils mit Unternehmensportrait, Auftragsklärungprozess, Beschreibung des Beratungsprozesses und den dabei entstandenen Schwierigkeiten. In den Fallbeispielen sind interaktive Elemente, Methodenerkundungen und Gruppenarbeiten eingebaut. • Planspiel Geschäftsmodellentwicklung
Literaturempfehlungen	<p>Gassmann, O. et al.: Geschäftsmodelle entwickeln: 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator</p> <p>Mintzberg, H. et al.: Strategy Safari: Der Wegweiser durch den Dschungel des strategischen Managements</p> <p>Mintzberg, H.: Die Strategische Planung: Aufstieg, Niedergang und Neubestimmung</p> <p>Nagel, R. und Wimmer, R.: Systemische Strategieentwicklung: Modelle und Instrumente für Berater und Entscheider</p> <p>Nagel, R.: Workbook zur systemischen Strategieentwicklung</p> <p>Osterwalder, A. et al.: Business Model Innovation</p> <p>Pfriem, R.: Unternehmensstrategien – ein kulturalistischer Zugang zum strategischen Management</p> <p>Porter, M.: Wettbewerbsstrategie: Methoden zur Analyse von Branchen und Konkurrent</p>
Links	
Unterrichtsprachen	
Dauer in Semestern	1 Semester
Angebotsrhythmus Modul	
Aufnahmekapazität Modul	unbegrenzt
Modullevel / module level	MM (Mastermodul / Master module)

Modulart / typ of module	je nach Studiengang Pflicht oder Wahlpflicht	
Lehr-/Lernform / Teaching/Learning method	Seminar mit Fallstudien und Planspielen	
Vorkenntnisse / Previous knowledge		
Prüfung	Prüfungszeiten	Prüfungsform
Gesamtmodul	Schriftl. Einzel-Ausarbeitung	
Lehrveranstaltungsform	Seminar	
SWS	4.00	
Angebotsrhythmus	SoSe und WiSe	
Workload Präsenzzeit	56 h	

mmc140 - Personalberatung

Modulbezeichnung	Personalberatung	
Modulcode	mmc140	
Kreditpunkte	6.0 KP	
Workload	180 h	
Verwendet in Studiengängen	<ul style="list-style-type: none"> • Master Management Consulting (Master) > Mastermodule 	
Ansprechpartner/-in	Modulverantwortung <ul style="list-style-type: none"> ◦ Thomas Breisig Prüfungsberechtigt ◦ Die im Modul Lehrenden 	
Teilnahmevoraussetzungen		
Kompetenzziele	Die Studierenden sind in der Lage, die Tätigkeiten eines Personalberaters am Beispiel eines konkreten Unternehmens anzuwenden. <p>Können (instrumentale, systematische, kommunikative Kompetenz – Wissenserschließung):</p> Die Studierenden können wissenschaftliche Definitionen verfassen. Sie können Personalberatungen von Personalvermittlungen abgrenzen. Sie sind in der Lage, ein Unternehmen bei ausgewählten Fragestellungen zu begleiten und fundiert zu beraten. Sie können konkrete Vorschläge zur Verbesserung im personalpolitischen Bereich des Unternehmens identifizieren und Konzepte für deren Implementierung erstellen. Sie können ihre Standpunkte gegenüber Unternehmern vertreten, konzeptionell begleiten und ggf. argumentativ durchsetzen. <p>Wissen und Verstehen (Wissenverarbeitung und Wissensvertiefung – Fachkompetenz):</p> Die Studierenden kennen den Einsatzbereich von Personalberatungen. Sie verstehen die unterschiedlichen Ansatzpunkte von Personalberatungen. Sie kennen die wesentliche Instrumente der Diagnostik. Sie verstehen den Einfluss von Unternehmenskultur auf die Mitarbeiterzufriedenheit.	
Modulinhalte	Zunächst werden Grundlagen der Tätigkeit von Personalberatungen aufgezeigt. Anhand von Mitarbeiterfluss- und Belohnungssystemen werden beispielhafte Anwendungsbereiche diskutiert (u. a. Diagnostik, Planung, Unternehmenskultur). Im zweiten Teil der Veranstaltung setzen die Studierenden ihre Kenntnisse in Kooperation mit einem Praxispartner um. Sie definieren mit einem oder mehreren Unternehmen deren Ziele der Personalarbeit, erarbeiten darauf basierend ein Konzept und geben abschließend Empfehlungen für deren Implementierung. Somit werden Aspekte einer Theorie-basierten Vorlesung mit konkreter Projektarbeit kombiniert.	
Literaturempfehlungen	Hillebrecht, Steffen; Peiniger, Anke-Andrea: Grundkurs Personalberatung, Springer Gabler, Wiesbaden Füchtner, Stephan; Wegerich, Thomas (Hrsg.): Das Handbuch der Personalberatung, Frankfurter Allgemeine Buch Dorozalla, Florian: Strategisches Personalmanagement und demografischer Wandel, Springer Gabler, Wiesbaden	
Links		
Unterrichtssprachen		
Dauer in Semestern	1 Semester	
Angebotsrhythmus Modul		
Aufnahmekapazität Modul	unbegrenzt	
Modullevel / module level	MM (Mastermodul / Master module)	
Modulart / typ of module	je nach Studiengang Pflicht oder Wahlpflicht	
Lehr-/Lernform / Teaching/Learning method	Vorlesung	
Vorkenntnisse / Previous knowledge		
Prüfung	Prüfungszeiten	Prüfungsform
Gesamtmodul		Kombination
Lehrveranstaltungsform	Seminar	
SWS	2.00	
Angebotsrhythmus	SoSe und WiSe	
Workload Präsenzzeit	28 h	

mmc151 - KMU-, Sanierungs- und Insolvenzberatung

Modulbezeichnung	KMU-, Sanierungs- und Insolvenzberatung
Modulcode	mmc151
Kreditpunkte	6.0 KP
Workload	180 h
Verwendet in Studiengängen	<ul style="list-style-type: none"> • Master Management Consulting (Master) > Mastermodule
Ansprechpartner/-in	<p>Modulverantwortung</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ Thomas Breisig Prüfungsberechtigt ◦ Die im Modul Lehrenden
Teilnahmevoraussetzungen	
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden sind in der Lage Unternehmenssanierungen und Insolvenzen beziehungsweise den Prozess der Krisenbewältigung und der Abwicklung mit externer Unterstützung aus der Sichtweise unterschiedlicher betroffener Stakeholdergruppen zu beurteilen.</p> <p>Können (instrumentale, systematische, kommunikative Kompetenz – Wissenserschließung):</p> <p>Die Studierenden können die Insolvenzantragsnotwendigkeit bei einem Unternehmen erkennen. Sie können die Beurteilung von externen Sanierungsgutachten vornehmen. Sie erlernen den Sanierungsprozess anhand kritischer Meilensteine überwachen. Sie können den Insolvenzablauf mit den wichtigen Schritten kontrollieren. Sie kennen wichtige Stakeholdergruppen und können mit diesen sachgerecht kommunizieren und mit Fachvertretern diskutieren. Sie können Instrumente in Bezug auf ihre Eignung in einem spezifischen Kontext kritisch beurteilen. Wissen und Verstehen (Wissenverarbeitung und Wissensvertiefung – Fachkompetenz):</p> <p>Die Studierenden kennen den Prozess der Krisenbewältigung mit externer Unterstützung. Sie verstehen den Sanierungsprozess ganzheitlich. Sie kennen die Abläufe in einem Insolvenzverfahren. Sie kennen den Stand der Fachliteratur und Forschung. Sie sind in der Lage wichtige Finanzinstrumente und Sanierungstools zu beurteilen. Sie kennen die wichtigen am Sanierungs- und Insolvenzprozess beteiligten Stakeholdergruppen. Sie kennen den rechtlichen und den wirtschaftlichen Hintergrund bei der Begleitung von Sanierungen und Insolvenzen.</p>
Modulinhalte	<p>Als Theoriegrundlagen werden der Agency-Ansatz und das Stakeholder-Modell verwendet. In der Veranstaltung werden Instrumente aus der Finanzierung, dem Marketing, der Bilanzierung, der Organisation, dem Controlling und dem Steuerrecht aufgegriffen, um die Sanierungsfähigkeit eines Unternehmens zu prüfen, die Sanierung einzuleiten, den Sanierungsprozess zu überwachen und den Sanierungserfolg zu sichern. Im Vordergrund steht die Betrachtung der finanzwirtschaftlichen Komponente. Die Veranstaltung wird begleitet durch eine Vielzahl von Praxisfallstudien. Im Bereich der Insolvenz wird auf den Ablauf des Insolvenzverfahrens und Sanierungsalternativen über ein Schutzschirmverfahren, eine übertragende Sanierung und ein Insolvenzplanverfahren eingegangen. Auch Neuerungen wie das Konzerninsolvenzrecht, der NPL-Rahmen und das geplante außergerichtliche Sanierungsverfahren werden betrachtet.</p>
Literaturempfehlungen	<p>Portisch: Sanierung und Insolvenz aus Bankensicht Cranshaw: Bankenkommmentar zum Insolvenzrecht Crone/Werner: Modernes Sanierungsmanagement Wimmer et al.: Handbuch des Fachanwalts Insolvenzrecht</p>
Links	
Unterrichtsprachen	
Dauer in Semestern	1 Semester
Angebotsrhythmus Modul	halbjährlich
Aufnahmekapazität Modul	unbegrenzt
Modullevel / module level	MM (Mastermodul / Master module)
Modulart / typ of module	je nach Studiengang Pflicht oder Wahlpflicht
Lehr-/Lernform / Teaching/Learning method	Seminar
Vorkenntnisse / Previous knowledge	

Prüfung	Prüfungszeiten	Prüfungsform
Gesamtmodul		Klausur
Lehrveranstaltungsform	Seminar	
SWS	2.00	
Angebotsrhythmus	SoSe und WiSe	
Workload Präsenzzeit	28 h	

mmc171 - Business Process Reengineering Beratung

Modulbezeichnung	Business Process Reengineering Beratung	
Modulcode	mmc171	
Kreditpunkte	6.0 KP	
Workload	180 h	
Verwendet in Studiengängen	<ul style="list-style-type: none"> • Master Management Consulting (Master) > Mastermodule 	
Ansprechpartner/-in	Modulverantwortung <ul style="list-style-type: none"> ◦ Thomas Breisig Prüfungsberechtigt ◦ Die im Modul Lehrenden 	
Teilnahmevoraussetzungen		
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden sind in der Lage, operative und strategische Beratungsprojekte (BPREM-B) aus dem Feld der Geschäftsprozesse in Verbindung mit Qualitätsmanagement (BPREM-QS) effizient für über- und innerbetriebliche Unternehmensbereiche zu bearbeiten, um damit Change-Projekte für eine gezielte Entwicklung des Klienten bzw. des Unternehmens entsprechend einem idealen Unternehmensmodell zu leisten.</p> <p>Können (instrumentale, systemische, kommunikative Kompetenz – Wissenserschließung): Die Studierenden beherrschen die Grundsätze der Unternehmens-/Geschäftsprozessmodellierung und der Workflowgestaltung/-modellierung sowohl in ihrer funktionalen, datenorientierten, abteilungsbezogenen und produkt-bezogenen Sicht.</p> <p>Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung und Wissensvertiefung – Fachkompetenz): Schwerpunktbezogen sind sie in der Lage, Change-Prozesse in ein Meta-Modell zu fassen und dieses anlassbezogen über Analyse-, Optimierungs- oder Re-Engineering Schritte zu begleiten. Damit können die Herausforderungen aus Change-Prozessen möglichst effizient und vollständig begegnen. Für BPREM-QS kommen Methoden der Statistik und des Qualitätsmanagements als Anwendung in Frage</p>	
Modulinhalte	<p>Die Veranstaltung gliedert sich in</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Beratungs-Branche für BPM und QM: Entwicklung, Abgrenzung, Rahmen, Bausteine und Methoden 2) Ausgewählte IT-Strategien zur Unterstützung der Geschäftsprozesse 3) Standard-Prozess-Modelle und -Beschreibungen 4) Ableitung und Identifizierung strategischer Geschäftsprozesse 5) Prozessdokumentation und -modellierung 6) Vorgehens-Management von BPM-Beratungsprojekten und Optimierung industrieller Geschäftsprozesse 7) Operative Prozess-kontrolle/-steuerung im Zusammenhang mit Qualitätsmanagement CSCW-Ansatz (Computer- Supported- Cooperative- Work) <p>Begleitend werden gängige Tools wie ARIS (Architektur integrierter Informationssysteme), SIGNAVIO, Eyd und Lotus-Notes zur Unterstützung und Messung von Geschäftsprozessen sowie des QM praxisnah behandelt und erprobt.</p>	
Literaturempfehlungen	<p>Glasl, Kalcher, Piber (Hsg.), Professionelle P-Beratung, 2. überarbeitete Auflage, Bern, Stuttgart, Wien 2008 August-Wilhelm Scheer, Wirtschaftsinformatik Studienausgabe: Referenzmodelle für industrielle Geschäftsprozesse, Saarbrücken, 2013, Qualitätsmanagement : Kompaktes Wissen, Konkrete Umsetzung, Praktische Arbeitshilfen / Georg Emil Weidner. - 2. überarbeitete Auflage. [Online-Ausg.]. - München : Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG, 2017</p>	
Links		
Unterrichtsprachen		
Dauer in Semestern	1 Semester	
Angebotsrhythmus Modul	halbjährlich	
Aufnahmekapazität Modul	unbegrenzt	
Modullevel / module level	MM (Mastermodul / Master module)	
Modulart / typ of module	je nach Studiengang Pflicht oder Wahlpflicht	
Lehr-/Lernform / Teaching/Learning method	Vorlesung, Übung am Rechner, Übung in Gruppenarbeit	
Vorkenntnisse / Previous knowledge		
Prüfung	Prüfungszeiten	Prüfungsform
Gesamtmodul	Kombination von Hausarbeit und Präsentation in Teams	
Lehrveranstaltungsform	Seminar	
SWS	2.00	
Angebotsrhythmus	SoSe und WiSe	

mmc180 - Externes Modul I

Modulbezeichnung	Externes Modul I	
Modulcode	mmc180	
Kreditpunkte	6.0 KP	
Workload	180 h	
Verwendet in Studiengängen	<ul style="list-style-type: none"> • Master Management Consulting (Master) > Mastermodule 	
Ansprechpartner/-in	Modulverantwortung <ul style="list-style-type: none"> ◦ Thomas Breisig Prüfungsberechtigt ◦ Die im Modul Lehrenden 	
Teilnahmevoraussetzungen		
Kompetenzziele		
Modulinhalte		
Literaturempfehlungen		
Links		
Unterrichtsprachen		
Dauer in Semestern	1 Semester	
Angebotsrhythmus Modul		
Aufnahmekapazität Modul	unbegrenzt	
Hinweise	Dieses Modul dient lediglich als Platzhalter im Curriculum. Es kann ein Modul aus dem Professionalisierungsbereich der Universität Oldenburg oder eines Mastermoduls der Universität Oldenburg und Hochschule Emden/Leer gewählt werden.	
Modullevel / module level	---	
Modulart / typ of module	je nach Studiengang Pflicht oder Wahlpflicht	
Lehr-/Lernform / Teaching/Learning method		
Vorkenntnisse / Previous knowledge		
Prüfung	Prüfungszeiten	Prüfungsform
Gesamtmodul		KL
Lehrveranstaltungsform	Seminar	
SWS	2.00	
Angebotsrhythmus	SoSe und WiSe	
Workload Präsenzzeit	28 h	

mmc181 - Externes Modul II

Modulbezeichnung	Externes Modul II	
Modulcode	mmc181	
Kreditpunkte	6.0 KP	
Workload	180 h	
Verwendet in Studiengängen	<ul style="list-style-type: none"> • Master Management Consulting (Master) > Mastermodule 	
Ansprechpartner/-in	Modulverantwortung <ul style="list-style-type: none"> ◦ Thomas Breisig Prüfungsberechtigt ◦ Die im Modul Lehrenden 	
Teilnahmevoraussetzungen		
Kompetenzziele		
Modulinhalte		
Literaturempfehlungen		
Links		
Unterrichtsprachen		
Dauer in Semestern	1 Semester	
Angebotsrhythmus Modul	halbjährlich	
Aufnahmekapazität Modul	unbegrenzt	
Hinweise	Dieses Modul dient lediglich als Platzhalter im Curriculum. Es kann ein Modul aus dem Professionalisierungsbereich der Universität Oldenburg oder eines Mastermoduls der Universität Oldenburg und Hochschule Emden/Leer gewählt werden.	
Modullevel / module level	---	
Modulart / typ of module	je nach Studiengang Pflicht oder Wahlpflicht	
Lehr-/Lernform / Teaching/Learning method		
Vorkenntnisse / Previous knowledge		
Prüfung	Prüfungszeiten	Prüfungsform
Gesamtmodul		KL
Lehrveranstaltungsform	Seminar	
SWS	2.00	
Angebotsrhythmus	SoSe und WiSe	
Workload Präsenzzeit	28 h	

mmc190 - Unternehmensplanspiel

Modulbezeichnung	Unternehmensplanspiel	
Modulcode	mmc190	
Kreditpunkte	6.0 KP	
Workload	180 h	
Verwendet in Studiengängen	<ul style="list-style-type: none"> • Master Management Consulting (Master) > Mastermodule 	
Ansprechpartner/-in	Modulverantwortung <ul style="list-style-type: none"> ◦ Thomas Breisig Prüfungsberechtigt <ul style="list-style-type: none"> ◦ Die im Modul Lehrenden 	
Teilnahmevoraussetzungen	keine	
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden können nach dem erfolgreichen Besuch dieser Veranstaltung in einem komplexen Umfeld strategisch planen, analysieren, entscheiden und kontrollieren. Sie können darüber hinaus zielgruppengerecht kommunizieren. Sie können ihre Team- und Konfliktfähigkeit reflektieren und verbessern sowie im Selbstmanagement Strategien zum Umgang mit Komplexität entwickeln und anwenden.</p> <p>Können (instrumentale, systematische, kommunikative Kompetenz – Wissenserschließung):</p> <p>Die Teilnehmer können die grundlegenden Instrumente des Marketings, des Kostenmanagements und der kennzahlengestützten Unternehmensführung analysieren, auf ihre Eignung in konkreten Problemsituationen beurteilen und zur Lösung der Problemsituation heranziehen. Sie entwickeln Ziele, Strategien und operative Planungen. Sie entscheiden in realen Problemsituationen durch Anwendung von Entscheidungsrechnungen und können diese analysieren und bewerten.</p>	
Modulinhalte	<p>Im Rahmen des Unternehmensplanspiels „Topsim – Going Global“ werden die Studierenden in die Lage von Vorstandsmitgliedern versetzt, die in einem dynamischen Marktumfeld komplexe Entscheidungen zu weitgehend sämtlichen betrieblichen Handlungsfeldern treffen müssen. Dabei werden ausgewählte betriebswirtschaftliche Themen inhaltlich vertieft (Strategisches Marketing, Einsatz des Marketing-Mix, Kosten- und Erfolgsrechnung, Wirtschaftlichkeitsrechnung / Investition, Werteorientiertes Management, Unternehmensplanung). Der Schwerpunkt der Veranstaltung liegt in der Anwendung von Kenntnissen und Methoden sowie der Vermittlung von Kompetenzen, die dazu befähigen, in einem Team unter hohem Zeitdruck zu rationalen Entscheidungen zu gelangen. Dem Planspiel liegt ein fiktives Unternehmen zugrunde, das als klassisches Mittelstandsunternehmen angesehen werden kann.</p>	
Literaturempfehlungen	Müller-Stewens, G./Lechner, C.: Strategisches Management Coenenberg, A. (Hrsg.): Kostenrechnung und Kostenanalyse Deimel /Heupel /Wiltinger: Controlling Baum, H.-G.; Coenenberg, A.; Günther, T.: Strategisches Controlling Weber, J.: Das Advanced Controlling Handbuch Gundel, J.; Zumseil, P.: Der Aufsichtsrat im System der Corporate Governance	
Links		
Unterrichtsprachen		
Dauer in Semestern	1 Semester	
Angebotsrhythmus Modul		
Aufnahmekapazität Modul	unbegrenzt	
Modullevel / module level	---	
Modulart / typ of module	Wahlpflicht / Elective	
Lehr-/Lernform / Teaching/Learning method		
Vorkenntnisse / Previous knowledge		
Prüfung	Prüfungszeiten	Prüfungsform
Gesamtmodul	Hausarbeit mit Präsentation	
Lehrveranstaltungsform	Seminar	
SWS	2.00	
Angebotsrhythmus	WiSe	
Workload Präsenzzeit	28 h	

mmc201 - Beratungsprojekt I

Modulbezeichnung	Beratungsprojekt I	
Modulcode	mmc201	
Kreditpunkte	6.0 KP	
Workload	180 h	
Verwendet in Studiengängen	<ul style="list-style-type: none"> • Master Management Consulting (Master) > Mastermodule 	
Ansprechpartner/-in	Modulverantwortung <ul style="list-style-type: none"> ◦ Thomas Breisig Prüfungsberechtigt ◦ Die im Modul Lehrenden 	
Teilnahmevoraussetzungen		
Kompetenzziele	<p>Das Modul Beratungsprojekt versetzt die Studierenden in die Lage, konkrete praktische Beratungsprojekte zu analysieren, zu planen und die erlernten unterschiedlichen Beratungstechniken, -methoden und -modelle sinnvoll und effizient einzusetzen.</p> <p>Können (instrumentale, systematische, kommunikative Kompetenz – Wissenserschließung):</p> <p>Die Studierenden können die Ausgangssituation in konkreten Beratungsprojekten umfassend analysieren. Sie können Alternativen in der Vorgehensweise/Strategie entwickeln und bewerten. Sie können Beratungstechniken und -modelle zielgerichtet auswählen, und konzeptionell skizzieren. Sie können Primärerhebungen im Projekt durchführen, auswerten und daraus abgeleitet geeignete Maßnahmen erarbeiten. Sie können die Ergebnisse sachgerecht kommunizieren und mit Fachvertretern diskutieren.</p> <p>Wissen und Verstehen (Wissenverarbeitung und Wissensvertiefung – Fachkompetenz):</p> <p>Die Studierenden kennen die standardisierten und bewährten Vorgehensmodelle in Beratungsprojekten. Sie kennen ein umfangreiches analytisches und strategisches Instrumentarium. Sie kennen unterschiedliche Beratungstechniken und -modelle. Sie kennen den Status quo der Forschung und die hierzu veröffentlichte Fachliteratur. Sie wissen wie man Konzepte erfolgreich vor einem Auditorium präsentiert und fachlich verteidigt. Sie kennen den rechtlichen und den wirtschaftlichen Hintergrund bei der Begleitung von Sanierungen und Insolvenzen.</p>	
Modulinhalte	Die Inhalte des Moduls orientieren sich an standardisierten und bewährten Vorgehensmodellen in Beratungsprojekten. Hierbei werden besonders die Hauptbestandteile Projektakquise (Problemanalyse, Forschungs- und Beratungsdesign) die konzeptionelle Zusammenführung von Ressourcen und Beratungsfragestellung, das allgemeine wie spezielle Projektmanagement (Ressourcenplanung und Steuerung, Teambuilding und Moderation) sowie das Literaturstudiums von angewandten Methoden/ Techniken und der projektspezifischen Sekundäranalyse vermittelt. Den Schwerpunkt bildet hier die anwendungsorientierte Durchführung des Beratungsprojektes im Rahmen von Primärerhebungen, Auswertungen und der Erstellung eines Maßnahmenkataloges	
Literaturempfehlungen	Krause, D./ Eyerer, P. (Hrsg) TheoPrax - Projektarbeit mit Ernstcharakter, Karlsruhe	
Links		
Unterrichtsprachen		
Dauer in Semestern	1 Semester	
Angebotsrhythmus Modul	halbjährlich	
Aufnahmekapazität Modul	unbegrenzt	
Modullevel / module level	MM (Mastermodul / Master module)	
Modulart / typ of module	je nach Studiengang Pflicht oder Wahlpflicht	
Lehr-/Lernform / Teaching/Learning method	Projekt	
Vorkenntnisse / Previous knowledge		
Prüfung	Prüfungszeiten	Prüfungsform
Gesamtmodul		Projekt
Lehrveranstaltungsform	Seminar	
SWS	2.00	
Angebotsrhythmus	SoSe	
Workload Präsenzzeit	28 h	

mmc202 - Beratungsprojekt II

Modulbezeichnung	Beratungsprojekt II	
Modulcode	mmc202	
Kreditpunkte	6.0 KP	
Workload	180 h	
Verwendet in Studiengängen	<ul style="list-style-type: none"> • Master Management Consulting (Master) > Mastermodule 	
Ansprechpartner/-in	Modulverantwortung <ul style="list-style-type: none"> ◦ Thomas Breisig Prüfungsberechtigt <ul style="list-style-type: none"> ◦ Die im Modul Lehrenden 	
Teilnahmevoraussetzungen		
Kompetenzziele	<p>Das Modul Beratungsprojekt versetzt die Studierenden in die Lage, konkrete praktische Beratungsprojekte zu analysieren, zu planen und die erlernten unterschiedlichen Beratungstechniken, -methoden und -modelle sinnvoll und effizient einzusetzen.</p> <p>Können (instrumentale, systematische, kommunikative Kompetenz – Wissenserschließung):</p> <p>Die Studierenden können die Ausgangssituation in konkreten Beratungsprojekten umfassend analysieren. Sie können Alternativen in der Vorgehensweise/Strategie entwickeln und bewerten. Sie können Beratungstechniken und -modelle zielgerichtet auswählen, und konzeptionell skizzieren. Sie können Primärerhebungen im Projekt durchführen, auswerten und daraus abgeleitet geeignete Maßnahmen erarbeiten. Sie können die Ergebnisse sachgerecht kommunizieren und mit Fachvertretern diskutieren.</p> <p>Wissen und Verstehen (Wissenverarbeitung und Wissensvertiefung – Fachkompetenz):</p> <p>Die Studierenden kennen die standardisierten und bewährten Vorgehensmodelle in Beratungsprojekten. Sie kennen ein umfangreiches analytisches und strategisches Instrumentarium. Sie kennen unterschiedliche Beratungstechniken und -modelle. Sie kennen den Status quo der Forschung und die hierzu veröffentlichte Fachliteratur. Sie wissen wie man Konzepte erfolgreich vor einem Auditorium präsentiert und fachlich verteidigt. Sie kennen den rechtlichen und den wirtschaftlichen Hintergrund bei der Begleitung von Sanierungen und Insolvenzen.</p>	
Modulinhalte	Die Inhalte des Moduls orientieren sich an standardisierten und bewährten Vorgehensmodellen in Beratungsprojekten. Hierbei werden besonders die Hauptbestandteile Projektakquise (Problemanalyse, Forschungs- und Beratungsdesign) die konzeptionelle Zusammenführung von Ressourcen und Beratungsfragestellung, das allgemeine wie spezielle Projektmanagement (Ressourcenplanung und Steuerung, Teambuilding und Moderation) sowie das Literaturstudiums von angewandten Methoden/ Techniken und der projektspezifischen Sekundäranalyse vermittelt. Den Schwerpunkt bildet hier die anwendungsorientierte Durchführung des Beratungsprojektes im Rahmen von Primärerhebungen, Auswertungen und der Erstellung eines Maßnahmenkataloges	
Literaturempfehlungen	Krause, D./ Eyerer, P. (Hrsg) TheoPrax - Projektarbeit mit Ernstcharakter, Karlsruhe	
Links		
Unterrichtsprachen		
Dauer in Semestern	1 Semester	
Angebotsrhythmus Modul		
Aufnahmekapazität Modul	unbegrenzt	
Modullevel / module level	MM (Mastermodul / Master module)	
Modulart / typ of module	je nach Studiengang Pflicht oder Wahlpflicht	
Lehr-/Lernform / Teaching/Learning method	Projekt	
Vorkenntnisse / Previous knowledge		
Prüfung	Prüfungszeiten	Prüfungsform
Gesamtmodul		Projekt
Lehrveranstaltungsform	Seminar	
SWS	2.00	
Angebotsrhythmus	SoSe	
Workload Präsenzzeit	28 h	

mmc220 - Coaching und Konfliktmanagement

Modulbezeichnung	Coaching und Konfliktmanagement
Modulcode	mmc220
Kreditpunkte	6.0 KP
Workload	180 h (26 h Präsenzzeit 154 h Einzelstudienzeit)
Verwendet in Studiengängen	<ul style="list-style-type: none"> • Master Management Consulting (Master) > Mastermodule
Ansprechpartner/-in	Modulverantwortung <ul style="list-style-type: none"> ◦ Thomas Breisig Prüfungsberechtigt ◦ Die im Modul Lehrenden
Teilnahmevoraussetzungen	
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden sind in der Lage, die Prozessdynamik in Beratungssituationen wie Coaching und Mediation als Konfliktregelungs-, Konfliktlösungs- sowie Entwicklungsverfahren für das berufliche Tätigkeitsfeld der Unternehmensberatung zu reflektieren und die verschiedenen Beratungsformate zu unterscheiden.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können Ansätze zur Veränderung von Rollenverhalten von Personen sowie der professionellen Konfliktregelung in organisationalen Kontexten entwickeln und beurteilen. • Die Studierenden können den professionellen Umgang mit Inhalts- und Beziehungsebenen, Ziel- und Prozessebenen sowie die Interaktionen zwischen Personen in Beratungsprozessen und deren Bedeutung verstehen und für den Kontext der Unternehmensberatung diskutieren. • Die Studierenden kennen durch eine sowohl theoretische als auch praktische Auseinandersetzung im Rahmen selbst entwickelter, kleiner Coaching- und Konfliktlösungsprojekte Studierenden die Beratungsverfahren Mediation und Coaching in ihren Grundzügen. • Die Studierenden können die Beratungsverfahren Mediation und Coaching kritisch reflektieren sowie im Kontext des Seminars ggf. anwenden.
Modulinhalte	<p>Als Grundlage werden die Verfahren des Coachings und der Mediation in Verbindung mit einem psychodynamisch-systemischen Modell, welches personale und organisationsbezogene Interaktions- und Kommunikationsprozesse sowohl kontextspezifisch als auch personenbezogen berücksichtigt, exploriert und mittels fachspezifischer Grundlagen anhand mehrerer Fallbeispiele verdeutlicht und diskutiert. Die Studierenden werden eigenständig die für sie selbst im Kontext der Thematik des Moduls stehenden bedeutsamen Themen und Fragestellungen bearbeiten, die das Feld der entwicklungsfördernden und lösungsorientierten Gesprächsführung und Konfliktregelung betreffen. Im Veranstaltungsverlauf des Moduls werden diese in Projektgruppen präsentiert sowie interaktiv mit den Kommiliton_innen zur Entwicklung auch erfahrbarer neuer Erkenntnisse reflektiert.</p>
Literaturempfehlungen	<p>Rieforth, Joseph; Beermann-Kassner, Astrid (2017): Selbsterfahrung und Supervision. Zwei Königswege zur Entwicklung professioneller Identität. In: Konflikt Dynamik. Verhandeln, Vermitteln und Führen in Organisationen 6 (2), S. 104–113.</p> <p>Rieforth, Joseph (2015): Die aktuelle Situation der Mediation. In: Kontext 4, S. 412–421.</p> <p>Rieforth, Joseph; Graf, Gabriele (Hg.) (2014): Tiefenpsychologie trifft Systemtherapie. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.</p> <p>Rieforth, Joseph (2012): Prozessgestaltung bei Veränderungen in Organisationen. Das Neun-Felder-Modell als reflexiver Raum für neue Entwicklungen. In: Konflikt Dynamik 1 (4), S. 328–339.</p> <p>Schiersmann, Christiane; Thiel, Heinz-Ulrich (2009): Organisationsentwicklung. Prinzipien und Strategien von Veränderungsprozessen. 1. Aufl. Wiesbaden: VS, Verl. für Sozialwiss (Lehrbuch).</p> <p>Schreyögg, B. (2014). Emotionen im Coaching: Kommunikative Muster der Beratungsinteraktion. Berlin: Springer.</p> <p>Trenczek T.; Berning, D.; Lenz C. (2013) (Hrsg.): Handbuch Mediation und Konfliktmanagement. Nomos, Baden-Baden .</p> <p>Turck, Daniela; Faerber, Yvonne; Zielke, Christian (2007): Coaching als Instrument der Personal- und Organisationsentwicklung. Stuttgart: Kohlhammer ([W:]).</p>
Links	
Unterrichtsprachen	
Dauer in Semestern	1 Semester
Angebotsrhythmus Modul	
Aufnahmekapazität Modul	unbegrenzt
Modullevel / module level	MM (Mastermodul / Master module)

Modulart / typ of module	je nach Studiengang Pflicht oder Wahlpflicht	
Lehr-/Lernform / Teaching/Learning method	Blockseminar Methoden- und Anwendungsorientierung	
Vorkenntnisse / Previous knowledge		
Prüfung	Prüfungszeiten	Prüfungsform
Gesamtmodul	Referat (Gruppenleistung) und Ausarbeitung (Einzelleistung)	
Lehrveranstaltungsform	Vorlesung	
SWS	2.00	
Angebotsrhythmus	WiSe	
Workload Präsenzzeit	28 h	

mmc230 - Supervision

Modulbezeichnung	Supervision
Modulcode	mmc230
Kreditpunkte	6.0 KP
Workload	180 h (180h Kontakt: 56 Selbst: 124)
Verwendet in Studiengängen	<ul style="list-style-type: none"> • Master Management Consulting (Master) > Mastermodule
Ansprechpartner/-in	Modulverantwortung <ul style="list-style-type: none"> ◦ Thomas Breisig Prüfungsberechtigt ◦ Die im Modul Lehrenden
Teilnahmevoraussetzungen	Masterstudiengang Management Consulting
Kompetenzziele	Die Studierenden sind in der Lage ihr eigenes Denken und Handeln, im Kontext einer späteren beruflichen Tätigkeit als UnternehmensberaterIn, sowie in Bezug auf wissenschaftliches Arbeiten, zu reflektieren und weiterzuentwickeln. <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können das eigene Studienverhalten reflektieren. • Die Studierenden können den eigenen Kompetenzerwerb reflektieren. • Die Studierenden können eigene Stärken und Schwächen analysieren. • Die Studierenden können Grundlagen guter wissenschaftlicher Praxis anwenden. • Die Studierenden können problembezogene Fragestellungen aus der Fachrichtung Unternehmensberatung selbständig auf wissenschaftlicher Basis behandeln. • Die Studierenden können die eigene Person in Bezug auf ihr Denken und Handeln reflektieren. • Die Studierenden kennen die Definition, Methoden und Hintergründe der Supervision. • Die Studierenden kennen Methoden zur Analyse des eigenen Handelns. • Die Studierenden kennen die Grundlagen und Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens und können eigenständig wissenschaftliche Projekte durchführen.
Modulinhalte	Die Studierenden lernen innerhalb des Moduls Theorien und Methoden bezüglich der Supervision. Der theoretische Input dient hierbei als Grundlage. Durch begleitende Aufgaben innerhalb des Portfolios lernen die Studierenden das eigene Denken und Handeln zu reflektieren. Die Methoden aus dem Bereich der Supervision werden auf den eigenen Lernprozess angewendet um einen Transfer auf die spätere berufliche Tätigkeit als UnternehmensberaterIn zu ermöglichen. <p>In den Veranstaltungen werden Themen, wie die Identifizierung eines geeigneten Themas, einer Problemstellung und einer Forschungsfrage aus einem Teilbereich der Wirtschaftswissenschaften und die Darstellung deren Relevanz, forschungsrelevante Kompetenzen wie die Befähigung zur Literaturrecherche und Bewertung der Literatur, sowie Kompetenzen zur Erhebung und Analyse und Interpretation von Daten und Literatur und Möglichkeiten zur Präsentation und Verschriftlichung der Ergebnisse thematisiert und angewandt. Die Studierenden erschließen sich im Zuge dessen ihren gewählten thematischen Kontext selbst, entwickeln eine für das betreffende Thema relevante Forschungsfrage und wenden adäquate Strategien und Methoden zur Beantwortung und Ausarbeitung ebendieser an. Durch die Erarbeitung von Zusammenhängen von Theorie, Forschung und ggf. Praxis erlangen sie einen erweiterten Überblick über das jeweilige Schwerpunktthema. Zudem sollen durch die eigenständige und selbstverantwortliche Bearbeitung von Aufgaben in Kleingruppen Schlüsselkompetenzen in Projektmanagement, Teamarbeit und Kommunikation erworben werden. Durch die abschließende Reflexion und Dokumentation des wissenschaftlichen Vorgehens bzw. des gesamten Forschungsprozesses am Schluss der inhaltlichen Ausarbeitung werden sie zudem in die Lage versetzt, die eigenen Stärken und Schwächen im Arbeits- und Lernprozess zu reflektieren und ihre wissenschaftlichen Kompetenzen zu entwickeln.</p> <p>Im vierten Semester wird dieses Modul parallel zur Masterthesis absolviert. Die oder der Studierende hat auf der Grundlage einer Auseinandersetzung mit der Masterthesis nachzuweisen und in dem Modul zu erläutern, dass er oder sie in der Lage ist, problembezogenen Fragestellungen aus der Fachrichtung des Studiengangs selbständig aus wissenschaftlicher Grundlage zu behandeln und die Arbeitsergebnisse in einem Fachgespräch zu vertiefen.</p>
Literaturempfehlungen	Bortz, J./Döring, N. (2015): Forschungsmethoden und Evaluation für Human und Sozialwissenschaftler, 4. Aufl., Heidelberg: Springer. Brink, A. (2013): Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten. Ein prozessorientierter Leitfadens zur Erstellung von Bachelor-, Master- und Diplomarbeiten, 4. Aufl., Wiesbaden: Gabler. Dornik, D./ Rubens-Laarmann, A. (2016): Wissenschaftliches Arbeiten

Carl von Ossietzky Universität Oldenburg.

Flick, U. (2011). Triangulation. Eine Einführung (3. Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Kornmeier, M. (2011): Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht – für Bachelor, Master und Dissertation, 4. Aufl., Bern: Haupt.

Mayring , P. (2016): Einführung in die qualitative Sozialforschung : eine Anleitung zu qualitativem Denken / Weinheim ; Basel : Beltz.

Weber, D. (2015): Wissenschaftlich Arbeiten für Wirtschaftswissenschaftler. Untersuchungen planen, durchführen und auswerten, Weinheim: Wiley.

Links		
Unterrichtsprachen		
Dauer in Semestern	1 Semester	
Angebotsrhythmus Modul		
Aufnahmekapazität Modul	unbegrenzt	
Modullevel / module level	MM (Mastermodul / Master module)	
Modulart / typ of module	je nach Studiengang Pflicht oder Wahlpflicht	
Lehr-/Lernform / Teaching/Learning method	Seminar	
Vorkenntnisse / Previous knowledge		
Prüfung	Prüfungszeiten	Prüfungsform
Gesamtmodul	Portfolio	
Lehrveranstaltungsform	Seminar	
SWS	4.00	
Angebotsrhythmus	SoSe	
Workload Präsenzzeit	56 h	

mmc240 - Corporate Finance in a GlobalWorld: Challenges and Opportunities (englische Sprache)

Modulbezeichnung	Corporate Finance in a GlobalWorld: Challenges and Opportunities (englische Sprache)	
Modulcode	mmc240	
Kreditpunkte	6.0 KP	
Workload	180 h (180h Gesamt 42h Kontakt)	
Verwendet in Studiengängen	• Master Management Consulting (Master) > Mastermodule	
Ansprechpartner/-in		
Weitere verantwortliche Personen	Prof. Dr. Annika Wolf	
Teilnahmevoraussetzungen	Basic understanding of financial concepts is beneficial	
Kompetenzziele	<p>Financial markets around the world have become more accessible than ever before. And yet every country is different, with its own set of financial, accounting, legal and fiscal systems, and its own cultural norms, so the question arise whether we can use the same corporate finance concepts when we cross borders. This course introduces students to corporate financial decision making in an international context.</p> <p>Students will</p> <ul style="list-style-type: none"> - study the most important financial decisions the corporations make: capital structure, risk management, capital raising, mergers and acquisitions. - learn about the legal framework of the firm as well as more technical aspects of valuation and risk management techniques. - examine real decisions made in India, Russia, Venezuela, Japan, Vietnam, and China. - differentiate between the challenges and opportunities in a global setting considering political and exchange rate risk and differing corporate governance standards. - formulate strategy recommendations for real companies, with the goal of developing real shareholder proposals. 	
Modulinhalte	The aim of this course is to introduce students to key concepts in international corporate finance and to enable them to formulate strategies in international finance and investment. As an introductory course, it is not necessary that students have a background in Finance. Expect this to be an interactive class: we will take the perspective of corporate financial managers and discuss actual case studies together.	
Literaturempfehlungen	<p>Vernimmen et al, Corporate Finance – Theory and Practice, 5th ed., Wiley 2018.</p> <p>Eiteman, Stonehill, and Moffett, Multinational Business Finance, 13th ed., Prentice Hall 2013.</p> <p>Ian Giddy, Global Financial Markets, Heather 1994.</p> <p>Case Studies tba</p>	
Links		
Unterrichtssprache	Englisch	
Dauer in Semestern	1 Semester	
Angebotsrhythmus Modul		
Aufnahmekapazität Modul	unbegrenzt	
Modullevel / module level	MM (Mastermodul / Master module)	
Modulart / typ of module	Wahlpflicht / Elective	
Lehr-/Lernform / Teaching/Learning method	Seminar Style with guest lectures and case studies	
Vorkenntnisse / Previous knowledge		
Prüfung	Prüfungszeiten	Prüfungsform
Gesamtmodul		Presentation
Lehrveranstaltungsform	Seminar	
SWS	2.00	
Angebotsrhythmus	SoSe oder WiSe	
Workload Präsenzzeit	28 h	

mmc250 - Organisational Behaviour and International Leadership (englische Sprache)

Modulbezeichnung	Organisational Behaviour and International Leadership (englische Sprache)	
Modulcode	mmc250	
Kreditpunkte	6.0 KP	
Workload	180 h (180h Gesamt 42h Kontakt)	
Verwendet in Studiengängen	• Master Management Consulting (Master) > Mastermodule	
Ansprechpartner/-in		
Weitere verantwortliche Personen	Prof. Dr. Annika Wolf	
Teilnahmevoraussetzungen	Basic issues of organizational behavior is useful, but not required	
Kompetenzziele	<p>Leaders in business and non-profit organizations increasingly work across national borders and in multicultural environments: with customers or suppliers abroad, or be part of a globally dispersed crossfunctional team, or an expatriate manager on an international assignment. The different contexts need an effective leader who understands well and is able to manage individual and collective behaviors in an intercultural context.</p> <p>Students will</p> <ul style="list-style-type: none"> - identify concrete steps to enhancing intercultural leadership competence, and to be cognizant of common leadership challenges. - develop leadership skills and to reflect on behavioral tendencies by learning about organizational behavior. - learn about the decision-making processes in organizations. - evaluate how successfully leverage and integrate diverse skills and views in a team. - analyse the preference of professional relationships with a close-knit group of trusted colleagues, or with a far-flung network of acquaintances from all walks of life. 	
Modulinhalte	This course explores the theory and practice of international and intercultural leadership and organizational behaviour, considering insights from psychology, neuroscience, sociology and anthropology. Research and practice in communication and management provide an insight into what shapes individual and group decision making, what enhances or weakens team performance, and how we can build and use our social networks.	
Literaturempfehlungen	Tba Case Studies	
Links		
Unterrichtssprache	Deutsch	
Dauer in Semestern	1 Semester	
Angebotsrhythmus Modul		
Aufnahmekapazität Modul	unbegrenzt	
Modullevel / module level	MM (Mastermodul / Master module)	
Modulart / typ of module	Wahlpflicht / Elective	
Lehr-/Lernform / Teaching/Learning method	Seminar Style with guest lectures and case studies	
Vorkenntnisse / Previous knowledge		
Prüfung	Prüfungszeiten	Prüfungsform
Gesamtmodul		Presentation
Lehrveranstaltungsform	Seminar	
SWS	4.00	
Angebotsrhythmus	SoSe oder WiSe	
Workload Präsenzzeit	56 h	

wir801 - Organisations- und Managementkonzepte

Modulbezeichnung	Organisations- und Managementkonzepte
Modulcode	wir801
Kreditpunkte	6.0 KP
Workload	180 h
Verwendet in Studiengängen	<ul style="list-style-type: none"> • Master Management Consulting (Master) > Mastermodule • Master Wirtschaftsinformatik (Master) > Module der Wirtschafts- und Rechtswissenschaften (Master) • Master Wirtschafts- und Rechtswissenschaften (Master) > Mantelmodule • Master Wirtschafts- und Rechtswissenschaften (Master) > Schwerpunkt "China - Wirtschaft und Sprache" (CHI) - Kernmodule
Ansprechpartner/-in	<p>Modulverantwortung</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ Thomas Breisig <p>Prüfungsberechtigt</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ Die im Modul Lehrenden <p>Modulberatung</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ Peter Wengelowski ◦ Jonathan Gilbert ◦ Thomas Breisig
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden lernen im Rahmen des Moduls ausgewählte Managementkonzepte kennen. Die jeweiligen Ziele, Instrumente und Maßnahmen der einzelnen Konzepte werden betrachtet und ihr Einsatz im betrieblichen Alltag wird kritisch reflektiert. Der (bewusste und kritische) Umgang mit unterschiedlichen Managementkonzepten wird v.a. durch Fallbeispiele und Diskussionsrunden erlernt.</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • sind in der Lage, die Entstehung, Entwicklung und Inhalte diverser Managementkonzepte in den Kontext einer fachwissenschaftlichen Diskussion zu stellen; • sind in der Lage, zentrale Erkenntnisse der einzelnen Managementkonzepte zu analysieren und auf praktische Fragen aus dem Bereich Organisation und Management zu übertragen; • stärken durch das fachliche und didaktische Konzept ihre Selbstreflexionsfähigkeit und ihren eigenen Standpunkt in der wissenschaftlichen Auseinandersetzung.
Modulinhalte	<p>Die Studierenden erhalten im Rahmen des Moduls vertiefende Einblicke in unterschiedliche Managementkonzepte, darunter:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lean Management • Change Management • Qualitätsmanagement • Business Process Reengineering <p>Durch Präsentationen und Diskussionen in den Seminaren können diese Themenbereiche theoretisch vertieft und praktisch untersucht werden, so dass entsprechend der studentischen Interessen und aktueller Entwicklungen im Fachgebiet weitere Fokussierungen vorgenommen werden können, u. a. Balanced Scorecard, lernende Organisation, Unternehmenskultur, Mitbestimmung, Netzwerke, Diversity Management, Management by Objectives.</p>
Literaturempfehlungen	<p>Breisig, T. (2015), Betriebliche Organisation, 2. Auflage, NWB, Herne.</p> <p>Neumann, R. / Graf, G. (Hrsg.) (2007), Management-Konzepte im Praxistest: State of the Art - Anwendungen – Erfolgsfaktoren, Linde, Wien.</p> <p>Walter, S. (2009), Managementkonzepte von A bis Z. Managementtheorien, Führungsstrategien, Führungstools, Gabal, Offenbach.</p> <p>Weitere Literatur entsprechend Bekanntgabe in den Veranstaltungen.</p>
Links	www.uol.de/orgpers
Unterrichtssprache	Deutsch
Dauer in Semestern	1 Semester
Angebotsrhythmus Modul	jährlich
Aufnahmekapazität Modul	unbegrenzt
Hinweise	Das Modul muss im Masterstudiengang Wirtschafts- und Rechtswissenschaften als Basismodul von allen Schwerpunkten gewählt werden.
Modullevel / module level	---
Modulart / typ of module	je nach Studiengang Pflicht oder Wahlpflicht
Lehr-/Lernform / Teaching/Learning method	
Vorkenntnisse / Previous knowledge	Praktische Erfahrungen; Kenntnisse aus den Bachelor-Modulen: Organisation und Human Resource

Management

Prüfung		Prüfungszeiten	Prüfungsform	
Gesamtmodul		in Abhängigkeit von der jeweiligen Prüfungsform im Laufe des Semesters oder zum Ende der Vorlesungszeit oder zum Ende des Semesters	Hausarbeit oder Referat oder Klausur oder mündliche Prüfung oder Portfolio oder Projektbericht (Festlegung und Bekanntgabe durch Dozent/in zu Veranstaltungsbeginn)	
Lehrveranstaltungsform	Kommentar	SWS	Angebotsrhythmus	Workload Präsenzzeit
Vorlesung		2.00		28 h
Seminar		2.00		28 h
Präsenzzeit Modul insgesamt				56 h

Abschlussmodul

mam - Masterthesis mit Kolloquium

Modulbezeichnung	Masterthesis mit Kolloquium	
Modulcode	mam	
Kreditpunkte	30.0 KP	
Workload	900 h	
Verwendet in Studiengängen	<ul style="list-style-type: none"> • Master Management Consulting (Master) > Abschlussmodul 	
Ansprechpartner/-in		
Teilnahmevoraussetzungen		
Kompetenzziele	<p>Das Verfassen der Masterthesis versetzt die Studierenden in die Lage selbstständig eine komplexe Problemstellung unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden zu analysieren, einen theoretischen Bezugsrahmen zu entwickeln und aufbauend hierauf eine geeignete Problemlösung zu erarbeiten.</p> <p>Können (instrumentale, systemische, kommunikative Kompetenz – Wissenserschließung): Die Studierenden können ganzheitlich, interdisziplinär und vernetzt denken. Sie können wissenschaftliche Methoden anwenden und reflektieren. Sie können strategisch ausgerichtete Problemstellungen umfassend analysieren. Sie können einen zur Problemstellung passenden konzeptionellen Bezugsrahmen entwickeln. Sie können eine geeignete strategische Problemlösung erarbeiten und diese operativ ausgestalten. Sie können das Ergebnis inhaltlich und formal korrekt in einer wissenschaftlichen Arbeit dokumentieren. Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung und Wissensvertiefung – Fachkompetenz): Sie kennen und verstehen den Managementprozess. Sie kennen ein umfangreiches analytisches und strategisches Instrumentarium. Sie kennen die betriebswirtschaftlich und für die Arbeit relevanten Methoden, Ansätze und Theorien. Sie kennen den Status quo der Forschung und die hierzu veröffentlichte Fachliteratur. Sie wissen wie man einen theoretischen Bezugsrahmen wissenschaftlich korrekt auf eine praktische Problemstellung überträgt. Sie wissen wie man Konzepte erfolgreich vor einem Auditorium präsentiert und fachlich verteidigt.</p>	
Modulinhalte	<p>Inhaltlich umfasst das Modul die wissenschaftliche Übertragung der erworbenen Managementkompetenzen auf eine komplexe Problemstellung. Die gestellte Aufgabe ist zielorientiert zu bearbeiten und zu lösen- Das Ergebnis wird inhaltlich und formal korrekt in einer wissenschaftlichen Arbeit dokumentiert. Ganzheitliches, vernetztes Denken spielt ebenso wie Selbst- und Zeitmanagement, Kommunikationsfähigkeit und Durchsetzungsvermögen eine entscheidende Rolle.</p>	
Literaturempfehlungen		
Links		
Unterrichtsprachen		
Dauer in Semestern	1 Semester	
Angebotsrhythmus Modul	halbjährlich	
Aufnahmekapazität Modul	unbegrenzt	
Modullevel / module level	---	
Modulart / typ of module	je nach Studiengang Pflicht oder Wahlpflicht	
Lehr-/Lernform / Teaching/Learning method	Masterthesis	
Vorkenntnisse / Previous knowledge		
Prüfung	Prüfungszeiten	Prüfungsform
Gesamtmodul		Masterthesis
Lehrveranstaltungsform	Seminar	
SWS	2.00	
Angebotsrhythmus	SoSe und WiSe	
Workload Präsenzzeit	28 h	

