FAU

Friedrich-Alexander-Universität
Fachbereich Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften | WiSo

Masterstudiengang

Sozialökonomik

Modulhandbuch –
Sommersemester 2026

Mehr wissen

wiso.fau.de/sozialoekonomik

Friedrich-Alexander-Universität
Erlangen-Nürnberg

Modulhandbuch

für den Studiengang

Master of Science Sozialökonomik

(Prüfungsordnungsversion: 20222)

für das Sommersemester 2026

Alle Angaben sind ohne Gewähr.
Im Zweifelsfall gilt die Master-Prüfungsordnung.
Wenden Sie sich bei Fragen bitte direkt an den zuständigen Modulverantwortlichen.

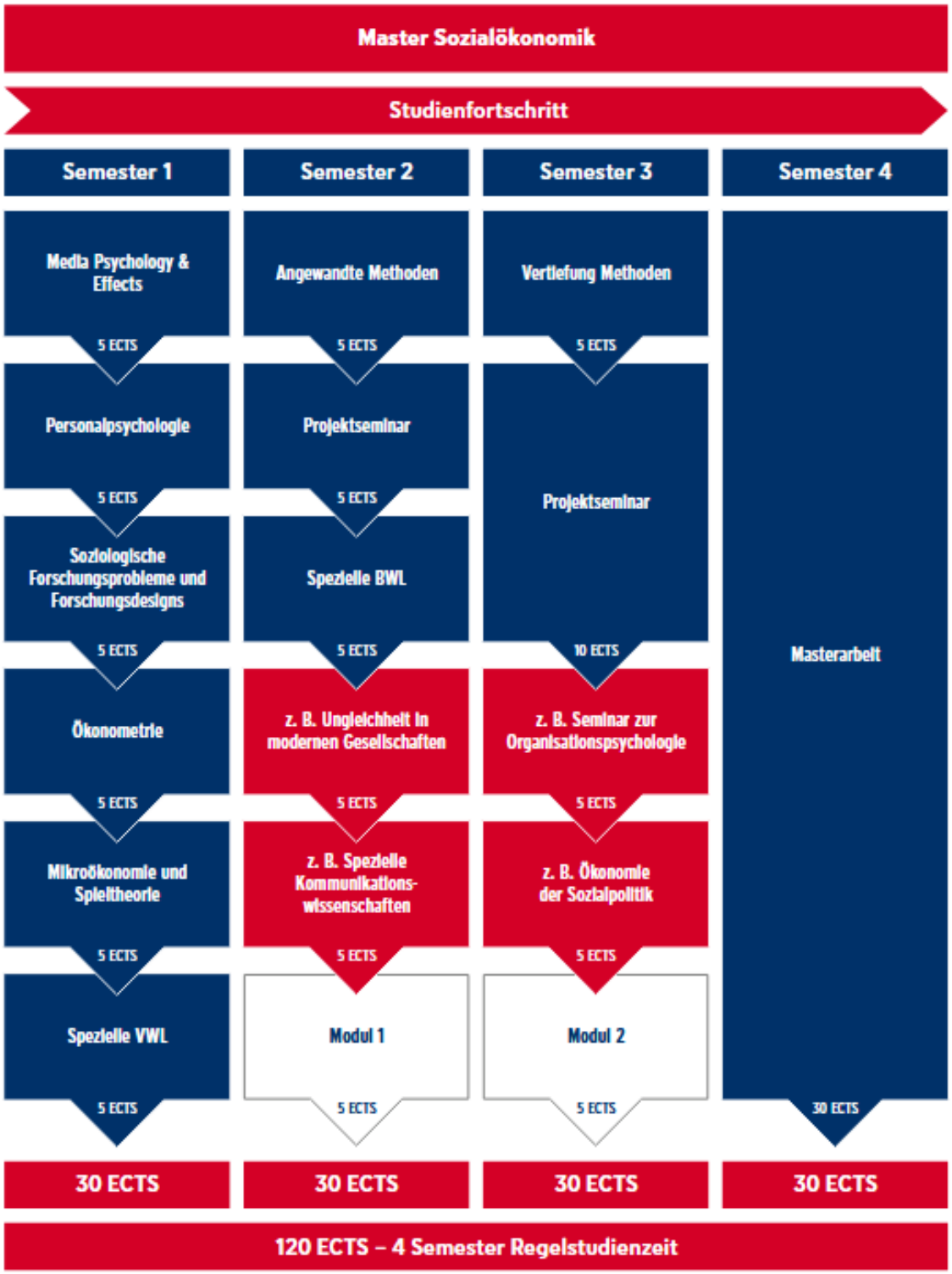
Stand: 24. März 2026

Abkürzungsverzeichnis

ECTS	European Credit Transfer System
h	Stunden
HS	Hauptseminar
S	Seminar
SoSe	Sommersemester
SWS	Semesterwochenstunden
Ü	Übung
V	Vorlesung
WS	Wintersemester

1. Studienplan

1.1 Studienplan gültig für Studierende mit Studienbeginn ab WS17/18



1.2 Hinweis zu Art und Umfang von Prüfungsleistungen

Die Art der am Fachbereich Wirtschafts- und Sozialwissenschaften gültigen Prüfungsleistungen ist definiert in §17 Prüfungsarten der Master-Rahmenprüfungsordnung (MPO). Darüber hinaus sind Prüfungsumfänge in den §§18 bis 24 MPO geregelt. Die Prüfungsordnungen sind unter folgendem Link einzusehen:

https://www.fau.de/universitaet/universitaetsorganisation/rechtliche-grundlagen/pruefungsordnungen/rw/wiso/

Soweit die einzelnen Modulbeschreibungen nichts Genaueres definieren, sind für die Masterstudiengänge am Fachbereich folgende Prüfungsformen mit den entsprechenden Prüfungsumfängen gültig:

Prüfungsart (Englische Übersetzung)	Umfang Master
1. **Klausur** (Written examination)	60/90/120 Minuten
2. **Hausarbeit/Seminararbeit** (Written assignment)	Ca. 15 Seiten
3. **Mündliche Prüfung** (Oral examination)	Ca. 20 Minuten
4. **Referat/Präsentation** (Presentation)	Ca. 20/25 Minuten
5. **Performance Assessment**	Ca. 10 Minuten und/oder 10 Seiten
6. **Fallstudie** (Case study)	Ca. 25 Minuten und/oder 10 Seiten

2. Schwerpunktbereiche

Studierenden kann in den Abschlussdokumenten das Studium eines Studienbereichs bescheinigt werden, wenn sie mindestens 25 ECTS-Punkte aus Modulen im sozialökonomischen Vertiefungsbereich sowie im freien Vertiefungsbereich in folgenden Studienbereichen erworben haben[1]:

- Bildung, Beruf und Personal
- Medien- und Marktforschung
- Nachhaltigkeit
- Data Science

Auf den folgenden Seiten ist die Zuordnung der Module aufgelistet.

Um den Schwerpunktbereich **Nachhaltigkeit** zu erlangen, haben Studierende Module im Umfang von mind. 10 ECTS aus dem Bereich der ökologischen Nachhaltigkeit und mind. 10 ECTS aus dem Bereich der sozialen/wirtschaftlichen Nachhaltigkeit zu erbringen.

Um den Schwerpunktbereich **Data Science** zu erlangen, ist ein verpflichtendes Grundlagenmodul zu absolvieren, welches im Modulhandbuch ausgewiesen wird.

[1] D.h. Studierende müssen sich nicht für einen Schwerpunktbereich qualifizieren. Es besteht weiterhin die Möglichkeit Modulkombinationen im Wahlpflichtbereich selbstständig zu wählen.

2.1. Schwerpunktbereich Bildung, Beruf und Personal (1900)

52300 Theorieseminar zur Wirtschaftspsychologie
52310 Wirtschaftspsychologie Projektseminar
53000 Arbeitsmarktökonomie
53010 Arbeitsmarktsoziologie
53071 Personnel economics
53111 Datenerhebung und Datenstrukturen in der Arbeitsmarktforschung
53344 Labor markets: A macroeconomic perspective
53370 Empirische Arbeitsmarktforschung
54650 Performance management in teams
55701 Grundlagen der Organisationspsychologie
55850 Seminar zur Arbeitsmarktsoziologie
55860 Seminar zur Wirtschaftssoziologie
55890 Einführung in das Arbeitsrecht für Masterstudierende
55922 Arbeitsmarkt und Haushalt
56170 Einführung in die Bildungssoziologie
56180 Seminar zur Bildungssoziologie
56900 Die psychologische Bedeutung von Arbeit
57130 International trade and labor
57131 Labor markets in the knowledge economy
53030 Personalmanagement
53460 Change management
56210 Digital change management
57290 Enterprise knowledge management
57086 Electronic human resources management
53060 Institutionen und Organisationen des Arbeitsmarktes
52910 Labor market policy
54327 Seminar on Labour and Education Economics
57477 Urbane Arbeits- und Wohnungsmärkte
55702 Grundlagen der Organisationspsychologie
57129 Kommunikation in der digitalen Arbeitswelt
57134 People Analytics – Data Science für Human Resources Management
52270 Seminar zur Organisationspsychologie
57494 Technological Change and the Labour Market

2.2. Schwerpunktbereich Markt- und Medienforschung (1920)

54141 Advanced marketing management II: Advanced topics in marketing
54162 Advanced marketing management IV
54171 Advanced marketing management V
58081 Advanced marketing management VII
54011 Principles of marketing I
54262 Principles of marketing II
53281 Behavioral economics
55810 Konsumentenverhalten II
55110 Konsumentenverhalten III
55120 Konsumentenverhalten IV
54270 Vertriebs- und Kommunikationsmanagement
54110 Finanzmarktkommunikation und Marktforschungsmanagement
55490 Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung VII
55231 Design thinking und Produktdesign
54831 International marketing
57126 Digital behavioral data
57125 Data Science: Foundations, tools and applications in Socio-economics and Marketing
54101 Strategic communication
58072 Advanced marketing management I: Service Marketing
57127 Nachhaltigkeitskommunikation
54082 Business intelligence and digital marketing
57461 Advanced Marketing Analytics
57129 Kommunikation in der digitalen Arbeitswelt

2.3. Schwerpunktbereich Nachhaltigkeit (1930)

ökologische Nachhaltigkeit:
57453 Branchen- und themenspezifisches Nachhaltigkeitsmanagement
52130 Sustainability management and corporate functions
56780 Business ethics and corporate social responsibility
52990 Seminar energy markets
53285 Empirical environmental economics
52592 Quantitative methods in energy market modelling
57486 Energy policy instruments
57485 Project course: Building sustainable industry in Europe

soziale/wirtschaftliche Nachhaltigkeit:
52170 Einführung in das Genossenschaftswesen
55511 Seminar zum Genossenschaftswesen
55860 Seminar zur Wirtschaftssoziologie
54630 Ungleichheit in modernen Gesellschaften
57127 Nachhaltigkeitskommunikation
53084 Ökonomie der Sozialpolitik
54324 Climate Policy
57484 Between the Global and the Local: Sustainability in Practice
57463 Business and Human Rights in Latin America
57481 Energy transition analysis: Bridging techno-economic, business, and policy perspectives
57436 The Energy Transition in Latin America

2.4. Schwerpunktbereich Data Science (1940)

Verpflichtendes Grundlagenmodul:
57125 Data Science: Foundations, tools and applications in Socio-economics and Marketing

Weitere Module
57150 Data science
53055 Panel and evaluation methods
56080 Praxisseminar
57387 AI and Data in Business and Management
57340 Bayesian econometrics
53231 Mathematics for economists
53313 Multivariate Time Series Analysis
57176 Semiparametric methods in econometrics and applications
52320 Angewandte Methoden: Ausgewählte Methoden der Sozialforschung
52330 Angewandte Methoden: Methoden der empirischen Kommunikationsforschung
52340 Angewandte Methoden: Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie
52341 Angewandte Methoden: Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie
57320 Foundations of linked data
57465 Data Analytics for Information Systems (DAIS)
57045 Development of deep vision systems
55960 Spatial economics
57126 Digital behavioral data
57134 People Analytics – Data Science für Human Resources Management
53111 Datenerhebung und Datenstrukturen in der Arbeitsmarktforschung
52592 Quantitative methods in energy market modelling
65985 Advanced Business Analytics Seminar
53107 Microeconometrics and machine learning
57461 Advanced Marketing Analytics

Inhaltsverzeichnis

Modul Masterarbeit (M.Sc. Sozialökonomik 20222) (1998) 8
Sozialökonomischer Pflichtbereich
- Ökonometrie (53043) 11
- Soziologische Forschungsprobleme und Forschungsdesigns (55031) 13
- Mikroökonomie und Spieltheorie (55911) 15
- Sozialökonomisches Projektseminar (55082) 17
- Media Psychology & Effects (55045) 19
- Personalpsychologie (53022) 21

Wahlmodul: Vertiefung Methoden
- Panel and evaluation methods (53055) 24
- Microeconometrics and machine learning (53107) 26
- Datenerhebung und Datenstrukturen in der Arbeitsmarktforschung (53111) 28
- Data science (57150) 30
- Advanced Marketing Analytics (57461) 32

Wahlmodul: Angewandte Methoden
- Angewandte Methoden: Ausgewählte Methoden der Sozialforschung (52320) 35
- Angewandte Methoden: Methoden der empirischen Kommunikationsforschung (52330) 36
- Angewandte Methoden: Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie (52341) 38

Wahlmodul: Spezielle VWL
- Arbeitsmarktökonomie (53000) 41
- Personnel economics (53071) 43
- Gesundheitsökonomie I (56790) 45
- International trade and labor (57130) 46

Wahlmodul: Spezielle BWL
- Einführung in das Genossenschaftswesen (52170) 49
- Technology and innovation management (53450) 50
- Managing intercultural relations (53471) 52
- Foundations of international management I (53710) 54
- Foundations of international management II (53720) 56
- Seminar zum Genossenschaftswesen (55511) 58
- Business ethics and corporate social responsibility (56780) 60
- Regeneration and sustainable development (57455) 62

Sozialökonomischer Vertiefungsbereich
- The supply of medical services (52153) 65
- Seminar zur Organisationspsychologie (52270) 66
- Theorieseminar zur Wirtschaftspsychologie (52300) 68
- Wirtschaftspsychologie Projektseminar (52310) 70
- Seminar: Public economics 1 (52950) 72
- Seminar: Public economics 2 (52960) 74
- Arbeitsmarktsoziologie (53010) 76
- Datenerhebung und Datenstrukturen in der Arbeitsmarktforschung (53111) 77
- Principles of marketing I (54011) 79
- Principles of marketing II (54262) 80
- Vertriebs- und Kommunikationsmanagement (54270) 82
- Ungleichheit in modernen Gesellschaften (54630) 84
- Performance management in teams (54650) 86
- Konsumentenverhalten III (55110) 88
- Konsumentenverhalten IV (55120) 89

Konsumentenverhalten II (55810)..... 90
Seminar zur Arbeitsmarktsoziologie (55850)..... 91
Seminar zur Wirtschaftssoziologie (55860)..... 92
Arbeitsmarkt und Haushalt (55922)..... 94
Einführung in die Bildungssoziologie (56170)..... 95
Seminar zur Bildungssoziologie (56180)..... 96
Die psychologische Bedeutung von Arbeit (56900)..... 97
Data science (57150)..... 99
Change management (53460)..... 101
Digital behavioral data (57126)..... 102
Nachhaltigkeitskommunikation (57127)..... 105
Spatial economics (55960)..... 107
Data Science: Foundations, tools and applications in Socio-economics and Marketing (57125)..... 109
Quantitative methods in energy market modelling (52592)..... 111
Strategic communication (54101)..... 113
Enterprise knowledge management (57290)..... 115
Electronic human resources management (57086)..... 116
Institutionen und Organisationen des Arbeitsmarktes (53060)..... 118
Advanced marketing management V (54171)..... 120
Angewandte Methoden: Ausgewählte Methoden der Sozialforschung (52320)..... 122
Angewandte Methoden: Methoden der empirischen Kommunikationsforschung (52330)..... 123
Panel and evaluation methods (53055)..... 125
Microeconometrics and machine learning (53107)..... 127
Climate Policy (54324)..... 129
Urbane Arbeits- und Wohnungsmärkte (57477)..... 132
Spezielle Kommunikationswissenschaft (58022)..... 134
Advanced Marketing Analytics (57461)..... 136
Angewandte Methoden: Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie (52341)..... 138
Grundlagen der Organisationspsychologie (55702)..... 140
Methoden II: Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie (55060)..... 142
Angewandte empirische Gesundheitsökonomie (52163)..... 143
Kommunikation in der digitalen Arbeitswelt (57129)..... 145
Between the Global and the Local: Sustainability in Practice (57484)..... 147
Energy policy instruments (57486)..... 149
Ökonomie der Sozialpolitik (53084)..... 152
Sustainability management and corporate functions (52130)..... 154
Business ethics and corporate social responsibility (56780)..... 156
Digital change management (56211)..... 158
Experimental Methods and Applications to Development (57445)..... 159
Freier Vertiefungsbereich
Sustainability management and corporate functions (52130)..... 162
The supply of medical services (52153)..... 164
Einführung in das Genossenschaftswesen (52170)..... 165
Seminar zur Organisationspsychologie (52270)..... 166
Theorieseminar zur Wirtschaftspsychologie (52300)..... 168
Wirtschaftspsychologie Projektseminar (52310)..... 170
Angewandte Methoden: Ausgewählte Methoden der Sozialforschung (52320)..... 172
Angewandte Methoden: Methoden der empirischen Kommunikationsforschung (52330)..... 173
Latin America in the era of Globalisation (52461)..... 175

Das Industrieseminar (52500) ... 176
Strategische Vorausschau in Theorie und Praxis (52761) ... 178
Seminar: Public economics 1 (52950) ... 180
Seminar: Public economics 2 (52960) ... 182
Seminar energy markets (52990) ... 184
Arbeitsmarktökonomie (53000) ... 186
Arbeitsmarktsoziologie (53010) ... 188
Personalmanagement (53030) ... 189
Panel and evaluation methods (53055) ... 191
Personnel economics (53071) ... 193
Microeconometrics and machine learning (53107) ... 195
Datenerhebung und Datenstrukturen in der Arbeitsmarktforschung (53111) ... 197
Consumer relationship marketing (53165) ... 199
Microeconomics (53191) ... 200
Game theory (53201) ... 201
Macroeconomics: Business cycles (53212) ... 202
Macroeconomics: Economic growth (53221) ... 203
Mathematics for economists (53231) ... 205
Empirical environmental economics (53285) ... 206
Multivariate Time Series Analysis (53313) ... 207
Workshop capital markets research (53330) ... 209
Labor markets: A macroeconomic perspective (53344) ... 211
Controlling of business systems (53430) ... 212
Technology and innovation management (53450) ... 214
Change management (53460) ... 216
Managing intercultural relations (53471) ... 217
Industrielles Management (53640) ... 219
Global operations strategy (53651) ... 220
Foundations of international management I (53710) ... 222
Foundations of international management II (53720) ... 224
Corporate strategy (53730) ... 226
Supply chain management research seminar (53763) ... 227
Finanz- und Bankmanagement (53770) ... 228
Abgabenordnung (53881) ... 230
Workshop: Finance (53910) ... 232
Prüfungstechnik (53930) ... 234
Steuerbilanzen (53965) ... 236
Principles of marketing I (54011) ... 237
Principles of marketing VI (54072) ... 238
Interdisziplinäres Seminar (54120) ... 240
Advanced marketing management II: Advanced topics in marketing (54141) ... 241
Advanced marketing management IV (54162) ... 242
Advanced marketing management V (54171) ... 244
Berufs- und wirtschaftspädagogischer Wahlbereich (54230) ... 246
Konzernrechnungslegung (54251) ... 248
Principles of marketing II (54262) ... 249
Vertriebs- und Kommunikationsmanagement (54270) ... 251
Kapitalmarktorientierte Unternehmenssteuerung (54290) ... 253
Steuerliche Gewinnermittlung (54300) ... 255
Fachsprachliche Ausbildung Englisch I (54390) ... 256
Fachsprachliche Ausbildung Englisch II (54400) ... 258
Fachsprachliche Ausbildung Englisch III (54411) ... 260
Fachsprachliche Ausbildung Englisch IV (54421) ... 262

Issues in international political economy (54440)..... 264
Fachsprachliche Ausbildung Französisch IV (54570)..... 266
Ungleichheit in modernen Gesellschaften (54630)..... 267
Performance management in teams (54650)..... 269
Gesundheitsökonomische Evaluationen I (54821)..... 271
International marketing (54831)..... 273
Fachsprachliche Ausbildung Englisch V (54990)..... 275
Methoden II: Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie (55060)..... 277
Konsumentenverhalten III (55110)..... 278
Konsumentenverhalten IV (55120)..... 279
Design thinking und Produktdesign (55231)..... 280
International and European trade law (55270)..... 282
Logistik-Consulting (55310)..... 284
Fallstudien und Projekte im Management IX (55403)..... 285
Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung VII (55490)..... 287
Seminar zum Genossenschaftswesen (55511)..... 289
Praxisseminar mit Prof. Dr. Heinrich v. Pierer (55521)..... 291
Hauptseminar Finance (55530)..... 292
Hauptseminar Controlling (55550)..... 294
Hauptseminar Betriebswirtschaftliche Steuerlehre (55605)..... 296
Konsumentenverhalten II (55810)..... 297
Seminar zur Arbeitsmarktsoziologie (55850)..... 298
Seminar zur Wirtschaftssoziologie (55860)..... 299
Einführung in das Arbeitsrecht für Masterstudierende (55890)..... 301
Arbeitsmarkt und Haushalt (55922)..... 302
Praxisseminar (56080)..... 303
Einführung in die Bildungssoziologie (56170)..... 304
Seminar zur Bildungssoziologie (56180)..... 305
Strategic supply management (56220)..... 306
Versorgungsmanagement I (56231)..... 307
Financial engineering and structured finance (56270)..... 309
Unternehmenssteuerrecht (56460)..... 311
Versicherungs- und Risikotheorie (56470)..... 312
Asset liability management (Versicherungen) (56530)..... 314
Lebensversicherung (56540)..... 316
Business ethics and corporate social responsibility (56780)..... 318
Gesundheitsökonomie I (56790)..... 320
The Economics of Health Insurance (56792)..... 321
Die psychologische Bedeutung von Arbeit (56900)..... 322
Managing enterprise-wide IT architectures (57030)..... 324
Managing global projects and information technology (57060)..... 326
International trade and labor (57130)..... 329
Labor markets in the knowledge economy (57131)..... 331
Data science (57150)..... 333
Semiparametric methods in econometrics and applications (57176)..... 335
Service innovation (57241)..... 337
Bayesian econometrics (57340)..... 339
AI and Data in Business and Management (57387)..... 341
Branchen- und themenspezifisches Nachhaltigkeitsmanagement (57453)..... 343
Regeneration and sustainable development (57455)..... 345
Das Innovationsseminar (57490)..... 347
Hauptseminar spezielle Sozialökonomik 1 (58000)..... 349
Hauptseminar spezielle Sozialökonomik 2 (58001)..... 350

Advanced marketing management VII (58081)....351
Auslandsmodul (59020)....352
Fallstudien Auditing (53921)....353
Digital behavioral data (57126)....355
Nachhaltigkeitskommunikation (57127)....358
Foundations of linked data (57320)....360
Spatial economics (55960)....362
Data Science: Foundations, tools and applications in Socio-economics and Marketing (57125)....364
Quantitative methods in energy market modelling (52592)....366
Strategic communication (54101)....368
Enterprise knowledge management (57290)....370
Electronic human resources management (57086)....371
Institutionen und Organisationen des Arbeitsmarktes (53060)....373
Labor market policy (52910)....375
People Analytics - Data Science für Human Resources Management (57134)....376
Economics of innovation (53296)....379
Advanced marketing management I: Service Marketing (58072)....381
Principles of marketing V (54062)....383
Principles of marketing IV (54052)....385
Advanced Business Analytics Seminar (65985)....387
Globalized economies, socio-environmental conficts and environmental justice in Latin America (54329)....389
Climate Policy (54324)....391
Urbane Arbeits- und Wohnungsmärkte (57477)....394
Advanced Marketing Analytics (57461)....396
Business and Human Rights in Latin America (57463)....398
Sustainability challenges in the agricultural sector in the Global South (57476)....400
Grundlagen der Organisationspsychologie (55702)....403
Angewandte empirische Gesundheitsökonomie (52163)....405
Kommunikation in der digitalen Arbeitswelt (57129)....407
Project course: Building sustainable industry in Europe (57485)....409
Energy transition analysis: Bridging techno-economic, business, and policy perspectives (57481)....410
Between the Global and the Local: Sustainability in Practice (57484)....412
Energy policy instruments (57486)....414
Ökonomie der Sozialpolitik (53084)....417
The Economics of Health Behavior (57479)....419
Technological Change and the Labour Market (57494)....421
Critical approaches to international economic relations - lessons from sustainability (57496)....423
European critical materials supply chains (57499)....425
Case studies in sustainability management and social innovation (82388)....427
Digital Marketing (57470)....428
Experimental Methods and Applications to Development (57445)....430
Wertorientiertes Controlling (57444)....432
Digitale Industrie (57439)....434
The Energy Transition in Latin America (57436)....436
Foreign language skills*
Englisch (54505)....440
Deutsch als Fremdsprache (54565)....444
Französisch (84512)....454
Italienisch (84522)....456

Portugiesisch (84532)....457
Russisch (84541)....458
Spanisch (84552)....460
Japanisch (84571)....462
Norwegisch (84590)....463
Arabisch (84601)....464
Chinesisch (84610)....466
Schwedisch (84670)....468
Dänisch (84673)....470
Niederländisch (84691)....471
Neugriechisch (84735)....472
Slowakisch (84765)....473
Finnisch (84780)....474
Koreanisch (84790)....475
Koreanisch Elementarkurs II (84791)....476
Indonesisch (84810)....477
Thailändisch (84820)....478

** Hier werden die Module gelistet, die im Bereich "Foreign Language Skills" belegt werden können. Detaillierte Informationen zu diesen Modulen finden Sie auf der Homepage des Sprachenzentrums.*

1	**Modulbezeichnung** 1998	**Modul Masterarbeit (M.Sc. Sozialökonomik 20222)** Master's thesis module	**30 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: MA: Seminar zur Masterarbeit (2 SWS) Seminar: Seminar zur Masterarbeit: Wirtschaftspsychologie (2 SWS)	- -
3	Lehrende	Dozierende am Fachbereich Wirtschafts- und Sozialwissenschaften	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Tobias Wolbring
5	**Inhalt**	Erstellung einer Masterarbeit: Erforschung und Diskussion aktueller Themen aus dem Bereich Sozialökonomik. Das parallel laufende Seminar zur Masterarbeit soll die Studierenden bei der Anfertigung der Arbeit unterstützen, ihnen Diskussionsmöglichkeiten eröffnen und Hilfen zur Darstellung und Lösung von Problemen geben. Es gibt darüber hinaus Gelegenheit, den Bearbeitungsstand der Arbeit vor anderen Studierenden und Betreuenden zu präsentieren, die gewählte Vorgehensweise zu reflektieren und sich der Diskussion zu stellen.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	In der Masterarbeit zeigen die Studierenden, dass sie in der Lage sind, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein Thema bzw. eine Fragestellung aus dem Bereich Sozialökonomik selbständig mit wissenschaftlichen Methoden auf dem aktuellen Wissensstand des Faches zu bearbeiten. Sie entwickeln eigenständig eine Forschungsfrage, indem sie erworbenes Wissen auf die gewählte Fragestellung übertragen und neu strukturieren sowie vorliegende Forschung systematisch anhand begründeter Kriterien bewerten. Sie sind in der Lage, die erzielten Forschungsergebnisse prägnant und nach den Regeln wissenschaftlichen Arbeitens aufzubereiten, zu interpretieren und zu bewerten, indem sie gesellschaftliche, wirtschaftliche oder kulturelle Auswirkungen reflektieren. Darüber hinaus sollen die Studierenden komplexe fachbezogene Probleme und Lösungen gegenüber einem akademischen Publikum oder Fachleuten argumentativ vertreten.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Voriger Besuch der Veranstaltungen des 1.-3. Semesters
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 4
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Pflichtmodul Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich (6 Monate)
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich (100%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Wiederholung der Prüfungen**	Die Prüfungen dieses Moduls können nur einmal wiederholt werden.

14	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 15 h Eigenstudium: 885 h
15	**Dauer des Moduls**	1 Semester
16	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
17	**Literaturhinweise**	Aktuelle Forschungsliteratur

Sozialökonomischer Pflichtbereich

1	**Modulbezeichnung** 53043	**Ökonometrie** Econometrics	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Tutorium: Ökonometrie Softskills (2 SWS) (WiSe 2026) Übung: Brückenkurs Ökonometrie für Masterstudierende (0 SWS) (WiSe 2026)	- -
3	Lehrende	Dr. Selina Gangl Isabella Mantel Dr. Erwin Winkler	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Regina Therese Riphahn
5	**Inhalt**	Konzept der linearen Regression in Matrixnotation; Inhaltliche und statistische Interpretation linearer Regressionsmodelle; Heteroskedastie und Autokorrelation; Endogenität und Instrumentvariablenschätzung; Maximum Likelihood Schätzung und Modelle für bivariate abhängige Variablen; Praktische Umsetzung der Lerninhalte mit Hilfe der Statistiksoftware STATA
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erwerben umfassende und fundierte Kenntnisse in linearen und nicht linearen Schätz- und Testverfahren und wenden diese mit Hilfe der Statistiksoftware STATA an. Sie beurteilen die Angemessenheit der Verfahren im praxisbezogenen Kontext und erstellen eigene empirische Analysen.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundkenntnisse Statistik und Ökonometrie im Umfang des angebotenen Brückenkurses
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 1
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Sozialökonomischer Pflichtbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%) 100 % Klausur (Bei Notenverbesserung ist eine freiwillige, vorlesungsbegleitend erstellte Hausarbeit zu 20 % auf die Endnote anrechenbar, in der auf Basis eines Datensatzes und mit Hilfe von Stata eine empirische Fragestellung bearbeitet wird. Dabei kann sich die Klausurnote um bis zu 0,7 Notenpunkte verbessern. Die Prüfung ist nur bestanden, wenn auch die Klausur bestanden ist. Die Hausarbeit wird nur in dem Semester gewertet, in dem sie erstellt wurde.)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch

16	**Literaturhinweise**	Verbeek, Marno, 2012, A Guide to Modern Econometrics, 4. A., Wiley.

1	**Modulbezeichnung** 55031	**Soziologische Forschungsprobleme und Forschungsdesigns** Research problems and research designs in sociology	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Masterseminar: Soziologische Forschungsprobleme (3 SWS)	-
3	Lehrende	Prof. Dr. Tobias Wolbring Prof. Dr. Martin Abraham	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martin Abraham Prof. Dr. Tobias Wolbring
5	**Inhalt**	Die Veranstaltung bietet eine grundlegende Einführung in den theoretisch-empirischen Forschungsprozess anhand ausgewählter soziologischer Theorien und konkreter Forschungsbeispiele.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erwerben • umfassende und detaillierte Kenntnisse über aktuelle soziologische Theorien und ihre Umsetzung in empirisch testbare Hypothesen • erwerben die Kompetenz soziologische Forschungsfragen anhand von Literatur eigenständig zu analysieren • lernen differenziert und umfassend theoretische Ansätze kritisch zu beurteilen und ihren empirischen Erklärungsgehalt zu prüfen • entwickeln eigene neue Ideen, um bekannte theoretische Ansätze zu erweitern und erarbeiten sich eigenständig eine eigene Fragestellung • erwerben Kenntnisse über den Entwurf von adäquaten Forschungsdesigns • erwerben Kompetenz in der Projektplanung und Teamarbeit
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 1
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Sozialökonomischer Pflichtbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Performance Assessment Klausur (60 Minuten) Performance Assessment: 3 Teilaufgaben mit jeweils ca. 2 Seiten
11	**Berechnung der Modulnote**	Performance Assessment (bestanden/nicht bestanden) Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch

16	**Literaturhinweise**	Karl-Dieter Opp (2014): Methodologie der Sozialwissenschaften. Einführung in Probleme ihrer Theorienbildung und praktischen Anwendung, v.a. Kapitel 7-9

1	**Modulbezeichnung** 55911	**Mikroökonomie und Spieltheorie** Microeconomics and game theory	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Prof. Dr. Matthias Wrede Michael Göschl	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Matthias Wrede
5	**Inhalt**	Mikroökonomische Theorie des Haushalts, mikroökonomische Theorie der Unternehmung, Gleichgewichtstheorie, Grundkonzepte der nicht-kooperativen Spieltheorie
6	**Lernziele und Kompetenzen**	• Studierende können grundlegende Konzepte der Mikroökonomie beschreiben und erläutern. • Studierende können Verhaltensweisen von Anbietern und Nachfragern und deren Zusammenspiel auf Güter- und Faktormärkten anhand mikroökonomischer Methoden einordnen, diskutieren und beurteilen. • Studierende können strategisches Verhalten von Wirtschaftssubjekten anhand spieltheoretischer Methoden einordnen, diskutieren und beurteilen. • Studierende können mikroökonomische Methoden auf sozialwissenschaftlich relevante Probleme anwenden und diese daraufhin einstufen und diskutieren. • Studierende geben Ihren Kommilitonen im Rahmen ihrer Präsentation strukturiertes Feedback. • Studierende fördern die Fachkenntnisse der anderen Studierenden durch themenspezifische Diskussionsbeiträge.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 1;3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Sozialökonomischer Pflichtbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (20%) Klausur (80%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	E-Learning-Materialien: Carmichael, F. (2005). A Guide to Game Theory. Prentice Hall; Varian, H.R. and Melitz, Marc J. (2023). Intermediate

		Microeconomics. A Modern Approach. 10th Edition. W.W. Norton; Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	**Modulbezeichnung** 55082	**Sozialökonomisches Projektseminar** Project seminar in a topic of social economics Iÿ	**15 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Projektseminar: Sozialökonomisches Projektseminar Kurs A (2 SWS) Projektseminar: MA: Sozialökonomisches Projektseminar I (3 SWS) Projektseminar: Sozialökonomisches Projektseminar I: Wirtschaftspsychologie (3 SWS) Seminar: Projektseminar I (Projektseminar: Kommunikationswissenschaftliches Projektseminar II (4 SWS) Projektseminar: Kommunikationswissenschaftliches Projektseminar I (3 SWS)	5 ECTS 5 ECTS - - 10 ECTS 5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Tobias Wolbring Prof. Dr. Matthias Wrede Prof. Dr. Lisa Handke Prof. Dr. Martin Abraham	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Tobias Wolbring
5	**Inhalt**	• Durchführung eines empirischen Forschungsprojektes in Kleingruppen
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erwerben detaillierte und umfassende Kenntnisse und anwendungsorientierte praktische Erfahrung über Erhebung und Auswertung von Daten • lernen neue Ideen und Verfahren zu entwickeln und auf eine konkrete Fragestellung anzuwenden • erwerben Kompetenzen in der schriftlichen und mündlichen Darstellung und Aufbereitung von Projektergebnissen • erwerben vertiefte und detaillierte Kenntnisse anhand einer konkreten Fragestellung über den aktuellen internationalen Stand der Forschung in diesem Bereich anhand einer konkreten Fragestellung • erwerben Kompetenzen in der eigenständigen anwendungsorientierten Planung und Durchführung von Forschungsprojekten und im Projektmanagement
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundkenntnisse sozialwissenschaftlicher Erhebungs- und Auswertungsmethoden; Modul Quantitative Methoden I, Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher und anspruchsvoller (meistens englischsprachiger) Texte; Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.

8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Sozialökonomischer Pflichtbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich/mündlich Projektarbeit/-bericht und Präsentation
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich/mündlich (100%) Projektarbeit/-bericht und Präsentation (75 % + 25 %)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 150 h Eigenstudium: 300 h
14	**Dauer des Moduls**	2 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	**Modulbezeichnung** 55045	**Media Psychology & Effects** Media and communications research	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Prof. Dr. Adrian Meier	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Adrian Meier
5	**Inhalt**	In this lecture, we will examine the interplay between media and human behavior. The course explores key theories and empirical findings that describe and explain how media influence individual attitudes, beliefs, emotions, and actions. Theories and studies cover a variety of media technologies and systems, ranging from classic mass media (e.g., TV, radio, news outlets) to interactive, interpersonal, and masspersonal media (e.g., social media, video games). Through the lens of media psychology, students will learn about the complex relationships between media consumption patterns, audience characteristics, media content, and media effects. Building on this micro-level understanding, the lecture delves into the implications of media for society at large. Students will examine the ways in which media can influence social norms and collective behavior, and how media can impact broader social issues. Linking theories and research to case studies and current events, students will gain a critical understanding of the impact of media on individuals and societies. This lecture is targeted towards students interested in the intersection of media and psychology, and for those seeking to gain a comprehensive understanding of the power and limitations of media in shaping human behavior and social dynamics.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students will be able to • overview the history and development of media effects research • understand and explain the psychological processes involved in the effects of media on individuals • describe and understand core theories of media psychology and media effects • know the state of empirical evidence on these theories • practice their knowledge of social scientific research methods by interpretating and critically evaluating empirical studies • understand how empirical research can be used to answer societally relevant questions about media • apply psychological, sociological, and communication theories to current societal debates and events • practice discursive, reflective, and evaluative competencies in course discussions
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Interest in social scientific perspectives on media, communication, and digital technologies. Basic knowledge of empirical social science is required. Prior knowledge of media and communication research is desirable, but not required.

		Registration takes place via StudOn.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 1
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Sozialökonomischer Pflichtbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 • Mandatory module in MSc Socioeconomics (Pflichtbereich) • Elective module for international students
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten) Exam (90 min.)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%) Exam (100 %)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	• Bonfadelli, H., & Friemel, T. N. (2017). Medienwirkungsforschung [Media effects research] (6., überarb. Aufl.). UVK. • Oliver, M. B., Raney, A. A., & Bryant, J. (Eds.). (2020). Media effects: Advances in theory and research (4th ed.). Routledge. • Potthoff, M. (Ed.). (2016). Schlüsselwerke der Medienwirkungsforschung [Key texts in media effects research]. Springer. • Rössler, P., Hoffner, C. A., & van Zoonen, L. (Eds.). (2017). The international encyclopedia of media effects. Wiley. • Trepte, S., Reinecke, L., & Schäwel, J. (2021). Medienpsychologie [Media psychology] (3., erweit. und überarb. Auflage). Kohlhammer • van den Bulck, J., Ewoldsen, D. R., Mares, M.-L., & Scharrer, E. (Eds.). (2020). The international encyclopedia of media psychology. Wiley-Blackwell.

1	**Modulbezeichnung** 53022	**Personalpsychologie** Personnel psychology	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Übung zur Personalpsychologie: Resilienz im Arbeitskontext (1 SWS) (WiSe 2026) Übung: Übung zur Personalpsychologie: Simulationsorientierte Verfahren der Personalauswahl (1 SWS) (WiSe 2026) Bei der Übung besteht Anwesenheitspflicht. Bei der Versuchspersonenstunde besteht Anwesenheitspflicht.	2 ECTS 2 ECTS
3	Lehrende	Dr. Michael Ziegler Prof. Dr. Klaus Moser PD Dr. Katharina Ebner	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Klaus Moser
5	**Inhalt**	• Vertiefende Wissensvermittlung zu Grundfragen, theoretischen Grundlagen und konkreten Instrumenten der Personalarbeit in Organisationen aus psychologischer (verhaltens-wissenschaftlicher) Sicht • Kennenlernen und Bewerten aktueller Instrumente und Verfahren der Personalarbeit • Kritische Betrachtung der wissenschaftlichen Grundlagen und praktischen Anwendbarkeit von Konzepten, Methoden und Instrumenten • Schwerpunkte: Personalmarketing, -auswahl und -beurteilung, Sozialisation und Personalentwicklung, Entlohnung, Motivation, Führung • Übung: Vertiefung ausgewählter Literatur anhand von ausgewählten Fallstudien • Kennenlernen von Instrumenten und Maßnahmen der Personalpsychologie. Einüben von praxisrelevanten Techniken im Rahmen von Rollenspielen und praktischen Übungen in Gruppenarbeit.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden besitzen detaillierte Kenntnisse über Theorien und Methoden der Personalarbeit (Schwerpunkt: Individuum). Sie können die operativen Fragen und Methoden in das strategische Management eines Unternehmens einordnen. Sie können die vorgestellten Theorien, Methoden und Verfahren kritisch reflektieren und beurteilen. Sie können Wissen und Fertigkeiten in der Praxis anwenden um Probleme aufzuzeigen und Lösungen zu entwickeln. Sie wissen, wie Methoden und Instrumente entwickelt und rigoros evaluiert werden können.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Empfohlen: Grundkenntnisse sozialwissenschaftlicher Erhebungsmethoden und von Korrelations- und Regressionsrechnung, Präsentationstechniken, Bereitschaft zur Lektüre von Materialien für die Übung im Vorfeld.

8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 1
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Sozialökonomischer Pflichtbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Schuler, H. & Kanning, U. P. (Hrsg.) (2014). Lehrbuch der Personalpsychologie (3. Auflage). Göttingen: Hogrefe.

Wahlmodul: Vertiefung Methoden

1	**Modulbezeichnung** 53055	**Panel and evaluation methods**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Panel- and Evaluation Methods (2 SWS) (WiSe 2026)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Regina Therese Riphahn Dr. Erwin Winkler Dr. Selina Gangl	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Regina Therese Riphahn
5	**Inhalt**	Endogeneity in the linear regression model; instrumental variables estimation; static and dynamic panel data models; matching; difference-in-differences estimation; regression discontinuity design; quantile regression; practical application of methods using statistics software STATA
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Based on the introductory econometrics module "Ökonometrie" students acquire specialized knowledge in panel und evaluation methods and apply it using the statistics software STATA. Students evaluate to what degree empirical patterns can be interpreted as causal and decide to what extent problems of endogeneity can be solved via panel data or exogeneous variation. Students can produce own empirical analyses.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Basic knowledge in statistics and econometrics
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Vertiefung Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%) 100 % written exam (a voluntarily submitted homework can account for 20 % of the final grade if it improves the grade. In the homework an empirical analysis is performed based on Stata. The final grade can be improved by up to 0.7 points. However, the exam must be passed. The homework only counts towards final grades in the semester in which they are produced, i.e. only in the winter semester.)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch

16	**Literaturhinweise**	Wooldridge, J.M., 2010, Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data, 2.ed., MIT Press. Greene, William H., 2020, Econometric Analysis, 8. ed., Pearson, New Jersey Cameron, C.A. and P.K. Trivedi, 2005, Microeconometrics. Methods and Applications, Cambridge University Press Angrist, J. and J.-S. Pischke, 2009, Mostly Harmless Econometrics, Princeton University Press, Princeton, and Oxford. Verbeek, M., 2017, A Guide to Modern Econometrics, 5. ed., Wiley.

1	**Modulbezeichnung** 53107	**Microeconometrics and machine learning** Microeconometrics and Machine Learning	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Microeconometrics and machine learning (2 SWS) Übung: Microeconometrics and machine learning - Übung (2 SWS)	2,5 ECTS 2,5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Regina Therese Riphahn Dr. Selina Gangl	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Regina Therese Riphahn
5	**Inhalt**	Maximum Likelihood estimation, binary dependent variables, multinomial and ordered dependent variables, Tobit models, selection models, duration models, count data models, applications of machine learning in economics. Practical application of empirical methods using Stata.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Based on introductory econometrics modules students acquire specialized knowledge regarding maximum likelihood estimation and microeconometric problems, and methods of machine learning. Students learn how to apply these methods using the statistics software STATA. They discuss and evaluate the appropriateness of specific methods in the framework of practical applications and have the opportunity to voluntarily prepare written empirical homework.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Basic knowledge in statistics and econometrics
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Vertiefung Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%) The grade is based 100 % on a written exam. However, a voluntarily submitted homework can account for 20 % or the final grade if it improves the grade. The homework can be prepared in groups of up to two students. In the homework an empirical analysis is performed based on Stata. The final grade can be improved by up to 0.7 points. However, the exam must be passed. The homework only counts towards final grades in the semester in which they are produced, i.e. only in the summer semester.
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h

14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Cameron, C. und P. K. Trivedi, 2005, Microeconometrics. Methods and Applications, Cambridge Univ. Press. Greene, William H., 2020, Econometric Analysis, 8.ed., Pearson Hastie, T., R. Tibsharani, und J., 2009, The Elements of Statistical Learning: Data Mining, Inference and Prediction, Springer. Wooldridge, J.M., 2010, Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data, 2.ed., MIT Press.

1	**Modulbezeichnung** 53111	**Datenerhebung und Datenstrukturen in der Arbeitsmarktforschung** Collection and structures of data in labor market research	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Masterseminar: Datenerhebung und Datenstrukturen (3 SWS) Es besteht Anwesenheitspflicht.	5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Hans Dietrich	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martin Abraham
5	**Inhalt**	In der empirischen Arbeitsmarktforschung werden häufig komplexe Daten verwendet, die insbesondere zeitliche Strukturen beinhalten. Gegenstand dieses Moduls ist die Vermittlung grundsätzlicher Erhebungsdesigns solcher Daten, deren Aufbereitung sowie deren Auswertung mit Verfahren der Panel- und Ereignisdatenanalyse. Der Kurs besteht aus einem Seminarteil im Umfang von 2 SWS und einem Übungsteil im Umfang von 1 SWS.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erwerben Kenntnisse über die Erhebung von Daten in diesem Bereich • erwerben spezialisierte und vertiefte Kompetenz in der Datenaufbereitung • erwerben vertiefte Kompetenzen in der Analyse von Ereignis- und Paneldaten • erwerben vertiefte Kompetenzen im Umgang mit Stata
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	• Grundkenntnisse in Stata sowie bereits praktische Erfahrung (bspw. in einer Hausarbeit oder Abschlussarbeit) • Kenntnisse von OLS und logistischer Regression
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Vertiefung Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich Seminararbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich (33%) Seminararbeit (67%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch

16	**Literaturhinweise**	Blossfeld, H. P., Golsch, K., & Rohwer, G. (2012). Event history analysis with Stata. Psychology Press. Cameron, A. C., & Trivedi, P. K. (2010). Microeconometrics Using Stata (Vol. 2). College Station, TX: Stata press.

1	**Modulbezeichnung** 57150	**Data science**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Lisa Maag Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer
5	**Inhalt**	Das Modul thematisiert essenzielle Methodiken, die der klassischen statistischen und ökonometrischen Datenanalysen üblicherweise vorgeschaltet sind. Diese Methodiken umfassen • die Akquise von Daten, • das Überprüfen der Daten auf Sinnhaftigkeit bzw. der Umgang mit fehlenden Datenpunkten, • eine deskriptive und graphische Voranalyse der Daten Weiterhin werden die grundliegenden Konzepte des Maschinellen Lernens erläutert und anhand einfacher Beispiele illustriert. Alle o.g. Methodiken werden in der Programmiersprache Python umgesetzt.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden bekommen einen Einblick in die Prozesse die notwendig sind um einen Datensatz anzufertigen, welcher dann Startpunkt für weitere statistische und ökonometrische Datenanalysen sein kann. Dafür werden die zu den einzelnen Prozessschritten gehörigen Problemstellungen aufgezeit, diskutiert und Lösungsansätze am Rechner nachvollzogen. Anschließend sind Studierende in der Lage, Datensätze (z. B. aus frei verfügbaren Datenquellen) zu erstellen, aufzubereiten, zu interpretieren und zu bewerten. Dieses Können ermächtigt Studierende, sich eigene Datensätze abzuleiten, mit deren Hilfe Ideen und Konzepte zur Lösung wissenschaftlicher und beruflicher Probleme entwickeln werden können. Die Studierenden verfügen über ein grundliegendes Verständnis der Programmiersprache Python
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Python Grundlagen (Python 3); Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende des Master in Marketing vorrangig behandelt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Vertiefung Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester

13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	https://wiki.python.org/moin/BeginnersGuide/NonProgrammers

1	**Modulbezeichnung** 57461	**Advanced Marketing Analytics**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Advanced Marketing Analytics (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende		

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer
5	**Inhalt**	Das Modul beschäftigt sich mit der Analyse, Interpretation und Reflektion erhobener Daten mittels multivariater Analyseverfahren. Durch Vermittlung von theoretischen Grundlagen und der praktischen Anwendung der Analysemethoden und -ergebnisse (z. B. durch Datenvisualisierung) mit der Statistiksoftware R wird ein Verständnis der Verfahren zur Datenanalyse, deren Voraussetzungen, Zielsetzung, Vorgehensweise und die sachgerechte Interpretation und Kommunikation der Ergebnisse generiert. Dabei werden u. a. folgende Verfahren behandelt: • Regressions-, Varianz- und Mediationsanalyse • Faktoren- und Clusteranalyse • Predictive Analytics
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden können neben wissenschaftlichen Grundlagen spezialisiertes und vertieftes Fachwissen zu den verschiedenen Datenanalyseverfahren erläutern und anwenden. Sie sind in der Lage, eigenständig zu ermitteln, welche fortgeschrittenen statistischen Analysemethoden zur Beantwortung einer statistischen Fragestellung geeignet sind und diese Methoden anwenden. Dafür müssen sie die Eignung und Voraussetzungen zur Anwendung der Methode unter Berücksichtigung alternativer Methoden beurteilen sowie die Methode korrekt anwenden. Anschließend können die Studierenden die ermittelten Ergebnisse in Kontext setzen und im Zusammenhang mit Terminologien der Datenanalyse interpretieren und reflektieren. Auf Grundlage Ihres Wissens und einer zusätzlichen Einarbeitung in die Statistiksoftware R sind die Studierenden dazu befähigt, forschungs- oder anwendungsorientierte Projekte auf Basis der Forschungsmethodik der Datenanalyse durchzuführen. Sie können eigenständige Ideen und Konzepte zur Lösung wissenschaftlicher und beruflicher Probleme entwickeln und diese mit Blick auf deren Bedeutung und Auswirkung reflektieren.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende des Master in Marketing vorrangig behandelt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Vertiefung Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222

10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	

Wahlmodul: Angewandte Methoden

1	**Modulbezeichnung** 52320	**Angewandte Methoden: Ausgewählte Methoden der Sozialforschung** Applied methods: Selected social research methods	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Angewandte Methoden: Ausgewählte Methoden der Sozialforschung (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	PD Dr. Andreas Damelang	

4	**Modulverantwortliche/r**	PD Dr. Andreas Damelang
5	**Inhalt**	• Die Veranstaltung bietet eine Vertiefung eines ausgewählten Methodenbereichs im Hinblick auf die spezifischen Erfordernisse des Projektseminars
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erwerben vertiefte Kenntnisse über einen spezifischen Methodenbereich wie z.B. spezifische Formen der Datenerhebung, Experimente oder spezifische Modelle der Datenauswertung • erwerben fortgeschrittene Kompetenzen, eigenständig Forschungs- und Praxisprobleme mit diesen Methoden zu analysieren • erwerben umfassendes und spezialisiertes Wissen zu dem neuesten Erkenntnisstand von fortgeschrittenen Analysemethoden
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundkenntnisse sozialwissenschaftlicher Erhebungs- und Auswertungsmethoden; Modul Quantitative Methoden I
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Angewandte Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Hausarbeit (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	**Modulbezeichnung** 52330	**Angewandte Methoden: Methoden der empirischen Kommunikationsforschung** Applied methods: Empirical communication research	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Angewandte Methoden: Methoden der empirischen Kommunikationsforschung (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Adrian Meier	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Adrian Meier
5	**Inhalt**	• Vertiefung einer oder mehrerer ausgewählter Methoden der Kommunikationswissenschaft • Anwendung und kritische Reflexion der Methoden
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erlernen vertieftes und spezialisiertes Wissen über ausgewählte Methoden der empirischen Kommunikationsforschung • können die Methoden beschreiben und erläutern • analysieren selbstständig kommunikationswissenschaftliche Forschungsfragen anhand qualitativer oder quantitativer Methoden • wenden die Methoden praktisch und selbstständig an • entwickeln durch Diskussionen mit Mitstudierenden bzw. Fachvertretern die Fähigkeit, an aktuellen fachwissenschaftlichen und forschungsrelevanten Debatten teilzunehmen, um Probleme und Lösungen im Bereich der kommunikationswissenschaftlichen Forschung zu erörtern • erhalten methodische Kompetenzen für Berufsfelder und der Forschung im kommunikationswissenschaftlichen Bereich.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine. Die Anmeldung erfolgt über StudOn.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Angewandte Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Referat Projekt-/Praktikumsbericht
11	**Berechnung der Modulnote**	Referat (bestanden/nicht bestanden) Projekt-/Praktikumsbericht (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester

15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	

1	**Modulbezeichnung** 52341	**Angewandte Methoden: Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie** Applied methods: Methods in business and organizational psychology	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie (3 SWS) Sonstige Lehrveranstaltung: Versuchspersonenstunde zu Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie (0,5 SWS) Bei der Versuchspersonenstunde besteht Anwesenheitspflicht.	- -
3	Lehrende	George Gunnesch-Luca Dr. Michael Ziegler Prof. Dr. Klaus Moser	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Lisa Handke Prof. Dr. Klaus Moser
5	**Inhalt**	Vertiefung einer oder mehrerer ausgewählter Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie unter besonderer Berücksichtigung fachspezifischer Anwendungen und Probleme (z.B. moderierte Regression, Meta-Analyse, Beobachtungsverfahren).
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden verstehen die Forschungsmethoden anwendungsbezogener Fachartikel und können diese bewerten und kritisch hinterfragen. Sie sind in der Lage, selbständig anspruchsvolle Untersuchungen zu planen, durchzuführen und auszuwerten. Sie können sich zudem eigenständig in weitere Analyseverfahren einarbeiten.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Empfohlen: Grundkenntnisse sozialwissenschaftlicher Erhebungs- und Auswertungsmethoden; Präsentationstechniken, Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens, Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher und anspruchsvoller (meistens englischsprachiger) Texte; Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Angewandte Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester

13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	
16	**Literaturhinweise**	Wird bekannt gegeben

Wahlmodul: Spezielle VWL

1	**Modulbezeichnung** 53000	**Arbeitsmarktökonomie** Labor economics	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Übung zur Arbeitsmarktökonomie (Master) (1 SWS) (WiSe 2026)	-
3	Lehrende	Prof. Dr. Claus Schnabel Vinzenz Pyka André Rieder	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Claus Schnabel
5	**Inhalt**	1. Arbeitsmarktüberblick 2. Arbeitsangebot 3. Humankapital 4. Arbeitsnachfrage 5. Suche am Arbeitsmarkt 6. Mobilität und Migration 7. Löhne 8. Lohndifferenziale und Diskriminierung 9. Arbeitslosigkeit
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Das Modul vermittelt die wesentlichen Methoden und Erkenntnisse der modernen ökonomischen Analyse von Arbeitsmärkten. Die Studierenden bestimmen die wichtigsten Einflussfaktoren auf der Angebots- und Nachfrageseite des Arbeitsmarktes, erschließen die Bedeutung von Humankapital sowie die Rolle der Entlohnung, und können die wesentlichen Ursachen von Arbeitslosigkeit analysieren sowie Bekämpfungsmöglichkeiten aufzeigen. Sie werden in die Lage versetzt, die vorgestellten Theorien kritisch zu reflektieren, empirische Arbeitsmarktstudien eigenständig zu interpretieren, wirtschaftspolitische Maßnahmen zu bewerten und eigene Handlungsempfehlungen zu entwickeln.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundkenntnisse der Mikroökonomie und der empirischen Wirtschaftsforschung
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle VWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch

16	**Literaturhinweise**	Borjas, G.: Labor Economics, 8. Aufl. 2020;Cahuc, P./Carcillo, S./Zylberberg, A.: Labor Economics, 2. Aufl. 2014;Franz, W.: Arbeitsmarktökonomik, 8. Aufl. 2013

1	**Modulbezeichnung** 53071	**Personnel economics**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Personnel Economics (2 SWS) Compulsory attendance is required for discussion and feedback processes.	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Regina Therese Riphahn	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Regina Therese Riphahn
5	**Inhalt**	The module addresses key topics of modern personnel economics research, such as hiring, contract design, motivation, training, teamwork, and group incentives.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students acquire specialized knowledge of personnel economics theories and research questions. By preparing short thesis papers and a seminar paper, students learn to evaluate and critically discuss methodological choices and substantive conclusions drawn in recent empirical research papers. Students assess theoretical approaches, applied empirical methods and results of recent research papers. Students present and scrutinize complex facts and results. They discuss the theoretical background, empirical method, and empirical evidence on personnel economics research contributions, discuss presentations of fellow students and provide constructive feedback. Compulsory attendance is required for discussion and feedback processes.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Basic knowledge of microeconomics and econometrics
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle VWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Seminararbeit schriftlich Seminar paper, thesis papers
11	**Berechnung der Modulnote**	Seminararbeit (60%) schriftlich (40%) • Seminar paper (group work) (60 %) • Thesis papers (40 %)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	• Garibaldi, Pietro (2006), Personnel Economics in Imperfect Labour Markets, Oxford Univ. Press.

		• Neilson, William S. (2007), Personnel Economics, Pearson Educ. Inc. • Lazear, Edward P. (1998), Personnel Economics, MIT Press. • Selected research papers

1	**Modulbezeichnung** 56790	**Gesundheitsökonomie I** Health economics I	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Prof. Dr. Harald Tauchmann	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Harald Tauchmann
5	**Inhalt**	Die Veranstaltung betrachtet das Gesundheitswesen aus mikroökonomischer Perspektive. Den Schwerpunkt der Veranstaltung bildet die Betrachtung von Krankenversicherungsmärkten und ihrer spezifischen Unvollkommenheiten, und Probleme (adverse Selektion, Moral Hazard, Risikoselektion), die sich aus den besonderen Eigenschaften des Gutes Gesundheit ergeben. Aus dieser Betrachtung werden Anforderungen an die Gestaltung eines Gesundheitssystems abgeleitet. Studierende sollten die Bereitschaft mitbringen, sich vertieft mit mikroökonomischen Modellen zu beschäftigen.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erwerben fundiertes ökonomisches Wissen über das Gesundheitswesen, insbesondere bzgl. Krankenversicherungsmärkten, • analysieren die Besonderheiten von Gesundheitsmärkten im Rahmen theoretischer Modelle, • überprüfen deren Validität anhand empirischer Studien
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundkenntnisse in Mikroökonomie und Ökonometrie sollten vorhanden sein.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle VWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Breyer, F., Zweifel, P. & Kifmann, M. (2013): Gesundheitsökonomik, 6. Aufl., Springer. Sloan, F.A. & Hsieh, C.R. (2012): Health Economics, MIT Press. Folland, Sh., Goodman, A. & Stano, M. (2009): The Economics of Health and Health Care, 6th int. ed., Prentice Hall.

1	**Modulbezeichnung** 57130	**International trade and labor**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Ma-Vorl: International Trade & Labor (2 SWS) Übung: Übung zur Ma-Vorl International Trade and Labor (2 SWS) (Vorlesung mit Übung)	5 ECTS -
3	Lehrende	Prof. Dr. Christoph Moser Dr. Stefan Suttner	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Christoph Moser
5	**Inhalt**	This module deals with the consequences of globalization for the domestic labor market and discusses the winners and losers of trade liberalization. The module focuses on the impact of international economic integration on domestic wages, jobs and inequality, in particular in Germany and the United States.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students are made familiar with the main relevant concepts of international trade and aquire specialized knowledge of the labor market effects of trade liberalization. Students learn about key theoretical predictions, their empirical evidence and the empirical strategies to assess their relevance. The module focuses on topics at the intersection between international trade and labor.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Recommended prerequisites: Basic knowledge of microeconomics (e.g., Varian, Hal (2014), Intermediate Microeconomics: A Modern Approach, 9th international edition) and econometrics (e.g., Wooldridge, Jeffrey (2013), Introductory Econometrics: A Modern Approach, 5th international edition).
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle VWL Master of Science Sozialökonomik 20222 Master Economics: Specialization in Macroeconomics and Finance Master IBS: elective course (Wahlbereich): English-speaking countries; Europe Master Arbeitsmarkt und Personal: Wahlbereich Master Sozialökonomik: freier Vertiefungsbereich
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)

12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Krugman, P., M. Obstfeld and M. Melitz (2017/18), International Trade: Theory and Policy OR International Economics: Theory and Policy, 11th global edition. Further course materials will be announced in the course.

Wahlmodul: Spezielle BWL

1	**Modulbezeichnung** 52170	**Einführung in das Genossenschaftswesen** Introduction to cooperative systems	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	apl. Prof. Dr. Richard Reichel Prof. Dr. Matthias Wrede	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Markus Beckmann
5	**Inhalt**	Gegenstand der Veranstaltung ist die wissenschaftliche Betrachtung der Rechts- und Unternehmensform Genossenschaft aus betriebs- und volkswirtschaftlicher Sicht.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erlangen ein generelles Verständnis für das Modell Genossenschaft und dessen historischen Background. Zusätzlich erhalten die Studierenden einen Einblick in die verschiedenen Geschäftsfelder in denen Genossenschaften vertreten sind und analysieren deren Vorzüge in diesen Bereichen. Insbesondere sind die Studierenden in der Lage • die Entwicklung der Genossenschaften nachzuvollziehen, • die Rolle von Genossenschaften in der Bundesrepublik Deutschland zu reflektieren, • die Vor- und Nachteile der Rechts- und Unternehmensform eG gegenüber anderen Personen und Kapitalgesellschaften einzuschätzen, und • die Gründungsvoraussetzungen einzuordnen. Zur Verdeutlichung der dargestellten Sachverhalte be- bzw. erarbeiten die Studierenden Lösungsansätze zu ausgewählten Frage- und Problemstellungen aus der Praxis.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle BWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (50%) Klausur (50%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Kursspezifische Literatur (wird im Kurs bekanntgegeben).

1	**Modulbezeichnung** 53450	**Technology and innovation management**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Technology and Innovation Management (V) (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Julian Müller Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt Felix Schäfer	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	**Inhalt**	Technologies and innovations are the foundation of the success and growth of any company. This course covers theories, concepts, and tools of technology and innovation management. Special topics include, for example, economic decision-making in technology management and in disruptive technological change, success factors of innovations, the design of innovation processes, timing strategies, the opening of innovation management to external partners, as well as the innovation of entire business models. In addition, the topics are linked to practical and current focal areas in order to demonstrate their real-world applicability.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	In this module, students acquire comprehensive, in-depth, and specialized knowledge as well as an understanding of the current state of research in the field of technology and innovation management. Upon completion of the module, they are able to assess and evaluate the significant role of technologies and innovations as sources of competitive advantage for industrial and service companies. This knowledge is deepened through numerous practical examples. Furthermore, students are able to successfully transfer their knowledge of methods and concepts of technology and innovation management to novel, concrete practical problems and apply it to problem structuring and problem solving. They are thus capable of assessing and critically examining issues in this field. The analytical and conceptual skills acquired enable students to independently address complex business-related problems and to identify, structure, and successfully apply appropriate methods and approaches to tasks in technology and innovation management.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	None
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle BWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)

12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Ahmed, P.; Shepherd, C.: Innovation Management Context, Strategies, systems and processes, Pearson, Essex, 2010. Voigt, K.-I.: Industrielles Management, 1. Aufl., Berlin u. a., 2008.

1	**Modulbezeichnung** 53471	**Managing intercultural relations**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Managing Intercultural Relations IM 3 (2 SWS) Seminar: Managing Intercultural Relations IM 3 (1 ECTS, Seminar) (1 SWS)	4 ECTS 1 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge Aisha Munir	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge
5	**Inhalt**	1. Relevance of Intercultural Management 2. Intercultural Management Research: Scope and Results 3. Manifestations and Functions of Culture 4. Concepts of Culture 5. Intercultural Communication and Negotiations 6. Culture and Management: Organization, Motivation and Leadership in Different Cultures 7. Intercultural Competence 8. Intercultural Training 9. Conclusions
6	**Lernziele und Kompetenzen**	After successful completion of this course, participants will be able to: 1. Apply advanced theories, concepts and methods of intercultural management to understand and analyze complex real-world managerial problems. 2. Evaluate contemporary research in comparative, cross-cultural, indigenous and post-colonial management by identifying strengths, limitations, and implications for management. 3. Explain key methodological challenges of intercultural management research and assess the rigour, validity, and relevance of quantitative and qualitative research designs. 4. Design, implement, and evaluate innovative intercultural training interventions, including the conceptualization and measurement of intercultural competence. 5. Analyze complex problems faced by international firms and develop evidence-based solutions by integrating theoretical insights, empirical findings, and cultural considerations.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	English language proficiency (C1)
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle BWL Master of Science Sozialökonomik 20222

10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation schriftlich *Details for the examination for the lecture: Report (6 pages)* *Details for the examination for the seminar: Oral presentation (attendance mandatory)*
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (20%) schriftlich (80%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Holtbrügge, D. (2022). Intercultural Management. Concepts, Practice, Critical Reflection. Thousand Oaks: Sage.

1	**Modulbezeichnung** 53710	**Foundations of international management I**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Maxim Grib Prof. Dr. Dirk Holtbrügge	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge
5	**Inhalt**	1. Environment of International Management: History and Major Trends 2. Theoretical and Conceptual Foundations of International Management 3. Theories of Internationalization 4. Strategic Management in International Corporations.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	After successful completion of this course, participants will be able to: 1. Apply advanced theories, concepts, and methods of international management to understand and analyze complex real-world managerial problems. 2. Evaluate contemporary research in international management, including theoretical and empirical studies, by identifying strengths, limitations, and implications for management. 3. Analyze complex problems faced by international firms and develop evidence-based solutions by integrating theoretical insights, empirical findings, and practical constraints.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	English language proficiency (C1)
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle BWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Report Präsentation *Details for the examination for the lecture: Report (6 pages)* *Details for the examination for the seminar: Oral presentation (attendance mandatory)*
11	**Berechnung der Modulnote**	Report (80%) Präsentation (20%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch

16	**Literaturhinweise**	Holtbrügge, D. & Welge, M.K. (2020). International Management. Mimeo, Nürnberg (chapters 1-4). Holtbrügge, D. & Haussmann, H. (eds.) (2024). Internationalization Strategies of Firms. Case Studies from the Nürnberg Metropolitan Region. 3rd edition. Baden-Baden: Nomos.

1	**Modulbezeichnung** 53720	**Foundations of international management II**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge Aisha Munir	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge
5	**Inhalt**	1. Organization of International Corporations 2. Human Resource Management in International Corporations 3. Public Affairs Management in International Corporations
6	**Lernziele und Kompetenzen**	After successful completion of this course, participants will be able to: 1. Apply advanced theories, concepts and methods of international management to understand and analyze complex real-world managerial problems. 2. Evaluate contemporary research in international management, including theoretical and empirical studies, by identifying strengths, limitations, and implications for management. 3. Analyze complex problems faced by international firms and develop evidence-based solutions by integrating theoretical insights, empirical findings, and practical constraints.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Successful attendance of Foundations of International Management I English language proficiency (C1)
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle BWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Report *Details for the examination for the lecture: Report (6 pages)* *Details for the examination for the seminar: Oral presentation (attendance mandatory)*
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (20%) Report (80%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Holtbrügge, D. & Welge, M.K. (2020): International Management. Mimeo, Nürnberg (chapters 5, 6 & 8).

		Holtbrügge, D. & Haussmann, H. (eds.) (2024). Internationalization Strategies of Firms. Case Studies from the Nürnberg Metropolitan Region. 3rd edition. Baden-Baden: Nomos.

1	**Modulbezeichnung** 55511	**Seminar zum Genossenschaftswesen** Seminar on cooperatives	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Seminar zum Genossenschaftswesen (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	apl. Prof. Dr. Richard Reichel	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Markus Beckmann
5	**Inhalt**	Im Rahmen des Moduls wird in Kooperation mit dem Genossenschaftsverband Bayern die Genossenschaft als besondere Form der Unternehmung näher betrachtet. Ziel der Veranstaltung ist es sowohl die Bedeutung und Entwicklung der Genossenschaften aufzuzeigen, als auch auf aktuelle Forschungs- und Praxisprobleme tiefergehend einzugehen. Neben einem einführenden Teil (in Vorlesungsform), der insbesondere das Genossenschaftswesen und seine Besonderheiten aus der theoretischen Perspektive näher erläutert, ist die eigenständige Bearbeitung und Präsentation einer zuvor definierten praxisrelevanten Fragestellung weiterer Bestandteil des Seminars.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Im Rahmen des Moduls erhalten die Studierenden einen tiefergehenden Einblick in die aktuellen Problemfelder und Herausforderungen von genossenschaftlichen Unternehmen und verfügen somit über ein spezialisiertes und detailliertes Wissen über das Genossenschaftswesen. Durch erworbene analytische und konzeptionelle Fertigkeiten sind sie ferner in der Lage komplexe betriebswirtschaftliche Fragestellungen eigenständig zu bearbeiten und die richtigen Methoden und Strukturierungsansätze zur Bewältigung dieser Aufgaben zu finden und erfolgreich anzuwenden. Konkret entwickeln die Studierenden insbesondere die Fähigkeit: • die besonderen Planungs- und Gestaltungsprobleme von Genossenschaften zu verstehen • nach relevantem Wissen und Informationen zu recherchieren, diese zu bewerten, zu verdichten und zu strukturieren sowie - die geeigneten strategischen Analyseinstrumente und -methoden zur Bewältigung des konkreten Praxisproblems zu finden, diese zielführend anzuwenden sowie • Handlungsalternativen aufzuzeigen. Durch die Zusammenarbeit im Team sind die Studierenden ferner in der Lage: • zielorientiert mit anderen zusammenzuarbeiten und vernetzt zu denken, • sich rational und verantwortungsbewusst mit Interessens- und Kommunikationskonflikten im Rahmen der Gruppenarbeit auseinanderzusetzen, aber auch mit Unterschieden in Denk- und Handlungsmustern umzugehen • in klarer und eindeutiger Weise die gewonnenen Erkenntnisse sprachlich und visuell zu vermitteln sowie überzeugend zu präsentieren

		• sowie komplexe fachbezogene Probleme und Lösungen gegenüber Dritten argumentativ zu vertreten
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle BWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (50%) Hausarbeit (50%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Kursspezifische Literatur (wird im Kurs bekannt gegeben).

1	**Modulbezeichnung** 56780	**Business ethics and corporate social responsibility** Sustainability management, business ethics and corporate social responsibility	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Business Ethics and Corporate Social Responsibility (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Markus Beckmann	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Markus Beckmann
5	**Inhalt**	This course combines several perspectives on normative issues in business. First, we take a moral psychology perspective to understand how morality helps us solve certain problems, but also creates pitfalls in the modern world. Second, we develop an ethical framework for navigating contentious issues and supporting the search for constructive solutions. Third, we apply this framework to analyze how (why) social and environmental goals are (not) achieved at the macro level. We will pay particular attention to the role of markets and their regulation. Fourth, we take the perspective of the individual firm and ask whether and to what extent firms need to integrate moral issues into their value creation processes. In this context, corporate social responsibility can serve as a means to implement these moral issues. We will therefore take a closer look at CSR, its origins, development and instruments. We conclude the course by discussing various applications and cases.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	After successfully completing this course, students will have developed the ability to: • Explain key concepts from moral psychology and analyze how moral intuitions and biases influence ethical decision-making in business contexts. • Apply ethical theories and frameworks, such as social dilemmas, to navigate complex moral challenges in business, evaluate competing arguments, and construct well-reasoned ethical judgements. • Assess how markets and regulatory mechanisms facilitate or hinder the achievement of social and environmental goals at the macro level. • Critically examine the extent to which firms should integrate ethical considerations into their value creation processes and evaluate the implications of different approaches. • Evaluate the origins, development, and effectiveness of CSR strategies and instruments in addressing selected ethical and sustainability challenges.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	None
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222

		Wahlmodul: Spezielle BWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	elektronische Prüfung (60 Minuten) Klausur (elektronische Prüfung, 60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	elektronische Prüfung (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Provided via StudOn

1	**Modulbezeichnung** 57455	**Regeneration and sustainable development**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Regeneration and sustainable development (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Francisco Layrisse Villamizar	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Markus Beckmann
5	**Inhalt**	The seminar provides content on the basics of regenerative practices across different industries and context. The course is divided into three general blocks. The first block of sessions will provide context into the importance of regeneration considering the limitations of currents frameworks such as corporate philanthropy, corporate social responsibility and corporate sustainability management. The second block of sessions will concentrate in understanding the regenerative principles, the importance of socio-ecological systems and circularity. The third block of sessions will focus on analysing regeneration/ circularity in practice by looking at: i) Innovative business models that include regenerative practices and/or circularity ii) Transitions towards regeneration in agrofood systems. iii) Industrial ecology and circular practices iv) Risk management practices for climate change Students will have a mid term presentation and final presentation where they will have identify an innovative business model that integrates regeneration/circularity. In addition, they will have to document in detail the aspects of the model.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	At the end of the seminar students will be able to: • Criticize and frame the limits of our current system • Articulate the root causes of todays wicked problems • Describe the underlying principles of regeneration and circularity • Define characteristics of regenerative and circular enterprises • Contrast traditional enterprises with innovative business/ practices models based on regeneration and/circularity
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Previous courses on sustainability management are recommended but not required.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle BWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Hausarbeit Präsentation Term paper: 25 pages, presentation: 18 minutes

11	**Berechnung der Modulnote**	Hausarbeit (50%) Präsentation (50%)
12	**Turnus des Angebots**	Unregelmäßig
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	All necessary materials will be provided via StudOn

Sozialökonomischer Vertiefungsbereich

1	**Modulbezeichnung** 52153	**The supply of medical services**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung mit Übung: Supply of Medical Services (3 SWS) (WiSe 2025) Vorlesung mit Übung: VL: Supply of Medical Services (3 SWS) (SoSe 2026)	5 ECTS 5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Simon Reif	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Simon Reif
5	**Inhalt**	In this course the market for medical services and in particular the supply of services from physicians and hospitals is analyzed. The focus is on behavioral incentives and how they are shaped by the characteristics of health as a special good as well as by institutional settings. Topics to be covered are supplier induced demand, quality-quantity-relationship in hospitals and optimal reimbursement schemes. The course will also cover individual health behavior. Throughout the course microeconomic models will be used.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students • understand the behavior of phsysicians from a microeconomic perspective • can evaluate governmental regulations in health care markets • can discuss reforms in the health care sector
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Solid knowledge of microeconomics and some basic knowledge of econometrics is recommended.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Zweifel, P., Breyer, F., Kifmann, M. (2009): Health Economics, Springer, 2. Aufl.

1	**Modulbezeichnung** 52270	**Seminar zur Organisationspsychologie** Seminar in organizational psychology	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Seminar zur Organisationspsychologie: Karriere in Organisationen (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	PD Dr. Katharina Ebner	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Klaus Moser
5	**Inhalt**	• wechselnde Themen und Schwerpunkte. • Auseinandersetzung mit theoretischen Grundlagen und konkreten Instrumenten der Personalarbeit, der Arbeitspsychologie und der Organisationsentwicklung aus psychologischer (verhaltenswissenschaftlicher) Sicht
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden demonstrieren ihren souveränen Umgang mit der einschlägigen Fachliteratur und organisationspsychologischen Theorien und Methoden. Die Studierenden erwerben fundierte Kenntnisse über Theorien und Methoden der Personalarbeit, der Arbeitspsychologie und der Organisationsentwicklung. Sie können die operativen Fragen und Methoden in das strategische Management eines Unternehmens einordnen. Sie können die bearbeiteten Theorien, Methoden und Verfahren kritisch reflektieren, beurteilen und anwenden. Sie lernen, wie Methoden und Instrumente entwickelt und rigoros evaluiert werden können.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundkenntnisse sozialwissenschaftlicher Erhebungsmethoden und von Korrelations- und Regressionsrechnung bzw. Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie, Präsentationstechniken, Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens, Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher (meistens englischsprachiger) Materialien, Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Hausarbeit Präsentation
11	**Berechnung der Modulnote**	Hausarbeit (100%) Präsentation (bestanden/nicht bestanden)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch

16	**Literaturhinweise**	Schuler, H. & Moser, K. (Hrsg.) (2014). Lehrbuch Organisationspsychologie (5. Auflage). Bern: Huber. Schuler, H: & Kanning, U. P. (Hrsg.) (2014), Lehrbuch der Personalpsychologie (3. Auflage). Göttingen: Hogrefe. Ulich, E. (2011). Arbeitspsychologie. Stuttgart: Poeschel. Hacker, W. (1998). Allgemeine Arbeitspsychologie. Bern: Huber. Aktuelle Jahrgänge der Zeitschriften Journal of Applied Psychology, Journal of Occupational and Organizational Psychology und Zeitschrift für Arbeits- und Organisationspsychologie

1	**Modulbezeichnung** 52300	**Theorieseminar zur Wirtschaftspsychologie** Theory seminar: business psychology	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Theorieseminar: Marktpsychologisches Theorieseminar: Konsumentenverhalten (2 SWS) Theorieseminar: Marktpsychologisches Theorieseminar: Konsumentenentscheidungen (2 SWS) Seminar: Seminar zur Organisationspsychologie: Karriere in Organisationen (2 SWS)	5 ECTS 5 ECTS 5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Jürgen Kirsch Prof. Dr. Klaus Moser PD Dr. Katharina Ebner	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Klaus Moser
5	**Inhalt**	Vertiefende Auseinandersetzung mit Themen der Wirtschaftspsychologie (Personalpsychologie, Organisationspsychologie, Konsumentenverhalten) Im Theorieseminar setzen sich die Studierenden gründlich und auf der Basis anspruchsvoller i.d.R. englischsprachiger Fachliteratur mit einem aktuellen Thema auseinander, stellen dies mündlich vor und verfassen eine in Form und Niveau an eine Fachpublikation angelehnte Hausarbeit Die Themen wechseln semesterweise.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden gehen souverän mit der einschlägigen deutsch- wie englischsprachigen Fachliteratur sowie wirtschaftspsychologischen Theorien und Methoden um. Sie können wissenschaftliche Positionen erläutern, vertreten, kritisieren und verteidigen. Sie besitzen detaillierte Fachkenntnisse nach dem neuesten Kenntnisstand zu spezifischen Fragestellungen in der Wirtschaftspsychologie und besitzen fachliche und konzeptionelle Fertigkeiten zur Entwicklung und Evaluation entsprechender Methoden und Instrumente.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Empfohlen: Besuch vorbereitender Module aus den Bereichen Personalpsychologie, Organisationspsychologie oder Konsumentenverhalten. Grundkenntnisse sozialwissenschaftlicher Erhebungsmethoden und von Korrelations- und Regressionsrechnung bzw. Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie, Präsentationstechniken, Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens, Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher und anspruchsvoller (meistens englischsprachiger) Texte, Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Hausarbeit Präsentation

11	**Berechnung der Modulnote**	Hausarbeit (100%) Präsentation (bestanden/nicht bestanden)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Wird bekannt gegeben

1	**Modulbezeichnung** 52310	**Wirtschaftspsychologie Projektseminar** Project seminar on business psychology	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Projektseminar: Projektseminar Wirtschaftspsychologie: Das LLM als Coach? - Konzeption und Evaluation (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	PD Dr. Katharina Ebner	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Klaus Moser
5	**Inhalt**	Vertiefende Auseinandersetzung mit Themen der Wirtschaftspsychologie (Personalpsychologie, Organisationspsychologie, Konsumentenverhalten) Auf der Basis vorgegebener Themen werden empirische Studien alleine oder in kleinen Gruppen durchgeführt. Die Themen wechseln semesterweise.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden demonstrieren ihren souveränen Umgang mit der einschlägigen Fachliteratur und wirtschaftspsychologischen Theorien und Methoden. Sie wissen, wie Methoden und Instrumente entwickelt und rigoros evaluiert werden können und können diese anwenden. Sie besitzen Erfahrungen in der Durchführung entsprechender Studien und können wissenschaftliche Berichte über Forschungsergebnisse auf publikationsreifem Niveau verfassen.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Empfohlen: Besuch vorbereitender Module aus den Bereichen Personalpsychologie, Organisationspsychologie oder Konsumentenverhalten. Grundkenntnisse sozialwissenschaftlicher Erhebungsmethoden und von Korrelations- und Regressionsrechnung bzw. Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie, Präsentationstechniken, Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens, Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher und anspruchsvoller (meistens englischsprachiger) Texte, Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Projekt-/Praktikumsbericht
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (bestanden/nicht bestanden) Projekt-/Praktikumsbericht (100%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch

16	**Literaturhinweise**	Wird bekannt gegeben

1	**Modulbezeichnung** 52950	**Seminar: Public economics 1**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Masterseminar: Seminar Public Economics 1 (3 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Thiess Büttner Prof. Dr. Matthias Wrede Elisa Poletto	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Thiess Büttner Prof. Dr. Sarah Necker Prof. Dr. Matthias Wrede
5	**Inhalt**	Topics in Public Economics
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students • study selected parts of the academic literature in public economics (mostly from scientific journals) and learn how to deal with this literature • learn how to identify relevant contributions in large bodies of economic literature • learn about current approaches and methods in public economics • learn how to read economic papers and to evaluate and assess contributions, regarding both theory and empiry • learn how to draw conclusions from the academic literature in terms of policy implications and critically analyse these findings • learn how to structure and write an academic thesis in economics • expand their skillset in presenting research and presentation techniques and actively participate in academic discussion
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	All techniques and methods that are part of the curriculum in the first semester
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich/mündlich Seminar paper (15 pages), presentation, class participation (incl. discussion of other participants' presentations). Attendance of the presentations is mandatory. Exam registration and deregistration take place before the regular exam registration and deregistration period. *This is a complete examination which means that the partial achievements cannot be separated. Pursuant to Section 19 (1)*

		(4) MPOWIWI, all partial achievements must be completed in the same semester to pass the module. As the partial achievements are connected, repeating only one partial achievement is not permitted in deviation to Section 25 (1)(2) MPOWIWI. Failing one partial achievement requires the entire examination to be repeated.
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich/mündlich (100%) Seminar paper (50%), presentation and Q&A (50%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Will be provided together with the topic announcements.

1	**Modulbezeichnung** 52960	**Seminar: Public economics 2**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Vincent Herdegen William Dean Dr. Boryana Madzharova Prof. Dr. Thiess Büttner Prof. Dr. Matthias Wrede Annalisa Tassi Prof. Dr. Sarah Necker	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Thiess Büttner Prof. Dr. Sarah Necker Prof. Dr. Matthias Wrede
5	**Inhalt**	Topics in Public Economics
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students • study selected parts of the academic literature in public economics (mostly from scientific journals) and learn how to deal with this literature • learn how to identify relevant contributions in large bodies of economic literature • learn about current approaches and methods in public economics • learn how to read economic papers and to evaluate and assess contributions, regarding both theory and empiry • learn how to draw conclusions from the academic literature in terms of policy implications and critically analyse these findings • learn how to structure and write an academic thesis in economics • expand their skillset in presenting research and presentation techniques and actively participate in academic discussion
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	All techniques and methods that are part of the curriculum in the first semester
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich/mündlich Seminar paper (15 pages), presentation, class participation (incl. discussion of other participants' presentations) Attendance of the presentations is mandatory. Exam registration and deregistration take place before the regular exam registration and deregistration period.

		This is a complete examination which means that the partial achievements cannot be separated. Pursuant to Section 19 (1) (4) MPOWIWI, all partial achievements must be completed in the same semester to pass the module. As the partial achievements are connected, repeating only one partial achievement is not permitted in deviation to Section 25 (1)(2) MPOWIWI. Failing one partial achievement requires the entire examination to be repeated.
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich/mündlich (100%) Seminar paper (50%), presentation (30%), discussion (20%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Will be provided together with the topic announcements.

1	**Modulbezeichnung** 53010	**Arbeitsmarktsoziologie** Labor market sociology	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Aktuell werden keine Lehrveranstaltungen zu dem Modul angeboten. Für weitere Auskünfte zum Lehrveranstaltungsangebot kontaktieren Sie bitte die Modul-Verantwortlichen. Es besteht Anwesenheitspflicht.	
3	Lehrende		

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martin Abraham
5	**Inhalt**	Einführung in zentrale Theorien, Methoden und Themenfelder der Arbeitsmarktsoziologie. Zudem werden ausgewählte Themen vertieft erörtert. Der Kurs besteht aus einem Seminarteil im Umfang von 2 SWS und einem Übungsteil im Umfang von 1 SWS.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erwerben umfassende Kenntnisse über Grundfragen der Arbeitsmarktsoziologie • erwerben detaillierte Kenntnisse über den Zusammenhang gesellschaftlicher Rahmenbedingungen und Prozesse des Arbeitsmarktes • erwerben Kompetenzen zur kritischen Beurteilung von politischen Programmen und Maßnahmen im Bereich des Arbeitsmarktes
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (bestanden/nicht bestanden) Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Abraham, Martin, und Thomas Hinz (Hrsg.) (2018): Arbeitsmarktsoziologie. 3. Aufl., Opladen: Westdeutscher Verlag.

1	**Modulbezeichnung** 53111	**Datenerhebung und Datenstrukturen in der Arbeitsmarktforschung** Collection and structures of data in labor market research	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Masterseminar: Datenerhebung und Datenstrukturen (3 SWS) Es besteht Anwesenheitspflicht.	5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Hans Dietrich	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martin Abraham
5	**Inhalt**	In der empirischen Arbeitsmarktforschung werden häufig komplexe Daten verwendet, die insbesondere zeitliche Strukturen beinhalten. Gegenstand dieses Moduls ist die Vermittlung grundsätzlicher Erhebungsdesigns solcher Daten, deren Aufbereitung sowie deren Auswertung mit Verfahren der Panel- und Ereignisdatenanalyse. Der Kurs besteht aus einem Seminarteil im Umfang von 2 SWS und einem Übungsteil im Umfang von 1 SWS.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erwerben Kenntnisse über die Erhebung von Daten in diesem Bereich • erwerben spezialisierte und vertiefte Kompetenz in der Datenaufbereitung • erwerben vertiefte Kompetenzen in der Analyse von Ereignis- und Paneldaten • erwerben vertiefte Kompetenzen im Umgang mit Stata
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	• Grundkenntnisse in Stata sowie bereits praktische Erfahrung (bspw. in einer Hausarbeit oder Abschlussarbeit) • Kenntnisse von OLS und logistischer Regression
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Vertiefung Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich Seminararbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich (33%) Seminararbeit (67%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch

16	**Literaturhinweise**	Blossfeld, H. P., Golsch, K., & Rohwer, G. (2012). Event history analysis with Stata. Psychology Press. Cameron, A. C., & Trivedi, P. K. (2010). Microeconometrics Using Stata (Vol. 2). College Station, TX: Stata press.

1	**Modulbezeichnung** 54011	**Principles of marketing I**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Prof. Dr. Martina Steul-Fischer	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martina Steul-Fischer
5	**Inhalt**	Es werden die unterschiedlichen theoretischen Ansätze in der Marketingforschung vorgestellt. Inhaltliche Schwerpunkte sind u. a. wissenschaftstheoretische Grundlagen und Theorien zum Konsumentenverhalten.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden können wissenschaftliche Grundlagen sowie spezialisiertes und vertieftes Fachwissen zu den theoretischen Ansätzen und Modellen der Marketingforschung unterscheiden, erläutern und anwenden. Im Besonderen können die Studierenden in kritischer Weise Theorien, Terminologien, Besonderheiten, Grenzen und Lehrmeinungen der Marketingforschung erläutern und reflektieren. Weiterhin können eigenständige Ideen und Konzepte zur Lösung wissenschaftlicher Probleme entwickelt werden, um spezifische Problemstellungen im Marketing zu bearbeiten.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L., C., Piercy, N. J. (2022): Grundlagen des Marketing, 8. Aufl., Hallbergmoos. Kroeber-Riel, W., Gröppel-Klein, A. (2019): Konsumentenverhalten, 11. Aufl., München. Kuß, A. (2013): Marketing-Theorie Eine Einführung, 3. Aufl., Wiesbaden.

1	**Modulbezeichnung** 54262	**Principles of marketing II**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Dr. Jennifer Liebetrau Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer Dr. Hannah Winkler von Mohrenfels Eva Leonhardt	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer
5	**Inhalt**	Das Modul vermittelt sowohl wissenschaftliche Grundlagen als auch spezialisiertes und vertieftes Fachwissen aus den Bereichen Produkt- und Preismanagement. Der Inhalt orientiert sich an der aktuellen Marketingforschung und bezieht empirische Forschungserkenntnisse ein. Studierende erhalten ein vertieftes Verständnis für die Aspekte des Produkt- und Preismanagements und deren Besonderheiten. Außerdem werden Kenntnisse über die praktische Anwendung des Produkt- und Preismanagements sowie Implikationen für Unternehmen vermittelt. Produktmanagement beschäftigt sich insbesondere mit: • Grundlegenden Aspekten des (digitalen) Produktmanagements • Innovationsmanagement • Projektmanagement • Management etablierter Produkte • Markenmanagement Preismanagement behandelt: • Allgemeine Grundlagen des Preismanagements • Grundlagen der klassischen Preistheorie • Verhaltenswissenschaftliche Grundlagen • Preisbestimmung • Preisdurchsetzung
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden können in vertiefter und kritischer Weise Konzepte, Theorien, Besonderheiten und Methoden aus den Bereichen Produkt- und Preismanagement erläutern, anwenden und bewerten. Auf Grundlage ihres Wissens sind die Studierenden dazu befähigt, mögliche Problemfelder in den beiden Bereichen selbständig zu identifizieren und eigenständige Ideen und Konzepte zur Lösung wissenschaftlicher und beruflicher Probleme zu entwickeln und diese mit Blick auf deren Bedeutung und Auswirkung zu hinterfragen. Zudem sind die Studierenden in der Lage, eigenständig zu entscheiden, welche quantitativen Methoden aus den Bereichen Produkt- und Preismanagement für welche Fragestellungen geeignet sind und diese Methoden anwenden. Dafür müssen sie die Eignung und Voraussetzungen zur Anwendung der Methode unter Berücksichtigung alternativer Methoden beurteilen sowie die Methode adäquat anwenden.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!

9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Versuchspersonenstunde Klausur (60 Minuten) Die Versuchspersonenstunde hat einen Umfang von 60 Min.
11	**Berechnung der Modulnote**	Versuchspersonenstunde (bestanden/nicht bestanden) Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Diller, H. (2021), Pricing: Prinzipien und Prozesse der betrieblichen Preispolitik, 5. Aufl., Stuttgart. Homburg, Ch. (2020), Marketingmanagement: Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung, 7. Aufl., Wiesbaden. Monroe, K. B. (2003), Pricing - Making Profitable Decisions, 3rd ed., Boston. Simon, H., Fassnacht, M. (2016), Preismanagement - Strategie, Analyse, Entscheidung, Umsetzung, 4. Aufl., Wiesbaden.

1	**Modulbezeichnung** 54270	**Vertriebs- und Kommunikationsmanagement** Communications and sales management	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Carolin Riccarda Berger Melissa-Nokshi Rahman Prof. Dr. Andreas Fürst	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Andreas Fürst
5	**Inhalt**	Das Modul vermittelt den Studierenden vertiefende Kenntnisse idealtypischer organisationaler, strategischer und operativer Prozesse des Vertriebs- und Kommunikationsmanagements. Neben dieser theoretischen Fundierung der beiden Themenkomplexe wird zusätzlich Bezug auf die Relevanz der einzelnen Komponenten in der Praxis genommen. Vertriebsmanagement beschäftigt sich insbesondere mit: • Organisationalen Fragestellungen des Vertriebsmanagements (z.B. Gestaltung und Optimierung von Vertriebsorganisationen) • Strategischen Fragestellungen des Vertriebsmanagements (z.B. Definition von Vertriebszielen, Gestaltung der Beziehung zu Vertriebspartnern) • Operativen Fragestellungen des Vertriebsmanagements (z.B. Mitarbeiterführung im Vertrieb, Umsetzung der Vertriebs-strategie) Kommunikationsmanagement beschäftigt sich insbesondere mit: • Organisationalen Fragestellungen des Kommunikations-managements (z.B. Auswahl des Dienstleisters) • Strategischen Fragestellungen des Kommunikations-managements (z.B. Ziele und Zielgruppen der Kommunikation, Budgetierung) • Operativen Fragestellungen des Kommunikationsmanagements (z.B. Gestaltung der Kommunikationsmaßnahmen, Kontrolle der Kommunikationswirkung)
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erwerben ein umfassendes Fachwissen auf dem aktuellsten Stand der Marketingforschung unter Einbezug empirischer Forschungskenntnisse. Studierende können in vertiefter und kritischer Weise Theorien, Terminologien, Besonderheiten und Grenzen des Vertriebs- und Kommunikationsmanagements erläutern, anwenden und reflektieren. Studierende können Konzepte, Theorien und Methoden aus den Bereichen des Vertriebs- und Kommunikationsmanagements kritisch beurteilen und auf Praxisfragestellungen anwenden. Sie können mögliche Problemfelder in diesen Bereichen selbstständig identifizieren und evidenzbasierte, qualitative Lösungsansätze auf Basis verschiedener Handlungsoptionen ausarbeiten.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!

9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Bruhn, M. (2019), Kommunikationspolitik: Systematischer Einsatz der Kommunikation für Unternehmen, 9. Auflage, München. Diller, H., Fürst, A., Ivens, B. (2011), Grundprinzipien des Marketing, 3. Auflage, Nürnberg. Homburg, Ch. (2020), Marketingmanagement: Strategie Instrumente Umsetzung Unternehmensführung, 7. Auflage, Wiesbaden. Meffert, H., Burmann, C., Kirchgeorg, M., Eisenbeiß, M. (2024), Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 14. Auflage, Wiesbaden. Schweiger, G., Schrattenecker, G. (2021), Werbung, 10. erw. Auflage, Konstanz.

1	**Modulbezeichnung** 54630	**Ungleichheit in modernen Gesellschaften** Inequality in modern society	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Ungleichheit in modernen Gesellschaften (2 SWS) Es besteht Anwesenheitspflicht.	-
3	Lehrende	Prof. Dr. Martin Abraham	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martin Abraham Prof. Dr. Tobias Wolbring
5	**Inhalt**	Im Rahmen dieses Moduls werden die Ursachen, Folgen und Dynamiken sozialer Ungleichheit in modernen Gesellschaften thematisiert. Im Mittelpunkt stehen a) Theorien der Ungleichheitsentstehung und der Ungleichheitsfolgen b) empirische Analysen der Ungleichheit c) (sozial-)politische Konsequenzen
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Aufbauend auf grundlegenden Kenntnissen der Soziologie und der Sozialstrukturanalyse besitzen die Studierenden nach Beendigung des Kurses • die Fähigkeit zur fortgeschrittenen theoretischen Analyse ungleichheitsrelevanter Themen und Prozesse, • die Kompetenz, fortgeschrittene empirische Analysen nachzuvollziehen und zu kritisieren, • die Fähigkeit, praktische Konsequenzen aus wissenschaftlichen Analysen in verschiedenen Feldern zu ziehen, die Fähigkeit, diese Kompetenzen auf andere Bereiche anzuwenden.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundkenntnisse der soziologischen Theorie, der Regressionsanalyse sowie der Sozialstrukturanalyse
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch

16	**Literaturhinweise**	DiPrete, T. A., & Eirich, G. M. (2006). Cumulative advantage as a mechanism for inequality: A review of theoretical and empirical developments. Annu. Rev. Sociol., 32, 271-297. Neckerman, K. M., & Torche, F. (2007): Inequality: Causes and consequences. Annu. Rev. Sociol., 33

1	**Modulbezeichnung** 54650	**Performance management in teams**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Tutorium: Tutorium zum VHB-Kurs "Performance Management in Teams" (0 SWS) Seminar: VHB-Kurs "Performance Management in Teams" (2 SWS)	- 5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Colin Roth Prof. Dr. Klaus Moser	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Klaus Moser
5	**Inhalt**	Performance management is a comprehensive systematic approach aimed at aligning the performance of groups and individuals with organizational goals and strategy and at achieving continuous improvement. Strategically derived performance indicators and motivational interventions such as goal setting, feedback, and participation are core elements of performance management. This course covers several topics that are relevant for the design of effective performance management systems. Furthermore, by focusing on an evidence-based approach, students will learn how to derive and assess indicators of success and how these contribute to organizational success. In a case study, students will learn how to use the Productivity Measurement and Enhancement System (ProMES) which is already used by practitioners. This course will focus on: • motivational theories and their role for productivity management in organizations • basic knowledge on performance measurement and discussion of critical aspects • practical use and development of an own ProMES system (in groups of students)
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students will learn about theories and approaches of performance assessment in organizations. They will also acquire knowledge concerning the prerequisites of successful productivity management. Furthermore, they will develop a productivity management system on their own and practice how to implement and evaluate organizational interventions that focus on productivity.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Recommended: Basic knowledge of assessment and analytical procedures of the social sciences, basic knowledge of scientific work, willingness to read extensive texts in English, English skills (minimum level: UNICERT II).
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222

10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten) Kurztest Fallstudie(n)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%) Kurztest (bestanden/nicht bestanden) Fallstudie(n) (bestanden/nicht bestanden)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 0 h Eigenstudium: 150 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Pritchard, R. D. Weaver, S. J., & Ashwood, E. L. (2012). Applied Psychology Series: Evidence-based productivity improvement: A practical guide to the Productivity Measurement and Enhancement System (ProMES). London: Routledge.

1	**Modulbezeichnung** 55110	**Konsumentenverhalten III** Consumer behavior III	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Theorieseminar: Marktpsychologisches Theorieseminar: Konsumentenverhalten (2 SWS) Theorieseminar: Marktpsychologisches Theorieseminar: Konsumentenentscheidungen (2 SWS)	5 ECTS 5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Jürgen Kirsch Prof. Dr. Klaus Moser	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Klaus Moser
5	**Inhalt**	Vertiefende Auseinandersetzung mit aktuellen Theorien und Methoden der Marktpsychologie Kritische Betrachtung der wissenschaftlichen Grundlagen und praktischen Anwendbarkeit von Konzepten, Methoden und Instrumenten
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden haben detaillierte und spezialisierte Kenntnisse von Methoden und Problemlösungstechniken der Marktpsychologie. Sie verstehen wesentliche Theorieansätze, können diese erläutern, vermitteln, kritisch reflektieren und verteidigen. Sie verfassen, wissenschaftliche Berichte auf publikationsreifem Niveau.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Empfohlen: Einführung in Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens sowie Präsentations- und Moderationstechniken; Module Konsumentenverhalten I und II; Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher und methodisch anspruchsvoller (meistens englischsprachiger) Texte, Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (bestanden/nicht bestanden) Hausarbeit (100%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Moser, K. (Hrsg.) (2015). Wirtschaftspsychologie (2. Aufl.). Heidelberg: Springer. Aktuelle Jahrgänge der Zeitschriften Journal of Consumer Research, Journal of Consumer Psychology und Journal of Marketing

1	**Modulbezeichnung** 55120	**Konsumentenverhalten IV** Consumer behavior IV	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Projektseminar: Projektseminar Wirtschaftspsychologie: Das LLM als Coach? - Konzeption und Evaluation (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	PD Dr. Katharina Ebner	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Klaus Moser
5	**Inhalt**	Kennen lernen aktueller Theorien und Methoden in der Markt- und Werbeforschung Kritische Betrachtung der wissenschaftlichen Grundlagen und praktischen Anwendbarkeit von Konzepten, Methoden und Instrumenten Durchführung eines eigenen Forschungsprojekts im Bereich der Marktpsychologie
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden besitzen vertieftes und spezialisiertes Wissen der Markt- und Werbepsychologie. Sie beherrschen zentrale Methoden insbes. für den Anwendungsbereich der Markt- und Werbewirkungsforschung. Sie wissen, wie Methoden und Instrumente entwickelt und rigoros evaluiert werden können und können diese anwenden. Sie besitzen Erfahrungen in der Durchführung entsprechender Studien und können wissenschaftliche Berichte über Forschungsergebnisse auf publikationsreifem Niveau verfassen.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Empfohlen: Einführung in Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens sowie Präsentations- und Moderationstechniken; Module Konsumentenverhalten I und II; Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher und methodisch anspruchsvoller (meistens englischsprachiger) Texte, Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Referat Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Referat (bestanden/nicht bestanden) Hausarbeit (100%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Moser, K. (Hrsg.) (2015). Wirtschaftspsychologie (2. Aufl.). Heidelberg: Springer. Aktuelle Jahrgänge der Zeitschriften Journal of Consumer Research, Journal of Consumer Psychology und Journal of Marketing

1	**Modulbezeichnung** 55810	**Konsumentenverhalten II** Consumer behavior II	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Theorieseminar: Marktpsychologisches Theorieseminar: Konsumentenverhalten (2 SWS) Theorieseminar: Marktpsychologisches Theorieseminar: Konsumentenentscheidungen (2 SWS)	5 ECTS 5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Jürgen Kirsch Prof. Dr. Klaus Moser	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Klaus Moser
5	**Inhalt**	Kennenlernen aktueller Theorien und Methoden in der Markt- und Werbeforschung Kritische Betrachtung der wissenschaftlichen Grundlagen und praktischen Anwendbarkeit von Konzepten, Methoden und Instrumenten
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden besitzen umfassende und spezialisierte Kenntnisse über Theorien, Methoden und Problemlösungstechniken der Markt- und Werbepsychologie. Sie können wesentliche Theorieansätze verstehen, vermitteln und kritisch reflektieren. Sie verfassen wissenschaftliche Berichte auf publikationsreifem Niveau.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Empfohlen: Für das Seminar: Module Einführung in Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens sowie Präsentations- und Moderationstechniken; Modul Konsumentenverhalten I; Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher und methodisch anspruchsvoller (meistens englischsprachiger) Texte, Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Referat Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Referat (bestanden/nicht bestanden) Hausarbeit (100%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Moser, K. (Hrsg.) (2015). Wirtschaftspsychologie (2. Aufl.). Heidelberg: Springer. Aktuelle Jahrgänge der Zeitschriften Journal of Consumer Research, Journal of Consumer Psychology und Journal of Marketing

1	**Modulbezeichnung** 55850	**Seminar zur Arbeitsmarktsoziologie** Seminar in labor market sociology	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	***Es besteht Anwesenheitspflicht.***	
3	Lehrende	Dr. Hans Dietrich	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martin Abraham
5	**Inhalt**	• Vertiefung zentraler Theorien, Methoden und Themenfelder der Arbeitsmarktsoziologie • Eigenständig Erarbeitung von Themenfeldern, Forschungsfragen und Forschungsdesigns
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erwerben vertiefte Kenntnisse über Arbeitsmarktsoziologie, d.h. den Zusammenhang gesellschaftlicher Rahmenbedingungen und Prozesse des Arbeitsmarktes • erwerben Kompetenz, Forschungsfragen in diesem Bereich anhand von Literatur und Daten eigenständig zu analysieren • erwerben vertiefte Kompetenz zur kritischen Beurteilung von politischen Programmen und Maßnahmen im Bereich des Arbeitsmarktes
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundlegende Kenntnisse der Arbeitsmarktsoziologie
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Hausarbeit Referat
11	**Berechnung der Modulnote**	Hausarbeit (100%) Referat (bestanden/nicht bestanden)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Abraham, Martin, und Thomas Hinz (Hrsg.) (2018): Arbeitsmarktsoziologie. 3. Aufl., Opladen: Westdeutscher Verlag.

1	**Modulbezeichnung** 55860	**Seminar zur Wirtschaftssoziologie** Sociology of economics	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Masterseminar: Seminar zur Wirtschaftssoziologie (2 SWS) ***Es besteht Anwesenheitspflicht.***	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Martin Abraham	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martin Abraham Prof. Dr. Tobias Wolbring
5	**Inhalt**	• Vertiefung zentraler Theorien, Methoden und Themenfelder der Wirtschaftssoziologie • Eigenständige Erarbeitung von Themenfeldern, Forschungsfragen und Forschungsdesigns
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • haben vertiefte Kenntnisse über den Zusammenhang zwischen gesellschaftlichen Rahmenbedingungen und wirtschaftlichen Prozessen • besitzen umfassende Kompetenz, Forschungsfragen in diesem Bereich anhand von Literatur und Daten eigenständig zu analysieren • erwerben vertiefte Kompetenz zur kritischen Beurteilung von politischen Programmen und Maßnahmen im Bereich der Wirtschaft • verfügen über vertiefte Kenntnisse zur Beurteilung und Anwendung von Strategien zur Steuerung von Organisationen im Wirtschaftsprozess
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Referat Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Referat (bestanden/nicht bestanden) Hausarbeit (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch

16	**Literaturhinweise**	Portes, Alejandro (2010) Economic Sociology. A systematic inquiry. Princeton, NJ: Princeton University Press. Smelser, Neil, and Richard Swedberg (Eds.). 2005. The Handbook of Economic Sociology. Second Edition. New York: Russell Sage Foundation.

1	**Modulbezeichnung** 55922	**Arbeitsmarkt und Haushalt** Labor market and household decisions	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Masterseminar: Arbeitsmarkt und Haushalt (Arbeitsmarkt und Haushalt) (2 SWS) (WiSe 2026) ***Es besteht Anwesenheitspflicht.***	-
3	Lehrende	Prof. Dr. Martin Abraham	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martin Abraham
5	**Inhalt**	• Vertiefung zentraler Theorien, Methoden und Themenfelder im Bereich Arbeitsmarkt und Haushalt • Eigenständig Erarbeitung von Themenfeldern und Forschungsfragen • Diskussion von Forschungsdesigns, aktueller Befunde, gesellschaftlicher Implikat
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erwerben vertiefte Kenntnisse und spezialisiertes Wissen über einen Teilbereich der Arbeitsmarktsoziologie, d.h. den Zusammenhang von Haushalt/Familie und Prozesse des Arbeitsmarktes. Sie erwerben umfassende und spezialisierte Kompetenz, Forschungsfragen in diesem Bereich anhand von Literatur und Daten eigenständig zu analysieren. Sie können empirische Forschungsarbeiten im Bereich des Arbeitsmarktes kritisch beurteilen. Sie können Fragestellungen und Befunde in Gruppenarbeit konzise präsentieren und sozialpolitische Schlussfolgerungen mit den Teilnehmenden argumentativ diskutieren.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundlegende Kenntnisse der Arbeitsmarktsoziologie Die Teilnehmerzahl ist auf maximal 20 Studierende begrenzt.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Referat Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Referat (30%) Hausarbeit (70%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Abraham, Martin, und Thomas Hinz (Hrsg.) (2018): Arbeitsmarktsoziologie. 3. Aufl., Opladen: Westdeutscher Verlag.

1	**Modulbezeichnung** 56170	**Einführung in die Bildungssoziologie** Introduction to the sociology of education	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Einführung in die Bildungssoziologie (2 SWS) Es besteht Anwesenheitspflicht.	5 ECTS
3	Lehrende	Alina Gutwein Prof. Dr. Tobias Wolbring	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Tobias Wolbring
5	**Inhalt**	• Vertiefung zentraler Theorien, Methoden und Themenfelder der Bildungssoziologie
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • haben vertiefte Kenntnisse der Bildungssoziologie, d.h. über den Zusammenhang zwischen gesellschaftlichen Rahmenbedingungen, dem Bildungssystem und wirtschaftlichen Prozessen • besitzen die Kompetenz, Forschungsfragen in diesem Bereich anhand von Literatur und Daten eigenständig zu analysieren • erwerben vertiefte Kompetenz zur kritischen Beurteilung von politischen Programmen und Maßnahmen im Bereich der Bildung • haben vertiefte Kenntnisse zur Beurteilung und Anwendung von Strategien zur Steuerung des Bildungssystems und seiner Organisationen.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Becker (2011). Lehrbuch der Bildungssoziologie Wiesbaden: VS Verlag

1	**Modulbezeichnung** 56180	**Seminar zur Bildungssoziologie** Seminar in sociology of education	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	***Es besteht Anwesenheitspflicht.***	
3	Lehrende	Dr. Christina Neeß	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martin Abraham Prof. Dr. Tobias Wolbring
5	**Inhalt**	• Vertiefung zentraler Theorien, Methoden und Themenfelder der Bildungssoziologie • Eigenständige Erarbeitung von Themenfeldern, Forschungsfragen und Forschungsdesigns
6	**Lernziele und Kompetenzen**	• Die Studierenden haben vertiefte Kenntnisse der Bildungssoziologie, d.h. über den Zusammenhang zwischen gesellschaftlichen Rahmenbedingungen, dem Bildungssystem und wirtschaftlichen Prozessen • besitzen die Kompetenz, Forschungsfragen in diesem Bereich anhand von Literatur eigenständig zu analysieren • besitzen die Kompetenz, die Anwendung von Methoden und Daten auf eigene Forschungsfragen zu diskutieren • erwerben vertiefte Kompetenz zur kritischen Beurteilung empirischer Evidenz im Bereich der soziologischen Bildungsforschung • erwerben vertiefte Kompetenz zur Diskussion von Strategien zur Steuerung des Bildungssystems und seiner Organisationen aus bildungssoziologischer Perspektive
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Referat Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Referat (bestanden/nicht bestanden) Hausarbeit (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Kopp, Johannes (2009) Bildungssoziologie. Eine Einführung anhand empirischer Studien. Wiesbaden: VS Verlag

1	**Modulbezeichnung** 56900	**Die psychologische Bedeutung von Arbeit** The psychological meaning of work	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Tutorium: Tutorium zum VHB-Kurs "Die psychologische Bedeutung von Arbeit" (0 SWS) Vorlesung: VHB-Kurs "Die psychologische Bedeutung von Arbeit" (2 SWS)	- 5 ECTS
3	Lehrende	David Filgertshofer Prof. Dr. Klaus Moser	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Klaus Moser
5	**Inhalt**	Das gegenwärtige gesellschaftliche System wird häufig als Arbeitsgesellschaft bezeichnet. Zugrunde liegt die Annahme, dass die moderne Erwerbsarbeit eine entscheidende Größe im Leben der meisten Menschen darstellt und ihre Gedanken, Empfindungen und ihr Verhalten entscheidend prägt. In einer Online-Vorlesung wird ein einführender Überblick in wesentliche Ansätze und Befunde der Forschung zur psychologischen Bedeutung von Arbeit gegeben. Der Fokus wird nicht nur auf theoretischen Konzepten und empirischen Befunden liegen, sondern es werden auch praktische Empfehlungen abgeleitet und die Perspektiven von Experten, Praktikern und Betroffenen einbezogen. Außerdem erfolgt eine Verknüpfung von Forschung und Praxis indem die Studierenden basierend auf ihren erworbenen Kenntnissen einen eigenen Interviewleitfaden zu einer Thematik aus der Vorlesung entwerfen und ein Interview mit einer betroffenen Person durchführen werden.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden lernen Theorien und Modelle zur psychologischen Bedeutung der Arbeit kennen und entwickeln ein vertieftes Verständnis für grundlegende Methoden und zentrale Befunde dieses Forschungsfelds. Zudem lernen sie die eigene Einstellung gegenüber der Erwerbsarbeit und die eigenen arbeitsbezogenen Lebens- und Karrierepläne kritisch zu reflektieren. Sie erwerben darüber hinaus fundierte Kenntnisse zu wichtigen Interventionsarten im Kontext von Erwerbsarbeit und werden darauf vorbereitet, ihre erworbenen Kenntnisse in der eigenen beruflichen Praxis anzuwenden.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Empfohlen: Grundkenntnisse sozialwissenschaftlicher Erhebungs- und Auswertungsmethoden, Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens, Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher (englischsprachiger) Materialien, Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten) Diskussionsbeitrag Fallstudie(n)

11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (60%) Diskussionsbeitrag (bestanden/nicht bestanden) Fallstudie(n) (40%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 0 h Eigenstudium: 150 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Moser, K., Paul, K., Soucek, R., & Wolff, H.-G. (2014). Planung und Evaluation organisationspsychologischer Interventionen. In H. Schuler & K. Moser (Hrsg.), Lehrbuch Organisationspsychologie (5. Auflage, S. 699-756). Huber: Bern. Paul, K. I. & Moser, K. (2015). Arbeitslosigkeit. In K. Moser (Hrsg.), Wirtschaftspsychologie (2. Auflage, S. 263-281). Springer: Berlin. Schaper, N. (2014). Wirkungen von Arbeit. In F. W. Nerdinger, G. Blickle, & N. Schaper (3. Auflage, S. 517-539). Arbeits- und Organisationspsychologie. Springer: Heidelberg. Wegge, J., Endsche, J., & Diestel, S. (2014). Arbeitsgestaltung. In H. Schuler & K. Moser (Hrsg.), Lehrbuch Organisationspsychologie (5. Auflage, S. 643-695). Huber: Bern.

1	**Modulbezeichnung** 57150	**Data science**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Lisa Maag Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer
5	**Inhalt**	Das Modul thematisiert essenzielle Methodiken, die der klassischen statistischen und ökonometrischen Datenanalysen üblicherweise vorgeschaltet sind. Diese Methodiken umfassen • die Akquise von Daten, • das Überprüfen der Daten auf Sinnhaftigkeit bzw. der Umgang mit fehlenden Datenpunkten, • eine deskriptive und graphische Voranalyse der Daten Weiterhin werden die grundliegenden Konzepte des Maschinellen Lernens erläutert und anhand einfacher Beispiele illustriert. Alle o.g. Methodiken werden in der Programmiersprache Python umgesetzt.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden bekommen einen Einblick in die Prozesse die notwendig sind um einen Datensatz anzufertigen, welcher dann Startpunkt für weitere statistische und ökonometrische Datenanalysen sein kann. Dafür werden die zu den einzelnen Prozessschritten gehörigen Problemstellungen aufgezeit, diskutiert und Lösungsansätze am Rechner nachvollzogen. Anschließend sind Studierende in der Lage, Datensätze (z. B. aus frei verfügbaren Datenquellen) zu erstellen, aufzubereiten, zu interpretieren und zu bewerten. Dieses Können ermächtigt Studierende, sich eigene Datensätze abzuleiten, mit deren Hilfe Ideen und Konzepte zur Lösung wissenschaftlicher und beruflicher Probleme entwickeln werden können. Die Studierenden verfügen über ein grundliegendes Verständnis der Programmiersprache Python
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Python Grundlagen (Python 3); Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende des Master in Marketing vorrangig behandelt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Vertiefung Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester

13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	https://wiki.python.org/moin/BeginnersGuide/NonProgrammers

1	**Modulbezeichnung** 53460	**Change management**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung mit Übung: Change Management (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende		

4	**Modulverantwortliche/r**	Dr. Verena Hoßnofsky
5	**Inhalt**	This module focuses on one of the most important management tasks: to achieve change in organizations. It deals with systematic approaches to influence individuals, teams and the organization as a whole in a desired way in order to develop a company from its current to a future state. The currently ongoing digital transformation makes this particularly worthwhile. Digitalization drives change and thus represents a great challenge, but also offers tremendous opportunities. The module provides participants with a systematic approach in order to (1) successfully initiate and implement organizational changes and (2) successfully guide an organization through a change process. Participants will be provided with theoretical concepts and practical tools for managing organizational change (e.g. research on cognitive biases, trait theory, motivation theory, affective events theory, emotional intelligence, and organizational ambidexterity).
6	**Lernziele und Kompetenzen**	At the end of this module, students are familiar with the tasks and challenges of managing change in organizations. The participants develop an understanding of the importance of successful leadership during organizational change as well as evaluate situations, which are related to organizational change.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	None
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten) The exam consists of a mixture of multiple choice and open questions. More information will be annouced in the lecture.
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Will be announced in the course.

1	**Modulbezeichnung** 57126	**Digital behavioral data**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Dr. Christoph Adrian Prof. Dr. Adrian Meier	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Adrian Meier
5	**Inhalt**	In this seminar, students will be introduced to working with digital behavioral data (DBD). DBD refers to digital traces of human behavior that are knowingly or unknowingly left in online environments (e.g., social media, messengers, entertainment media, or digital collaboration tools). These rich data are increasingly available to social scientific research in the public interest but can also be used to derive strategic insights for business decisions. Students will learn how to work with DBD alongside the entire research process, from data collection, preprocessing and analysis, to reporting and provision (e.g., via open science tools). Students will first get a comprehensive overview of the ways in which DBD can be collected (e.g., APIs, usage logging, mock-up virtual environments, or data donations), as well as the requirements for data protection, research ethics, and data quality. Afterwards, students will practice and apply their newly gained knowledge in small projects on use cases from media and communication research. In doing so, they learn about key computational methods via which large digital behavioral datasets (e.g., texts, images, usage behavior logs) can be processed and analyzed. By completing this module, participants will get an up-to-date overview and practical insights into how to harness the potential of observational data traces to better understand media users' behavior in digital environments.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students will • overview and understand central opportunities of DBD and accompanying challenges for data collection and preprocessing • evaluate the strengths and weaknesses of different ways of collecting DBD • get to know and understand central requirements for data protection, research ethics, and data quality • get to know and overview key computational social science methods to analyze DBD • practice and apply knowledge on DBD, statistics, and data analysis in small projects of their ownHaus-/Seminararbeit
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Interest in social scientific perspectives on media, communication, and digital technologies. Basic knowledge of working with statistical software such as Stata, R, Python, or SPSS is required.

		Students are recommended, but not required, to also visit the lecture *Data Science: Foundations, Tools, Applications in Socio-Economics and Marketing*. Registration takes place via StudOn.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 • Module in MSc Socioeconomics, in the specializations “Data Science” and “Market and Media Research” • Module in MSc Marketing, in module group “Marketing”
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Portfolio Haus-/Seminararbeit und Referat/Präsentation
11	**Berechnung der Modulnote**	Portfolio (100%) Haus-/Seminararbeit (60%) Referat/Präsentation (40%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 50 h Eigenstudium: 100 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Engel, U., Quan-Haase, A., Liu, S. X., & Lyberg, L. (Eds.). (2022). Handbook of computational social science: Theory, case studies and ethics (Vol. 1). Routledge. Engel, U., Quan-Haase, A., Liu, S. X., & Lyberg, L. (2022). Handbook of computational social science: Data science, statistical modelling, and machine learning methods (Vol. 2). Routledge. GESIS - Leipniz-Institut für Sozialwissenschaften. (2022). Digitale Verhaltensdaten. https://www.gesis.org/institut/digitale-verhaltensdaten

		Salganik, M. J. (2019). Bit by bit: Social research in the digital age. Princeton University Press. van Atteveldt, W., Trilling, D., & Arcíla Calderón, C. (2022). Computational analysis of communication: A practical introduction to the analysis of texts, networks, and images with code examples in Python and R. Wiley Blackwell.

1	**Modulbezeichnung** 57127	**Nachhaltigkeitskommunikation** Sustainability communication	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Nachhaltigkeitskommunikation (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Adrian Meier	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Adrian Meier
5	**Inhalt**	Nachhaltigkeit bezieht sich auf die zukunftssichere und generationengerechte Verwendung ökologischer, sozialer und ökonomischer Ressourcen. Zum einen meint Nachhaltigkeitskommunikation das Handeln professioneller Kommunikatoren, etwa wenn Unternehmen ihr (mehr oder weniger) nachhaltiges Handeln nach Außen kommunizieren (z. B. CSR-Kommunikation, Greenwashing). Zum anderen umfasst es die Kommunikation gesellschaftlicher Akteure und Interessengruppen (z. B. Protestbewegungen, NGOs), die nachhaltiges Handeln einfordern. Schließlich sind der gesamtgesellschaftliche Diskurs um Nachhaltigkeit (bspw. zum Klimawandel) sowie die Wirkungen von Nachhaltigkeitskommunikation auf Individuen, kollektive Akteure und die Gesellschaft als Ganzes gemeint. In diesem Seminar nehmen wir nacheinander alle vier Perspektiven ein (Unternehmenskommunikation, Aktivismus, gesamtgesellschaftliche Kommunikation und Kommunikationswirkungen). Das Seminar verbindet dabei eine forschungsbasierte, diskursive Auseinandersetzung mit kleineren praktischen Kommunikationsprojekten.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erwerben umfassendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen im Feld der Nachhaltigkeitskommunikation, z.B. Kommunikationsstrategien über Nachhaltigkeit, Nachhaltigkeit im gesellschaftlich-politischen Diskurs und Folgen dieser Kommunikationsprozesse. • erwerben durch die Auseinandersetzung mit dem Thema und die regelmäßige Diskussion mit Mitstudierenden und Fachvertretern Problemlösungs-, Kommunikations- und Medienkompetenzen. • entwickeln die Fähigkeit, Prozesse und Herausforderungen der Nachhaltigkeitskommunikation zu analysieren, kritisch einzuordnen und Lösungen diskursiv zu erarbeiten.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Die Anmeldung erfolgt über StudOn.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222

		• MSc Sozialökonomik mit Schwerpunkt „Nachhaltigkeit“ sowie „Markt- und Medienforschung“ • MSc Sozialökonomik Vertiefungsbereich • Wahlbereiche in MSc-Studiengängen Marketing, Management, IBS und MIGG
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Fallstudie(n) Fallstudie(n)
11	**Berechnung der Modulnote**	Fallstudie(n) (100%) Fallstudie(n) (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	• Heinrich, P. (Hrsg.). (2018). CSR und Kommunikation: Unternehmerische Verantwortung überzeugend vermitteln. Springer Berlin Heidelberg. • Hoppe, I., & Wolling, J. (2017). Nachhaltigkeitskommunikation. In H. Bonfadelli, B. Fähnrich, C. Lüthje, J. Milde, M. Rhomberg, & M. S. Schäfer (Hrsg.), Forschungsfeld Wissenschaftskommunikation (S. 339–354). Springer Fachmedien Wiesbaden • Neverla, I., & Schäfer, M. S. (Hrsg.). (2012). Das Medien-Klima. VS Verlag für Sozialwissenschaften • Neverla, I., Taddicken, M., Lörcher, I., & Hoppe, I. (Hrsg.). (2019). Klimawandel im Kopf: Studien zur Wirkung, Aneignung und Online-Kommunikation. Springer Fachmedien Wiesbaden.Kümpel, A. S., • Peter, C., Schnauber-Stockmann, A., & Mangold, F. (Hrsg.). (2022). Nachhaltigkeit als Gegenstand und Zielgröße der Rezeptions- und Wirkungsforschung: Aktuelle Studien und Befunde. Nomos.

1	**Modulbezeichnung** 55960	**Spatial economics**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: MA V Spatial Economics (2 SWS) Übung: MA Üb Spatial Economics (2 SWS) Attendance of the presentations is mandatory.	2,5 ECTS 2,5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Matthias Wrede Ramona Müller	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Matthias Wrede
5	**Inhalt**	Urban Economics, Trade, Mobility, and Agglomeration, Spatial Concentration, Regional Policy
6	**Lernziele und Kompetenzen**	After successful completion of this course, • Students are able to describe and to internationally compare the regional patterns of major economic activities in terms of stylized facts. • Students are able to present, interpret, and discuss selected theories in regional and urban economics. • Students are able to apply and assess selected empirical methods in spatial economics. • Students are able to assess empirical tests of selected hypotheses from theories in regional and urban economics to evaluate and critically examine their informative value. • Students are able to discuss and evaluate regional political implications of selected economic theories in regional and urban economics. • Students will assess, evaluate and discuss selected recent research papers in English.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Microeconomics and Econometrics I recommended
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten) Präsentation Attendance of the presentations is mandatory.
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (80%) Präsentation (20%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester

15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Will be announced in the course.

1	**Modulbezeichnung** 57125	**Data Science: Foundations, tools and applications in Socio-economics and Marketing** Data science: Foundations, tools and applications in socioeconomics and marketing	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Data Science: Foundations, Tools, Applications in Socio-Economics and Marketing (2 SWS) (WiSe 2026)	0 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Tobias Wolbring Prof. Dr. Malte Reichelt Patrick Rubner	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Tobias Wolbring
5	**Inhalt**	The lecture provides an overview over foundations, tools and applications of data science in the areas of socio-economics and marketing. Different types of data sources and general tools how to analyze them will be discussed. Furthermore, exemplary studies applying those kinds of data and analysis tools for a variety of topics will be discussed in the lecture.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	The students will • gain an overview over the foundations and tools of data science • broaden their understanding of the potentials and pitfalls of these tools • advance their critical thinking about empirical evidence • learn to connect theoretical considerations and empirical analyses • apply the tools to specific research questions
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Firm knowledge of regression analysis, in particular linear regression, is recommended.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30h Eigenstudium: 120h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester

15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Salganik, Matthew J. (2017): Bit by Bit: Social Research in the Digital Age. Princeton University Press.

1	**Modulbezeichnung** 52592	**Quantitative methods in energy market modelling**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung mit Übung: MA Quantitative Methods in Energy Market Modelling (3 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Karl Gregor Zöttl	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Karl Gregor Zöttl
5	**Inhalt**	It is the purpose of the course to understand and quantitatively analyse the economic interaction of the players and institutions in liberalized energy markets. Liberalized electricity markets can be segmented in a regulated part (the networks) and the non-regulated parts (generation and retail) where private companies interact in a market environment. The interaction of the different agents is analysed with computational equilibrium frameworks based the concepts applied in industrial organization. Next to the fundamental understanding of the relevant market interaction, the models allow for a quantitative analysis of proposals for the design of energy markets. The participants thus develop the tools for an autonomous assessment of currently discussed policies in liberalized electricity markets (e.g. changed support schemes for renewables, changed network tariff systems, impact of capacity markets). The course aims at students in the field of economics /business as well as students in the fields of engineering and mathematics. An integral part of the course id formed by homework assignments conducted in groups. The ability to cooperate also beyond the classical limits of each discipline is an important qualification for the students careers, which should be stimulated in the context of this course.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	The students: • develop a clear picture of the relevant market participants in liberalized electricity markets and understand their incentives and objectives • learn fundamental concepts and models which allow to analyze the interaction at those markets • get to know important publically available data sources which allow for a quantitative analysis of the market situations considered • know the current challenges when designing those markets and can quantitatively analyze the solutions proposed in the current policy debate.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	The students should be familiar with the mathematical methods acquired during their Bachelor degree. Institutional knowledge of electricity markets is not required.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222

10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur Hausarbeit/Seminararbeit (Work on assignment sheets in groups of up to 3 students, approx. 15 pages) (The written examination will last 90 minutes)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (80%) Hausarbeit/Seminararbeit (20%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Daniel Kirschen and Goran Strbac: Power System Economics, Wiley 2004. Steven Stoft: Power System Economics, Wiley 2002. Wolfgang Ströbele, Wolfgang Pfaffenberger, Michael Heuterkes: Energiewirtschaft, Oldenbourg 2010.

1	**Modulbezeichnung** 54101	**Strategic communication**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Julius Klingelhöfer	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Adrian Meier
5	**Inhalt**	In diesem praxisbezogenen Seminar entwickeln Studierende eigenständig Kommunikationsstrategien & -konzepte. Dabei kooperieren wir mit Partnerorganisationen aus Wirtschaft und Gesellschaft wie Unternehmen, NGOs, Vereinen oder Gewerkschaften. Studierende erlernen den Prozess der Entwicklung eines strategischen Kommunikationskonzeptes von der Analyse der Ausgangslage bis zur Vorstellung des Kommunikationsprogrammes vor der Partnerorganisation. Studierende lernen dabei praktische Problemstellungen zu lösen und Kommunikationsmaßnahmen an einer übergeordneten Strategie auszurichten.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erwerben fundierte Kenntnisse aus verschiedenen Bereichen der strategischen Kommunikation, z.B. Kommunikationsstrategien, Nutzung, Rezeption und Wirkung strategischer Kommunikation • erwerben durch die Auseinandersetzung mit dem Thema und die regelmäßige Diskussion mit Mitstudierenden, Fachvertretern und Berufspraktikern Problemlösungs-, Kommunikations- und Medienkompetenzen, die Bedeutung für unterschiedliche Berufsfelder im Bereich Kommunikation und Medien besitzen • entwickeln die Fähigkeit, strategische Kommunikationsprozesse und -probleme zu analysieren und Lösungen diskursiv zu behandeln • sind in der Lage, auf Basis eines Briefings eines realen Auftraggebers eine Analyse der Kommunikationssituation zu erarbeiten und die Aufgabenstellung mit dem Auftraggeber zu konkretisieren • können auf Basis des Briefings eine Kommunikationsstrategie entwickeln. • können die Kommunikationsstrategie in einen Maßnahmenplan überführen und für verschiedene Zielgruppen einen integrierten Maßnahmenplan erstellen • wissen, wie die Kommunikationsziele überprüft werden können • können das entwickelte Kommunikationskonzept überzeugend beim Auftraggeber präsentieren
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine. Die Anmeldung erfolgt über StudOn.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!

9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 • MSc Sozialökonomik mit Schwerpunkt „Markt- und Medienforschung“ • MSc Sozialökonomik Vertiefungsbereich • MSc Arbeitsmarkt und Personal Vertiefungsbereich • Wahlbereiche in MSc-Studiengängen Marketing, Management, IBS und MIGG
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Fallstudie(n) Fallstudie(n)
11	**Berechnung der Modulnote**	Fallstudie(n) (100%) Fallstudie(n) (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	• Blank, C. (2022). Das Kommunikationskonzept Einführung in die Entwicklung von Kommunikationskonzepten – In zehn Schritten zum Erfolg. Springer Gabler. • Bruhn, M., Esch, F.-R., & Langner, T. (Eds.). (2016). Handbuch Strategische Kommunikation: Grundlagen - Innovative Ansätze - Praktische Umsetzungen. Springer Fachmedien Wiesbaden. • Hansen, R. & Schmidt, S. (2011). Konzeptionspraxis: Eine Einführung für PR- und Kommunikationsfachleute. 5. Aufl. FAZ Buch. • Schmidbauer, K. & Knödler-Bunte, E. (2004). Das Kommunikationskonzept. Konzepte entwickeln und präsentieren. University press, UMC Potsdam.

1	**Modulbezeichnung** 57290	**Enterprise knowledge management**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Prof. Dr. Sven Laumer	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Sven Laumer
5	**Inhalt**	Lecture on demand: This module uses the Flipped Classroom method and provides an advanced perspective on enterprise knowledge management. It focuses on knowledge management strategy and processes, knowledge management governance, knowledge modelling and visualization as well as concepts like crowdsourcing, open innovation and crowdfunding in a knowledge management context. From a theoretical perspective, the module introduces social networks and social network analysis as base for enterprise knowledge management. Tutorial: The contents of the lecture on demand are further discussed by means of exercises and case studies. Practical exercises are conducted using common social network analysis or knowledge management software.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students can analyze, visualize, design and discuss enterprise knowledge management approaches.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	None
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 80 h Eigenstudium: 70 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	TBA

1	**Modulbezeichnung** 57086	**Electronic human resources management**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung mit Übung: Electronic Human Resources Management (E-HRM) (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Tina Wölfl Prof. Dr. Sven Laumer	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Sven Laumer
5	**Inhalt**	Die Unterlagen zur Vorlesung und Übung sind auf *Englisch* und *Deutsch* verfügbar. Eigenständige Wahl welche Sprache genutzt wird (Wahlfreiheit). Agenda: • Part A: Fundamentals of strategic and electronic HRM • Part B: Social Media • Part C: Data-driven approaches and their use in HRM • Part D: Challenges and opportunities of E-HRM Der Kurs beschäftigt sich mit dem Management einer der wichtigsten Ressourcen im Unternehmen: dessen MitarbeiterInnen. Neben der Vermittlung von Grundlagen zum Human Resources Management (HRM) wird insbesondere auf den Einsatz und die Entwicklung von digitalen Technologien eingegangen und betrachtet, wie digitale Arbeitssysteme das Personalmanagement verändern. Dabei wird auf Grundlagen des strategischen und elektronischen Human Resources eingegangen und es wird der Einsatz von Social Media im HR-Bereich betrachtet. Zudem werden datengetriebene Ansätze und deren Nutzung im HR sowie Herausforderungen und Chancen von elektronischem Human Resources Management (E-HRM) diskutiert.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Das generelle Lern- und Qualifikationsziel des Moduls ist es, Studierende Wissen über den Einsatz und die Entwicklung von digitalen Technologien im Personalwesen erlangen, Auswirkungen digitaler Technologien auf Human Resources Management (HRM) erklären und digitale Innovationen für HRM gestalten können.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Die Anmeldung über die vhb (www.vhb.org) ist notwendig, um Zugang zum StudOn Kurs zu erhalten.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten) Präsenzklausur. Die Prüfungsleistungen sind auf *Englisch* und *Deutsch* verfügbar (Wahlfreiheit) - AUSNAHME: Rein englischsprachige Studiengänge müssen die Sprache Englisch wählen - genaueres regelt die PO des jeweiligen Studiengangs.

11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 1 h Eigenstudium: 149 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch oder Englisch
16	**Literaturhinweise**	References are provided during the lectures

1	**Modulbezeichnung** 53060	**Institutionen und Organisationen des Arbeitsmarktes** Labor market institutions and organizations	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Institutionen und Organisationen des Arbeitsmarktes (2 SWS) Übung: Übung Institutionen und Organisationen des Arbeitsmarktes (2 SWS)	3 ECTS 2 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Claus Schnabel Jan Weikl	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Claus Schnabel
5	**Inhalt**	• Gewerkschaften und Arbeitgeberverbände • Tarifautonomie • Mindestlöhne • Betriebsräte und Mitbestimmung • Arbeitsrechtliche Schwellenwerte • Kündigungsschutz • Arbeitslosenversicherung • Bundesagentur für Arbeit
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Das Modul analysiert verschiedene Institutionen und Organisationen des Arbeitsmarktes und ihre Arbeitsmarktwirkungen, vorwiegend aus wirtschaftswissenschaftlicher Perspektive. Die Studierenden erschließen die ökonomische Bedeutung arbeitsrechtlicher und sozialpolitischer Regelungen und beurteilen die Rolle und Wirkung der Tarifparteien, der Betriebsräte und der Bundesagentur für Arbeit. Sie werden in die Lage versetzt, die vorgestellten Theorien kritisch zu reflektieren, empirische Arbeitsmarktstudien zu interpretieren und zu hinterfragen, wirtschaftspolitische Maßnahmen zu bewerten sowie eigene Handlungsempfehlungen zu entwickeln. Sie erstellen gemeinsam mit anderen Präsentationen und geben Kommiliton*innen wertschätzendes Feedback zu deren Präsentationen.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation mündlich (20 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (bestanden/nicht bestanden) mündlich (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h

14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Boeri ,T./van Ours, J.: The Economics of Imperfect Labor Markets, 3. Aufl., Princeton 2021; Wagner, T./Jahn, E.: Neue Arbeitsmarkttheorien, 2. Aufl. 2004 (v.a. Teil III); Aktuelle Forschungsliteratur

1	**Modulbezeichnung** 54171	**Advanced marketing management V**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Business-to-business Marketing (Vorlesung) (2 SWS)	2,5 ECTS
3	Lehrende	Felix Hetterich Prof. Dr. Andreas Fürst	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Andreas Fürst
5	**Inhalt**	In vielen Branchen (z.B. Konsumgüterbranche, Handel, verarbeitendes Gewerbe) findet ein wesentlicher Teil der Transaktionen zwischen Unternehmen und organisationalen Kunden (wiederum Unternehmen bzw. öffentliche Institutionen) statt. Die Veranstaltung verdeutlicht die Besonderheiten des Business-to-Business Marketing auf Nachfrager- und Anbieterseite. Die Studierenden lernen im Rahmen der Vorlesung zunächst Strukturen, Prozesse und Akteure auf B2B-Märkten kennen. Vor diesem Hintergrund entwickeln sie im zweiten Teil der Veranstaltung Lösungsansätze zu ausgewählten Fallstudien aus der Praxis.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden verfügen über vertiefendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen im Fach Business-to-Business Marketing. Sie können die Besonderheiten des Business-to-Business Marketings auf Nachfrager- und Anbieterseite erläutern und kritisch hinterfragen. Darüber hinaus können sie im Rahmen der Be- bzw. Erarbeitung von Fallstudien das in der Vorlesung vermittelte Wissen vertiefen und praktisch anwenden. Sie können neue Lösungskonzepte entwickeln und auf einem wissenschaftlichen Niveau verteidigen. Durch die Be- bzw. Erarbeitung der Fallstudien in Kleingruppen können die Studierenden kooperativ und verantwortlich arbeiten sowie das eigene Kooperationsverhalten in Gruppen kritisch reflektieren und erweitern.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine; Die Teilnehmendenzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende, bei denen die Veranstaltung zum Pflichtbereich gehört, vorrangig behandelt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur Fallstudie(n) Umfang der Leistungen: Klausur: 60 Minuten Fallstudie(n): Abgabe einer Präsentation, Umfang 10-20 Folien, in Gruppenarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (50%) Fallstudie(n) (50%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester

13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	• Backhaus, K., Voeth, M. (2014), Industriegütermarketing, 10. Aufl., München. Homburg, Ch. (2020), • Marketingmanagement: Strategie Instrumente Umsetzung Unternehmensführung, 7. Aufl., Wiesbaden.

1	**Modulbezeichnung** 52320	**Angewandte Methoden: Ausgewählte Methoden der Sozialforschung** Applied methods: Selected social research methods	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Angewandte Methoden: Ausgewählte Methoden der Sozialforschung (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	PD Dr. Andreas Damelang	

4	**Modulverantwortliche/r**	PD Dr. Andreas Damelang
5	**Inhalt**	• Die Veranstaltung bietet eine Vertiefung eines ausgewählten Methodenbereichs im Hinblick auf die spezifischen Erfordernisse des Projektseminars
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erwerben vertiefte Kenntnisse über einen spezifischen Methodenbereich wie z.B. spezifische Formen der Datenerhebung, Experimente oder spezifische Modelle der Datenauswertung • erwerben fortgeschrittene Kompetenzen, eigenständig Forschungs- und Praxisprobleme mit diesen Methoden zu analysieren • erwerben umfassendes und spezialisiertes Wissen zu dem neuesten Erkenntnisstand von fortgeschrittenen Analysemethoden
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundkenntnisse sozialwissenschaftlicher Erhebungs- und Auswertungsmethoden; Modul Quantitative Methoden I
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Angewandte Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Hausarbeit (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	**Modulbezeichnung** 52330	**Angewandte Methoden: Methoden der empirischen Kommunikationsforschung** Applied methods: Empirical communication research	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Angewandte Methoden: Methoden der empirischen Kommunikationsforschung (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Adrian Meier	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Adrian Meier
5	**Inhalt**	• Vertiefung einer oder mehrerer ausgewählter Methoden der Kommunikationswissenschaft • Anwendung und kritische Reflexion der Methoden
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erlernen vertieftes und spezialisiertes Wissen über ausgewählte Methoden der empirischen Kommunikationsforschung • können die Methoden beschreiben und erläutern • analysieren selbstständig kommunikationswissenschaftliche Forschungsfragen anhand qualitativer oder quantitativer Methoden • wenden die Methoden praktisch und selbstständig an • entwickeln durch Diskussionen mit Mitstudierenden bzw. Fachvertretern die Fähigkeit, an aktuellen fachwissenschaftlichen und forschungsrelevanten Debatten teilzunehmen, um Probleme und Lösungen im Bereich der kommunikationswissenschaftlichen Forschung zu erörtern • erhalten methodische Kompetenzen für Berufsfelder und der Forschung im kommunikationswissenschaftlichen Bereich.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine. Die Anmeldung erfolgt über StudOn.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Angewandte Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Referat Projekt-/Praktikumsbericht
11	**Berechnung der Modulnote**	Referat (bestanden/nicht bestanden) Projekt-/Praktikumsbericht (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester

15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	

1	**Modulbezeichnung** 53055	**Panel and evaluation methods**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Panel- and Evaluation Methods (2 SWS) (WiSe 2026)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Regina Therese Riphahn Dr. Erwin Winkler Dr. Selina Gangl	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Regina Therese Riphahn
5	**Inhalt**	Endogeneity in the linear regression model; instrumental variables estimation; static and dynamic panel data models; matching; difference-in-differences estimation; regression discontinuity design; quantile regression; practical application of methods using statistics software STATA
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Based on the introductory econometrics module "Ökonometrie" students acquire specialized knowledge in panel und evaluation methods and apply it using the statistics software STATA. Students evaluate to what degree empirical patterns can be interpreted as causal and decide to what extent problems of endogeneity can be solved via panel data or exogeneous variation. Students can produce own empirical analyses.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Basic knowledge in statistics and econometrics
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Vertiefung Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%) 100 % written exam (a voluntarily submitted homework can account for 20 % of the final grade if it improves the grade. In the homework an empirical analysis is performed based on Stata. The final grade can be improved by up to 0.7 points. However, the exam must be passed. The homework only counts towards final grades in the semester in which they are produced, i.e. only in the winter semester.)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch

16	**Literaturhinweise**	Wooldridge, J.M., 2010, Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data, 2.ed., MIT Press. Greene, William H., 2020, Econometric Analysis, 8. ed., Pearson, New Jersey Cameron, C.A. and P.K. Trivedi, 2005, Microeconometrics. Methods and Applications, Cambridge University Press Angrist, J. and J.-S. Pischke, 2009, Mostly Harmless Econometrics, Princeton University Press, Princeton, and Oxford. Verbeek, M., 2017, A Guide to Modern Econometrics, 5. ed., Wiley.

1	**Modulbezeichnung** 53107	**Microeconometrics and machine learning** Microeconometrics and Machine Learning	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Microeconometrics and machine learning (2 SWS) Übung: Microeconometrics and machine learning - Übung (2 SWS)	2,5 ECTS 2,5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Regina Therese Riphahn Dr. Selina Gangl	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Regina Therese Riphahn
5	**Inhalt**	Maximum Likelihood estimation, binary dependent variables, multinomial and ordered dependent variables, Tobit models, selection models, duration models, count data models, applications of machine learning in economics. Practical application of empirical methods using Stata.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Based on introductory econometrics modules students acquire specialized knowledge regarding maximum likelihood estimation and microeconometric problems, and methods of machine learning. Students learn how to apply these methods using the statistics software STATA. They discuss and evaluate the appropriateness of specific methods in the framework of practical applications and have the opportunity to voluntarily prepare written empirical homework.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Basic knowledge in statistics and econometrics
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Vertiefung Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%) The grade is based 100 % on a written exam. However, a voluntarily submitted homework can account for 20 % or the final grade if it improves the grade. The homework can be prepared in groups of up to two students. In the homework an empirical analysis is performed based on Stata. The final grade can be improved by up to 0.7 points. However, the exam must be passed. The homework only counts towards final grades in the semester in which they are produced, i.e. only in the summer semester.
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h

14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Cameron, C. und P. K. Trivedi, 2005, Microeconometrics. Methods and Applications, Cambridge Univ. Press. Greene, William H., 2020, Econometric Analysis, 8.ed., Pearson Hastie, T., R. Tibsharani, und J., 2009, The Elements of Statistical Learning: Data Mining, Inference and Prediction, Springer. Wooldridge, J.M., 2010, Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data, 2.ed., MIT Press.

1	**Modulbezeichnung** 54324	**Climate Policy**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Prof. Dr. Johan Lilliestam	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Johan Lilliestam
5	**Inhalt**	Climate change is one of the big challenges of our time, touching all aspects of the environment and of society. There is broad recognition that governments must do something about it: the implication of the Paris Agreement and its 1.5 and 2 degrees targets is the complete elimination of greenhouse gas emissions from the energy system within the next 30 to 40 years. This is a very complicated problem. Fundamentally this is because it means doing something that humanity has never really tried before at a planetary scale. Modern society grew on fossil fuels, and the huge benefits they offered in terms of energy that was inexpensive, easy and safe to transport, store and consume. How to manage a non-fossil world with 10 billion people, all aspiring to the Western living standards, is a question for which there is no easy answer. From a technical perspective, there are many answers, typically relying on a bouquet of solutions, from wind power to nuclear power, from solar heat to passive housing without any heat demand at all. The technical side of decarbonisation is difficult, but possible. The real nut to crack is about the strategies and governance for how to achieve such a complete transformation: the policy side of climate and energy. This is very complicated, even if we – as we do in this course – exclude the non-energy aspects of the climate transition. Arguably a government could pass a law that forbids people from using fossil fuels. But politically this is unrealistic, at least companies and people depend on fossil fuels in their daily lives. And even worse, it is not certain that it would work, because the technological alternatives may not be implementable overnight. What is to be done? For this, one needs to turn to various ideas about what a government can and should do, whether and how it should influence and steer society. On the one hand are ideas suggesting that government should play a very limited role relative to private actors and should step in only to correct “market failures”, with “market-based” interventions designed specifically around that failure. On the other hand are ideas suggesting that government needs to guide the transition more directly, including through public investments or radical reforms, designed to support the solutions determined to be the ones we want. And on the third hand, if such a hand exists, are ideas posing that the problem is our own consumption patterns and that these, and economic growth in general, are entirely incompatible with climate protection: only consuming radically less will help. Such fundamental issues come to the fore in climate and energy policy discussions and debates. This course is about all that. The course will meet once per week, with a reading before each class. Typically, this will be 1-3 articles, book chapters or reports on a topic

		related to the topic of the class, making the reading essential for the class. We will read two entire books, which will form the foundation for the seminar series, and each of the books will be the basis for essays to be written and handed in during the semester. The entire course will be the basis for the final essay, written in presence. All seminars will take place in Lange Gasse, room 5.155, each Monday at 13.00-14.45.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students successfully finishing this course have the ability to evaluate energy and climate policy arguments made by politicians, experts, and academics with a critical eye, informed by knowledge of history, an understanding of the theoretical underpinnings and the empirically observed effects of different strategies. Students are able to understand and deconstruct the energy and climate policy debate that is currently raging in Germany, Europe and internationally, and create their own solutions. Thereby, they will be able to step into for example a research institute, an NGO or government agency involved in energy policy, policy analysis or political advocacy, and immediately be able to make an informed and creative contribution.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	None
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Seminararbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Seminararbeit (100%) The grade is based on the grades of three essays: • Essays 1 (10%) and 2 (25%), each max 1000 words, written at home as open-book exams • Essay 3 (65% of the final grade), max 1500 words, will be written in presence as closed-book exam, on a given topic. The topic will be known to students in advance.
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 40 h Eigenstudium: 110 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	All required readings except the books will be supplied online. The books of Dryzek (Print), Nordhaus and Patt (e-books) are available from the library.

		Books **Mandatory** (as input for the essays): • William Nordhaus (2015): The Climate Casino. Risk, uncertainty, and economics of a warming world, Yale University Press, New Haven. • Anthony Patt (2015): Transforming Energy. Solving climate change with technology policy, Cambridge University Press, New York. **Recommended** (selected chapters are mandatory for classes): • John Dryzek (2021): The politics of the Earth, OUP Oxford, Oxford. **Mandatory reading for each class** Will be provided in online well in advance of each class.

1	**Modulbezeichnung** 57477	**Urbane Arbeits- und Wohnungsmärkte** Urban Labor and Housing Markets	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Dr. Andreas Mense Prof. Dr. Matthias Wrede	

4	**Modulverantwortliche/r**	Dr. Andreas Mense
5	**Inhalt**	Empirical evidence on urban labor markets and their interaction with the local housing market; empirical evidence on housing policies and their effects on the labor market, labor supply, residential location choices, and individual labor market biographies.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	At the end of this course: • Students understand and apply the main economic concepts used to study urban labor and housing markets • Students are able to understand, assess, and discuss selected recent empirical research papers on the topic • Students understand specific features of urban labor markets, and how they interact with the local housing market • Students are able to discuss pros and cons of important housing policies, and in particular their interactions with the labor market, based on the empirical evidence
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	None
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation bzw. Referat/Klausur
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation bzw. Referat/Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Chetty, R., Hendren, N., Katz, L. (2016). The Effects of Exposure to Better Neighborhoods on Children: New Evidence from the Moving to Opportunity Experiment. *American Economic Review*, 106(4): 855–902. Dauth, W., Findeisen, S., Moretti, E., Suedekum, J. (2022). Matching in Cities. *Journal of the European Economic Association* 20(4), 1478-1521.

		De la Roca, J., Puga, D. (2017). Learning by Working in Big Cities. The Review of Economic Studies 84(1), 106–142. Jacob, B., Ludwig, J. (2012). The Effects of Housing Assistance on Labor Supply: Evidence from a Voucher Lottery. *American Economic Review* 102(1), 272-304. Metcalf, G. (2018). Sand Castles Before the Tide? Affordable Housing in Expensive Cities. The Journal of Economic Perspectives, 32(1), 59-80. Pollakowski, H. O., Weinberg, D.H., Andersson, F., Haltiwanger, J.C., Palloni, G., Kutzbach, M.J. (2022). Childhood Housing and Adult Outcomes: A Between-Siblings Analysis of Housing Vouchers and Public Housing. *American Economic Journal: Economic Policy*, 14(3): 235-72.

1	**Modulbezeichnung** 58022	**Spezielle Kommunikationswissenschaft** Advanced communication research	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Kommunikation in der digitalen Arbeitswelt (2 SWS) Seminar: Nachhaltigkeitskommunikation (2 SWS)	5 ECTS 5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Adrian Meier	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Adrian Meier
5	**Inhalt**	Die Seminare Spezielle Kommunikationswissenschaft vertiefen einen aktuellen Forschungsschwerpunkt der Kommunikationswissenschaft. Mögliche Schwerpunkte liegen bspw. in den Bereichen: • Kommunikation & Technologie • Medienpsychologie • Medieninhaltsforschung • Medienrezeptionsforschung • Medienwirkungsforschung • Medienwandel & -innovationen • Medien, Kommunikation & (psychische) Gesundheit • Medien, Kommunikation & Arbeitswelt • Medien, Kommunikation & Umwelt/Klima • Politische Kommunikation • Unternehmenskommunikation/PR • Wissenschaftskommunikation
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erwerben vertieftes Wissen in einem aktuellen kommunikationswissenschaftlichen Forschungsfeld. • können selbstständig die relevanten theoretischen Ansätze bereichsspezifisch und -übergreifend sowohl mit Mitstudierenden bzw. Fachvertretern als auch Laien diskutieren. • können die Relevanz von Forschungsergebnissen für Gesellschaft, Organisationen und Individuen einschätzen und auf andere Situationen übertragen. • entwickeln die Fähigkeit, aktuelle kommunikations- oder medienpraktische Problemstellungen zu analysieren und zu lösen. • können die diskutierten Ansätze und Theorien auf Szenarien aus der Berufswelt übertragen und selbstständig Hypothesen hierzu formulieren und geeignete Hypothesentests entwickeln. • erwerben durch die Auseinandersetzung mit dem Thema Problemlösungs-, Kommunikations- und Medienkompetenzen, die Bedeutung für unterschiedliche Berufsfelder im Bereich Kommunikation und Medien besitzen.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine. Die Anmeldung erfolgt über StudOn.

8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Hausarbeit Präsentation
11	**Berechnung der Modulnote**	Hausarbeit (50%) Präsentation (50%)
12	**Turnus des Angebots**	Unregelmäßig
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	

1	**Modulbezeichnung** 57461	**Advanced Marketing Analytics**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Advanced Marketing Analytics (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende		

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer
5	**Inhalt**	Das Modul beschäftigt sich mit der Analyse, Interpretation und Reflektion erhobener Daten mittels multivariater Analyseverfahren. Durch Vermittlung von theoretischen Grundlagen und der praktischen Anwendung der Analysemethoden und -ergebnisse (z. B. durch Datenvisualisierung) mit der Statistiksoftware R wird ein Verständnis der Verfahren zur Datenanalyse, deren Voraussetzungen, Zielsetzung, Vorgehensweise und die sachgerechte Interpretation und Kommunikation der Ergebnisse generiert. Dabei werden u. a. folgende Verfahren behandelt: • Regressions-, Varianz- und Mediationsanalyse • Faktoren- und Clusteranalyse • Predictive Analytics
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden können neben wissenschaftlichen Grundlagen spezialisiertes und vertieftes Fachwissen zu den verschiedenen Datenanalyseverfahren erläutern und anwenden. Sie sind in der Lage, eigenständig zu ermitteln, welche fortgeschrittenen statistischen Analysemethoden zur Beantwortung einer statistischen Fragestellung geeignet sind und diese Methoden anwenden. Dafür müssen sie die Eignung und Voraussetzungen zur Anwendung der Methode unter Berücksichtigung alternativer Methoden beurteilen sowie die Methode korrekt anwenden. Anschließend können die Studierenden die ermittelten Ergebnisse in Kontext setzen und im Zusammenhang mit Terminologien der Datenanalyse interpretieren und reflektieren. Auf Grundlage Ihres Wissens und einer zusätzlichen Einarbeitung in die Statistiksoftware R sind die Studierenden dazu befähigt, forschungs- oder anwendungsorientierte Projekte auf Basis der Forschungsmethodik der Datenanalyse durchzuführen. Sie können eigenständige Ideen und Konzepte zur Lösung wissenschaftlicher und beruflicher Probleme entwickeln und diese mit Blick auf deren Bedeutung und Auswirkung reflektieren.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende des Master in Marketing vorrangig behandelt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Vertiefung Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222

10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	

1	**Modulbezeichnung** 52341	**Angewandte Methoden: Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie** Applied methods: Methods in business and organizational psychology	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie (3 SWS) Sonstige Lehrveranstaltung: Versuchspersonenstunde zu Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie (0,5 SWS) Bei der Versuchspersonenstunde besteht Anwesenheitspflicht.	- -
3	Lehrende	George Gunnesch-Luca Dr. Michael Ziegler Prof. Dr. Klaus Moser	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Lisa Handke Prof. Dr. Klaus Moser
5	**Inhalt**	Vertiefung einer oder mehrerer ausgewählter Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie unter besonderer Berücksichtigung fachspezifischer Anwendungen und Probleme (z.B. moderierte Regression, Meta-Analyse, Beobachtungsverfahren).
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden verstehen die Forschungsmethoden anwendungsbezogener Fachartikel und können diese bewerten und kritisch hinterfragen. Sie sind in der Lage, selbständig anspruchsvolle Untersuchungen zu planen, durchzuführen und auszuwerten. Sie können sich zudem eigenständig in weitere Analyseverfahren einarbeiten.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Empfohlen: Grundkenntnisse sozialwissenschaftlicher Erhebungs- und Auswertungsmethoden; Präsentationstechniken, Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens, Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher und anspruchsvoller (meistens englischsprachiger) Texte; Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 2
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Angewandte Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester

13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	
16	**Literaturhinweise**	Wird bekannt gegeben

1	**Modulbezeichnung** 55702	**Grundlagen der Organisationspsychologie** Organizational psychology	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Übung zur Organisationspsychologie: (1 SWS) (WiSe 2026) Übung: Übung zur Organisationspsychologie: Interventionen für Arbeitslose (1 SWS) (WiSe 2026) Bei der Übung besteht Anwesenheitspflicht. Bei der Versuchspersonenstunde besteht Anwesenheitspflicht.	2 ECTS 2 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Klaus Moser PD Dr. Katharina Ebner Dr. Michael Ziegler Klaus Richter Dr. Tobias Maier	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Klaus Moser
5	**Inhalt**	• Vertiefende Wissensvermittlung zu Grundfragen, theoretischen Grundlagen und konkreten Instrumenten der Personalarbeit, der Arbeitspsychologie und der Organisationsentwicklung aus psychologischer (verhaltenswissenschaftlicher) Sicht • Kennenlernen und Bewerten aktueller Instrumente und Verfahren • Kritische Betrachtung der wissenschaftlichen Grundlagen und praktischen Anwendbarkeit von Konzepten, Methoden und Instrumenten • Übung: Vertiefung ausgewählter Literatur anhand von ausgewählten Fallstudien. Einübung verschiedener Instrumente und Techniken der organisationspsychologischen Praxis in gemeinsamen Rollenspielen und Methoden der Selbsterfahrung in der Gruppe • Schwerpunkte von Vorlesung und Übung: Gruppenarbeit, Organisationsdiagnose und -entwicklung, Bedeutung von Arbeit, Arbeitslosigkeit, Arbeitsanalyse und -gestaltung, Stress, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erwerben fundierte Kenntnisse über Theorien und Methoden der Personalarbeit und der Organisationsentwicklung. Sie können die operativen Fragen und Methoden in das strategische Management eines Unternehmens einordnen. Sie können die vorgestellten Theorien, Methoden und Verfahren kritisch reflektieren, beurteilen und anwenden. Sie lernen, wie Methoden und Instrumente entwickelt und rigoros evaluiert werden können.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Empfohlen: Grundkenntnisse sozialwissenschaftlicher Erhebungsmethoden und von Korrelations- und Regressionsrechnung bzw. Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie, Präsentationstechniken, Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens,

		Bereitschaft zur Lektüre von (meistens englischsprachigen) Materialien für die Übung, Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Diskussionsbeitrag Klausur (90 Minuten) Leistungsschein entspricht Versuchspersonenstunde
11	**Berechnung der Modulnote**	Diskussionsbeitrag (bestanden/nicht bestanden) Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Schuler, H. & Moser, K. (Hrsg.) (2019). Lehrbuch Organisationspsychologie (6. Auflage). Bern: Huber. Schuler, H. & Kanning, U. P. (Hrsg.) (2014), Lehrbuch der Personalpsychologie (3. Auflage). Göttingen: Hogrefe. Ulich, E. (2011). Arbeitspsychologie. Stuttgart: Poeschel. Hacker, W. (1998). Allgemeine Arbeitspsychologie. Bern: Huber. Aktuelle Jahrgänge der Zeitschriften Journal of Applied Psychology, Journal of Occupational and Organizational Psychology und Zeitschrift für Arbeits- und Organisationspsychologie

1	**Modulbezeichnung** 55060	**Methoden II: Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie** Methods II: Research and statistical methods in business and organizational psychology	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Zu diesem Modul sind in diesem Semester keine Lehrveranstaltungen oder Lehrveranstaltungsgruppen hinterlegt!	
3	Lehrende	Zu diesem Modul sind in diesem Semester keine Lehrveranstaltungen und somit auch keine Lehrenden hinterlegt!	

4	**Modulverantwortliche/r**	
5	**Inhalt**	keine Inhaltsbeschreibung hinterlegt!
6	**Lernziele und Kompetenzen**	keine Beschreibung der Lernziele und Kompetenzen hinterlegt!
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	sonst Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	sonst (bestanden/nicht bestanden) Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	keine Angaben zum Turnus des Angebots hinterlegt!
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: (keine Angaben zum Arbeitsaufwand in Präsenzzeit hinterlegt) Eigenstudium: (keine Angaben zum Arbeitsaufwand im Eigenstudium hinterlegt)
14	**Dauer des Moduls**	(keine Angaben zur Dauer des Moduls hinterlegt)
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	

1	**Modulbezeichnung** 52163	**Angewandte empirische Gesundheitsökonomie** Applied empirical health economics	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Prof. Dr. Harald Tauchmann Elena Yurkevich Michail Liatos	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Harald Tauchmann
5	**Inhalt**	Das Projektseminar soll an die angewandte empirische Forschung im Bereich Gesundheitsökonomik heranführen. Hierfür stehen zwei Optionen zur Wahl. Zum einen die Replikation und ggf. Erweiterung einer empirischen gesundheitsökonomischen Forschungsarbeit, die von der BetreuerIn zugewiesen wird. Zum anderen kann eigenständig eine empirische Arbeit durchgeführt werden, die sich an jeweils einem Kapitel des Lehrbuchs Jones, A. et al. (2013): Applied Health Economics orientiert. Die einzelnen Kapitel des Buches behandeln jeweils eine Fragestellung der empirischen Gesundheitsökonomik, wie z.B. Inequality in health wobei im Vordergrund steht, wie Methoden der empirischen Wirtschaftsforschung und Ökonometrie (z.B. verallgemeinerte Lorenzkurven, Probitregression für geordnete Kategorien, Intervallregression) für die Auseinandersetzung mit der jeweiligen Fragestellung verwendet und mit der Software Stata® praktisch angewendet werden können. Die TeilnehmerInnen des Projektseminars arbeiten selbständig (aber mit Unterstützung) im PC-Pool an ihrem Thema. Optional wird im Vorfeld ein Stata® Crashkurs angeboten, mit dem Stata-Kenntnisse erworben, aufgefrischt und vertieft werden können. Die TeilnehmerInnen schreiben eine Seminararbeit, in der sie ihr Vorgehen und Ihre Ergebnisse dokumentieren, und stellen diese in einem Blockseminar vor.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • lernen für konkrete Fragestellungen der empirischen Gesundheitsökonomik relevante Methoden kennen und anzuwenden, bzw. vertiefen ihre in anderen Veranstaltungen erworbene Methodenkompetenz • erwerben die Kompetenz, eigenständig Forschungsfragen der empirischen Gesundheitsökonomie zu bearbeiten • lernen empirische Forschungsergebnisse darzustellen und zu diskutieren
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Solide Grundkenntnisse in Mikroökonometrie und Grundkenntnisse der ökonometrischen Software Stata® sollten vorhanden sein. Zu Beginn der Veranstaltung wird optional ein Stata® Blockkurs angeboten.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222

10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich/mündlich
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich/mündlich (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch Englisch
16	**Literaturhinweise**	Jones A., Rice, N. Bago dUva, T. & Balia, S. (2013): Applied Health Economics, 2nd ed., Routledge.

1	**Modulbezeichnung** 57129	**Kommunikation in der digitalen Arbeitswelt** Communication in the digital work environment	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Kommunikation in der digitalen Arbeitswelt (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Adrian Meier	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Adrian Meier
5	**Inhalt**	Digitale Medien und Kommunikation durchdringen nahezu alle Aspekte unseres täglichen Lebens, insbesondere in einer zunehmend digitalisierten Arbeitswelt. Diese Entwicklung bietet Unternehmen und Mitarbeiter:innen vielfältige Möglichkeiten der organisationsinternen Kommunikation, stellt sie jedoch auch vor große Herausforderungen. Digitale Technologien (z. B. AI, Social Media, Videochat, Big Data) versprechen effizientes Management und Kollaboration in (virtuellen) Teams. Allerdings konfrontieren sie Organisationsmitglieder auch mit digitalem Stress, Erreichbarkeitsdruck, Entgrenzung und Überwachung. Im Seminar beleuchten wir die Kommunikation von Organisationen im Zeitalter der Digitalisierung. Im Vordergrund steht die Frage, wie digitale Technologien die Kommunikation in der Arbeitswelt verändern. Wir betrachten hierbei sowohl die strategische organisationsinterne Kommunikation (bspw. Change- oder Führungs-Kommunikation) als auch die interpersonale Kommunikation aus Perspektive der Mitarbeiter:innen (bspw. Flurgespräche, Selbstpräsentation, Sozialkapital). Das Seminar verbindet wissenschaftliche Erkenntnisse der (digitalen) Organisationskommunikation und interpersonalen Kommunikation mit praktischen Anwendungsfällen. Teilnehmer:innen erlangen ein tiefes Verständnis dafür, wie digitale Technologien und Kommunikationsprozesse in Organisationen zusammenwirken, gesteuert und optimiert werden können.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erwerben grundlegendes und spezialisiertes Wissen der Organisations- und interpersonalen Kommunikation • können organisationale Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung analysieren, einordnen und hinterfragen • üben durch Diskussionen mit Mitstudierenden und Fachvertreter:innen sowie durch praktische Fallanalysen die Fähigkeit, dieses Wissen in Organisationen strategisch anzuwenden • entwickeln die Fähigkeit, Prozesse und Herausforderungen der internen Organisationskommunikation zu analysieren, kritisch einzuordnen und Lösungen diskursiv zu erarbeiten
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine. Die Anmeldung erfolgt über StudOn.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!

9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 • MSc Sozialökonomik mit Schwerpunkt „Bildung, Beruf und Personal“ sowie „Markt- und Medienforschung“ • MSc Sozialökonomik Vertiefungsbereich • MSc Arbeitsmarkt und Personal Vertiefungsbereich • Wahlbereiche in MSc-Studiengängen Marketing, IBS und MIGG
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich/mündlich Haus-/Seminararbeit und Referat/Präsentation
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich/mündlich (100%) Haus-/Seminararbeit (60%) Referat/Präsentation (40%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	• Duschlbauer, T., Martin, S., & Saffarnia, P. (Eds.). (2018). Organisationskommunikation | Organisational Communication: Vol. 1. Organisationskommunikation im Zeichen der Digitalisierung. Nomos. • Einwiller, S., Sackmann, S. A., & Zerfaß, A. (2020). Handbuch Mitarbeiterkommunikation: Interne Kommunikation in Unternehmen. Springer Gabler. • Lewis, L. (2019). Organizational change: Creating change through strategic communication (2nd ed.). Wiley. • Miller, K. (2015). Organizational communication: Approaches and processes (7th ed.). Cengage Learning.

1	**Modulbezeichnung** 57484	**Between the Global and the Local: Sustainability in Practice**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	The participation in this seminar is mandatory.	
3	Lehrende	Julia Stefanello Pires Prof. Dr. Almut Schilling-Vacaflor del Carpio Dr. Anna Pedersen	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Almut Schilling-Vacaflor del Carpio Julia Stefanello Pires
5	**Inhalt**	Climate change is one of the defining challenges of our time, with far-reaching consequences for human rights, intergenerational equity, and global justice. This course explores how globalized systems of production and consumption contribute to climate injustices—and how various actors, territories, and impact chains are entangled in this complex landscape. Corporations, as key players in the global economy, hold a central role in this debate. In response to growing pressure, many have adopted sustainability governance frameworks. Yet these efforts often fall short, especially when confronted with the urgency of a just transition and the intricacies of global supply chains. This course offers a critical and hands-on approach to understanding and engaging with these issues. Through case studies, collaborative research, and practical tools, students will: Understand the dynamics of climate injustice and its global dimensions; Map the networks of actors and territories involved in climate-related conflicts; Evaluate corporate sustainability efforts in light of justice and accountability; Reflect critically on the power and limitations of corporate sustainability strategies in the climate fight. This course equips students with the analytical frameworks and methodological tools to investigate climate justice issues in depth, and to contribute meaningfully to debates and actions for a more equitable and sustainable world. Throughout the course, we investigate the roles of different actors—states, corporations, civil society, and frontline communities—and the territories and impact chains that connect them, between the global and local. We pay particular attention to the concept of a “just transition,” examining what it means for corporations to take responsibility in a way that is socially inclusive and environmentally sound.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	• Learn to design and carry out a case study • Strengthen analytical competences by applying concepts and theories to analyze different cases • Learn to identify and discuss sustainability challenges and trade-offs • Achieve a deeper understanding of the cross-scalar impacts of global production • Gain theoretical and empirical knowledge on supply chain complexities

		• Develop the tools to analyze climate justice issues across scales and sectors—and contribute meaningfully to debates on sustainability, equity, and accountability
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich/mündlich
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich/mündlich (100%) 1) Class participation (20) 2) Presentation (40%) 3) Performance assessments (40%).
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 28 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Mentioned in the course syllabus.

1	**Modulbezeichnung** 57486	**Energy policy instruments**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Energy Policy Instruments (3 SWS) (WiSe 2026)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Johan Lilliestam	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Johan Lilliestam
5	**Inhalt**	With the adoption of the Paris Agreement, almost all countries have committed themselves to contributing their share to limiting the global temperature to well below 2 degrees, implying a commitment to a carbon-neutral global economy by mid-century. In terms of emission reductions, one cannot say that it has gone well: globally, greenhouse gas emissions are still increasing. This is largely caused by economic growth and industrial development in emerging countries, causing a hunger for energy that is often satisfied with fossil fuels. In the industrialised world, however, emissions decrease (after having increased A LOT during the 20th century, of course!). In Europe, emissions have decreased by some 30% compared to 1990, and the European Union met its 2020 climate target. Evidently, it is possible to bend the emissions curve. Particularly the energy sector – responsible for some 2/3 of global greenhouse gas emissions – starts seeing radical changes, both through the rise of very cheap renewable energy technologies and efficiency measures. In Europe, at least some policy efforts appear to have worked: emissions and energy demand are decreasing, and European (together with a handful of other countries') policies have contributed to making renewables technologically and economically viable, putting Europe and all other countries in a position where complete energy system decarbonisation may be feasible. In this course, we will explore the instrumentation of climate policy in the energy sector, especially on the European and national levels. This is a very controversial field, both in Brussels (e.g. Green Deal vs. emissions trading!), and in national capitals (recall debates of electric car mandates vs "technology-neutrality", or the debacle of the German heating law!). The outcome of these debates will not only determine Europe's climate footprint, but also its industrial future: *HOW* to decarbonise energy is one of biggest issues of our time. The course will centre on historical and prospective policy analysis of energy policy instruments, drawing on concepts, theories and evaluation frameworks from various disciplines, including environmental, behavioural and evolutionary economics, as well as political science. We will go far beyond the conventional economics-centred definition of "climate policy" as global treaties and carbon pricing, and look at the broad set of measures that affect the chances to decarbonise energy, with a focus on the European context and drawing lessons from successes. In this course, we will • create solutions to take us from today's fossil-based system to a carbon-neutral energy future in Europe, by

		• investigating different types of energy policy instruments, their theoretical roots, historical and expected future effects; • analysing the actual performance of these instruments through case studies of both successful and failed historical cases, in order to understand how instrument design affects success chances, but also how instruments differ in both scope and aim. The course is a *flipped classroom* course, with extensive preparations needed – both reading and watching the input presentations for each class (see below) – and entirely interaction-based meetings in class. In the class meetings, we will be working together and in groups to solve case problems taken from real-world situations in European energy policy, from heat decarbonisation in Finland to wind power deployment in France, from electric car chargers in Nürnberg to building bikelanes in Amsterdam. The main input format for each seminar day will be presentations by students, for each block 3-5 presentations (depending on the number of students) of 15-20 minutes each, focusing either on the theoretical embedding of the class or on describing and evaluating real-world cases in which the instrument has been implemented. The presentations will be graded, making up a part of your final grade. All students will receive written feedback, as this is essential for learning and improving presentation skills.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students understand the breadth of the climate and energy policy field, the diversity of instruments, and know how the main measure types work and interact. They are able to identify a policy and allocate it to the appropriate theoretical roots. Students are able to evaluate whether a national strategy is likely to achieve its aims, informed by knowledge of the functioning, efficiency and effectiveness of similar measures elsewhere or in the past, and can suggest alternative tools for achieving a particular energy goal. Students are able to apply knowledge about the barriers to decarbonisation in various energy sectors and the barriers addressed by specific policy measures, so as to create own proposals for decarbonisation of any energy sector or geographic context.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	None
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	mündlich
11	**Berechnung der Modulnote**	mündlich (100%)

		The grading will be based to 1/3 on your presentation grade and 2/3 of an oral exam grade. Each student will receive an individual presentation grade and feedback, but the presentation grade will also consist (25%) of the coordination of the group of presentations of each session as a whole. The course will end with an oral exam of 15-20 minutes, counting 2/3 towards the final grade. At this exam, each student will be given case to solve (in advance), prepare a solution, briefly summarise it and defend it. This case will be of the format “given the policies COUNTRY has in place to decarbonise SECTOR, what should it do – to complement or replace the existing policy mix – in order to reach the 2030 target and enter a path to carbon neutrality by mid-century?”
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	There will be substantial reading required in preparation of each class, consisting both of academic literature and of primary policy texts. A book (M. Grubb: *Planetary Economics*) will accompany us throughout the semester. This book is available as an open access ebook. The full list of mandatory readings will be available on the course page. • o Michael Grubb (2014): Planetary Economics, Routledge. • o Reading list and texts will be provided when the semester starts. • o An initial set of suggested readings will be recommended, but students will need to do their own research of both the theory and empirics of the case studies.

1	**Modulbezeichnung** 53084	**Ökonomie der Sozialpolitik** Economics of social policy	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: MA S Ökonomie der Sozialpolitik (Economics of Social Policy) (3 SWS) *(compulsory attendance)*	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Matthias Wrede Ramona Müller Michael Göschl	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Matthias Wrede
5	**Inhalt**	Selected economic analysesof social policy considering fairness and economic principles as well as institutional aspects
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students are familiar with selected topics in social policy and can describe and comparethem internationally. Students can present, interpret, and discuss fairness and economic principles ofgovernment intervention in selected areas of social security. Students can understand, evaluate, and question the effects of the socio-political systemboth theoretically and empirically. Students are able to evaluate and question social policy measures from the perspectivesof efficiency and equality. Students are able to give structured feedback to their fellow students in the context oftheir presentations. Students are able to promote the specialist knowledge of their fellow students throughcontributions to topic-oriented discussions. Students are able to understand, evaluate, anddiscuss selected current scientific studies in their seminar papers.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Knowledge of microeconomics and econometrics
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich/mündlich Seminar paper/presentations
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich/mündlich (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester Annually (summer semester)
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h

14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Literature will be announced during the course.

1	**Modulbezeichnung** 52130	**Sustainability management and corporate functions**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Advanced Sustainabiliy Management and Corporate Functions (2 SWS) (WiSe 2026)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Markus Beckmann	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Markus Beckmann
5	**Inhalt**	This lecture provides an advanced perspective on Corporate Sustainability Management. The lecture starts with a short recap of sustainability management basics (What is sustainability? Why is sustainability increasingly important for business? What are key concepts of sustainability management?) Following this brief recap of the concepts of sustainability and sustainability management, we take a closer look at selected corporate functions such as strategy, marketing, or supply chain management. For each function, we look at the key drivers for corporate sustainability, relevant management tools, best-practice cases, and will discuss risks and opportunities involved in corporate management. Throughout the lecture, we will follow the concept of integrated sustainability management, thus integrating the three pillars of sustainability: economy, natural environment, and society, into the core of a business.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students will acquire: • advanced knowledge in sustainability management, especially in the selected functional areas • discursive and reflective competencies in regards to societally relevant questions • practical insights for implementing sustainability in real-life applications • insights on potential challenges during the implementation of sustainability management
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	None
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	elektronische Prüfung (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	elektronische Prüfung (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h

14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Readings will be provided via StudOn.

1	**Modulbezeichnung** 56780	**Business ethics and corporate social responsibility** Sustainability management, business ethics and corporate social responsibility	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Business Ethics and Corporate Social Responsibility (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Markus Beckmann	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Markus Beckmann
5	**Inhalt**	This course combines several perspectives on normative issues in business. First, we take a moral psychology perspective to understand how morality helps us solve certain problems, but also creates pitfalls in the modern world. Second, we develop an ethical framework for navigating contentious issues and supporting the search for constructive solutions. Third, we apply this framework to analyze how (why) social and environmental goals are (not) achieved at the macro level. We will pay particular attention to the role of markets and their regulation. Fourth, we take the perspective of the individual firm and ask whether and to what extent firms need to integrate moral issues into their value creation processes. In this context, corporate social responsibility can serve as a means to implement these moral issues. We will therefore take a closer look at CSR, its origins, development and instruments. We conclude the course by discussing various applications and cases.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	After successfully completing this course, students will have developed the ability to: • Explain key concepts from moral psychology and analyze how moral intuitions and biases influence ethical decision-making in business contexts. • Apply ethical theories and frameworks, such as social dilemmas, to navigate complex moral challenges in business, evaluate competing arguments, and construct well-reasoned ethical judgements. • Assess how markets and regulatory mechanisms facilitate or hinder the achievement of social and environmental goals at the macro level. • Critically examine the extent to which firms should integrate ethical considerations into their value creation processes and evaluate the implications of different approaches. • Evaluate the origins, development, and effectiveness of CSR strategies and instruments in addressing selected ethical and sustainability challenges.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	None
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222

		Wahlmodul: Spezielle BWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	elektronische Prüfung (60 Minuten) Klausur (elektronische Prüfung, 60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	elektronische Prüfung (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Provided via StudOn

1	**Modulbezeichnung** 56211	**Digital change management**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Digital Change Management (2 SWS) Übung: Übung zu Digital Change Management (2 SWS)	5 ECTS -
3	Lehrende	Prof. Dr. Sven Laumer David Horneber	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Sven Laumer
5	**Inhalt**	Lecture: This module provides an organizational and social perspective of the digital transformation. It introduces theories and methods to analyze, visualize, and discuss challenges of the acceptance of the digital transformation.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students can analyze, visualize and discuss consequences of the digital transformation for individuals and organizations as well as its implementation challenges. Students are able to design an implementation project to focus especially on end-users.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	None
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten) 5 ECTS - Written Exam (90 minutes)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 80 h Eigenstudium: 70 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Alter, S. (2013). Work System Theory: Overview of Core Concepts, Extensions, and Challenges for the Future. Journal of the Association for Information Systems, 14 (2), 72-121 Kotter, J.P. (2005). Our Iceberg Is Melting: Changing and Succeeding Under Any Conditions: Changing and Succeeding Under Any Conditions. St.Martins Press, Kotter, J.P. (2010). Leading Change, Harvard Business Press Venkatesh, V., Morris, M., Davis, G., and Davis, F. D. 2003. User acceptance of information technology: toward a unified view, MIS Q (27:3), pp. 425478.

1	**Modulbezeichnung** 57445	**Experimental Methods and Applications to Development**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Experimental Methods and Applications to Development Lecture (2 SWS) (WiSe 2026) Übung: Experimental Methods and Applications to Development Exercise (2 SWS) (WiSe 2026)	5 ECTS -
3	Lehrende	Prof. Dr. Johannes Rincke Celina Högn	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Johannes Rincke
5	**Inhalt**	The lecture covers the principles of experimental methods in economics and applications of these methods to topics in development economics. In a first part, the lecture introduces and discusses core methods used in randomized controlled trials, including random assignment to treatment, stratification, estimation of causal effects under random treatment assignment, and inference. Using various examples from the recent literature, the lecture then applies the methodological principles to various case studies from development economics. It highlights the core topics, methodological challenges, and key findings derived in this literature. The lecture covers decisions of individuals and households and thus has a microeconomic focus on development. In the exercise course, the focus is on applying advanced empirical and experimental methods to problems of development. Students work with data sets and replicate core findings from the literature.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	The module aims at providing students with a comprehensive set of advanced conceptual and methodological tools for causal inference. The focus is on experimental methods and applications to problems and topics in development economics. Specifically, students • get an overview of modern development economics and the history of thought in this sub-discipline, • learn how to analyse specific problems in development economics from case studies which are based on the current academic literature, • learn about and deal intensively with experimental methods in economics and advanced methods of data analysis, • learn to understand, evaluate and replicate empirical studies in development economics, • and advance their ability to perform independent data analyses using complex data sets from the academic literature
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Completion of all compulsory courses in the MSE program, in particular Microeconomics, Applied Econometrics, and Mathematics for Economists.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!

9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (50%) Klausur (50%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Selection of journal articles, provided on StudOn.

Freier Vertiefungsbereich

1	**Modulbezeichnung** 52130	**Sustainability management and corporate functions**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Advanced Sustainabiliy Management and Corporate Functions (2 SWS) (WiSe 2026)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Markus Beckmann	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Markus Beckmann
5	**Inhalt**	This lecture provides an advanced perspective on Corporate Sustainability Management. The lecture starts with a short recap of sustainability management basics (What is sustainability? Why is sustainability increasingly important for business? What are key concepts of sustainability management?) Following this brief recap of the concepts of sustainability and sustainability management, we take a closer look at selected corporate functions such as strategy, marketing, or supply chain management. For each function, we look at the key drivers for corporate sustainability, relevant management tools, best-practice cases, and will discuss risks and opportunities involved in corporate management. Throughout the lecture, we will follow the concept of integrated sustainability management, thus integrating the three pillars of sustainability: economy, natural environment, and society, into the core of a business.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students will acquire: • advanced knowledge in sustainability management, especially in the selected functional areas • discursive and reflective competencies in regards to societally relevant questions • practical insights for implementing sustainability in real-life applications • insights on potential challenges during the implementation of sustainability management
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	None
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	elektronische Prüfung (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	elektronische Prüfung (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h

14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Readings will be provided via StudOn.

1	**Modulbezeichnung** 52153	**The supply of medical services**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung mit Übung: Supply of Medical Services (3 SWS) (WiSe 2025) Vorlesung mit Übung: VL: Supply of Medical Services (3 SWS) (SoSe 2026)	5 ECTS 5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Simon Reif	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Simon Reif
5	**Inhalt**	In this course the market for medical services and in particular the supply of services from physicians and hospitals is analyzed. The focus is on behavioral incentives and how they are shaped by the characteristics of health as a special good as well as by institutional settings. Topics to be covered are supplier induced demand, quality-quantity-relationship in hospitals and optimal reimbursement schemes. The course will also cover individual health behavior. Throughout the course microeconomic models will be used.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students • understand the behavior of phsysicians from a microeconomic perspective • can evaluate governmental regulations in health care markets • can discuss reforms in the health care sector
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Solid knowledge of microeconomics and some basic knowledge of econometrics is recommended.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Zweifel, P., Breyer, F., Kifmann, M. (2009): Health Economics, Springer, 2. Aufl.

1	**Modulbezeichnung** 52170	**Einführung in das Genossenschaftswesen** Introduction to cooperative systems	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	apl. Prof. Dr. Richard Reichel Prof. Dr. Matthias Wrede	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Markus Beckmann
5	**Inhalt**	Gegenstand der Veranstaltung ist die wissenschaftliche Betrachtung der Rechts- und Unternehmensform Genossenschaft aus betriebs- und volkswirtschaftlicher Sicht.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erlangen ein generelles Verständnis für das Modell Genossenschaft und dessen historischen Background. Zusätzlich erhalten die Studierenden einen Einblick in die verschiedenen Geschäftsfelder in denen Genossenschaften vertreten sind und analysieren deren Vorzüge in diesen Bereichen. Insbesondere sind die Studierenden in der Lage • die Entwicklung der Genossenschaften nachzuvollziehen, • die Rolle von Genossenschaften in der Bundesrepublik Deutschland zu reflektieren, • die Vor- und Nachteile der Rechts- und Unternehmensform eG gegenüber anderen Personen und Kapitalgesellschaften einzuschätzen, und • die Gründungsvoraussetzungen einzuordnen. Zur Verdeutlichung der dargestellten Sachverhalte be- bzw. erarbeiten die Studierenden Lösungsansätze zu ausgewählten Frage- und Problemstellungen aus der Praxis.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle BWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (50%) Klausur (50%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Kursspezifische Literatur (wird im Kurs bekanntgegeben).

1	**Modulbezeichnung** 52270	**Seminar zur Organisationspsychologie** Seminar in organizational psychology	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Seminar zur Organisationspsychologie: Karriere in Organisationen (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	PD Dr. Katharina Ebner	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Klaus Moser
5	**Inhalt**	• wechselnde Themen und Schwerpunkte. • Auseinandersetzung mit theoretischen Grundlagen und konkreten Instrumenten der Personalarbeit, der Arbeitspsychologie und der Organisationsentwicklung aus psychologischer (verhaltenswissenschaftlicher) Sicht
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden demonstrieren ihren souveränen Umgang mit der einschlägigen Fachliteratur und organisationspsychologischen Theorien und Methoden. Die Studierenden erwerben fundierte Kenntnisse über Theorien und Methoden der Personalarbeit, der Arbeitspsychologie und der Organisationsentwicklung. Sie können die operativen Fragen und Methoden in das strategische Management eines Unternehmens einordnen. Sie können die bearbeiteten Theorien, Methoden und Verfahren kritisch reflektieren, beurteilen und anwenden. Sie lernen, wie Methoden und Instrumente entwickelt und rigoros evaluiert werden können.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundkenntnisse sozialwissenschaftlicher Erhebungsmethoden und von Korrelations- und Regressionsrechnung bzw. Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie, Präsentationstechniken, Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens, Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher (meistens englischsprachiger) Materialien, Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Hausarbeit Präsentation
11	**Berechnung der Modulnote**	Hausarbeit (100%) Präsentation (bestanden/nicht bestanden)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch

16	**Literaturhinweise**	Schuler, H. & Moser, K. (Hrsg.) (2014). Lehrbuch Organisationspsychologie (5. Auflage). Bern: Huber. Schuler, H: & Kanning, U. P. (Hrsg.) (2014), Lehrbuch der Personalpsychologie (3. Auflage). Göttingen: Hogrefe. Ulich, E. (2011). Arbeitspsychologie. Stuttgart: Poeschel. Hacker, W. (1998). Allgemeine Arbeitspsychologie. Bern: Huber. Aktuelle Jahrgänge der Zeitschriften Journal of Applied Psychology, Journal of Occupational and Organizational Psychology und Zeitschrift für Arbeits- und Organisationspsychologie

1	**Modulbezeichnung** 52300	**Theorieseminar zur Wirtschaftspsychologie** Theory seminar: business psychology	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Theorieseminar: Marktpsychologisches Theorieseminar: Konsumentenverhalten (2 SWS) Theorieseminar: Marktpsychologisches Theorieseminar: Konsumentenentscheidungen (2 SWS) Seminar: Seminar zur Organisationspsychologie: Karriere in Organisationen (2 SWS)	5 ECTS 5 ECTS 5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Jürgen Kirsch Prof. Dr. Klaus Moser PD Dr. Katharina Ebner	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Klaus Moser
5	**Inhalt**	Vertiefende Auseinandersetzung mit Themen der Wirtschaftspsychologie (Personalpsychologie, Organisationspsychologie, Konsumentenverhalten) Im Theorieseminar setzen sich die Studierenden gründlich und auf der Basis anspruchsvoller i.d.R. englischsprachiger Fachliteratur mit einem aktuellen Thema auseinander, stellen dies mündlich vor und verfassen eine in Form und Niveau an eine Fachpublikation angelehnte Hausarbeit Die Themen wechseln semesterweise.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden gehen souverän mit der einschlägigen deutsch- wie englischsprachigen Fachliteratur sowie wirtschaftspsychologischen Theorien und Methoden um. Sie können wissenschaftliche Positionen erläutern, vertreten, kritisieren und verteidigen. Sie besitzen detaillierte Fachkenntnisse nach dem neuesten Kenntnisstand zu spezifischen Fragestellungen in der Wirtschaftspsychologie und besitzen fachliche und konzeptionelle Fertigkeiten zur Entwicklung und Evaluation entsprechender Methoden und Instrumente.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Empfohlen: Besuch vorbereitender Module aus den Bereichen Personalpsychologie, Organisationspsychologie oder Konsumentenverhalten. Grundkenntnisse sozialwissenschaftlicher Erhebungsmethoden und von Korrelations- und Regressionsrechnung bzw. Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie, Präsentationstechniken, Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens, Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher und anspruchsvoller (meistens englischsprachiger) Texte, Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Hausarbeit Präsentation

11	**Berechnung der Modulnote**	Hausarbeit (100%) Präsentation (bestanden/nicht bestanden)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Wird bekannt gegeben

1	**Modulbezeichnung** 52310	**Wirtschaftspsychologie Projektseminar** Project seminar on business psychology	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Projektseminar: Projektseminar Wirtschaftspsychologie: Das LLM als Coach? - Konzeption und Evaluation (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	PD Dr. Katharina Ebner	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Klaus Moser
5	**Inhalt**	Vertiefende Auseinandersetzung mit Themen der Wirtschaftspsychologie (Personalpsychologie, Organisationspsychologie, Konsumentenverhalten) Auf der Basis vorgegebener Themen werden empirische Studien alleine oder in kleinen Gruppen durchgeführt. Die Themen wechseln semesterweise.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden demonstrieren ihren souveränen Umgang mit der einschlägigen Fachliteratur und wirtschaftspsychologischen Theorien und Methoden. Sie wissen, wie Methoden und Instrumente entwickelt und rigoros evaluiert werden können und können diese anwenden. Sie besitzen Erfahrungen in der Durchführung entsprechender Studien und können wissenschaftliche Berichte über Forschungsergebnisse auf publikationsreifem Niveau verfassen.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Empfohlen: Besuch vorbereitender Module aus den Bereichen Personalpsychologie, Organisationspsychologie oder Konsumentenverhalten. Grundkenntnisse sozialwissenschaftlicher Erhebungsmethoden und von Korrelations- und Regressionsrechnung bzw. Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie, Präsentationstechniken, Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens, Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher und anspruchsvoller (meistens englischsprachiger) Texte, Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Projekt-/Praktikumsbericht
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (bestanden/nicht bestanden) Projekt-/Praktikumsbericht (100%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch

16	**Literaturhinweise**	Wird bekannt gegeben

1	**Modulbezeichnung** 52320	**Angewandte Methoden: Ausgewählte Methoden der Sozialforschung** Applied methods: Selected social research methods	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Angewandte Methoden: Ausgewählte Methoden der Sozialforschung (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	PD Dr. Andreas Damelang	

4	**Modulverantwortliche/r**	PD Dr. Andreas Damelang
5	**Inhalt**	• Die Veranstaltung bietet eine Vertiefung eines ausgewählten Methodenbereichs im Hinblick auf die spezifischen Erfordernisse des Projektseminars
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erwerben vertiefte Kenntnisse über einen spezifischen Methodenbereich wie z.B. spezifische Formen der Datenerhebung, Experimente oder spezifische Modelle der Datenauswertung • erwerben fortgeschrittene Kompetenzen, eigenständig Forschungs- und Praxisprobleme mit diesen Methoden zu analysieren • erwerben umfassendes und spezialisiertes Wissen zu dem neuesten Erkenntnisstand von fortgeschrittenen Analysemethoden
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundkenntnisse sozialwissenschaftlicher Erhebungs- und Auswertungsmethoden; Modul Quantitative Methoden I
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Angewandte Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Hausarbeit (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	**Modulbezeichnung** 52330	**Angewandte Methoden: Methoden der empirischen Kommunikationsforschung** Applied methods: Empirical communication research	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Angewandte Methoden: Methoden der empirischen Kommunikationsforschung (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Adrian Meier	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Adrian Meier
5	**Inhalt**	• Vertiefung einer oder mehrerer ausgewählter Methoden der Kommunikationswissenschaft • Anwendung und kritische Reflexion der Methoden
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erlernen vertieftes und spezialisiertes Wissen über ausgewählte Methoden der empirischen Kommunikationsforschung • können die Methoden beschreiben und erläutern • analysieren selbstständig kommunikationswissenschaftliche Forschungsfragen anhand qualitativer oder quantitativer Methoden • wenden die Methoden praktisch und selbstständig an • entwickeln durch Diskussionen mit Mitstudierenden bzw. Fachvertretern die Fähigkeit, an aktuellen fachwissenschaftlichen und forschungsrelevanten Debatten teilzunehmen, um Probleme und Lösungen im Bereich der kommunikationswissenschaftlichen Forschung zu erörtern • erhalten methodische Kompetenzen für Berufsfelder und der Forschung im kommunikationswissenschaftlichen Bereich.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine. Die Anmeldung erfolgt über StudOn.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Angewandte Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Referat Projekt-/Praktikumsbericht
11	**Berechnung der Modulnote**	Referat (bestanden/nicht bestanden) Projekt-/Praktikumsbericht (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester

15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	

1	**Modulbezeichnung** 52461	**Latin America in the era of Globalisation** Latin America in the era of globalization	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Aktuell werden keine Lehrveranstaltungen zu dem Modul angeboten. Für weitere Auskünfte zum Lehrveranstaltungsangebot kontaktieren Sie bitte die Modul-Verantwortlichen.	
3	Lehrende		

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Almut Schilling-Vacaflor del Carpio
5	**Inhalt**	The seminar is offered every semester by the Chair of Prof. Schilling-Vacaflor. It deals with topics related to the role of Latin America and the challenges of the region in the era of globalization. The increasing global interdependence of economics, politics and society is shaping today's world and poses complex challenges for world politics. The course deals with the central international developments in the 21st century (such as migration movements, structural inequality, sustainable and human development, digital transformation, organized crime, (dis)integration movements and discusses the role and interests of Latin America for each phenomenon.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	The students: • acquire in-depth knowledge of political processes, economic changes and societal challenges in the context of globalization and integration processes. • Develop the ability to analyze and evaluate the dynamics of internal and external factors.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	None
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	elektronische Prüfung
11	**Berechnung der Modulnote**	elektronische Prüfung (100%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 0 h Eigenstudium: 150 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch Spanisch
16	**Literaturhinweise**	

1	**Modulbezeichnung** 52500	**Das Industrieseminar** Seminar: Industrial management	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Das Industrieseminar (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Julian Müller Isabell Bogner Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt Prof. Dr. Stefan Asenkerschbaumer	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	**Inhalt**	In dem Seminar, welches von Herrn Prof. Dr. Asenkerschbaumer, Vorsitzender des Aufsichtsrats der Robert Bosch GmbH und geschäftsführender Gesellschafter der Robert Bosch Industrietreuhand KG, begleitet wird, erarbeiten die Studierenden zu wechselnden Rahmenfragestellungen in Gruppen Seminararbeiten. Die Ergebnisse dieser werden dann vorgetragen, verteidigt und diskutiert.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erarbeiten in Gruppen weitgehend selbstgesteuert und autonom Analysen zu komplexen betriebswirtschaftlichen Fragestellungen im Kontext von Industrieunternehmen. Hierzu führen die Studierenden Dokumentanalysen, Literaturrecherchen und Experteninterviews durch und entscheiden weitgehend eigenständig über die zu verwendenden Analysemethoden. Das Ziel ist die Erarbeitung, Strukturierung und Darstellung von detailliertem und spezialisiertem Wissen auf dem aktuellen Erkenntnisstand zu der jeweils ausgeschriebenen Fragestellung. Die erarbeiteten Ergebnisse werden anschließend gemeinsam von der Gruppe in dem Seminar vertreten und vor Herrn Prof. Dr. Asenkerschbaumer und Herrn Prof. Dr. Voigt verteidigt.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Hausarbeit Präsentation Umfang der Hausarbeit: 7.000 Wörter Präsentationsleistung: 20 Minuten Präsentation + 10 Minuten Diskussion
11	**Berechnung der Modulnote**	Hausarbeit (70%) Präsentation (30%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester

15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Kursspezifische Literatur wird im Kurs bekannt gegeben.

1	**Modulbezeichnung** 52761	**Strategische Vorausschau in Theorie und Praxis** Strategic forecasting in theory and practice	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Strategische Vorausschau in Theorie und Praxis (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann Simon Voß	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann
5	**Inhalt**	Trend- und Zukunftsforschung etabliert sich zunehmend als eigener Fach-/Funktionsbereich in Organisationen. In der Wirtschaft und bei Verbänden untersuchen Corporate Foresight-Experten die Zukunft von Industrien, Märkten, neuen Geschäftsmodellen oder aber der Wettbewerbslandschaft. Im öffentlichen Bereich werden im Sinne der regionalen Vorausschau vor allem die Stadt- und Raumentwicklung, gesellschaftliche und technologische Fragestellungen adressiert. Auch auf Bundesebene (s. BMBF Foresight Prozess) und in den Rahmenforschungsprogrammen der EU (s. European forward-looking activities) spielt die strategische Vorausschau inzwischen eine herausragende Rolle. Dieses Seminar vermittelt die Grundlagen der strategischen Vorausschau. Jede der drei Phasen des Vorausschau-Prozesses (Scanning, Foresight, Transfer) wird im Detail behandelt. Teilnehmer erhalten einen Überblick über die Methoden der Zukunftsforschung. Ein besonderer Fokus liegt auf der Szenariotechnik. Mittels vieler praktischer Beispiele wird gezeigt, wie heutige Entscheider aller Organisationen systematisch Zukunftsszenarien entwickeln und auf den eigenen Organisationskontext transferieren können. Zusätzlich bieten renommierte Gastredner der Zukunftsforschung den Teilnehmenden einen praxisnahen Einblick in die Methoden der strategischen Vorausschau.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden entwickeln ein nachhaltiges Verständnis für das Management von Dynamik und Komplexität. Nach Abschluss des Seminars ist man in der Lage: • Organisationen auf zukünftigen Wandel vorzubereiten • Systematisch neue Trends und schwache Signale aufzuspüren • Die Relevanz und Validität neuer Entwicklungen für eine Organisation zu bewerten • Die potenziellen Implikationen von Entwicklungen zu projizieren • Szenarien in einer strukturierten und systematischen Weise zu entwickeln • Szenarien im organisationalen Kontext einzusetzen • Den Mehrwert von Corporate Foresight zu illustrieren Die erlernten Inhalte können vielfältig im organisationalen Kontext eingesetzt werden, z.B. in Unternehmensentwicklung/ Strategieberatung, Innovations- und Risikomanagement. Eine Anwesenheitspflicht begründet sich für alle Teilnehmer des Seminars

		in der Präsentation der Ergebnisse, der regelmäßigen Darstellung und Diskussion der Seminararbeit und den damit verbundenen Feedbackschleifen in der Veranstaltung.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine (Kenntnisse zu Strategie/Innovation jedoch hilfreich)
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Seminararbeit Präsentation
11	**Berechnung der Modulnote**	Seminararbeit (60%) Präsentation (40%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	von der Gracht, H. (2013) Survive: So bleiben Manager auch in Zukunft erfolgreich. Redline Wirtschaft. Kressenbrock, N. G., Salcher, M. & von der Gracht, H. (2015) Herausforderung Energie: Der Energieführerschein für die Entscheider von Morgen. Redline Wirtschaft.

1	**Modulbezeichnung** 52950	**Seminar: Public economics 1**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Masterseminar: Seminar Public Economics 1 (3 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Thiess Büttner Prof. Dr. Matthias Wrede Elisa Poletto	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Thiess Büttner Prof. Dr. Sarah Necker Prof. Dr. Matthias Wrede
5	**Inhalt**	Topics in Public Economics
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students • study selected parts of the academic literature in public economics (mostly from scientific journals) and learn how to deal with this literature • learn how to identify relevant contributions in large bodies of economic literature • learn about current approaches and methods in public economics • learn how to read economic papers and to evaluate and assess contributions, regarding both theory and empiry • learn how to draw conclusions from the academic literature in terms of policy implications and critically analyse these findings • learn how to structure and write an academic thesis in economics • expand their skillset in presenting research and presentation techniques and actively participate in academic discussion
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	All techniques and methods that are part of the curriculum in the first semester
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich/mündlich Seminar paper (15 pages), presentation, class participation (incl. discussion of other participants' presentations). Attendance of the presentations is mandatory. Exam registration and deregistration take place before the regular exam registration and deregistration period. *This is a complete examination which means that the partial achievements cannot be separated. Pursuant to Section 19 (1)*

		(4) MPOWIWI, all partial achievements must be completed in the same semester to pass the module. As the partial achievements are connected, repeating only one partial achievement is not permitted in deviation to Section 25 (1)(2) MPOWIWI. Failing one partial achievement requires the entire examination to be repeated.
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich/mündlich (100%) Seminar paper (50%), presentation and Q&A (50%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Will be provided together with the topic announcements.

1	**Modulbezeichnung** 52960	**Seminar: Public economics 2**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Vincent Herdegen William Dean Dr. Boryana Madzharova Prof. Dr. Thiess Büttner Prof. Dr. Matthias Wrede Annalisa Tassi Prof. Dr. Sarah Necker	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Thiess Büttner Prof. Dr. Sarah Necker Prof. Dr. Matthias Wrede
5	**Inhalt**	Topics in Public Economics
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students • study selected parts of the academic literature in public economics (mostly from scientific journals) and learn how to deal with this literature • learn how to identify relevant contributions in large bodies of economic literature • learn about current approaches and methods in public economics • learn how to read economic papers and to evaluate and assess contributions, regarding both theory and empiry • learn how to draw conclusions from the academic literature in terms of policy implications and critically analyse these findings • learn how to structure and write an academic thesis in economics • expand their skillset in presenting research and presentation techniques and actively participate in academic discussion
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	All techniques and methods that are part of the curriculum in the first semester
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich/mündlich Seminar paper (15 pages), presentation, class participation (incl. discussion of other participants' presentations) Attendance of the presentations is mandatory. Exam registration and deregistration take place before the regular exam registration and deregistration period.

		This is a complete examination which means that the partial achievements cannot be separated. Pursuant to Section 19 (1) (4) MPOWIWI, all partial achievements must be completed in the same semester to pass the module. As the partial achievements are connected, repeating only one partial achievement is not permitted in deviation to Section 25 (1)(2) MPOWIWI. Failing one partial achievement requires the entire examination to be repeated.
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich/mündlich (100%) Seminar paper (50%), presentation (30%), discussion (20%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Will be provided together with the topic announcements.

1	**Modulbezeichnung** 52990	**Seminar energy markets**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Aktuell werden keine Lehrveranstaltungen zu dem Modul angeboten. Für weitere Auskünfte zum Lehrveranstaltungsangebot kontaktieren Sie bitte die Modul-Verantwortlichen.	
3	Lehrende		

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Thiess Büttner Prof. Dr. Mario Liebensteiner Prof. Dr. Karl Gregor Zöttl
5	**Inhalt**	It is the purpose of the seminar to deepen the understanding of the economic interaction of the players and institutions in liberalized energy markets. The participants learn and develop the tools for an autonomous economic assessment of currently discussed policies in liberalized electricity markets (e.g. changed support schemes for renewables, changed network tariff systems, impact of capacity markets). In cooperation with experts from the industry, students are also confronted with the practitioners perspective which requires a more detailed application of the economic concepts employed. The course aims at students in the field of economics /business as well as students in the fields of engineering and mathematics. In the final workshop, all Students present and mutually discuss their results together with practitioners from the industry. The ability to communicate also beyond the classical limits of each discipline is an important qualification for the students careers, which should be stimulated in the context of this seminar. Language of the course in the summer term is German (due to cooperation with practice partners), and in the winter term English.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	The students • learn fundamental concepts and models which allow to analyze the economic interaction at energy markets, • Learn to autonomously apply those methods, • Conceptualize coherent analysis of current policy discussion of how to design energy markets, • In close exchange with a practitioner from industry, learn to apply in meaningful way the conceptual analysis and discussions to real world problems. • Develop their presentation skills.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	The students should be familiar with the mathematical methods acquired during their Bachelor degree. Admission requirements for the seminar in the **Winter Term** (at least one of the follwoing courses must have been passed): Economics of Climate Change Quantitative Methods in Energy Market Modelling Empirical Environmental Economics

8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Performance Assessment Seminararbeit Präsentation
11	**Berechnung der Modulnote**	Performance Assessment (20%) Seminararbeit (50%) Präsentation (30%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester In the **Winter Term**, Prof. Dr. Zöttl and Prof. Dr. Liebensteiner offer a seminar on Energy Markets. The seminar will be held as a block course during the semester. The language of the seminar is English. In the **Summer Term**, Prof. Dr. Veronika Grimm (Energy Systems and Market Design Lab, UTN) and Prof. Dr. Gregor Zöttl (Professorship of Economics, Industrial Organization and Energy Markets, FAU) are offering an interdisciplinary seminar on energy markets in cooperation **with various industry partners**. The seminar language is English.
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Daniel Kirschen and Goran Strbac: Power System Economics, Wiley 2004. Steven Stoft: Power System Economics, Wiley 2002. Wolfgang Ströbele, Wolfgang Pfaffenberger, Michael Heuterkes: Energiewirtschaft, Oldenbourg 2010.

1	**Modulbezeichnung** 53000	**Arbeitsmarktökonomie** Labor economics	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Übung zur Arbeitsmarktökonomie (Master) (1 SWS) (WiSe 2026)	-
3	Lehrende	Prof. Dr. Claus Schnabel Vinzenz Pyka André Rieder	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Claus Schnabel
5	**Inhalt**	1. Arbeitsmarktüberblick 2. Arbeitsangebot 3. Humankapital 4. Arbeitsnachfrage 5. Suche am Arbeitsmarkt 6. Mobilität und Migration 7. Löhne 8. Lohndifferenziale und Diskriminierung 9. Arbeitslosigkeit
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Das Modul vermittelt die wesentlichen Methoden und Erkenntnisse der modernen ökonomischen Analyse von Arbeitsmärkten. Die Studierenden bestimmen die wichtigsten Einflussfaktoren auf der Angebots- und Nachfrageseite des Arbeitsmarktes, erschließen die Bedeutung von Humankapital sowie die Rolle der Entlohnung, und können die wesentlichen Ursachen von Arbeitslosigkeit analysieren sowie Bekämpfungsmöglichkeiten aufzeigen. Sie werden in die Lage versetzt, die vorgestellten Theorien kritisch zu reflektieren, empirische Arbeitsmarktstudien eigenständig zu interpretieren, wirtschaftspolitische Maßnahmen zu bewerten und eigene Handlungsempfehlungen zu entwickeln.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundkenntnisse der Mikroökonomie und der empirischen Wirtschaftsforschung
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle VWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch

16	**Literaturhinweise**	Borjas, G.: Labor Economics, 8. Aufl. 2020;Cahuc, P./Carcillo, S./Zylberberg, A.: Labor Economics, 2. Aufl. 2014;Franz, W.: Arbeitsmarktökonomik, 8. Aufl. 2013

1	**Modulbezeichnung** 53010	**Arbeitsmarktsoziologie** Labor market sociology	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Aktuell werden keine Lehrveranstaltungen zu dem Modul angeboten. Für weitere Auskünfte zum Lehrveranstaltungsangebot kontaktieren Sie bitte die Modul-Verantwortlichen. Es besteht Anwesenheitspflicht.	
3	Lehrende		

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martin Abraham
5	**Inhalt**	Einführung in zentrale Theorien, Methoden und Themenfelder der Arbeitsmarktsoziologie. Zudem werden ausgewählte Themen vertieft erörtert. Der Kurs besteht aus einem Seminarteil im Umfang von 2 SWS und einem Übungsteil im Umfang von 1 SWS.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erwerben umfassende Kenntnisse über Grundfragen der Arbeitsmarktsoziologie • erwerben detaillierte Kenntnisse über den Zusammenhang gesellschaftlicher Rahmenbedingungen und Prozesse des Arbeitsmarktes • erwerben Kompetenzen zur kritischen Beurteilung von politischen Programmen und Maßnahmen im Bereich des Arbeitsmarktes
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (bestanden/nicht bestanden) Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Abraham, Martin, und Thomas Hinz (Hrsg.) (2018): Arbeitsmarktsoziologie. 3. Aufl., Opladen: Westdeutscher Verlag.

1	**Modulbezeichnung** 53030	**Personalmanagement** Human resources management	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Personalmanagement Vorlesung (2 SWS) (WiSe 2026)	4 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge
5	**Inhalt**	1. Personalmanagement als strategischer Erfolgsfaktor der Unternehmungsführung 2. Theorien des Personalmanagements 3. Akteure des Personalmanagements 4. Bedingungen des Personalmanagement 5. Instrumente des Personalmanagement 5.1. Personalbedarfsplanung und deckung 5.2. Personaleinsatz 5.3. Personalentlohnung 5.4. Personalführung 6. Effizienz des Personalmanagement
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul 1. analysieren dieStudierenden komplexe Problemstellungen des Personalmanagements aus rechtlicher,ökonomischer, betriebswirtschaftlicher, organisatorischer, psychologischer undethischer Perspektive, 2. bewerten die Studierendenauf dieser Grundlage sowie unter Rückgriff auf theoretische Ansätze, Konzepteund Modelle alternative Handlungsoptionen und entwickeln eigenständig fundierteLösungsvorschläge, 3. analysieren undbeurteilen die Studierenden anspruchsvolle quantitative und qualitativeMethoden der Personalforschung hinsichtlich ihrer Eignung zur Lösung komplexerProblemstellungen des Personalmanagement, 4. analysieren dieStudierenden den aktuellen internationalen Forschungsstand imPersonalmanagement kritisch und beurteilen theoretische und empirische Studienhinsichtlich ihrer analytisch-methodischen Strenge und praktischenImplikationen.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Sehr gute Deutschkenntnisse (C1)
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Report

		Diskussionspapier (6 Seiten, 80% der Modulnote) und Präsentation (20% der Modulnote)
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (20%) Report (80%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Holtbrügge, D.: Personalmanagement, 8. Aufl., Berlin et al., 2022.

1	**Modulbezeichnung** 53055	**Panel and evaluation methods**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Panel- and Evaluation Methods (2 SWS) (WiSe 2026)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Regina Therese Riphahn Dr. Erwin Winkler Dr. Selina Gangl	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Regina Therese Riphahn
5	**Inhalt**	Endogeneity in the linear regression model; instrumental variables estimation; static and dynamic panel data models; matching; difference-in-differences estimation; regression discontinuity design; quantile regression; practical application of methods using statistics software STATA
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Based on the introductory econometrics module "Ökonometrie" students acquire specialized knowledge in panel und evaluation methods and apply it using the statistics software STATA. Students evaluate to what degree empirical patterns can be interpreted as causal and decide to what extent problems of endogeneity can be solved via panel data or exogeneous variation. Students can produce own empirical analyses.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Basic knowledge in statistics and econometrics
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Vertiefung Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%) 100 % written exam (a voluntarily submitted homework can account for 20 % of the final grade if it improves the grade. In the homework an empirical analysis is performed based on Stata. The final grade can be improved by up to 0.7 points. However, the exam must be passed. The homework only counts towards final grades in the semester in which they are produced, i.e. only in the winter semester.)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch

16	**Literaturhinweise**	Wooldridge, J.M., 2010, Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data, 2.ed., MIT Press. Greene, William H., 2020, Econometric Analysis, 8. ed., Pearson, New Jersey Cameron, C.A. and P.K. Trivedi, 2005, Microeconometrics. Methods and Applications, Cambridge University Press Angrist, J. and J.-S. Pischke, 2009, Mostly Harmless Econometrics, Princeton University Press, Princeton, and Oxford. Verbeek, M., 2017, A Guide to Modern Econometrics, 5. ed., Wiley.

1	**Modulbezeichnung** 53071	**Personnel economics**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Personnel Economics (2 SWS) Compulsory attendance is required for discussion and feedback processes.	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Regina Therese Riphahn	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Regina Therese Riphahn
5	**Inhalt**	The module addresses key topics of modern personnel economics research, such as hiring, contract design, motivation, training, teamwork, and group incentives.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students acquire specialized knowledge of personnel economics theories and research questions. By preparing short thesis papers and a seminar paper, students learn to evaluate and critically discuss methodological choices and substantive conclusions drawn in recent empirical research papers. Students assess theoretical approaches, applied empirical methods and results of recent research papers. Students present and scrutinize complex facts and results. They discuss the theoretical background, empirical method, and empirical evidence on personnel economics research contributions, discuss presentations of fellow students and provide constructive feedback. Compulsory attendance is required for discussion and feedback processes.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Basic knowledge of microeconomics and econometrics
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle VWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Seminararbeit schriftlich Seminar paper, thesis papers
11	**Berechnung der Modulnote**	Seminararbeit (60%) schriftlich (40%) • Seminar paper (group work) (60 %) • Thesis papers (40 %)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	• Garibaldi, Pietro (2006), Personnel Economics in Imperfect Labour Markets, Oxford Univ. Press.

		• Neilson, William S. (2007), Personnel Economics, Pearson Educ. Inc. • Lazear, Edward P. (1998), Personnel Economics, MIT Press. • Selected research papers

1	**Modulbezeichnung** 53107	**Microeconometrics and machine learning** Microeconometrics and Machine Learning	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Microeconometrics and machine learning (2 SWS) Übung: Microeconometrics and machine learning - Übung (2 SWS)	2,5 ECTS 2,5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Regina Therese Riphahn Dr. Selina Gangl	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Regina Therese Riphahn
5	**Inhalt**	Maximum Likelihood estimation, binary dependent variables, multinomial and ordered dependent variables, Tobit models, selection models, duration models, count data models, applications of machine learning in economics. Practical application of empirical methods using Stata.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Based on introductory econometrics modules students acquire specialized knowledge regarding maximum likelihood estimation and microeconometric problems, and methods of machine learning. Students learn how to apply these methods using the statistics software STATA. They discuss and evaluate the appropriateness of specific methods in the framework of practical applications and have the opportunity to voluntarily prepare written empirical homework.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Basic knowledge in statistics and econometrics
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Vertiefung Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%) The grade is based 100 % on a written exam. However, a voluntarily submitted homework can account for 20 % or the final grade if it improves the grade. The homework can be prepared in groups of up to two students. In the homework an empirical analysis is performed based on Stata. The final grade can be improved by up to 0.7 points. However, the exam must be passed. The homework only counts towards final grades in the semester in which they are produced, i.e. only in the summer semester.
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h

14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Cameron, C. und P. K. Trivedi, 2005, Microeconometrics. Methods and Applications, Cambridge Univ. Press. Greene, William H., 2020, Econometric Analysis, 8.ed., Pearson Hastie, T., R. Tibsharani, und J., 2009, The Elements of Statistical Learning: Data Mining, Inference and Prediction, Springer. Wooldridge, J.M., 2010, Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data, 2.ed., MIT Press.

1	**Modulbezeichnung** 53111	**Datenerhebung und Datenstrukturen in der Arbeitsmarktforschung** Collection and structures of data in labor market research	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Masterseminar: Datenerhebung und Datenstrukturen (3 SWS) Es besteht Anwesenheitspflicht.	5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Hans Dietrich	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martin Abraham
5	**Inhalt**	In der empirischen Arbeitsmarktforschung werden häufig komplexe Daten verwendet, die insbesondere zeitliche Strukturen beinhalten. Gegenstand dieses Moduls ist die Vermittlung grundsätzlicher Erhebungsdesigns solcher Daten, deren Aufbereitung sowie deren Auswertung mit Verfahren der Panel- und Ereignisdatenanalyse. Der Kurs besteht aus einem Seminarteil im Umfang von 2 SWS und einem Übungsteil im Umfang von 1 SWS.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erwerben Kenntnisse über die Erhebung von Daten in diesem Bereich • erwerben spezialisierte und vertiefte Kompetenz in der Datenaufbereitung • erwerben vertiefte Kompetenzen in der Analyse von Ereignis- und Paneldaten • erwerben vertiefte Kompetenzen im Umgang mit Stata
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	• Grundkenntnisse in Stata sowie bereits praktische Erfahrung (bspw. in einer Hausarbeit oder Abschlussarbeit) • Kenntnisse von OLS und logistischer Regression
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Vertiefung Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich Seminararbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich (33%) Seminararbeit (67%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch

16	**Literaturhinweise**	Blossfeld, H. P., Golsch, K., & Rohwer, G. (2012). Event history analysis with Stata. Psychology Press. Cameron, A. C., & Trivedi, P. K. (2010). Microeconometrics Using Stata (Vol. 2). College Station, TX: Stata press.

1	**Modulbezeichnung** 53165	**Consumer relationship marketing**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Consumer Relationship Marketing (Seminar) (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Jessica Hentschel Prof. Dr. Jens Cornelsen	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Andreas Fürst
5	**Inhalt**	• Theoretische Grundlagen, Konzept & Abgrenzung • Technologie, Software und Datenschutz • Kundenwert-Modellierung und Word of Mouth-Marketing • Praxisbeispiele & Cases Consumer Relationship Marketing • Zusammenarbeit mit einem hochrangigen CRM-Experten • Trends im Consumer Relationship Marketing
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden können Consumer Relationship Marketing (b2c) inhaltlich-konzeptionell klar einordnen und CRM (b2c) in seinen vielfältigen Facetten eindeutig abgrenzen zu verwandten Konzepten und Ansätzen. Sie können CRM (b2c) zudem in seiner daten-, technologie- und datenschutzbezogenen Komponente fundiert erläutern und kritisch reflektieren. Die Teilnehmenden können eigenständige Ideen und Konzepte zur Entwicklung und Anwendung von Consumer Relationship Marketing anhand von Fallstudien entwickeln und anwenden.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine; Die Teilnehmendenzahl ist begrenzt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Diskussionsbeitrag Präsentation
11	**Berechnung der Modulnote**	Diskussionsbeitrag (50%) Präsentation (50%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Cornelsen, Jens: Kundenwertanalysen im Beziehungsmarketing, Nürnberg 2000.

1	**Modulbezeichnung** 53191	**Microeconomics**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Microeconomics (Master) Exercise (2 SWS) (WiSe 2026)	1 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Johannes Rincke	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Johannes Rincke
5	**Inhalt**	Theory of the Consumer, Theory of the Firm, Partial Equilibrium, General Equilibrium, Anomalies
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students are made familiar with the fundamental concepts of microeconomics on an advanced level, including advanced formal mathematical methods. The lecture covers topics in the theory of the consumer, the theory of the firm, partial equilibrium, general equilibrium, and anomalies in behavior in relation to the standard model. In the Exercises course, students learn how to apply these concepts to selected economic problems in various settings. The module is of fundamental importance for Master students who want to advance to studying applied problems in all field of applied micro, including labor economics, public economics, and industrial organization.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Basic training in formal microeconomic techniques
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Hausarbeit (20 Minuten) Klausur (90 Minuten) Written assignment: approx. 2-5 pages
11	**Berechnung der Modulnote**	Hausarbeit (20%) Klausur (80%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Jehle, Geoffrey A. und Reny, Philip J. (2001), Advanced Microeconomic Theory, 2nd ed., Addison-Wesley

1	**Modulbezeichnung** 53201	**Game theory**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Prof. Dr. Markus Nagler	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Markus Nagler
5	**Inhalt**	Game Theory analyzes the behavior of rational agents in decision-making situations in which several agents are involved. Unlike Decision Theory, Game Theory studies situations in which the utilities of the individual agents are not only dependent on their own decisions, but also on those of other agents. The course seeks to apply the basic game theoretical concepts (e.g., Nash equilibrium, subgame perfect equilibrium) to more complicated economic interactions. In addition, it introduces advanced concepts, such as the analysis of games with incomplete information and auction theory.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students acquire a more formal understanding of game theoretical concepts and learn to differentiate between different types of games and their appropriate solution concepts. They learn the applications of these concepts to advanced economic problems. Students should be able to formally approach real-world multi-person decision problems and give economic predictions based on the equilibrium concepts studied in the course.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Basic knowledge of game theory and its core applications
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten) Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (80%) Hausarbeit (20%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Main Textbook: Fudenberg, D. and Tirole, J. (1991), Game Theory, Cambridge, MIT Press. Krishna, V. (2002), Auction Theory, Academic Press. Further (helpful) reading: Osborne, M. and Rubenstein, A. (1994), A Course in Game Theory, Cambridge, MIT Press. Spiegler, R. (2011), Bounded Rationality and Industrial Organization, Oxford University Press.

1	**Modulbezeichnung** 53212	**Macroeconomics: Business cycles**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Übung Macroeconomics: Business Cycles (Makro I) (2 SWS) (WiSe 2026)	2,5 ECTS
3	Lehrende	Timo Sauerbier Prof. Dr. Christian Merkl	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Christian Merkl
5	**Inhalt**	• Stylized facts of the business cycle • Business cycle theories • Business cycle and the labor market • Monetary theory and policy
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students • learn about modern dynamic business cycle theory • learn about dynamic labor market theory (search and matching) • apply standard techniques (e.g., intertemporal optimization, loglinearization or simple simulations) • learn about modern monetary theory • compare the implications of monetary theory with modern policy making
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Advanced Mathematics, Macroeconomics (Bachelor)
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%) Students can improve their grade through two assignments during the winter term: one programming assignment with Matlab (about 30 lines of code) and one analytical problem (about four written pages). This requires the written exam to be graded not worse than 4.0; the maximum improvement is 0.3 grades.
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Gali, J., Monetary Policy, Inflation, and the Business Cycle: An Introduction to the New Keynesian Framework and its Applications, 2015, second edition.

1	**Modulbezeichnung** 53221	**Macroeconomics: Economic growth**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	William Dean Prof. Dr. Thiess Büttner Dr. Maximilian Pöhnlein Annalisa Tassi	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Thiess Büttner William Dean
5	**Inhalt**	The lecture is concerned with the development of the economy over time, in particular with economic growth. In a first step, the lecture considers how dynamic issues are dealt with in the context of traditional macroeconomics. We then go on and develop a dynamic model in which households, firms, and the government form expectations about future conditions and take account of future implications of current decisions. This model is varied to see implications of uncertainty and overlapping generations. Equipped with the necessary understanding of how to model economic development, we discuss the sources and limits of long-term economic growth.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students • learn how to derive a standard macroeconomic model from a set of optimal decisions of agents and their (intertemporal) constraints • learn how to use the model for basic predictions about effects of changes in endowments and starting conditions on short- and long-term equilibria • learn to modify the basic model to take account of uncertainty, infinite time and overlapping generations and understand the difficulties that are associated with some of these extensions • learn to apply techniques of intertemporal optimization • get acquainted with basic characteristics of economic growth • learn conditions under which the macroeconomic model is consistent with continuous economic growth • learn about the limits and determinants of economic growth
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester

13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Romer, D. (1996): Advanced Macroeconomics, 2. edition, Mc-Graw-Hill.

1	**Modulbezeichnung** 53231	**Mathematics for economists**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Prof. Dr. Ricardo Correa da Silva	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Ricardo Correa da Silva
5	**Inhalt**	The main focus of this lecture is on vector spaces, eigenvalues, quadratic forms, analysis of n variables including Taylor derivatives, finite difference and differential equation as well as optimization.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	The aim of this module is to practice common mathematical techniques, which are required for advanced courses in Economics.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Basic knowledge as known from school and typical math courses given within Bachelor programs on Economics, see for instance Sydsætter, Knut und Hammond, Peter (2008), Essential Mathematics for Economics Analysis, Prentice Hall, or the Bachelor chapters in Mosler, Karl, Rainer Dyckerhoff und Christoph Scheicher (2009), Mathematische Methoden für Ökonomen, Springer-Verlag (in German).
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Sydsætter, Knut und Hammond, Peter (2008), Further Mathematics for Economics Analysis, Prentice Hall; Mosler, Karl; Dyckerhoff, Rainer und Scheicher, Christoph (2009), Mathematische Methoden für Ökonomen, Springer Verlag (in German).

1	**Modulbezeichnung** 53285	**Empirical environmental economics**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Empirical Environmental Economics (2 SWS) (WiSe 2025)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Mario Liebensteiner	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Mario Liebensteiner
5	**Inhalt**	This module provides an introduction to focal issues of environmental economics with a particular focus on empirical investigations. The module sets out to make students familiar with state-of-the-art econometric research methods in environmental economics. Key issues will be carbon emissions from the energy and transportation sectors, carbon pricing, integration and subsidization of renewable energies, and the effectiveness of different climate policies.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	• Students get to know fundamental problems of environmental economics (e.g. problems of air pollution from burning fossil fuels, integration of renewable energy sources, and effective policy making) • Students get to know recent econometric approach
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Basic microeconomics Basic econometrics (at least multivariate OLS regressions)
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (20%) Klausur (80%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Journal articles and other relevant reading materials: will be distributed to course participants via StudOn Wooldridge, J.M. 2012 Introductory Econometrics: A Modern Approach. South-Western Cengage Learning.

1	**Modulbezeichnung** 53313	**Multivariate Time Series Analysis** Multivariate time series analysis	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Multivariate Time Series Analysis (2 SWS) Vorlesung: Multivariate Time Series Analysis Excercise Session (2 SWS)	2,5 ECTS 2,5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Maximilian Böck	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Jonas Dovern
5	**Inhalt**	• Brief repetition of concepts of univariate time series analysis; • Vector autoregressive (VAR) processes: basics, estimation, lag order selection, specification testing, forecasting; • Structural VAR models: various methods for identifying macroeconomic shocks; • Multivariate GARCH models.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Ability to independently analyze multivariate stationary time series using vector autoregressive processes; ability to explain the problems of identifying structural macroeconomic shocks and ability to estimate and interpret SVAR models; ability to explain and estimate basic multivariate GARCH models; skills for using existing functions in R for time series analysis and for developing proprietary functions for analyzing multivariate time series in R.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Proficiency in univariate time series analysis and basic concepts of econometrics
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%) Students can improve their grade by doing a replication study during the semester.
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Lütkepohl, H. (2005), New Introduction to Multiple Time Series Analysis, Springer. Kilian, L. and H. Lütkepohl (2017), Structural Vector Autoregressive Analysis (Themes in Modern Econometrics), Cambridge University Press, Cambridge.

		Tsay, R.S. (2005), Analysis of Financial Time Series, 2nd edition, Wiley. (alternatively 3rd edition from 2010). Verbeek, M. (2008), A Guide to Modern Econometrics,, 3rd edition, Wiley.

1	**Modulbezeichnung** 53330	**Workshop capital markets research**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Workshop Capital Markets Research (3 SWS) (WiSe 2026) Die Anwesenheit in der Lehrveranstaltung ist Voraussetzung für die Prüfungsteilnahme	5 ECTS
3	Lehrende	Lukas Greger Anja Stiller Prof. Dr. Hendrik Scholz Niklas Kestler	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Hendrik Scholz
5	**Inhalt**	In diesem Seminar lesen, präsentieren und diskutieren die Studierenden aktuelle Forschungsarbeiten aus dem Gebiet der Finanzierung, die in international führenden Zeitschriften erscheinen bzw. erschienen sind.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erarbeiten sich in Gruppen durch eigenständige Recherche und Ausarbeitung von Präsentationen zu hochrangigen, internationalen Publikationen neues Wissen, das sie den Teilnehmern des Seminars vermitteln. • können ihre zuvor in Vorlesungen erworbenen theoretischen Kenntnisse im Rahmen interaktiver Präsentationen anwenden. • beurteilen quantitative Methoden, die in aktuellen Forschungsarbeiten zum Einsatz kommen und wenden ausgewählte Methoden an exemplarischen Datensätzen an. • geben und erhalten im Rahmen offener Diskussionen zu den Präsentationen ein wertschätzendes Feedback über die erbrachte Leistung.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Vertiefte Kenntnisse im Bereich Finance.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich/mündlich Präsentation/Präsentationspapier (ca. 60-90 Min., tw. in Gruppenarbeit) und Diskussionsbeitrag (während der Veranstaltungstermine) *Es handelt sich um eine einheitliche Prüfung, bei der die einzelnen Teilleistungen untrennbar miteinander verbunden sind. Für das Bestehen des Moduls müssen nach § 19 Abs. 1 Satz 4 MPOWIWI in der jeweils geltenden Fassung alle Teilleistungen in demselben Semester bestanden werden. Wegen des untrennbaren Bezugs der Teilleistungen aufeinander ist abweichend von § 25 Abs. 1 Satz 2 MPOWIWI eine Wiederholung nur einer der nicht bestandenen Teilleistungen nicht möglich. Das Nichtbestehen einer der Teilleistungen erfordert die Wiederholung der gesamten Prüfung.*

11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich/mündlich (100%) Präsentation/Präsentationspapier (50 %) und Diskussionsbeitrag (50 %)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben weitergehende, forschungsbezogene Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben

1	**Modulbezeichnung** 53344	**Labor markets: A macroeconomic perspective**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	PD Dr. Heiko Stüber	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Christian Merkl
5	**Inhalt**	• Stylized macroeconomic facts of the labor market • The labor market and business cycle dynamics • The importance of wage rigidities
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students learn • to analyze macroeconomic stylized facts of the labor market • to critically evaluate the ability of dynamic labor market models (e.g., search and matching) to replicate business cycle facts • to evaluate macroeconomic (policy) implications.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Macroeconomics: Business Cycles, Econometrics
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Seminararbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (10%) Seminararbeit (90%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Pissarides, C. Equilibrium Unemployment. 2000, MIT Press, Cambridge. Chapters 1 & 9. Recent research articles

1	**Modulbezeichnung** 53430	**Controlling of business systems**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Klausurenkurs: Klausurenkurs CBS (0 SWS) (WiSe 2026) Klausurenkurs: Controlling of Business Systems Klausurenkurs (2 SWS) (SoSe 2026)	- -
3	Lehrende	Prof. Dr. Friedrich Sommer Maximilian Golsong	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Friedrich Sommer
5	**Inhalt**	• Grundlagen des Controllings • Planung, Budgetierung und Forecasting, insbesondere Generierung von Planzahlen und Predictive Analytics • Unternehmenssteuerung mit Kennzahlen, insbesondere Marketing-Controlling und Integration von Nachhaltigkeit in die (finanzielle) Steuerung • Investitions-Controlling, insbesondere Instrumente und Verhaltensorientierung • Projekt-Controlling • Future of Finance
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • können die wesentlichen Instrumente des Controllings konzeptionell einordnen, anwenden und bewerten, • können deren konkrete Umsetzung in zentralen Anwendungsbereichen analysieren, neue Vorgehensweisen entwickeln und Verbesserungsvorschläge erstellen, • können nicht-finanzielle Aspekte der Unternehmenssteuerung analysieren und Implementierungsempfehlungen geben, • können wesentliche Zukunftsaspekte des Controllings beschreiben und ihre Bedeutung für die Unternehmenssteuerung diskutieren und • Implikationen des verhaltensorientierten Controllings für Entscheidungen berücksichtigen.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Empfehlung: Inhalte vergleichbar mit folgenden FAU-Modulen • Bachelor-Modul Kostenrechnung und Controlling • Bachelor-Modul Controlling of Business Development
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester

13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	• Coenenberg, A. G./Fischer, T. M./Günther, T./Brühl, R. (2024): Kostenrechnung und Kostenanalyse, 10. Auflage, Stuttgart: Schäffer-Poeschel. • Küpper, H.-U./Friedl, G./Hofmann, C./Hofmann, Y. E./Pedell, B. (2024): Controlling. Konzeption – Aufgaben – Instrumente, 7. Auflage, Stuttgart: Schäffer-Poeschel. • Weber, J./Schäffer, U. (2022): Einführung in das Controlling, 17. Auflage, Stuttgart, Freiburg: Schäffer-Poeschel Verlag.

1	**Modulbezeichnung** 53450	**Technology and innovation management**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Technology and Innovation Management (V) (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Julian Müller Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt Felix Schäfer	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	**Inhalt**	Technologies and innovations are the foundation of the success and growth of any company. This course covers theories, concepts, and tools of technology and innovation management. Special topics include, for example, economic decision-making in technology management and in disruptive technological change, success factors of innovations, the design of innovation processes, timing strategies, the opening of innovation management to external partners, as well as the innovation of entire business models. In addition, the topics are linked to practical and current focal areas in order to demonstrate their real-world applicability.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	In this module, students acquire comprehensive, in-depth, and specialized knowledge as well as an understanding of the current state of research in the field of technology and innovation management. Upon completion of the module, they are able to assess and evaluate the significant role of technologies and innovations as sources of competitive advantage for industrial and service companies. This knowledge is deepened through numerous practical examples. Furthermore, students are able to successfully transfer their knowledge of methods and concepts of technology and innovation management to novel, concrete practical problems and apply it to problem structuring and problem solving. They are thus capable of assessing and critically examining issues in this field. The analytical and conceptual skills acquired enable students to independently address complex business-related problems and to identify, structure, and successfully apply appropriate methods and approaches to tasks in technology and innovation management.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	None
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle BWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)

12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Ahmed, P.; Shepherd, C.: Innovation Management Context, Strategies, systems and processes, Pearson, Essex, 2010. Voigt, K.-I.: Industrielles Management, 1. Aufl., Berlin u. a., 2008.

1	**Modulbezeichnung** 53460	**Change management**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung mit Übung: Change Management (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende		

4	**Modulverantwortliche/r**	Dr. Verena Hoßnofsky
5	**Inhalt**	This module focuses on one of the most important management tasks: to achieve change in organizations. It deals with systematic approaches to influence individuals, teams and the organization as a whole in a desired way in order to develop a company from its current to a future state. The currently ongoing digital transformation makes this particularly worthwhile. Digitalization drives change and thus represents a great challenge, but also offers tremendous opportunities. The module provides participants with a systematic approach in order to (1) successfully initiate and implement organizational changes and (2) successfully guide an organization through a change process. Participants will be provided with theoretical concepts and practical tools for managing organizational change (e.g. research on cognitive biases, trait theory, motivation theory, affective events theory, emotional intelligence, and organizational ambidexterity).
6	**Lernziele und Kompetenzen**	At the end of this module, students are familiar with the tasks and challenges of managing change in organizations. The participants develop an understanding of the importance of successful leadership during organizational change as well as evaluate situations, which are related to organizational change.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	None
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten) The exam consists of a mixture of multiple choice and open questions. More information will be annouced in the lecture.
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Will be announced in the course.

1	**Modulbezeichnung** 53471	**Managing intercultural relations**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Managing Intercultural Relations IM 3 (2 SWS) Seminar: Managing Intercultural Relations IM 3 (1 ECTS, Seminar) (1 SWS)	4 ECTS 1 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge Aisha Munir	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge
5	**Inhalt**	1. Relevance of Intercultural Management 2. Intercultural Management Research: Scope and Results 3. Manifestations and Functions of Culture 4. Concepts of Culture 5. Intercultural Communication and Negotiations 6. Culture and Management: Organization, Motivation and Leadership in Different Cultures 7. Intercultural Competence 8. Intercultural Training 9. Conclusions
6	**Lernziele und Kompetenzen**	After successful completion of this course, participants will be able to: 1. Apply advanced theories, concepts and methods of intercultural management to understand and analyze complex real-world managerial problems. 2. Evaluate contemporary research in comparative, cross-cultural, indigenous and post-colonial management by identifying strengths, limitations, and implications for management. 3. Explain key methodological challenges of intercultural management research and assess the rigour, validity, and relevance of quantitative and qualitative research designs. 4. Design, implement, and evaluate innovative intercultural training interventions, including the conceptualization and measurement of intercultural competence. 5. Analyze complex problems faced by international firms and develop evidence-based solutions by integrating theoretical insights, empirical findings, and cultural considerations.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	English language proficiency (C1)
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle BWL Master of Science Sozialökonomik 20222

10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation schriftlich *Details for the examination for the lecture: Report (6 pages)* *Details for the examination for the seminar: Oral presentation (attendance mandatory)*
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (20%) schriftlich (80%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Holtbrügge, D. (2022). Intercultural Management. Concepts, Practice, Critical Reflection. Thousand Oaks: Sage.

1	**Modulbezeichnung** 53640	**Industrielles Management** Industrial management	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Industrielles Management (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Julian Müller Paul Klaußner Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	**Inhalt**	Die Veranstaltung bietet einen tiefergehenden Einblick in das Management industrieller Unternehmen. Betrachtet werden nicht nur bisherige theoretische und empirische Erkenntnisse, sondern insbesondere auch aktuelle Managementaufgaben und -methoden in einem Industriebetrieb. Die Erkenntnisse zum industriellen Management werden mit einem praktischen und aktuellen Schwerpunktthema verknüpft, um so einen Anwendungsbezug darzustellen.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erwerben ein umfassendes, detailliertes sowie spezialisiertes Wissen auf dem neuesten Erkenntnisstand aus dem Bereich des industriellen Managements und die Fähigkeit, strategisch zu denken. Durch die tiefergehende Analyse eines praxisrelevanten Schwerpunktthemas erhalten die Studierenden zudem einen tiefergehenden Einblick in die aktuellen Problemfelder und Herausforderungen von Industrieunternehmen. Die erworbenen analytischen und konzeptionellen Fertigkeiten befähigen die Studierenden, komplexe betriebswirtschaftliche Fragestellungen eigenständig zu bearbeiten.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Voigt, K.-I.: Industrielles Management, Berlin u. a., 2008.

1	**Modulbezeichnung** 53651	**Global operations strategy**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Viktoria Leutheuser Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	**Inhalt**	During the past decades, operations have become increasingly international or even global in nature. Drivers of the globalization include increased competitiveness through offshore manufacturing and global sourcing. During this module, the increasing complexity and the challenges of operations on a global scale will be discussed together with the participants. The theory modules at the beginning structure the options of a general operations strategy and illustrate its implementation in the organization. The subject specific modules, elaborated by the participants, enable a profound understanding of single activity areas of global operations and their relation to the global operations strategy. Therewith the students will get insights in the importance of an integrated global operations strategy and will become familiar with the main strategic options in this field. *All participants have to register in advance on StudOn! The registration for GOS on StudOn starts in early October. The number of participants is limited to 70.*
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Participation in the first seminar session is mandatory, as the topics for the teamwork are chosen during this session by the participants. In the following weeks, based on own research using scientific sources, key topics are elaborated in teams. Following predefined learning targets, the students need to structure the elaborated content in an academic presentation and present their results in class. Thereby, the teams are responsible for developing a didactic concept in order to support the understanding of the discussed topics. Furthermore, the participants are required to document their research method as well as their results. After the course, the participants are able to discuss the functions and impact of operations management in an international context.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	None
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation

11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Abele, E. et al. (2008): Global Production. A Handbook for Strategy and Implementation. Berlin: Springer. Reid, R. D. & Sanders N. R. (newest ed.): Operations Management. Hoboken: Wiley & Sons. Slack, N. & Lewis, M. (newest ed.): Operations Strategy. Harlow: PrenticeHall.

1	**Modulbezeichnung** 53710	**Foundations of international management I**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Maxim Grib Prof. Dr. Dirk Holtbrügge	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge
5	**Inhalt**	1. Environment of International Management: History and Major Trends 2. Theoretical and Conceptual Foundations of International Management 3. Theories of Internationalization 4. Strategic Management in International Corporations.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	After successful completion of this course, participants will be able to: 1. Apply advanced theories, concepts, and methods of international management to understand and analyze complex real-world managerial problems. 2. Evaluate contemporary research in international management, including theoretical and empirical studies, by identifying strengths, limitations, and implications for management. 3. Analyze complex problems faced by international firms and develop evidence-based solutions by integrating theoretical insights, empirical findings, and practical constraints.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	English language proficiency (C1)
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle BWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Report Präsentation *Details for the examination for the lecture: Report (6 pages)* *Details for the examination for the seminar: Oral presentation (attendance mandatory)*
11	**Berechnung der Modulnote**	Report (80%) Präsentation (20%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch

16	**Literaturhinweise**	Holtbrügge, D. & Welge, M.K. (2020). International Management. Mimeo, Nürnberg (chapters 1-4). Holtbrügge, D. & Haussmann, H. (eds.) (2024). Internationalization Strategies of Firms. Case Studies from the Nürnberg Metropolitan Region. 3rd edition. Baden-Baden: Nomos.

1	**Modulbezeichnung** 53720	**Foundations of international management II**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge Aisha Munir	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge
5	**Inhalt**	1. Organization of International Corporations 2. Human Resource Management in International Corporations 3. Public Affairs Management in International Corporations
6	**Lernziele und Kompetenzen**	After successful completion of this course, participants will be able to: 1. Apply advanced theories, concepts and methods of international management to understand and analyze complex real-world managerial problems. 2. Evaluate contemporary research in international management, including theoretical and empirical studies, by identifying strengths, limitations, and implications for management. 3. Analyze complex problems faced by international firms and develop evidence-based solutions by integrating theoretical insights, empirical findings, and practical constraints.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Successful attendance of Foundations of International Management I English language proficiency (C1)
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle BWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Report *Details for the examination for the lecture: Report (6 pages)* *Details for the examination for the seminar: Oral presentation (attendance mandatory)*
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (20%) Report (80%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Holtbrügge, D. & Welge, M.K. (2020): International Management. Mimeo, Nürnberg (chapters 5, 6 & 8).

		Holtbrügge, D. & Haussmann, H. (eds.) (2024). Internationalization Strategies of Firms. Case Studies from the Nürnberg Metropolitan Region. 3rd edition. Baden-Baden: Nomos.

1	**Modulbezeichnung** 53730	**Corporate strategy**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung mit Übung: Corporate Strategy (3 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Patrick-Peter Herold	

4	**Modulverantwortliche/r**	Dr. Verena Hoßnofsky
5	**Inhalt**	This course introduces the fundamental principles of corporate-level strategic management (e.g., economic theories in multi-business contexts, parenting advantage). It also covers core corporatestrategy topics such as diversification and portfolio planning. A central focus is on identifying appropriate strategic initiatives to strengthen or defend a firm's position over the long term. In this context, we discuss corporate development measures such as mergers and acquisitions and divestitures (e.g., sales, spin-offs), along with other forms of restructuring. We examine relevant,up-to-date examples, including platform operators and firms from various other industries. The overall aim is to clarify how a corporate parent can enhance the value of individual businesses within the corporate group.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	By the end of the course, students will be ableto evaluate key concepts and tools of corporate-level strategy in light of current trends and research findings and apply them to specific managerial problems.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Prior participation in the module Business Strategy is recommended.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Will be announced in the course.

1	**Modulbezeichnung** 53763	**Supply chain management research seminar**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Supply chain management research seminar (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Simon Voß Prof. Dr. David Rygl Florian Knoblich	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann
5	**Inhalt**	Gegenstand dieser Veranstaltung stellen wechselnde Themen aus Forschung und Praxis im Supply Chain Management dar. Dieses Seminar soll dazu dienen, aktuelle Forschungsfragen und Konzepte im Supply Chain Management anwendungsorientiert zu bearbeiten. Anhand wissenschaftlicher Methoden sollen diese Forschungsansätze aufbereitet und abschließend deren mögliche Übertragung in die Praxis diskutiert werden.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erlangen vertiefte Kenntnisse im Bereich der Forschung im Supply Chain Management und deren Auswirkungen auf die Praxis und die Fähigkeit, vorgestellte Theorien zu verstehen. Sie erlernen durch die eigenständige Bearbeitung wechselnder, forschungsorientierter Themen eine analytische Vorgehensweise und spezifische Fachkenntnisse zur Argumentation und Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Seminararbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (30%) Seminararbeit (70%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Wird im Kurs bekanntgegeben.

1	**Modulbezeichnung** 53770	**Finanz- und Bankmanagement** Financial and bank management	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Prof. Dr. Hendrik Scholz Niklas Kestler	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Hendrik Scholz
5	**Inhalt**	• Klassische Ansätze zum Management von Marktzinsrisiken • Darstellung und Bewertung moderner Finanzinstrumente und Finanzprodukte (z.B. Optionen, Futures, Forwards und Swaps) • "Value at Risk" zur Messung finanzieller Risiken • Aufbau und Funktion von Finanzsystemen • Steuerungssysteme für Finanzunternehmen
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • ermitteln Zinsrisiken von Anleiheportfolios und beurteilen Instrumente zur Reduktion von Zinsrisiken und deren Einsatz aus Kundensicht. • können diverse Fixed-Income Produkte wie Kupon-Anleihen, Floating Rates Notes und Zinsswaps bewerten und deren Chancen-Risiko-Profile beurteilen. • bestimmen die Kennzahl "Value at Risk" für Portfolios und unter Anwendung verschiedene Konzepte der Volatilitätsschätzung. • können den generellen Aufbau und die Funktion des Banken- und Finanzsystems erläutern • beurteilen auf Basis der Marktzinsmethode die Geschäftspolitik einer Bank.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Hartmann-Wendels, T. / Pfingsten, A. / Weber, M.: Bankbetriebslehre, Berlin u.a.

		Weitergehende, forschungsbezogene Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	**Modulbezeichnung** 53881	**Abgabenordnung** Tax Procedure	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: VL Abgabenordnung (2 SWS) Übung: Übung Abgabenordnung (2 SWS)	5 ECTS -
3	Lehrende	Dr. Helga Marhofer-Ferlan Prof. Dr. David Hummel Quirin Jackl	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. David Hummel
5	**Inhalt**	• Ermittlung der Sachverhalte, die zu einer Besteuerung nach den Einzelsteuergesetzen wie EStG, KStG oder UStG führen • Festsetzung & Erhebung der Steuer • Rechte des Bürgers im Verfahren (v.a. Einspruchsverfahren) und sein Rechtsschutz (außergerichtlich und gerichtlich)
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden kennenzum einen das Besteuerungsverfahren und können zum anderen die Möglichkeitendes Rechtsschutzes der Steuerpflichtigen gegen rechtswidrige Maßnahmen derSteuerbehörden anwenden. Weiterhin können die Studierenden unterBerücksichtigung der Systematik der Gesetze steuerliche Fallgestaltungen erfassen,beurteilen und systematisch lösen. Unter Anwendung juristischer Methoden auffortgeschrittenem Niveau sowie Übertragung steuerrechtlicher Rechtsprechung undaktueller wissenschaftlicher Literatur können die Studierenden steuerlicheFallgestaltungen gutachterlich prüfen..
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundkenntnisse Steuerrecht
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Vertiefungsbereich Master of Science Finance - Auditing - Controlling - Taxation
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten) 90-minütige Klausur
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%) Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch

16	**Literaturhinweise**	Desens/Tappe, Steuerrecht; Stadie, Allgemeines Steuerrecht, Tipke/Lang, Steuerrecht: jeweils aktuelle Auflage; weitergehende, forschungsbezogene Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben

1	**Modulbezeichnung** 53910	**Workshop: Finance**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Workshop Finance (3 SWS) Die Anwesenheit in der Lehrveranstaltung ist Voraussetzung für die Prüfungsteilnahme.	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Hendrik Scholz	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Hendrik Scholz
5	**Inhalt**	In diesem Seminar lesen, präsentieren und diskutieren die Studierenden aktuelle Forschungsarbeiten aus dem Gebiet der Finanzierung, die in international führenden Zeitschriften erscheinen bzw. erschienen sind.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erarbeiten sich in Gruppen durch eigenständige Recherche und Ausarbeitung von Präsentationen zu hochrangigen, internationalen Publikationen neues Wissen, das sie den Teilnehmern des Seminars vermitteln. • können ihre zuvor in Vorlesungen erworbenen theoretischen Kenntnisse im Rahmen interaktiver Präsentationen anwenden. • beurteilen quantitative Methoden, die in aktuellen Forschungsarbeiten zum Einsatz kommen und wenden ausgewählte Methoden an exemplarischen Datensätzen an. • geben und erhalten im Rahmen offener Diskussionen zu den Präsentationen ein wertschätzendes Feedback über die erbrachte Leistung.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Vertiefte Kenntnisse im Bereich Finance
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich/mündlich Präsentation/Präsentationspapier (ca. 60-90 Min., tw. in Gruppenarbeit) und Diskussionsbeitrag (während der Veranstaltungstermine) *Es handelt sich um eine einheitliche Prüfung, bei der die einzelnen Teilleistungen untrennbar miteinander verbunden sind. Für das Bestehen des Moduls müssen nach § 19 Abs. 1 Satz 4 MPOWIWI in der jeweils geltenden Fassung alle Teilleistungen in demselben Semester bestanden werden. Wegen des untrennbaren Bezugs der Teilleistungen aufeinander ist abweichend von § 25 Abs. 1 Satz 2 MPOWIWI eine Wiederholung nur einer der nicht bestandenen Teilleistungen nicht möglich. Das Nichtbestehen einer der Teilleistungen erfordert die Wiederholung der gesamten Prüfung.*
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich/mündlich (100%) Präsentation/Präsentationspapier (50 %) und Diskussionsbeitrag (50 %)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester

13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben weitergehende, forschungsbezogene Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben

1	**Modulbezeichnung** 53930	**Prüfungstechnik** Auditing rules and standards	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung mit Übung: Prüfungstechnik (Master) (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Peter Bömelburg	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Peter Bömelburg Prof. Dr. Benedikt Downar
5	**Inhalt**	Inhalte der Veranstaltung sind Theorie und Praxis der Durchführung von Prüfungen, insbesondere Abschlussprüfungen. Dazu gehören Prüfungsarten im Überblick, Berufsrecht, Vorgaben zur Abschlussprüfung nach HGB und internationalen Standards, Planung und Durchführung der Abschlussprüfung, Qualitätssicherung, Besonderheiten der Konzernabschlussprüfung, Einsatz von IT bei der Prüfung.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden verfügen in diesen Bereichen über umfassendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen auf dem neuesten Erkenntnisstand einschließlich der praktischen Anwendung sowie eines kritischen Verständnisses der Theorien und Methoden. Die Studierenden können dieses Wissen kombinieren und zur umfassenden Beurteilung von konkreten Situationen aus der Praxis anwenden. Dazu gehört es auch, die erforderlichen Informationen zu beschaffen, Analysemodelle zu entwickeln, erforderliche Auswertungen auszuwählen, Vergleiche vorzunehmen, das Gesamtergebnis zu begründen und verteidigen sowie die Belastbarkeit der Ergebnisse zu hinterfragen.Sie beherrschen Software zur Unterstützung des Prüfungsprozesses. Diese Kompetenz wird im Rahmen eines Tutoriums durch Übungen am PC mit speziell installierter Software vermittelt. Dazu ist die Anwesenheit notwendig.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch

16	**Literaturhinweise**	Wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben

1	**Modulbezeichnung** 53965	**Steuerbilanzen** Tax balance sheet	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Jessica Kander Prof. Dr. Frank Hechtner	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Frank Hechtner
5	**Inhalt**	Das Modul stellt die unterschiedlichen Formen der steuerlichen Gewinnermittlung mittels des Betriebsvermögensvergleichs dar. Hierbei liegt der Fokus auf der steuerbilanziellen Gewinnermittlung mittels der Steuerbilanz. Inhaltlich wird auf die Themenkomplexe Formen der steuerlichen Gewinnermittlung, Konzeption der Steuerbilanz, Bilanzierung und Bewertung der aktiven und passiven Wirtschaftsgüter, Korrekturen des Bilanzergebnisses, Einkommensermittlung bei Mitunternehmerschaften, Sonder- und Ergänzungsbilanzen eingegangen.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden können die unterschiedlichen Regelungen zur steuerlichen Gewinnermittlung mittels Betriebsvermögensvergleich anwenden. Sie können die Bemessungsgrundlage für die Ertragsteuern systematisch darstellen und insgesamt ermitteln. Darüber hinaus sind sie in der Lage, den steuerlichen Gewinn anhand einzelner Sachverhalte zu ermitteln. Ferner besitzen sie die Kompetenz, sich vertieft mit einzelnen steuerlichen Sondervorschriften zur Gewinnermittlung auseinandersetzen zu können.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Es wird empfohlen, dass die Veranstaltungen Steuerliche Gewinnermittlung und Unternehmenssteuerrecht belegt wurden.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Fanck (u.a.), Bilanzsteuerrecht und Buchführung, 17. Auflage 2024

1	**Modulbezeichnung** 54011	**Principles of marketing I**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Prof. Dr. Martina Steul-Fischer	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martina Steul-Fischer
5	**Inhalt**	Es werden die unterschiedlichen theoretischen Ansätze in der Marketingforschung vorgestellt. Inhaltliche Schwerpunkte sind u. a. wissenschaftstheoretische Grundlagen und Theorien zum Konsumentenverhalten.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden können wissenschaftliche Grundlagen sowie spezialisiertes und vertieftes Fachwissen zu den theoretischen Ansätzen und Modellen der Marketingforschung unterscheiden, erläutern und anwenden. Im Besonderen können die Studierenden in kritischer Weise Theorien, Terminologien, Besonderheiten, Grenzen und Lehrmeinungen der Marketingforschung erläutern und reflektieren. Weiterhin können eigenständige Ideen und Konzepte zur Lösung wissenschaftlicher Probleme entwickelt werden, um spezifische Problemstellungen im Marketing zu bearbeiten.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L., C., Piercy, N. J. (2022): Grundlagen des Marketing, 8. Aufl., Hallbergmoos. Kroeber-Riel, W., Gröppel-Klein, A. (2019): Konsumentenverhalten, 11. Aufl., München. Kuß, A. (2013): Marketing-Theorie Eine Einführung, 3. Aufl., Wiesbaden.

1	**Modulbezeichnung** 54072	**Principles of marketing VI**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Prof. Dr. Martina Steul-Fischer	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martina Steul-Fischer
5	**Inhalt**	Die Studierenden arbeiten sich in eine aktuelle Fragestellung der Marketingforschung ein (z.B. auf den Gebieten Dienstleistungsmarketing, Finanzdienstleistungsmarketing, Kunden- und Vertriebsmanagement).
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden können weitgehend eigenständig Forschungsfragen mit Hilfe qualitativer oder quantitativer Methoden beantworten. Die Studierenden können sich eigenständig Wissen über wissenschaftliche Fachthemen erschließen und dieses anwenden. Sie können wissenschaftliche Studien aus international referierten Marketingjournals kritisch reflektieren und Studienergebnisse in den Gesamtkontext einordnen sowie deren Beitrag zur wissenschaftlichen Forschung gewichten. Die Studierenden können eigenständige Ideen zur Lösung wissenschaftlicher Probleme entwickeln und verteidigen. Die Studierenden können die Ergebnisse ihrer Ausarbeitungen auf einem wissenschaftlichen Niveau präsentieren und bereichsspezifische wie auch übergreifende Diskussionen führen. Die Studierenden können im Hinblick auf die Anfertigung der Masterarbeit Ziele für die eigene Entwicklung definieren sowie eigene Stärken und Schwächen reflektieren.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Studien- und Prüfungsleistungen aller Pflichtmodule des 1. Semesters erfolgreich erbracht. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende, bei denen die Veranstaltung zum Pflichtbereich gehört, vorrangig behandelt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls. **Das Marketingseminar wird regelmäßig im Wintersemester angeboten, vereinzelt auch im Sommersemester.**
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Seminararbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Seminararbeit (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h

14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch Englisch
16	**Literaturhinweise**	Literaturangaben erfolgen durch den Lehrstuhl vor Beginn des Semesters.

1	**Modulbezeichnung** 54120	**Interdisziplinäres Seminar** Interdisciplinary seminar	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Interdisziplinäres Seminar (	5 ECTS
3	Lehrende		

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Andreas Fürst
5	**Inhalt**	Die Veranstaltung behandelt interdisziplinäre Fragestellungen des Marketings. Die genaue Themenstellung wird vor Semesterbeginn bekannt gegeben.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erlernen im Rahmen der Veranstaltung spezialisierte Fähigkeiten zur eigenständigen Strukturierung und Erarbeitung von Lösungsansätzen für interdisziplinäre Fragestellungen und erwerben darüber hinaus Soft Skills wie Team- und Diskussionsfähigkeit sowie Präsentationsfertigkeiten. Weiterhin können die Studierenden weitgehend selbstgesteuert forschungs- oder anwendungsorientierte Projekte auf Basis des im Rahmen der Veranstaltung vermittelten Fachwissens anwenden. Im Rahmen des Seminars wird eine wissenschaftliche Fragestellung eigenständig bearbeitet, ein Lösungsvorschlag nach kritischer Würdigung aller wesentlichen Aspekte entwickelt und auf wissenschaftlichem Niveau verteidigt. Die Studierenden sind dazu in der Lage, in vertiefter und kritischer Weise ihre Ergebnisse und deren Bedeutung zu reflektieren und Implikation daraus abzuleiten.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Seminararbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Seminararbeit (100%)
12	**Turnus des Angebots**	Unregelmäßig
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben

1	**Modulbezeichnung** 54141	**Advanced marketing management II: Advanced topics in marketing**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Advanced Topics in Marketing (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer
5	**Inhalt**	The module discusses recent insights from research on consumer behavior. Building upon theoretical and conceptual fundamentals, students acquire an advanced understanding of how marketing measures impact consumer experience and behavior. Implications for the industry are illustrated by various practical examples.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students can explain and apply fundamental as well as more advanced scientific evidence on the impact of marketing measures on consumer experience and behavior. They can interpret scientific studies, put them in context, and discuss them critically. Based on the acquired knowledge, students can independently derive practical implications and recommendations.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Please note that only a limited number of students can take the course. For further information on course registration, please see our homepage.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten) Please note that the exam can only be taken during the summer term.
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	• Hoyer, W. D., MacInnis, D. J., Pieters, R. (2023), Consumer Behavior, 8. Auflage, Cengage Learning.

1	**Modulbezeichnung** 54162	**Advanced marketing management IV**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Strategisches Marketing (Master) (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Martina Steul-Fischer	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martina Steul-Fischer
5	**Inhalt**	Das strategische Marketing beinhaltet die langfristige Planung der Marketingmaßnahmen. In dieser Veranstaltung werden die Grundlagen des strategischen Marketings vorgestellt. Im Mittelpunkt stehen dabei die Instrumente des strategischen Marketings, wie z.B. Marktanalysen und Wettbewerbsstrategien. Praktische Erfahrungen im Bereich des strategischen Marketings werden den Studierenden durch die Teilnahme an einem Marketingplanspiel im Rahmen dieser Veranstaltung vermittelt.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden können wissenschaftliche Grundlagen sowie spezialisiertes und vertieftes Fachwissen des strategischen Marketings erläutern und anwenden. Im Besonderen können sie in vertiefter und kritischer Weise Theorien, Terminologien, Besonderheiten, Grenzen und Lehrmeinungen des Faches erläutern, anwenden und reflektieren. Studierende können eigenständige Ideen und Konzepte zur Lösung wissenschaftlicher und praktischer Probleme im strategischen Marketing entwickeln und anhand eines Marketingplanspiels anwenden. Sie können komplexe fachbezogene Inhalte klar und zielgruppengerecht präsentieren, in Diskussionen argumentativ vertreten, sowie das eigene Argumentationsverhalten in kritischreflexiver Weise erweitern.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende, bei denen die Veranstaltung zum Kernbereich gehört, vorrangig behandelt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Seminararbeit+Vortrag schriftlich/mündlich
11	**Berechnung der Modulnote**	Seminararbeit+Vortrag (50%) schriftlich/mündlich (50%) Seminararbeit (50 %) + Performance Assessment (50 %)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch

16	**Literaturhinweise**	Backhaus, K., Schneider, H. (2020): Strategisches Marketing, 3., überarb. Aufl., Stuttgart. Benkenstein, M., Brock, C. (2021): Strategisches Marketing: Ein wettbewerbsorientierter Ansatz, 4., erw. und aktual. Aufl., Stuttgart.

1	**Modulbezeichnung** 54171	**Advanced marketing management V**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Business-to-business Marketing (Vorlesung) (2 SWS)	2,5 ECTS
3	Lehrende	Felix Hetterich Prof. Dr. Andreas Fürst	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Andreas Fürst
5	**Inhalt**	In vielen Branchen (z.B. Konsumgüterbranche, Handel, verarbeitendes Gewerbe) findet ein wesentlicher Teil der Transaktionen zwischen Unternehmen und organisationalen Kunden (wiederum Unternehmen bzw. öffentliche Institutionen) statt. Die Veranstaltung verdeutlicht die Besonderheiten des Business-to-Business Marketing auf Nachfrager- und Anbieterseite. Die Studierenden lernen im Rahmen der Vorlesung zunächst Strukturen, Prozesse und Akteure auf B2B-Märkten kennen. Vor diesem Hintergrund entwickeln sie im zweiten Teil der Veranstaltung Lösungsansätze zu ausgewählten Fallstudien aus der Praxis.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden verfügen über vertiefendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen im Fach Business-to-Business Marketing. Sie können die Besonderheiten des Business-to-Business Marketings auf Nachfrager- und Anbieterseite erläutern und kritisch hinterfragen. Darüber hinaus können sie im Rahmen der Be- bzw. Erarbeitung von Fallstudien das in der Vorlesung vermittelte Wissen vertiefen und praktisch anwenden. Sie können neue Lösungskonzepte entwickeln und auf einem wissenschaftlichen Niveau verteidigen. Durch die Be- bzw. Erarbeitung der Fallstudien in Kleingruppen können die Studierenden kooperativ und verantwortlich arbeiten sowie das eigene Kooperationsverhalten in Gruppen kritisch reflektieren und erweitern.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine; Die Teilnehmendenzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende, bei denen die Veranstaltung zum Pflichtbereich gehört, vorrangig behandelt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur Fallstudie(n) Umfang der Leistungen: Klausur: 60 Minuten Fallstudie(n): Abgabe einer Präsentation, Umfang 10-20 Folien, in Gruppenarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (50%) Fallstudie(n) (50%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester

13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	• Backhaus, K., Voeth, M. (2014), Industriegütermarketing, 10. Aufl., München. Homburg, Ch. (2020), • Marketingmanagement: Strategie Instrumente Umsetzung Unternehmensführung, 7. Aufl., Wiesbaden.

1	**Modulbezeichnung** 54230	**Berufs- und wirtschaftspädagogischer Wahlbereich** Electives in vocational and business education	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Wahlseminar D - Resilienz und Stressmanagement für den Lehrberuf (2 SWS) Seminar: Wahlseminar E - Lernsituationen digital transformieren und gestalten (	5 ECTS -
3	Lehrende	Prof. Dr. Nicole Kimmelmann Melanie Riedl	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Nicole Kimmelmann Prof. Dr. Karl Wilbers
5	**Inhalt**	a) Seminar A (Wilbers) Im Seminar werden aktuelle Problemstellungen aus der Berufs- und Wirtschaftspädagogik bearbeitet. b) Seminar B (Kimmelmann) Im Seminar werden ausgewählte Problemstellungen aus der Wirtschaftspädagogik oder Personalentwicklung vertiefend bearbeitet. c) Seminar C (Wilbers) Projektseminar zu aktuellen Themen der Personalentwicklung in Zusammenarbeit mit Unternehmen c) Seminar D (Kimmelmann) Im Seminar werden Herausforderungen und hierfür mögliche Strategien im Zusammenhang mit der eigenen zukünftigen Lehrtätigkeit/ Lehrpersönlichkeit vertieft bearbeitet.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	a) Seminar A (Wilbers) Die Studierenden bearbeiten aktuelle Problemstellungen aus der Berufs- und Wirtschaftspädagogik mit wissenschaftlichen Methoden und den Hilfsmitteln und Verfahren der berufs- und wirtschaftspädagogischen Didaktik. b) Seminar B (Kimmelmann) Die Studierenden bearbeiten aktuelle Problemstellungen aus der Wirtschaftspädagogik oder Personalentwicklung mit wissenschaftlichen Methoden und/oder den Hilfsmitteln/Verfahren der berufs- und wirtschaftspädagogischen Didaktik sowie innovativer interdisziplinärer Ansätze. c) Seminar C (Wilbers) Die Studierenden bearbeiten aktuelle Problemstellungen aus der Personalentwicklung mit wissenschaftlichen Methoden und leisten einen Transfer für die betriebliche Praxis in Kooperation mit Unternehmen. d) Seminar D (Kimmelmann) Die Studierenden setzen sich mit Herausforderungen der zukünftigen Lehrtätigkeit bzw. Lehrpersönlichkeit auseinander und entwickeln hierfür eigene langfristige, reflektierte Strategien.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Anmeldung erforderlich, Ankündigungen und Anmeldeformulare stehen Anfang September auf der Homepage des Lehrstuhls
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!

9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Portfolio Hausarbeit Hausarbeit Hausarbeit Hausarbeit Hausarbeit Portfolio a) Seminar A (Wilbers) Hausarbeit b) Seminar B (Kimmelmann) Hausarbeit c) Seminar C (Wilbers) Hausarbeit d) Seminar D (Kimmelmann) Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Portfolio (100%) Hausarbeit (100%) Hausarbeit (100%) Hausarbeit (100%) Hausarbeit (100%) Hausarbeit (100%) Portfolio (100%) a) Seminar A (Wilbers) 100 % Hausarbeit = 5 ECTS b) Seminar B (Kimmelmann) 100% Hausarbeit = 5 ECTS c) Seminar C (Wilbers) 100 % Hausarbeit = 5 ECTS d) Seminar D (Kimmelmann) 100 % Hausarbeit = 5 ECTS
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch Englisch
16	**Literaturhinweise**	siehe Ankündigungen und Downloads zu den Seminaren

1	**Modulbezeichnung** 54251	**Konzernrechnungslegung** Accounting for consolidated financial statements	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Prof. Dr. Benedikt Downar Elena Ross	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Benedikt Downar
5	**Inhalt**	Gegenstand der Veranstaltung sind die Ziele, Instrumente, Prinzipien und Einzelregelungen der Konzernrechnungslegung. Die Inhalte gliedern sich wie folgt: Im ersten Teil werden die zentralen Grundlagen der Konzernrechnungslegung (Pflicht zur Erstellung eines Konzernabschlusses, Konsolidierungskreis, Methoden der Konsolidierung) vermittelt. Im zweiten Teil werden ausgewählte Standards der Rechnungslegung nach IFRS behandelt.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Nach erfolgreichem Besuch des Moduls können die Studierenden Konzernabschlüsse vorbereiten und konkrete Sachverhalte nach International Financial Reporting Standards (IFRS) bilanzieren. Zusätzlich können sie die Auswirkungen neuer oder aktualisierter Standards auf Abschlüsse kritisch diskutieren. Im Detail heißt dies, die Studierenden können die Notwendigkeit von Konzernabschlüssen begründen und Sie können wesentliche Theorien der Konzernrechnungslegung einschätzen. Zudem sind sie in der Lage, Konsolidierungsmethoden anzuwenden. Weiterhin können Studierende auch Standards nach IFRS auf praktische Sachverhalte anwenden und Lösungsansätze für neue Bilanzthemen entwickeln. Ebenso können Studierende neue Standards aus der Sicht verschiedener Stakeholder bewerten und Lösungsvorschläge für deren Implementierung erarbeiten.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Wird im Rahmen der Veranstaltungen bekannt gegeben.

1	**Modulbezeichnung** 54262	**Principles of marketing II**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Dr. Jennifer Liebetrau Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer Dr. Hannah Winkler von Mohrenfels Eva Leonhardt	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer
5	**Inhalt**	Das Modul vermittelt sowohl wissenschaftliche Grundlagen als auch spezialisiertes und vertieftes Fachwissen aus den Bereichen Produkt- und Preismanagement. Der Inhalt orientiert sich an der aktuellen Marketingforschung und bezieht empirische Forschungserkenntnisse ein. Studierende erhalten ein vertieftes Verständnis für die Aspekte des Produkt- und Preismanagements und deren Besonderheiten. Außerdem werden Kenntnisse über die praktische Anwendung des Produkt- und Preismanagements sowie Implikationen für Unternehmen vermittelt. Produktmanagement beschäftigt sich insbesondere mit: • Grundlegenden Aspekten des (digitalen) Produktmanagements • Innovationsmanagement • Projektmanagement • Management etablierter Produkte • Markenmanagement Preismanagement behandelt: • Allgemeine Grundlagen des Preismanagements • Grundlagen der klassischen Preistheorie • Verhaltenswissenschaftliche Grundlagen • Preisbestimmung • Preisdurchsetzung
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden können in vertiefter und kritischer Weise Konzepte, Theorien, Besonderheiten und Methoden aus den Bereichen Produkt- und Preismanagement erläutern, anwenden und bewerten. Auf Grundlage ihres Wissens sind die Studierenden dazu befähigt, mögliche Problemfelder in den beiden Bereichen selbständig zu identifizieren und eigenständige Ideen und Konzepte zur Lösung wissenschaftlicher und beruflicher Probleme zu entwickeln und diese mit Blick auf deren Bedeutung und Auswirkung zu hinterfragen. Zudem sind die Studierenden in der Lage, eigenständig zu entscheiden, welche quantitativen Methoden aus den Bereichen Produkt- und Preismanagement für welche Fragestellungen geeignet sind und diese Methoden anwenden. Dafür müssen sie die Eignung und Voraussetzungen zur Anwendung der Methode unter Berücksichtigung alternativer Methoden beurteilen sowie die Methode adäquat anwenden.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!

9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Versuchspersonenstunde Klausur (60 Minuten) Die Versuchspersonenstunde hat einen Umfang von 60 Min.
11	**Berechnung der Modulnote**	Versuchspersonenstunde (bestanden/nicht bestanden) Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Diller, H. (2021), Pricing: Prinzipien und Prozesse der betrieblichen Preispolitik, 5. Aufl., Stuttgart. Homburg, Ch. (2020), Marketingmanagement: Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung, 7. Aufl., Wiesbaden. Monroe, K. B. (2003), Pricing - Making Profitable Decisions, 3rd ed., Boston. Simon, H., Fassnacht, M. (2016), Preismanagement - Strategie, Analyse, Entscheidung, Umsetzung, 4. Aufl., Wiesbaden.

1	**Modulbezeichnung** 54270	**Vertriebs- und Kommunikationsmanagement** Communications and sales management	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Carolin Riccarda Berger Melissa-Nokshi Rahman Prof. Dr. Andreas Fürst	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Andreas Fürst
5	**Inhalt**	Das Modul vermittelt den Studierenden vertiefende Kenntnisse idealtypischer organisationaler, strategischer und operativer Prozesse des Vertriebs- und Kommunikationsmanagements. Neben dieser theoretischen Fundierung der beiden Themenkomplexe wird zusätzlich Bezug auf die Relevanz der einzelnen Komponenten in der Praxis genommen. Vertriebsmanagement beschäftigt sich insbesondere mit: • Organisationalen Fragestellungen des Vertriebsmanagements (z.B. Gestaltung und Optimierung von Vertriebsorganisationen) • Strategischen Fragestellungen des Vertriebsmanagements (z.B. Definition von Vertriebszielen, Gestaltung der Beziehung zu Vertriebspartnern) • Operativen Fragestellungen des Vertriebsmanagements (z.B. Mitarbeiterführung im Vertrieb, Umsetzung der Vertriebs-strategie) Kommunikationsmanagement beschäftigt sich insbesondere mit: • Organisationalen Fragestellungen des Kommunikations-managements (z.B. Auswahl des Dienstleisters) • Strategischen Fragestellungen des Kommunikations-managements (z.B. Ziele und Zielgruppen der Kommunikation, Budgetierung) • Operativen Fragestellungen des Kommunikationsmanagements (z.B. Gestaltung der Kommunikationsmaßnahmen, Kontrolle der Kommunikationswirkung)
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erwerben ein umfassendes Fachwissen auf dem aktuellsten Stand der Marketingforschung unter Einbezug empirischer Forschungskenntnisse. Studierende können in vertiefter und kritischer Weise Theorien, Terminologien, Besonderheiten und Grenzen des Vertriebs- und Kommunikationsmanagements erläutern, anwenden und reflektieren. Studierende können Konzepte, Theorien und Methoden aus den Bereichen des Vertriebs- und Kommunikationsmanagements kritisch beurteilen und auf Praxisfragestellungen anwenden. Sie können mögliche Problemfelder in diesen Bereichen selbstständig identifizieren und evidenzbasierte, qualitative Lösungsansätze auf Basis verschiedener Handlungsoptionen ausarbeiten.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!

9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Bruhn, M. (2019), Kommunikationspolitik: Systematischer Einsatz der Kommunikation für Unternehmen, 9. Auflage, München. Diller, H., Fürst, A., Ivens, B. (2011), Grundprinzipien des Marketing, 3. Auflage, Nürnberg. Homburg, Ch. (2020), Marketingmanagement: Strategie Instrumente Umsetzung Unternehmensführung, 7. Auflage, Wiesbaden. Meffert, H., Burmann, C., Kirchgeorg, M., Eisenbeiß, M. (2024), Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 14. Auflage, Wiesbaden. Schweiger, G., Schrattenecker, G. (2021), Werbung, 10. erw. Auflage, Konstanz.

1	**Modulbezeichnung** 54290	**Kapitalmarktorientierte Unternehmenssteuerung** Corporate management and capital markets	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Kapitalmarktorientierte Unternehmenssteuerung (MA) (2 SWS) (WiSe 2026)	5 ECTS
3	Lehrende	Lukas Greger Prof. Dr. Hendrik Scholz	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Hendrik Scholz
5	**Inhalt**	• Bewertung von Unternehmen (vorrangig DCF-Verfahren) • risikoorientierte Kennzahlen zur Aktienanalyse • risikoorientierte Steuerungskonzepte • Risikopolitik von Unternehmen und Banken • Instrumente zur Sicherung der Währungsrisiken von Unternehmen
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • bestimmen über DCF-Verfahren den Wert von Unternehmen bei Berücksichtigung unterschiedlicher Finanzierungspolitiken. • können die Performance von Aktienportfolios sowie Unternehmenssegmenten auf Basis fortgeschrittener Performance- und Risikokennzahlen beurteilen, miteinander vergleichen und kritisch hinterfragen. • beurteilen auf Basis von Kennzahlen wie RORAC und RAROC die Kapitalallokation von Unternehmen. • sind in der Lage, diverse Instrumente zum Hedgen von Wäh-rungsrisiken wie Futures, Optionen und Swaps zu bewerten und diese im Rahmen des Risikomanagement von Unternehmen selbstständig anzuwenden.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Berk, Jonathan / DeMarzo, Peter: Corporate Finance, Boston u. a.

		Drukarczyk, Jochen / Schüler, Andreas: Unternehmensbewertung, München. Fama, Eugene F. / French Kenneth R. (1993): Common Risk Factors in the Returns of Stocks and Bonds, in: Journal of Financial Economics, Vol. 33 (1), S. 3-56. Hull, John C.: Optionen, Futures und andere Derivate, Hallbergmoos.

1	**Modulbezeichnung** 54300	**Steuerliche Gewinnermittlung** Tax accounting	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Prof. Dr. Frank Hechtner Sophia Maier	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Frank Hechtner
5	**Inhalt**	Das Modul führt in die Betriebswirtschaftliche Steuerlehre ein und vermittelt grundlegende Kenntnisse der einkommensteuerlichen Ertragsbesteuerung mit Bezug zu unterschiedlichen ökonomischen Aktivitäten. Es werden die wesentlichen Konzepte der Einkunftsarten, der steuerlichen Gewinnermittlung innerhalb der Gewinn- und der Überschusseinkunftsarten sowie Grundzüge der steuerbilanziellen Gewinnermittlung dargestellt. Weitere Themen sind der Einkommensteuertarif, das Ehegattensplitting und die Verlustverrechnung innerhalb der Einkommensteuer.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erwerben ein Grundverständnis für ökonomische Fragestellungen im Kontext der betriebswirtschaftlichen Steuerlehre. Die Studierenden können die Bemessungsgrundlage für die Einkommensteuer systematisch darstellen und ermitteln sowie einen Bezug zu ökonomischen Fragestellungen herstellen. Darüber hinaus sind sie in der Lage, den steuerlichen Gewinn innerhalb der Gewinn- und der Überschusseinkunftsarten anhand einzelner Sachverhalte zu ermitteln. Ferner besitzen sie die Kompetenz, sich mit systematischen Fragestellungen innerhalb der steuerlichen Gewinnermittlung auseinandersetzen zu können.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Tipke/Lang, Steuerrecht, 25. Auflage 2024

1	**Modulbezeichnung** 54390	**Fachsprachliche Ausbildung Englisch I** Business English I	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Englisch: Phonetik Masters (2 SWS) Übung: Englisch: Sprachmittlung Englisch-Deutsch (Master) (2 SWS) Im Sommersemester wird die zweite Veranstaltung Mediation Englisch-Deutsch angeboten	2,5 ECTS 2,5 ECTS
3	Lehrende	Roslyn McAlpine Telford Dr. Mario Oesterreicher	

4	**Modulverantwortliche/r**	Dr. Mario Oesterreicher
5	**Inhalt**	Phonetik: Der Kurs macht die Studierenden mit den Varietäten des Englischen vertraut. Mediation: Dieser Kurs baut die Sprachmittlungskompetenz der Studierenden aus und erweitert sie um didaktische Komponenten, die bei der Auswahl von Sprachmittlungstexten von Relevanz sind. Durch kooperative Arbeitsformen werden die Studierenden von einem aufgabenrezeptiven zu einem aufgabenproduktiven Fokus geführt.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Bei der Definition der aufgeführten Kompetenzen gilt die entsprechende Publikation der KMK vom Oktober 2012 (Standards für die Allgemeine Hochschulreife). Beim Auf- und Ausbau der funktional kommunikativen Kompetenzen orientiert sich der Fremdsprachenunterricht der jeweiligen Stufe an den Beschreibungen des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen. Im Detail werden die nachfolgenden Kompetenzen auf- und ausgebaut: Hör-/Hörsehverstehen, Leseverstehen, Schreiben, Sprechen, Sprachmittlung sowie die adäquate Anwendung sprachlicher Mittel und kommunikativer Strategien. Adressaten- und situationsspezifische, sprachliche Handlungskompetenz im Fokus von studien- und berufsspezifischen Kontexten wird durch die Interaktion gefördert und vertieft. Dabei werden mit Hilfe der gelebten Mehrsprachigkeit des Unterrichts interkulturelle kommunikative Kompetenzen für den aktiven Sprachgebrauch entwickelt. Neben den funktional kommunikativen Kompetenzen werden Text- und Medienkompetenz in Bezug auf die jeweils spezifischen sprachlichen Normen der einzelnen Text- und Medientypen auf- und ausgebaut, so dass auf dem Niveau C1 der kompetente Umgang mit individuellen, medial diversen Texten sichergestellt ist.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	C1 Sprachkompetenz /Englisch
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!

9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten) schriftlich/mündlich Klausur (60 Minuten) schriftlich/mündlich schriftlich/mündlich Klausur (90 Minuten) schriftlich/mündlich
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (50%) schriftlich/mündlich (50%) Klausur (50%) schriftlich/mündlich (100%) schriftlich/mündlich (50%) Klausur (50%) schriftlich/mündlich (50%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Wird im jeweiligen Kurs bekannt gegeben

1	**Modulbezeichnung** 54400	**Fachsprachliche Ausbildung Englisch II** Business English II	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Englisch Master: English for Business Purposes (2 SWS) Übung: Englisch: Teaching Methodology (2 SWS)	2,5 ECTS 2,5 ECTS
3	Lehrende	Rachel Gracey Dr. Mario Oesterreicher	

4	**Modulverantwortliche/r**	Dr. Mario Oesterreicher
5	**Inhalt**	Business Englisch: Der Kurs erweitert die Kenntnisse der Studierenden in Bezug auf das Verfassen von kohärenten, themenbezogenen Texten unter Verwendung eines reichen und differenzierten Vokabulars und der zunehmenden Vertrautheit in die Standards von akademischen und Geschäftstexten. Durch kollaborative Aufgabenbearbeitung und peer-Feedback wird ein Perspektivenwechsel von rezeptiver Aufgabenbearbeitung hin zu aktive Aufgabenevaluation realisiert. Teaching methodology: Der Kurs macht die Studierenden mit der grundlegenden methodologischen Genese der Fachdidaktik moderner Fremdsprachen vertraut. Er vermittelt das Verständnis für Kompetenzstandards und ihre didaktischen Implikationen auf nationaler und europäischer Ebene und legt somit die Grundlagen für eine praxisorientierte, mit der Historie als auch den neuesten Erkenntnissen vertrauten angewandten Fachdidaktik in der unterrichtlichen Realität.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Bei der Definition der aufgeführten Kompetenzen gilt die entsprechende Publikation der KMK vom Oktober 2012 (Standards für die Allgemeine Hochschulreife). Beim Auf- und Ausbau der funktional kommunikativen Kompetenzen orientiert sich der Fremdsprachenunterricht der jeweiligen Stufe an den Beschreibungen des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen. Im Detail werden die nachfolgenden Kompetenzen auf- und ausgebaut: Hör-/Hörsehverstehen, Leseverstehen, Schreiben, Sprechen, Sprachmittlung sowie die adäquate Anwendung sprachlicher Mittel und kommunikativer Strategien. Adressaten- und situationsspezifische, sprachliche Handlungskompetenz im Fokus von studien- und berufsspezifischen Kontexten wird durch die Interaktion gefördert und vertieft. Dabei werden mit Hilfe der gelebten Mehrsprachigkeit des Unterrichts interkulturelle kommunikative Kompetenzen für den aktiven Sprachgebrauch entwickelt. Neben den funktional kommunikativen Kompetenzen werden Text- und Medienkompetenz in Bezug auf die jeweils spezifischen sprachlichen Normen der einzelnen Text- und Medientypen auf- und ausgebaut, so dass auf dem Niveau C1 der kompetente Umgang mit individuellen, medial diversen Texten sichergestellt ist.

		Der fachdidaktische Modulteil macht mit der Interdependenz der Fachdidaktik und ihrer Bezugswissenschaften vertraut. Das Verständnis für die methodische Entwicklung der Fachdidaktik ermöglicht den Studierenden, unterschiedliche Übungstypen und ihre Legitimation in verschiedenen Stufen des Spracherwerbs zu evaluieren. Durch die Vertrautheit mit Sprachniveaustandards erlangen die Studierenden grundlegende Kompetenzen zur adressatenspezifischen, niveauadäquaten Vermittlung.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	C1 Sprachkompetenz /Englisch
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten) Klausur (90 Minuten) mündlich (30 Minuten) mündlich (30 Minuten) schriftlich/mündlich Klausur (60 Minuten) Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (50%) Klausur (25%) mündlich (50%) mündlich (25%) schriftlich/mündlich (50%) Klausur (50%) Klausur (50%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	2 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch oder Englisch
16	**Literaturhinweise**	Wird im jeweiligen Kurs bekannt gegeben

1	**Modulbezeichnung** 54411	**Fachsprachliche Ausbildung Englisch III** Business English III	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Englisch: Writing lab1 (English for special purposes 1) (2 SWS) Übung: Englisch: Writing lab2 (English for special purposes 2) (2 SWS)	2,5 ECTS 2,5 ECTS
3	Lehrende	Julie Porlein	

4	**Modulverantwortliche/r**	Dr. Mario Oesterreicher
5	**Inhalt**	English for special purposes I: Der Kurs erweitert die Kenntnisse der Studierenden in Bezug auf das Verfassen von kohärenten, themenbezogenen Texten unter Verwendung eines reichen und differenzierten Vokabulars und der zunehmenden Vertrautheit in die Standards von akademischen und Geschäftstexten. Fallstudien, z.B. im Bereich IKT, Handel oder Arbeitsmarkt stehen zusammen mit Simulationen und dem Ausbau interkultureller kommunikativer Kompetenzen im Mittelpunkt. English for special purposes II: Der Kurs intensiviert die im ersten Kurs vermittelten Kompetenzen und ergänzt die Fallstudienkompetenz um rechtliche sowie interkulturelle Kompetenzen.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Bei der Definition der aufgeführten Kompetenzen gilt die entsprechende Publikation der KMK vom Oktober 2012 (Standards für die Allgemeine Hochschulreife). Beim Auf- und Ausbau der funktional kommunikativen Kompetenzen orientiert sich der Fremdsprachenunterricht der jeweiligen Stufe an den Beschreibungen des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen. Im Detail werden die nachfolgenden Kompetenzen auf- und ausgebaut: Hör-/Hörsehverstehen, Leseverstehen, Schreiben, Sprechen, Sprachmittlung sowie die adäquate Anwendung sprachlicher Mittel und kommunikativer Strategien. Adressaten- und situationsspezifische, sprachliche Handlungskompetenz im Fokus von studien- und berufsspezifischen Kontexten wird durch die Interaktion gefördert und vertieft. Dabei werden mit Hilfe der gelebten Mehrsprachigkeit des Unterrichts interkulturelle kommunikative Kompetenzen für den aktiven Sprachgebrauch entwickelt. Neben den funktional kommunikativen Kompetenzen werden Text- und Medienkompetenz in Bezug auf die jeweils spezifischen sprachlichen Normen der einzelnen Text- und Medientypen auf- und ausgebaut, so dass auf dem Niveau C1+ der kompetente Umgang mit individuellen, medial diversen Texten sichergestellt ist.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	C1 Sprachkompetenz /Englisch
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!

9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	mündlich Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	mündlich (50%) Klausur (50%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Wird im jeweiligen Kurs bekannt gegeben

1	**Modulbezeichnung** 54421	**Fachsprachliche Ausbildung Englisch IV** Business English IV	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Englisch Master: Classroom Discourse (2 SWS) (WiSe 2025)	2,5 ECTS
3	Lehrende	Rachel Gracey	

4	**Modulverantwortliche/r**	Dr. Mario Oesterreicher
5	**Inhalt**	In Classroom Discourse students will learn classroom discourse and classroom management through English. This is a practical course designed to help the students apply their theoretical knowledge of teaching the four skills of English for varying job-specific aims, and helps the students establish an English-speaking learning environment. Oral Communication Skills: Der Kurs baut die mündliche Kommunikationskompetenz im Bereich der Präsentationskenntnisse von praktischen wie auch abstrakten Inhalten aus und fördert die Interaktionskompetenz mit den Kommunikationspartnern sowie die Beherrschung der in diesem Kontext relevanten classroom discourse Inhalte.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Bei der Definition der aufgeführten Kompetenzen gilt die entsprechende Publikation der KMK vom Oktober 2012 (Standards für die Allgemeine Hochschulreife). Beim Auf- und Ausbau der funktional kommunikativen Kompetenzen orientiert sich der Fremdsprachenunterricht der jeweiligen Stufe an den Beschreibungen des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen. Im Detail werden die nachfolgenden Kompetenzen auf- und ausgebaut: Hör-/Hörsehverstehen, Leseverstehen, Schreiben, Sprechen, Sprachmittlung sowie die adäquate Anwendung sprachlicher Mittel und kommunikativer Strategien. Adressaten- und situationsspezifische, sprachliche Handlungskompetenz im Fokus von studien- und berufsspezifischen Kontexten wird durch die Interaktion gefördert und vertieft. Dabei werden mit Hilfe der gelebten Mehrsprachigkeit des Unterrichts interkulturelle kommunikative Kompetenzen für den aktiven Sprachgebrauch entwickelt. Neben den funktional kommunikativen Kompetenzen werden Text- und Medienkompetenz in Bezug auf die jeweils spezifischen sprachlichen Normen der einzelnen Text- und Medientypen auf- und ausgebaut, so dass auf dem Niveau C1+ der kompetente Umgang mit individuellen, medial diversen Texten sichergestellt ist.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	C1 Sprachkompetenz /Englisch
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222

10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	mündlich mündlich (15 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	mündlich (50%) mündlich (50%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Wird im jeweiligen Kurs bekannt gegeben

1	**Modulbezeichnung** 54440	**Issues in international political economy**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	(Vorlesung mit Übung)	
3	Lehrende	Prof. Dr. Christoph Moser	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Christoph Moser
5	**Inhalt**	This course deals with international trade policy and the current trade war. The focus will be on the political and economic determinants and consequences of trade liberalization as well as trade policies that increase trade barriers. The course will provide important insights into the global governance of international trade flows, the World Trade Organization and the role of the United States, China and the European Union.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students gain an understanding of the importance and evolution of the international trading system and how it affects multinational corporations (MNCs). Students learn about different trade policy tools, their economic consequences and their political constraints, in particular in the United States, China and the European Union. Students learn to critically assess trade-related news in the media.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Recommended prerequisites: • Basic knowledge of microeconomics (e.g., Varian, Hal (2014), Intermediate Microeconomics: A Modern Approach, 9th international edition).
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Module compatibility: • Master IBS: core course (Pflichtbereich) • Master IBS: mandatory elective for the area English-speaking countries. Students who select English-speaking countries as an area study cannot take this module as a core course module, but must take it as part of their area studies. • Master Wirtschaftspädagogik, Studienrichtung II: elective course (Wahlbereich im Zweitfach Sozialkunde), core course (Pflichtbereich im Zweitfach Englisch) • Erweiterungsprüfung Berufliche Schulen/Studienfach • Wirtschaftspädagogik • Master Sozialökonomik: elective course (Wahlbereich) • Master Arbeitsmarkt und Personal: elective course (Wahlbereich) • Master Economics: Specialization in Macroeconomics and Finance, and Public economics
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)

11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	• Krugman, P., M. Obstfeld and M. Melitz (2017/18), International Trade: Theory and Policy OR International Economics: Theory and Policy, 11th global edition • Further, course materials will be announced in the course.

1	**Modulbezeichnung** 54570	**Fachsprachliche Ausbildung Französisch IV** Business French IV	**7,5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Zu diesem Modul sind in diesem Semester keine Lehrveranstaltungen oder Lehrveranstaltungsgruppen hinterlegt!	
3	Lehrende	Zu diesem Modul sind in diesem Semester keine Lehrveranstaltungen und somit auch keine Lehrenden hinterlegt!	

4	**Modulverantwortliche/r**	
5	**Inhalt**	keine Inhaltsbeschreibung hinterlegt!
6	**Lernziele und Kompetenzen**	keine Beschreibung der Lernziele und Kompetenzen hinterlegt!
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	mündlich (30 Minuten) Klausur (60 Minuten) Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	mündlich (33%) Klausur (33%) Klausur (33%)
12	**Turnus des Angebots**	keine Angaben zum Turnus des Angebots hinterlegt!
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: (keine Angaben zum Arbeitsaufwand in Präsenzzeit hinterlegt) Eigenstudium: (keine Angaben zum Arbeitsaufwand im Eigenstudium hinterlegt)
14	**Dauer des Moduls**	(keine Angaben zur Dauer des Moduls hinterlegt)
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	

1	**Modulbezeichnung** 54630	**Ungleichheit in modernen Gesellschaften** Inequality in modern society	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Ungleichheit in modernen Gesellschaften (2 SWS) Es besteht Anwesenheitspflicht.	-
3	Lehrende	Prof. Dr. Martin Abraham	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martin Abraham Prof. Dr. Tobias Wolbring
5	**Inhalt**	Im Rahmen dieses Moduls werden die Ursachen, Folgen und Dynamiken sozialer Ungleichheit in modernen Gesellschaften thematisiert. Im Mittelpunkt stehen a) Theorien der Ungleichheitsentstehung und der Ungleichheitsfolgen b) empirische Analysen der Ungleichheit c) (sozial-)politische Konsequenzen
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Aufbauend auf grundlegenden Kenntnissen der Soziologie und der Sozialstrukturanalyse besitzen die Studierenden nach Beendigung des Kurses • die Fähigkeit zur fortgeschrittenen theoretischen Analyse ungleichheitsrelevanter Themen und Prozesse, • die Kompetenz, fortgeschrittene empirische Analysen nachzuvollziehen und zu kritisieren, • die Fähigkeit, praktische Konsequenzen aus wissenschaftlichen Analysen in verschiedenen Feldern zu ziehen, die Fähigkeit, diese Kompetenzen auf andere Bereiche anzuwenden.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundkenntnisse der soziologischen Theorie, der Regressionsanalyse sowie der Sozialstrukturanalyse
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch

16	**Literaturhinweise**	DiPrete, T. A., & Eirich, G. M. (2006). Cumulative advantage as a mechanism for inequality: A review of theoretical and empirical developments. Annu. Rev. Sociol., 32, 271-297. Neckerman, K. M., & Torche, F. (2007): Inequality: Causes and consequences. Annu. Rev. Sociol., 33

1	**Modulbezeichnung** 54650	**Performance management in teams**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Tutorium: Tutorium zum VHB-Kurs "Performance Management in Teams" (0 SWS) Seminar: VHB-Kurs "Performance Management in Teams" (2 SWS)	- 5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Colin Roth Prof. Dr. Klaus Moser	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Klaus Moser
5	**Inhalt**	Performance management is a comprehensive systematic approach aimed at aligning the performance of groups and individuals with organizational goals and strategy and at achieving continuous improvement. Strategically derived performance indicators and motivational interventions such as goal setting, feedback, and participation are core elements of performance management. This course covers several topics that are relevant for the design of effective performance management systems. Furthermore, by focusing on an evidence-based approach, students will learn how to derive and assess indicators of success and how these contribute to organizational success. In a case study, students will learn how to use the Productivity Measurement and Enhancement System (ProMES) which is already used by practitioners. This course will focus on: • motivational theories and their role for productivity management in organizations • basic knowledge on performance measurement and discussion of critical aspects • practical use and development of an own ProMES system (in groups of students)
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students will learn about theories and approaches of performance assessment in organizations. They will also acquire knowledge concerning the prerequisites of successful productivity management. Furthermore, they will develop a productivity management system on their own and practice how to implement and evaluate organizational interventions that focus on productivity.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Recommended: Basic knowledge of assessment and analytical procedures of the social sciences, basic knowledge of scientific work, willingness to read extensive texts in English, English skills (minimum level: UNICERT II).
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222

10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten) Kurztest Fallstudie(n)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%) Kurztest (bestanden/nicht bestanden) Fallstudie(n) (bestanden/nicht bestanden)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 0 h Eigenstudium: 150 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Pritchard, R. D. Weaver, S. J., & Ashwood, E. L. (2012). Applied Psychology Series: Evidence-based productivity improvement: A practical guide to the Productivity Measurement and Enhancement System (ProMES). London: Routledge.

1	**Modulbezeichnung** 54821	**Gesundheitsökonomische Evaluationen I** Evaluation methods in health economics I	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Gesundheitsökonomische Evaluationen I (3 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Oliver Schöffski	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Oliver Schöffski
5	**Inhalt**	Bei allen öffentlichen Großprojekten sind Kosten-Nutzen-Analysen zwingend vorgeschrieben. Die Methodik wurde im Gesundheitswesen weiterentwickelt, wo auch intangible Effekte (z.B. Lebensqualität) berücksichtigt werden müssen. In der Veranstaltung werden die unterschiedlichen Studienformen, die Grundprinzipien, das Design von gesundheitsökonomischen Studien und insbesondere das QALY- und das Effizienzgrenzenkonzept behandelt.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • ermessen den Unterschied zwischen Effektivität und Effizienz im Gesundheitswesen • diskutieren verschiedene Möglichkeiten der Berechnung von Kosten und Nutzen medizinischer Maßnahmen und setzen Kosten und Nutzen verschiedener medizinischer Maßnahmen zueinander in Beziehung • beurteilen aktuelle Diskussionen zu dieser Thematik • vergleichen die verschiedenen Grundformen und -prinzipien gesundheitsökonomischer Evaluationen sowie die damit verbundenen Konzepte • schätzen das QALY-Konzept im Hinblick auf seine Relevanz ein • skizzieren das Design einer gesundheitsökonomischen Studie
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur mit MultipleChoice (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur mit MultipleChoice (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch

16	**Literaturhinweise**	Schöffski / Graf von der Schulenburg (Hrsg.): Gesundheitsökonomische Evaluationen, 3. oder 4. Aufl., Berlin u. a., 2007, 2008 oder 2012.

1	**Modulbezeichnung** 54831	**International marketing**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: International Marketing (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Dirk Holtbrügge
5	**Inhalt**	In this course, participants will acquirein-depth expertise in the field of International Marketing, a crucial field forcompanies seeking to expand in the global marketplace. The course emphasizesthe understanding, explanation, critical reflection and application of keytheories, concepts, models and terminology in International Marketing, forinstance based on current empirical studies from the field. Participants willunderstand and learn to navigate the core challenges and opportunities of thefield. This includes navigating the balance between global standardization andlocal differentiation as well as the strategies and practices of internationalmarket research, international market entry, and the international marketingmix across different industries (B2B, B2C) and countries (e.g., China, Germany,India, Japan, Russia, USA). This course uses a blend of theoretical knowledgeand practical application. For this purpose, the course includes case studiesfrom multinational companies located or headquartered in Bavaria and theNürnberg Metropolitan Area as well as case studies with country experts fromdifferent countries. Moreover, the practical application in this course issupported by different kinds of exercises, which participants performindependently as well as interactively with fellow participants. By the end ofthe course, students will be equipped to independently analyze and evaluate complexInternational Marketing problems and to create concise and actionable solutionsacross industries and countries.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Upon successful completion of this course,students will be able to: 1. Understand and analyze the corechallenges, opportunities, and decision areas of international marketing,including recurring strategic questions faced by firms in internationalcontexts. 2. Apply international marketing conceptsand frameworks to complex questions and real-world cases, taking into accountcultural, institutional, industry-specific, and country-level factors. 3. Analyze and evaluate strategicdecisions related to international market research, market entry, standardizationvs. differentiation, and the international marketing mix. 4. Create coherent recommendations forinternational market research, market entry, standardization vs.differentiation, and the international marketing mix design in diverseinternational contexts.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Registration via vhb (www.vhb.org) is necessary in order to gain access to the course and the StudOn e-learning platform.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!

9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Report *Details for the examination: Report (6 pages)*
11	**Berechnung der Modulnote**	Report (100%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Alon, I., Jaffe, E., Prange, C. & Vianelli, D. (2017). Global Marketing: Contemporary Theory, Practice, and Cases. 2nd ed., New York, London: Routledge 2017.

1	**Modulbezeichnung** 54990	**Fachsprachliche Ausbildung Englisch V** Business English V	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Englisch: Theoretical insights into teaching methodology (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Mario Oesterreicher	

4	**Modulverantwortliche/r**	Dr. Mario Oesterreicher
5	**Inhalt**	a) Practical insights into teaching methodology: Diese schulpraktische, fremdsprachendidaktische Übung macht die Studierenden mit den spezifischen Problemen und Erfahrungen des curricularen und nicht-curricularen Englischunterrichts an Berufsschule, BOS/FOS vertraut. Neben der Hospitation vertiefen die Studierenden Ihre Einsichten durch drei eigene Unterrichtsversuche. b) Theoretical insights into teaching methodology: Der Kurs vermittelt einen umfassenden Überblick über aktuelle Lehr- und Lernmethoden unter Berücksichtigung der jeweiligen funktional-kommunikativen Kompetenzen. Er sensibilisiert die Studierenden hinsichtlich möglicher Lernhemmnisse und vertieft die für die curriculare und nicht-curriculare Englischvermittlung notwendigen, binnendifferenzierenden, lehrwerksgestützten und lehrwerksunabhängigen Unterrichtskonzeptionen.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	a) Die Studierenden sollen fremden Englischunterricht analysieren und insbesondere unter dem Aspekt der curricularen oder nicht-curricularen Einbindung reflektieren. Die Studierenden planen Unterricht eigenständig, führen ihn durch und reflektieren ihn. Dabei stehen neben der funktional-kommunikativen Kompetenzvermittlung vor allem die interkulturell-kommunikativen Kompetenzen und der Einsatz gelebter Mehrsprachigkeit im Vordergrund der Vermittlung und der anschließenden Reflektion. b) Die Studierenden lernen kompetenzspezifische Übungen zu den funktional-kommunikativen Kompetenzen zu entwickeln, sie zu analysieren und reflektieren. Darüber hinaus erlangen sie Vertrautheit mit der Integration von interkulturell-kommunikativen Elementen in bestehende Übungen und erweitern ihre Fähigkeit der Umsetzung solcher Übungen in einem Unterricht, der den Prinzipien gelebter Mehrsprachigkeit folgt.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Niveau C1 des GER in Englisch. Erfolgreiches Absolvieren des Kurses Teaching Methodology
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Variabel Variabel
11	**Berechnung der Modulnote**	Variabel (100%) Variabel (100%)

12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Lt. Auskunft Dozenten

1	**Modulbezeichnung** 55060	**Methoden II: Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie** Methods II: Research and statistical methods in business and organizational psychology	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Zu diesem Modul sind in diesem Semester keine Lehrveranstaltungen oder Lehrveranstaltungsgruppen hinterlegt!	
3	Lehrende	Zu diesem Modul sind in diesem Semester keine Lehrveranstaltungen und somit auch keine Lehrenden hinterlegt!	

4	**Modulverantwortliche/r**	
5	**Inhalt**	keine Inhaltsbeschreibung hinterlegt!
6	**Lernziele und Kompetenzen**	keine Beschreibung der Lernziele und Kompetenzen hinterlegt!
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	sonst Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	sonst (bestanden/nicht bestanden) Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	keine Angaben zum Turnus des Angebots hinterlegt!
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: (keine Angaben zum Arbeitsaufwand in Präsenzzeit hinterlegt) Eigenstudium: (keine Angaben zum Arbeitsaufwand im Eigenstudium hinterlegt)
14	**Dauer des Moduls**	(keine Angaben zur Dauer des Moduls hinterlegt)
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	

1	**Modulbezeichnung** 55110	**Konsumentenverhalten III** Consumer behavior III	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Theorieseminar: Marktpsychologisches Theorieseminar: Konsumentenverhalten (2 SWS) Theorieseminar: Marktpsychologisches Theorieseminar: Konsumentenentscheidungen (2 SWS)	5 ECTS 5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Jürgen Kirsch Prof. Dr. Klaus Moser	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Klaus Moser
5	**Inhalt**	Vertiefende Auseinandersetzung mit aktuellen Theorien und Methoden der Marktpsychologie Kritische Betrachtung der wissenschaftlichen Grundlagen und praktischen Anwendbarkeit von Konzepten, Methoden und Instrumenten
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden haben detaillierte und spezialisierte Kenntnisse von Methoden und Problemlösungstechniken der Marktpsychologie. Sie verstehen wesentliche Theorieansätze, können diese erläutern, vermitteln, kritisch reflektieren und verteidigen. Sie verfassen, wissenschaftliche Berichte auf publikationsreifem Niveau.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Empfohlen: Einführung in Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens sowie Präsentations- und Moderationstechniken; Module Konsumentenverhalten I und II; Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher und methodisch anspruchsvoller (meistens englischsprachiger) Texte, Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (bestanden/nicht bestanden) Hausarbeit (100%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Moser, K. (Hrsg.) (2015). Wirtschaftspsychologie (2. Aufl.). Heidelberg: Springer. Aktuelle Jahrgänge der Zeitschriften Journal of Consumer Research, Journal of Consumer Psychology und Journal of Marketing

1	**Modulbezeichnung** 55120	**Konsumentenverhalten IV** Consumer behavior IV	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Projektseminar: Projektseminar Wirtschaftspsychologie: Das LLM als Coach? - Konzeption und Evaluation (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	PD Dr. Katharina Ebner	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Klaus Moser
5	**Inhalt**	Kennen lernen aktueller Theorien und Methoden in der Markt- und Werbeforschung Kritische Betrachtung der wissenschaftlichen Grundlagen und praktischen Anwendbarkeit von Konzepten, Methoden und Instrumenten Durchführung eines eigenen Forschungsprojekts im Bereich der Marktpsychologie
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden besitzen vertieftes und spezialisiertes Wissen der Markt- und Werbepsychologie. Sie beherrschen zentrale Methoden insbes. für den Anwendungsbereich der Markt- und Werbewirkungsforschung. Sie wissen, wie Methoden und Instrumente entwickelt und rigoros evaluiert werden können und können diese anwenden. Sie besitzen Erfahrungen in der Durchführung entsprechender Studien und können wissenschaftliche Berichte über Forschungsergebnisse auf publikationsreifem Niveau verfassen.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Empfohlen: Einführung in Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens sowie Präsentations- und Moderationstechniken; Module Konsumentenverhalten I und II; Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher und methodisch anspruchsvoller (meistens englischsprachiger) Texte, Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Referat Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Referat (bestanden/nicht bestanden) Hausarbeit (100%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Moser, K. (Hrsg.) (2015). Wirtschaftspsychologie (2. Aufl.). Heidelberg: Springer. Aktuelle Jahrgänge der Zeitschriften Journal of Consumer Research, Journal of Consumer Psychology und Journal of Marketing

1	**Modulbezeichnung** 55231	**Design thinking und Produktdesign** Design thinking and product design	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Aktuell werden keine Lehrveranstaltungen zu dem Modul angeboten. Für weitere Auskünfte zum Lehrveranstaltungsangebot kontaktieren Sie bitte die Modul-Verantwortlichen.	
3	Lehrende		

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Markus Beckmann
5	**Inhalt**	Was ist Design? Wie hängt Kreativität und Innovation mit Design zusammen? Welche Techniken und Tools gibt es hierfür? Mittels theoretischen Erklärungsmodellen, Vermittlung von Methoden und Prozessen sowie praktischen Anwendungen entlang einer prototypischen Produktentwicklung über das gesamte Semester werden diese Fragen detailliert erörtert und erprobt. Hierbei werden insbesondere folgende Themenkomplexe diskutiert: • Design als Disziplin • Design Thinking • Kreativitätstechniken und Kreativworkshops • Prototypen und Vertestung • Designtheorie und Designgesetze • Verknüpfung von Design mit Produktentwicklung • Produktdesign analysieren und verstehen • Präsentieren und Pitchen • Business Modelle entwickeln Das Seminar beinhaltet neben der Vermittlung von Theorien, Methoden und Prozessen auch ggfs. die Einbindung von Gastdozenten sowie eine oder mehrere Exkursionen.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erwerben ein breites Verständnis für Design als Prozess, als Tätigkeit und als Phänomen in Wirtschaft und Gesellschaft. Sie können Designprozesse verstehen und im betrieblichen Umfeld begleiten. Sie haben Einblick in die Denkweise von Designern und können in interdisziplinären Gruppen mit ihnen sprechen und arbeiten. Teilnehmer lernen Design zu verstehen und zu interpretieren.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Interesse an Kultur, Interesse an interdisziplinärer Zusammenarbeit, Verständnis für nichtlineare, iterative & agile Prozesse, Verständnis zum Charakter der Zukunft und digitaler Transformation, Lust an der Neugierde und Tinkering. Aufgrund des didaktischen Konzepts ist die Teilnehmeranzahl auf maximal 20 Studierende begrenzt. Alle Informationen zu Bewerbungszeitraum und -prozess werden ca. einen Monat vor Semesterbeginn auf der Website des Lehrstuhls bekanntgegeben (www.tm.rw.fau.de).
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222

10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Seminararbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (50%) Seminararbeit (50%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch Englisch
16	**Literaturhinweise**	Brem, A.; Sproedt, H.: Same same but different: perspectives on creativity workshops by design and business. IEEE Engineering Management Review, 45(1), 2017, 27-31. Brem, A.; Brem, S.: Kreativität und Innovation im Unternehmen - Methoden und Workshops zur Sammlung und Generierung von Ideen, Schäffer-Poeschel, 2013. Dark Horse Innovation: Digital Innovation Playbook. Das unverzichtbare Arbeitsbuch für Gründer, Macher und Manager; 5. Auflage; Murmann Publishers GmbH Bill Moggridge: Designing Interactions, 2006; MIT PR Kampfer, K., Ivens, B., & Brem, A.: Multisensory innovation: Haptic input and its role in product design. IEEE Engineering Management Review, 45(4), 2017, 32-38. Lawson, B.: How Designers Think: The Design Process Demystified, Architectural Press, 4. Auflage, 2005.

1	**Modulbezeichnung** 55270	**International and European trade law**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: VL International and European Trade Law (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende		

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. David Hummel
5	**Inhalt**	Basics of International and European Law: • EU Trade Law • Concept of Internal Market • Economic Freedoms and Law of Competition • Economic Globalization and the Law of the WTO • The World Trade Organization • WTO Dispute Settlement • Principles of Non-Discrimination • Rules on Market Access • Rules on Unfair Trade • Trade Liberalisation versus other societal values and interests • Supply Chain Law and anti-modern slavery legislation • WTO and EU Law
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students will • know the European Economic Law and WTO-Law as fundamental basis of the International Trade Law • be able to analyse and discuss specific aspects of European and International Economic Law on an advanced level • will be able to produce case studies • will achieve an advanced skill of analysis
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Basic knowledge of European Law
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	(Recommended) reading: • Nigel Foster, Foster on EU Law, 8th edn. OUP 2021

		• Van den Bossche/Prévost, Essentials of WTO Law, 2nd edn. CUP 2021 Previous editions of both books available at WISO library • Blackstone EU Legislation, OUP (previous editions sufficient, test: Is TFEU printed?)

1	**Modulbezeichnung** 55310	**Logistik-Consulting** Logistics consulting	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Logistik Consulting - Übung (2 SWS) (WiSe 2025) Vorlesung: Logistik Consulting (2 SWS) (WiSe 2025)	- 5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann Wolf-Alexander Frenkler	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann
5	**Inhalt**	Im ersten Teil der Veranstaltung werden theoretische und empirische Grundlagen der Organisationsentwicklung, des geplanten Wandels und der Berater-Klienten-Beziehung besprochen und auf den Bereich des Logistik Consulting übertragen. Im zweiten Teil werden typische Problemstellungen für Logistikberater erläutert und ein Überblick über Standardwerkzeuge und Techniken zu deren Lösung gegeben. Ergänzende Gastvorträge von Referentinnen bzw. Referenten aus der Praxis des Logistik Consultings sollen einen Überblick über die Vielfalt der Branche geben.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden verfügen über Kompetenzen, die für die Bewältigung von Situationen im Beratungsalltag notwendig sind. Sie entdecken u.a. typische Problemstellungen von Consulting-Projekten sowie deren erfolgreiche Bearbeitung.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Fallstudie(n) Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Fallstudie(n) (40%) Klausur (60%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Wird im Kurs bekanntgegeben.

1	**Modulbezeichnung** 55403	**Fallstudien und Projekte im Management IX** Case studies and projects in management IX	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Start-up Consulting (3 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Patrick-Peter Herold	

4	**Modulverantwortliche/r**	Patrick-Peter Herold Dr. Verena Hoßnofsky
5	**Inhalt**	Das Seminar Start-up Consulting soll Studierende dazu befähigen, Fragestellungen junger Wachstumsunternehmen (Start-ups) durch theoretisches Wissen und Methodenkompetenz zu lösen. In Gruppen lösen die Studierenden die Problemstellung eines realen Start-ups. Aufgrund der gegenwärtigen Dynamik in Gesellschaft und Technologie sowie den damit verbundenen Megatrends, wie beispielsweise Digitalisierung, stehen Start-ups vor zentralen Herausforderungen. Diese jungen, innovativen Unternehmen operieren in hochdynamischen Branchen und stellen sich und ihre Fragestellungen zu Beginn des Moduls vor. Während der Veranstaltung arbeiten die Studierenden eng mit den Start-ups zusammen und werden zusätzlich von Mentoren aus der Praxis sowie dem Team des Lehrstuhls betreut. Die Ergebnisse werden im Rahmen einer Abschlusspräsentation vorgestellt.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erlernen, ein aktuelles Fachproblem zu einem eingegrenzten Themenbereich zu bearbeiten, einen Lösungsvorschlag zu entwickeln und diesen in einer wissenschaftlichen Diskussion zu verteidigen. Hierdurch werden fachliche und persönliche Kompetenzen entwickelt. Die Studierenden geben und erhalten im Rahmen interaktiver Präsentationen der Arbeitsergebnisse ein wertschätzendes Feedback über die erbrachte Leistung.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine. Die Teilnehmerzahl ist auf maximal 25 Studierende begrenzt. Der Bewerbungszeitraum wird über die Homepage des Lehrstuhls oder StudOn bekannt gegeben. https://www.unternehmensfuehrung.rw.fau.de/studium-lehre/aktuelle-lehre/start-up-consulting/
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Die Dauer der Präsentation beträgt ca. 25 Minuten.
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h

14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Relevante Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	**Modulbezeichnung** 55490	**Fortgeschrittene Methoden der Managementforschung VII** Advanced methods of management research VII	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Forschungsseminar (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Julian Müller	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	**Inhalt**	Gegenstand der Veranstaltung stellen die Themenfelder Technologiemanagement und Business Model Innovation dar. Ziel der Veranstaltung ist es, einen Überblick über ein gewähltes Forschungsgebiet aus den genannten Forschungsfeldern zu gewinnen. Von Interesse sind dabei auch die verwendete Methodik und die erzielten Ergebnisse.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Studierende entwickeln und führen im Rahmen des Seminars weitestgehend selbstständig ein wissenschaftliches Forschungsprojekt durch. Hierfür bewerten, hinterfragen und vergleichen die Studierenden wissenschaftliche Artikel und Veröffentlichungen, die in englischer und deutscher Sprache verfasst wurden und die von den Studierenden selbst erschlossen wurden. Auf Basis dieser Recherche bilden Studierende begründete Hypothesen oder Forschungsfragen, die anhand einer eigenständigen qualitativen oder quantitativen Befragung überprüft, beurteilt, diskutiert und interpretiert werden. Studierende schätzen im Seminar ihre eigenen Stärken und Schwächen im Hinblick auf ihr wissenschaftliches Arbeiten ein und gestalten einen weiterführenden Lernprozess, der es ihnen erlaubt, neue forschungsorientierte Aufgaben in den behandelten Forschungsdisziplinen oder anderen Forschungsdisziplinen zu bearbeiten. Gleichzeitig geben Studierende Kommilitonen wertschätzendes Feedback auf erbrachte Zwischenleistungen. Die Studierenden lernen und arbeiten mit anderen Studierenden gemeinsam an einzelnen Aufgaben des Seminars und übernehmen dabei im Team eine herausgehobene Verantwortung.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Hausarbeit Umfang der Hausarbeit: 5.000 Wörter Präsentationsleistung: 20 Minuten Präsentation + 10 Minuten Diskussion
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (50%) Hausarbeit (50%)

12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch Englisch
16	**Literaturhinweise**	Jeweils aktuelle kursspezifische Literatur (wird im Kurs bekannt gegeben).

1	**Modulbezeichnung** 55511	**Seminar zum Genossenschaftswesen** Seminar on cooperatives	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Seminar zum Genossenschaftswesen (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	apl. Prof. Dr. Richard Reichel	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Markus Beckmann
5	**Inhalt**	Im Rahmen des Moduls wird in Kooperation mit dem Genossenschaftsverband Bayern die Genossenschaft als besondere Form der Unternehmung näher betrachtet. Ziel der Veranstaltung ist es sowohl die Bedeutung und Entwicklung der Genossenschaften aufzuzeigen, als auch auf aktuelle Forschungs- und Praxisprobleme tiefergehend einzugehen. Neben einem einführenden Teil (in Vorlesungsform), der insbesondere das Genossenschaftswesen und seine Besonderheiten aus der theoretischen Perspektive näher erläutert, ist die eigenständige Bearbeitung und Präsentation einer zuvor definierten praxisrelevanten Fragestellung weiterer Bestandteil des Seminars.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Im Rahmen des Moduls erhalten die Studierenden einen tiefergehenden Einblick in die aktuellen Problemfelder und Herausforderungen von genossenschaftlichen Unternehmen und verfügen somit über ein spezialisiertes und detailliertes Wissen über das Genossenschaftswesen. Durch erworbene analytische und konzeptionelle Fertigkeiten sind sie ferner in der Lage komplexe betriebswirtschaftliche Fragestellungen eigenständig zu bearbeiten und die richtigen Methoden und Strukturierungsansätze zur Bewältigung dieser Aufgaben zu finden und erfolgreich anzuwenden. Konkret entwickeln die Studierenden insbesondere die Fähigkeit: • die besonderen Planungs- und Gestaltungsprobleme von Genossenschaften zu verstehen • nach relevantem Wissen und Informationen zu recherchieren, diese zu bewerten, zu verdichten und zu strukturieren sowie - die geeigneten strategischen Analyseinstrumente und -methoden zur Bewältigung des konkreten Praxisproblems zu finden, diese zielführend anzuwenden sowie • Handlungsalternativen aufzuzeigen. Durch die Zusammenarbeit im Team sind die Studierenden ferner in der Lage: • zielorientiert mit anderen zusammenzuarbeiten und vernetzt zu denken, • sich rational und verantwortungsbewusst mit Interessens- und Kommunikationskonflikten im Rahmen der Gruppenarbeit auseinanderzusetzen, aber auch mit Unterschieden in Denk- und Handlungsmustern umzugehen • in klarer und eindeutiger Weise die gewonnenen Erkenntnisse sprachlich und visuell zu vermitteln sowie überzeugend zu präsentieren

		• sowie komplexe fachbezogene Probleme und Lösungen gegenüber Dritten argumentativ zu vertreten
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle BWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (50%) Hausarbeit (50%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Kursspezifische Literatur (wird im Kurs bekannt gegeben).

1	**Modulbezeichnung** 55521	**Praxisseminar mit Prof. Dr. Heinrich v. Pierer** Practical seminar with Prof. Dr. Heinrich v. Pierer	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Praxisseminar mit Prof. Dr. Heinrich v. Pierer (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Paul Klaußner Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt Prof. Dr. Heinrich von Pierer	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	**Inhalt**	In dem Seminar erarbeiten die Studierenden zu wechselnden Rahmenfragestellungen in Gruppen eigenständig Seminararbeiten deren Ergebnisse im Rahmen von zwei Blockterminen vorgetragen, verteidigt und diskutiert werden.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erarbeiten in Gruppen weitgehend selbstgesteuert und autonom Analysen zu komplexen betriebswirtschaftlichen Fragestellungen. Hierzu führen die Studierenden Dokumentanalysen und Literaturrecherchen durch und entscheiden weitgehend eigenständig über die zu verwendenden Analysemethoden. Das Ziel ist die Erarbeitung, Strukturierung und Darstellung von detailliertem und spezialisiertem Wissen auf dem aktuellen Erkenntnisstand zu der jeweils ausgeschriebenen Fragestellung. Die erarbeiteten Ergebnisse werden anschließend gemeinsam von der Gruppe in dem Seminar vertreten und vor Fachvertretern verteidigt. Durch die Bearbeitung der Fallstudien in Kleingruppen wird das Übernehmen herausgehobener Verantwortung sowie die fachliche Weiterentwicklung der Studierenden gefördert.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Hausarbeit Präsentation Umfang der Hausarbeit: 7.000 Wörter Dauer der Präsentation: 30 Minuten
11	**Berechnung der Modulnote**	Hausarbeit (70%) Präsentation (30%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Kursspezifische Literatur (wird im Kurs bekannt gegeben).

1	**Modulbezeichnung** 55530	**Hauptseminar Finance** Advanced seminar: Finance	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Die Anwesenheit in der Lehrveranstaltung ist Voraussetzung für die Prüungsteilnahme.	
3	Lehrende	Prof. Dr. Hendrik Scholz	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Hendrik Scholz
5	**Inhalt**	Verschiedene wechselnde Themenbereiche aus dem Bereich Finanzierung
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • arbeiten in Gruppen selbstständig Analysen zu aktuellen Forschungsbereichen aus. • erstellen auf Basis wissenschaftlicher Methoden und aktueller englischer Fachliteratur eigenständig einen Lösungsvorschlag zu einer aktuellen Forschungsfrage. • wenden zuvor in Vorlesungen erworbene theoretische Kenntnisse an und erarbeiten sich selbstständig neues Fachwissen. • analysieren mit Hilfe statistischer Verfahren einen aktuellen Datensatz. • geben und erhalten im Rahmen interaktiver Präsentationen der Arbeitsergebnisse ein wertschätzendes Feedback über die erbrachte Leistung.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Workshop Capital Markets Research oder Workshop Finance, Financial Engineering und Structured Finance
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich/mündlich Seminararbeit (ca. 15 Seiten, tw. in Gruppenarbeit) und Präsentation/ Präsentationspapier (tw. in Gruppenarbeit) und Diskussionsbeitrag *Es handelt sich um eine einheitliche Prüfung, bei der die einzelnen Teilleistungen untrennbar miteinander verbunden sind. Für das Bestehen des Moduls müssen nach § 19 Abs. 1 Satz 4 MPOWIWI in der jeweils geltenden Fassung alle Teilleistungen in demselben Semester bestanden werden. Wegen des untrennbaren Bezugs der Teilleistungen aufeinander ist abweichend von § 25 Abs. 1 Satz 2 MPOWIWI eine Wiederholung nur einer der nicht bestandenen Teilleistungen nicht möglich. Das Nichtbestehen einer der Teilleistungen erfordert die Wiederholung der gesamten Prüfung.*
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich/mündlich (100%) Seminararbeit (60%), Präsentation/Präsentationspapier (20%) und Diskussionsbeitrag (20%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester

13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben

1	**Modulbezeichnung** 55550	**Hauptseminar Controlling** Advanced seminar: Controlling	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Aktuell werden keine Lehrveranstaltungen zu dem Modul angeboten. Für weitere Auskünfte zum Lehrveranstaltungsangebot kontaktieren Sie bitte die Modul-Verantwortlichen. Anwesenheitspflicht	
3	Lehrende		

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Friedrich Sommer
5	**Inhalt**	Wechselnde Themen aus dem Bereich Controlling
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Teilnahme am Seminar ermöglicht den Studierenden, sich selbständig mit einem Thema des Controllings aus forschungsnaher Perspektive auseinanderzusetzen und ihre Einsichten schriftlich darzulegen. Dabei sind die Studierenden in der Lage, die zielorientiert ausgewählte, fortgeschrittene wissenschaftliche Literatur im Controlling selbständig zu nutzen, um auf dieser Basis eine intensive Diskussion zu führen. Darüber hinaus können die Studierenden Forschungsmethoden im Hinblick auf ausgewählte Probleme einordnen und beurteilen. Ferner befähigt die Erstellung eines eigenen wissenschaftlichen Texts im Rahmen der schriftlichen Hausarbeit zum weiteren wissenschaftlichen Arbeiten. Mittels der Präsentation und Diskussion der zentralen Ergebnisse erwerben die Studierenden Kompetenzen im wissenschaftlichen Vortrag.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Empfehlung: Vertiefte Kenntnisse im Controlling, wie sie beispielsweise in den Bachelor-Modulen Kostenrechnung und Controlling sowie Controlling of Business Development und den Master-Modulen Controlling of Business Systems sowie Controlling and Reporting vermittelt werden.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich/mündlich Seminararbeit (12-15 Seiten), Präsentation (ca. 20 Minuten) und Diskussionsleitung (ca. 10 Minuten) sowie mündliche Mitarbeit. *Es handelt sich um eine einheitliche Prufung, bei der die einzelnen Teilleistungen untrennbar miteinander verbunden sind. Fur̈ das Bestehen des Moduls mus̈sen nach § 19 Abs. 1 Satz 4 MPOWISO in der jeweils geltenden Fassung alle Teilleistungen in demselben Semester bestanden werden. Wegen des untrennbaren Bezugs der Teilleistungen aufeinander ist abweichend von § 25 Abs. 1 Satz 2 MPOWISO eine Wiederholung nur einer der nicht bestandenen Teilleistungen nicht möglich. Das Nichtbestehen einer der Teilleistungen erfordert die Wiederholung der gesamten Prufung.*

11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich/mündlich (100%) Seminararbeit (60%) sowie Präsentation, Diskussionsleitung und mündliche Mitarbeit (40%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Werden im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben

1	**Modulbezeichnung** 55605	**Hauptseminar Betriebswirtschaftliche Steuerlehre** Advanced seminar: Business taxation	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Hauptseminar: Hauptseminar Betriebswirtschaftliche Steuerlehre (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Frank Hechtner	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Frank Hechtner
5	**Inhalt**	In dem Seminar werden wechselnde Themen der Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre behandelt, die einen aktuellen Themenbezug aufweisen. Das Seminar bereitet auf die Anfertigung einer Masterarbeit im Bereich der Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre vor.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden können aktuelle steuerliche Fragestellungen mit wissenschaftlichen Methoden im Rahmen einer eigenen Seminararbeit bearbeiten und hierbei eigenständig Lösungsvorschläge erarbeiten. Hierbei ist es ihnen ferner möglich, ihre Problemstellung in das aktuelle Forschungsprogramm der Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre einzuordnen. Darüber hinaus soll das Hauptseminar auf das Anfertigen einer Masterarbeit im Bereich der Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre vorbereiten.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Es wird empfohlen, dass die Veranstaltungen Steuerliche Gewinnermittlung oder Unternehmenssteuerrecht belegt wurden. Studierende habe sich für die Teilnahme über den Lehrstuhl zu bewerben.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Referat und Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Referat und Hausarbeit (100%) Seminararbeit (70%) und Präsentation (30%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	

1	**Modulbezeichnung** 55810	**Konsumentenverhalten II** Consumer behavior II	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Theorieseminar: Marktpsychologisches Theorieseminar: Konsumentenverhalten (2 SWS) Theorieseminar: Marktpsychologisches Theorieseminar: Konsumentenentscheidungen (2 SWS)	5 ECTS 5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Jürgen Kirsch Prof. Dr. Klaus Moser	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Klaus Moser
5	**Inhalt**	Kennenlernen aktueller Theorien und Methoden in der Markt- und Werbeforschung Kritische Betrachtung der wissenschaftlichen Grundlagen und praktischen Anwendbarkeit von Konzepten, Methoden und Instrumenten
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden besitzen umfassende und spezialisierte Kenntnisse über Theorien, Methoden und Problemlösungstechniken der Markt- und Werbepsychologie. Sie können wesentliche Theorieansätze verstehen, vermitteln und kritisch reflektieren. Sie verfassen wissenschaftliche Berichte auf publikationsreifem Niveau.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Empfohlen: Für das Seminar: Module Einführung in Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens sowie Präsentations- und Moderationstechniken; Modul Konsumentenverhalten I; Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher und methodisch anspruchsvoller (meistens englischsprachiger) Texte, Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Referat Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Referat (bestanden/nicht bestanden) Hausarbeit (100%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Moser, K. (Hrsg.) (2015). Wirtschaftspsychologie (2. Aufl.). Heidelberg: Springer. Aktuelle Jahrgänge der Zeitschriften Journal of Consumer Research, Journal of Consumer Psychology und Journal of Marketing

1	**Modulbezeichnung** 55850	**Seminar zur Arbeitsmarktsoziologie** Seminar in labor market sociology	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	***Es besteht Anwesenheitspflicht.***	
3	Lehrende	Dr. Hans Dietrich	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martin Abraham
5	**Inhalt**	• Vertiefung zentraler Theorien, Methoden und Themenfelder der Arbeitsmarktsoziologie • Eigenständig Erarbeitung von Themenfeldern, Forschungsfragen und Forschungsdesigns
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erwerben vertiefte Kenntnisse über Arbeitsmarktsoziologie, d.h. den Zusammenhang gesellschaftlicher Rahmenbedingungen und Prozesse des Arbeitsmarktes • erwerben Kompetenz, Forschungsfragen in diesem Bereich anhand von Literatur und Daten eigenständig zu analysieren • erwerben vertiefte Kompetenz zur kritischen Beurteilung von politischen Programmen und Maßnahmen im Bereich des Arbeitsmarktes
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundlegende Kenntnisse der Arbeitsmarktsoziologie
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Hausarbeit Referat
11	**Berechnung der Modulnote**	Hausarbeit (100%) Referat (bestanden/nicht bestanden)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Abraham, Martin, und Thomas Hinz (Hrsg.) (2018): Arbeitsmarktsoziologie. 3. Aufl., Opladen: Westdeutscher Verlag.

1	**Modulbezeichnung** 55860	**Seminar zur Wirtschaftssoziologie** Sociology of economics	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Masterseminar: Seminar zur Wirtschaftssoziologie (2 SWS) ***Es besteht Anwesenheitspflicht.***	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Martin Abraham	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martin Abraham Prof. Dr. Tobias Wolbring
5	**Inhalt**	• Vertiefung zentraler Theorien, Methoden und Themenfelder der Wirtschaftssoziologie • Eigenständige Erarbeitung von Themenfeldern, Forschungsfragen und Forschungsdesigns
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • haben vertiefte Kenntnisse über den Zusammenhang zwischen gesellschaftlichen Rahmenbedingungen und wirtschaftlichen Prozessen • besitzen umfassende Kompetenz, Forschungsfragen in diesem Bereich anhand von Literatur und Daten eigenständig zu analysieren • erwerben vertiefte Kompetenz zur kritischen Beurteilung von politischen Programmen und Maßnahmen im Bereich der Wirtschaft • verfügen über vertiefte Kenntnisse zur Beurteilung und Anwendung von Strategien zur Steuerung von Organisationen im Wirtschaftsprozess
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Referat Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Referat (bestanden/nicht bestanden) Hausarbeit (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch

16	**Literaturhinweise**	Portes, Alejandro (2010) Economic Sociology. A systematic inquiry. Princeton, NJ: Princeton University Press. Smelser, Neil, and Richard Swedberg (Eds.). 2005. The Handbook of Economic Sociology. Second Edition. New York: Russell Sage Foundation.

1	**Modulbezeichnung** 55890	**Einführung in das Arbeitsrecht für Masterstudierende** Introduction to labor law for Master´s students	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Einführung in das Arbeitsrecht für Masterstudierende - Vorlesung (3 SWS) Vorlesung: Arbeitsrecht II (2 SWS)	5 ECTS -
3	Lehrende	Andreas Beulmann Prof. Dr. Dr. Alfred Holzer-Thieser	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Jochen Hoffmann
5	**Inhalt**	• Begründung von Arbeitsverhältnissen • Rechte und Pflichten von Arbeitnehmern und Arbeitgebern • Beendigung von Arbeitsverhältnissen / Kündigungsrecht • Grundzüge des kollektiven Arbeitsrechts • Einführung in das Sozialversicherungsr
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden werden auf eine vertiefte wissenschaftliche Beschäftigung mit arbeitsrechtlichen Fragestellungen vorbereitet sowie auf eine spätere berufliche Tätigkeit, die arbeitsrechtliche Kenntnisse erfordert. (z.B. in den Bereichen Personalwesen, Wirtschaftspädagogik, Sozialökonomik)
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundkenntnisse im allgemeinen Zivilrecht
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	mündlich (20 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	mündlich (100%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Brox/Rüthers/Henssler Arbeitsrecht Pallasch Arbeitsrecht

1	**Modulbezeichnung** 55922	**Arbeitsmarkt und Haushalt** Labor market and household decisions	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Masterseminar: Arbeitsmarkt und Haushalt (Arbeitsmarkt und Haushalt) (2 SWS) (WiSe 2026) ***Es besteht Anwesenheitspflicht.***	-
3	Lehrende	Prof. Dr. Martin Abraham	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martin Abraham
5	**Inhalt**	• Vertiefung zentraler Theorien, Methoden und Themenfelder im Bereich Arbeitsmarkt und Haushalt • Eigenständig Erarbeitung von Themenfeldern und Forschungsfragen • Diskussion von Forschungsdesigns, aktueller Befunde, gesellschaftlicher Implikat
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erwerben vertiefte Kenntnisse und spezialisiertes Wissen über einen Teilbereich der Arbeitsmarktsoziologie, d.h. den Zusammenhang von Haushalt/Familie und Prozesse des Arbeitsmarktes. Sie erwerben umfassende und spezialisierte Kompetenz, Forschungsfragen in diesem Bereich anhand von Literatur und Daten eigenständig zu analysieren. Sie können empirische Forschungsarbeiten im Bereich des Arbeitsmarktes kritisch beurteilen. Sie können Fragestellungen und Befunde in Gruppenarbeit konzise präsentieren und sozialpolitische Schlussfolgerungen mit den Teilnehmenden argumentativ diskutieren.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundlegende Kenntnisse der Arbeitsmarktsoziologie Die Teilnehmerzahl ist auf maximal 20 Studierende begrenzt.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Referat Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Referat (30%) Hausarbeit (70%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Abraham, Martin, und Thomas Hinz (Hrsg.) (2018): Arbeitsmarktsoziologie. 3. Aufl., Opladen: Westdeutscher Verlag.

1	**Modulbezeichnung** 56080	**Praxisseminar** Practical seminar	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Praxisseminar (	5 ECTS
3	Lehrende		

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Andreas Fürst
5	**Inhalt**	Das Praxisseminar beinhaltet die eigenständige Bearbeitung einer praxisbezogenen Aufgabenstellung (in der Regel in Kooperation mit einem Praxispartner).
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Im Praxisseminar zeigen die Studierenden, dass sie in der Lage sind, ihre zuvor erworbenen theoretischen und methodischen Kompetenzen eigenständig auf eine praxisrelevante Aufgabenstellung anzuwenden. Hierbei müssen die Studierenden eigenständig die Strukturierung, Analyse, Bewertung und Entwicklung einer wissenschaftlich und methodisch fundierten Lösung zur Aufgabenstellung erarbeiten. Die Studierenden sind in der Lage, mithilfe ihres spezialisierten und vertieften Fachwissens Ideen und Konzepte zur Lösung dieses wissenschaftlichen Problems zu entwickeln. Dabei müssen sich die Studierenden neben aktuellen und sehr spezifischen Marketingkenntnissen auch Fachkenntnisse angrenzender Disziplinen (z.B. Wirtschaftsinformatik u.v.w.) eigenständig erschließen. Die Studierenden führen das Projekt auf der Basis breiter und spezialisierter Forschungsmethodik durch. Die Lernprozesse können sie dabei selbständig gestalten, reflektieren und methodsch erweitern.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Nach Maßgabe der anbietenden Lehrstühle. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende, bei denen die Veranstaltung zum Kernbereich gehört, vorranging behandlet. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalität auf der Hompage des Lehrstuhls.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation (30 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (100%)
12	**Turnus des Angebots**	Unregelmäßig
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben

1	**Modulbezeichnung** 56170	**Einführung in die Bildungssoziologie** Introduction to the sociology of education	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Einführung in die Bildungssoziologie (2 SWS) Es besteht Anwesenheitspflicht.	5 ECTS
3	Lehrende	Alina Gutwein Prof. Dr. Tobias Wolbring	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Tobias Wolbring
5	**Inhalt**	• Vertiefung zentraler Theorien, Methoden und Themenfelder der Bildungssoziologie
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • haben vertiefte Kenntnisse der Bildungssoziologie, d.h. über den Zusammenhang zwischen gesellschaftlichen Rahmenbedingungen, dem Bildungssystem und wirtschaftlichen Prozessen • besitzen die Kompetenz, Forschungsfragen in diesem Bereich anhand von Literatur und Daten eigenständig zu analysieren • erwerben vertiefte Kompetenz zur kritischen Beurteilung von politischen Programmen und Maßnahmen im Bereich der Bildung • haben vertiefte Kenntnisse zur Beurteilung und Anwendung von Strategien zur Steuerung des Bildungssystems und seiner Organisationen.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Becker (2011). Lehrbuch der Bildungssoziologie Wiesbaden: VS Verlag

1	**Modulbezeichnung** 56180	**Seminar zur Bildungssoziologie** Seminar in sociology of education	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	***Es besteht Anwesenheitspflicht.***	
3	Lehrende	Dr. Christina Neeß	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martin Abraham Prof. Dr. Tobias Wolbring
5	**Inhalt**	• Vertiefung zentraler Theorien, Methoden und Themenfelder der Bildungssoziologie • Eigenständige Erarbeitung von Themenfeldern, Forschungsfragen und Forschungsdesigns
6	**Lernziele und Kompetenzen**	• Die Studierenden haben vertiefte Kenntnisse der Bildungssoziologie, d.h. über den Zusammenhang zwischen gesellschaftlichen Rahmenbedingungen, dem Bildungssystem und wirtschaftlichen Prozessen • besitzen die Kompetenz, Forschungsfragen in diesem Bereich anhand von Literatur eigenständig zu analysieren • besitzen die Kompetenz, die Anwendung von Methoden und Daten auf eigene Forschungsfragen zu diskutieren • erwerben vertiefte Kompetenz zur kritischen Beurteilung empirischer Evidenz im Bereich der soziologischen Bildungsforschung • erwerben vertiefte Kompetenz zur Diskussion von Strategien zur Steuerung des Bildungssystems und seiner Organisationen aus bildungssoziologischer Perspektive
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Referat Hausarbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Referat (bestanden/nicht bestanden) Hausarbeit (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Kopp, Johannes (2009) Bildungssoziologie. Eine Einführung anhand empirischer Studien. Wiesbaden: VS Verlag

1	**Modulbezeichnung** 56220	**Strategic supply management**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Strategic Supply Management (4 SWS) (WiSe 2025) Tutorium: Stud. Tutorium: Strategic Supply Management (1 SWS) (WiSe 2025) Übung: Strategic Supply Management - Übung (2 SWS) (WiSe 2025)	5 ECTS - -
3	Lehrende	Christoph Küffner Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr.-Ing. Eva Maria Hartmann
5	**Inhalt**	Die Kernkompetenzen die dieser Kurs vermittelt, fokussieren sich um die grundlegenden Elemente des strategischen Beschaffungsmanagements. Hierzu gehören Themen wie die Berücksichtigung von Risiken und Unsicherheiten in Supply Chains, das organisationsübergreifende Beziehungsmanagement, die Entwicklung von Supply Chains in Wachstumsmärkten und die Schaffung nachhaltiger grüner Supply Chains.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Teilnehmer werden in alle wesentlichen Aspekte der (strategischen) Beschaffung, inkl. der Leistungsmessung und Steuerung eingeführt. Hierbei wird ein Schwerpunkt auf den Transfer der theoretischen Grundlagen auf praktische Anwendung gelegt. Dies wird anhand von Praxisbeispielen und praxisnahen Fallstudien sichergestellt.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Fallstudie(n) Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Fallstudie(n) (30%) Klausur (70%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Wird im Kurs bekanntgegeben.

1	**Modulbezeichnung** 56231	**Versorgungsmanagement I** Health services management I	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Es besteht Anwesenheitspflicht.	
3	Lehrende	Cornelius Seiler Marco Zirkel	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Oliver Schöffski
5	**Inhalt**	Durch die Einführung des Digitale-Versorgung-Gesetzes soll die Digitalisierung im deutschen Gesundheitswesen vorangetrieben werden. Seitdem sind unter anderem Gesundheits-Apps und Digitale Gesundheitsanwendungen (DiGAs) weitläufig diskutierte Themen. Das Seminar im WS 23/24 findet in Zusammenarbeit mit einer bereits in den App-Stores erhältlichen Gesundheits-App statt, die sich aktuell auch auf dem Weg zur Zertifizierung zur DiGA befindet. In dieser Veranstaltung liegt der Fokus auf der vertieften Betrachtung der zunehmenden Digitalisierung im Gesundheitswesen und den sich daraus ergebenden nachhaltigen Veränderungen in den Behandlungsmöglichkeiten. Die Studierenden haben die Möglichkeit, mittels verschiedener methodischer Ansätze die vielfältigen Facetten der Gesundheits-App zu analysieren (z.B. Kosten(-vorteile), Patientenperspektive etc.)
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erhalten einen Einblick in die verschiedenen Facetten der Versorgung mit Gesundheits-Apps und können diese diskutieren und gegenüberstellen • können mit den erlernten Methoden umgehen und diese selbstständig auf Fragestellungen anwenden bzw. übertragen • können eine vorgegebene Themenstellung eigenständig bearbeiten und die Ergebnisse schriftlich und mündlich präsentieren • können von Studierenden vorgebrachte Ergebnisse angemessen bewerten und Feedback formulieren
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundkenntnisse im Gesundheitsmanagement (aber keine formale Voraussetzung). Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Die Anmeldung erfolgt per Anmeldeformular (siehe Lehrstuhlhomepage), der Anmeldezeitraum wird rechtzeitig bekannt gegeben.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Hausarbeit Präsentation: ca. 20 Minuten pro Person Hausarbeit: ca. 15 Seiten pro Person
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (30%) Hausarbeit (70%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester

13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	• Schöffski / Graf von der Schulenburg (Hrsg.): Gesundheitsökonomische Evaluationen, 3. oder 4. Aufl., Berlin u. a., 2007, 2008 oder 2012.

1	**Modulbezeichnung** 56270	**Financial engineering and structured finance**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Financial Engineering und Structured Finance (VL) (2 SWS) Übung: Financial Engineering und Structured Finance (ÜB) (1 SWS)	5 ECTS -
3	Lehrende	Prof. Dr. Hendrik Scholz	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Hendrik Scholz
5	**Inhalt**	• Darstellung und Bewertung von Aktien-, Zinssatz- & Bondoptionen • Strukturierter Produkte im Fixed Income und Equity Bereich • Kapitalstruktur und Optionspreistheorie • Darstellung und Bewertung von Kreditderivaten
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erarbeiten sich ein tiefgehendes Wissen über Aktien-, Zinssatz- und Bondoptionen, können deren Einsatzmöglichkeiten beurteilen und ihren Wert bestimmen. • wenden zentrale Kenntnisse der Optionspreistheorie an, um Bestandteile komplexer, strukturierter Fixed Income- und Equity-Produkte zu analysieren, diese zu bewerten und deren Wertbeitrag für Kunden einer Bank zu evaluieren. • können unter Berücksichtigung von Kundenpräferenzen eigenständig innovative Finanzprodukte entwickeln. • sind in der Lage die Positionen Eigen- und Fremdkapital von Unternehmen auf Basis der Optionspreistheorie zu bewerten. • können Instrumente zum Kreditrisikotransfer erläutern und deren Einsatzmöglichkeiten kritisch hinterfragen.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch

16	**Literaturhinweise**	Hull, John C.: Options, futures and other derivatives Weitergehende, forschungsbezogene Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben

1	**Modulbezeichnung** 56460	**Unternehmenssteuerrecht** Company taxation	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: VL Unternehmenssteuerrecht (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. David Hummel	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. David Hummel
5	**Inhalt**	• Einführung in das Einkommensteuerrecht • Grundlagen der Unternehmensbesteuerung (KStG, GewSt) • Grundlagen des Unionsrechts und des europäischen Steuerrechts • Grundlagen des internationalen Steuerrechts
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden können unter Berücksichtigung der Systematik der Gesetze Fallfragen erfassen, beurteilen und systematisch lösen. Unter Anwendung juristischer Methoden auf fortgeschrittenem Niveau sowie Übertragung wissenschaftlicher Literatur zu aktuellen Forschungsfragen können die Studierenden die steuerlichen Fallgestaltungen gutachterlich prüfen.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten) Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%) Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Weitergehende, forschungsbezogene Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben

1	**Modulbezeichnung** 56470	**Versicherungs- und Risikotheorie** Risk and insurance theory	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Prof. Dr. Nadine Gatzert	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Nadine Gatzert
5	**Inhalt**	Einführend: • Entscheidung bei Sicherheit, Unsicherheit, Risiko; • Risikomessung, Risikowahrnehmung, Risikobeeinflussung (Vorgehen und Methoden); • Risikobewertung am Beispiel der Versicherungsnachfrage (individuell und aus Unternehmenssicht); • Risikobewertung am Beispiel des Versicherungsangebots (Risikotheorie, Schadenprozessmodellierung, Optionspreis-Modell); • Problematik der Informationsasymmetrien (Adverse Selektion, Moral Hazard); • Enterprise Risk Management (Bedeutung und Rahmenwerke, Risikostrategie, Risikoidentifikation und -bewertung, Governance, Risikokultur); • Emerging Risks
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • haben vertiefte Kenntnisse über die zentralen Konzepte der Risikobewertung sowie der Versicherungs- und Risikotheorie, können diese beurteilen und hinterfragen; • können ihre theoretischen Kenntnisse auf konkrete Fragestellungen anwenden; • erlernen den Umgang mit und die Bewertung von Risiken in Unternehmen; • können die theoretischen Kenntnisse zur Risikomessung im Rahmen einer Monte-Carlo-Simulation in Excel umsetzen; • lernen interaktiv im Rahmen von Workshops in Gruppen aktuelle Fragestellungen im Kontext der Versicherungs- und Risikotheorie zu strukturieren, zu erarbeiten und zu präsentieren; • entwickeln und vertiefen dabei ihre Kompetenzen in der Teamarbeit.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten) *Im Wintersemester besteht vorlesungsbegleitend die Möglichkeit einer freiwilligen Notenverbesserung, wobei eine Verbesserung um bis zu 0,3 Notenstufen erfolgen kann. Dazu können Studierende auf StudOn*

		vier je ca. 10-minütige Online-Kurztests (Quizze) zur Aufbereitung des Vorlesungsstoffs bearbeiten. Die Notenverbesserung erfolgt, wenn die Quizze erfolgreich bearbeitet wurden sowie die Klausur mit der Note 4,0 oder besser bestanden wurde. Etwaige Quizergebnisse aus dem Wintersemester werden für eine Nachholprüfung im Sommersemester übernommen.
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Die vorbereitende und weitergehende, forschungsbezogene Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	**Modulbezeichnung** 56530	**Asset liability management (Versicherungen)** Asset liability management (insurance)	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Vorlesung "Asset Liability Management (Versicherungen)" (2 SWS) Übung: Übung Asset Liability Management (Versicherungen) (1 SWS)	2,5 ECTS 2,5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Nadine Gatzert	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Nadine Gatzert
5	**Inhalt**	• Einführung: Rahmenbedingungen im Finanzdienstleistungssektor; strategische Zielgrößen von Versicherungsunternehmen (Konzepte und Messung von Kennzahlen) • Asset Management: grundsätzliche Überlegungen; Risikostreuung in Theorie und Praxis; rechtliche Rahmenbedingungen; Chancen und Risiken von Investitionen in Infrastruktur und erneuerbare Energien unter Solvency II; strategische Aspekte der Kapitalanlagepolitik; Performancemessung; Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten in der Kapitalanlage • Liability Management: Ausgleich im Kollektiv; Chain Ladder Verfahren; Rückversicherungsformen; Alternativer Risikotransfer (u.a. Insurance Linked Securities, Cat Bonds) • Asset Liability Management für Versicherungen: Immunisierungsansätze (Cashflow und Duration Matching); Optimierungsstrategien; Szenarioanalysen und Dynamische Finanzanalyse; wissenschaftliche Forschungsarbeiten im Kontext des ALM • Cyber-Risiken im Kontext des ALM, Versicherbarkeit und Management von Cyber-Risiken • Umsetzung von Szenarioanalysen mit Monte-Carlo Simulation im Rahmen einer Excel-basierten ALM Case Study
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erlernen die grundlegenden und vertiefenden Konzepte des Asset Liability Managements eines Versicherungsunternehmens; • können Modellannahmen hinterfragen; • können die theoretischen Konzepte auf konkrete Fragestellungen anwenden; • können Monte-Carlo Simulation in Excel einsetzen, dabei ihre theoretischen Kenntnisse anwenden und eigenständig im Rahmen einer ALM-Simulationsstudie mit Szenarioanalysen umsetzen; • lernen interaktiv im Rahmen von Workshops in Gruppen aktuelle Fragestellungen im Kontext des ALMs zu strukturieren, zu erarbeiten und zu präsentieren; • entwickeln und vertiefen dabei ihre Kompetenzen in der Teamarbeit.

7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten) *Im Sommersemester besteht vorlesungsbegleitend die Möglichkeit einer freiwilligen Notenverbesserung, wobei eine Verbesserung um bis zu 0,3 Notenstufen erfolgen kann. Dazu können Studierende auf StudOn vier je ca. 10-minütige Online-Kurztests (Quizze) zur Aufbereitung des Vorlesungsstoffs bearbeiten. Die Notenverbesserung erfolgt, wenn die Quizze erfolgreich bearbeitet wurden sowie die Klausur mit der Note 4,0 oder besser bestanden wurde. Etwaige Quizergebnisse aus dem Sommersemester werden für eine Nachholprüfung im Wintersemester übernommen.*
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Die vorbereitende Literatur und auch die weitergehende, forschungsbezogene Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	**Modulbezeichnung** 56540	**Lebensversicherung** Life insurance	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Vorlesung "Lebensversicherung" (2 SWS) Übung: Übung Lebensversicherung (1 SWS)	2,5 ECTS 2,5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Nadine Gatzert	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Nadine Gatzert
5	**Inhalt**	• Einführung in den Lebensversicherungsmarkt • Darstellung von klassischen und innovativen Lebensversicherungsprodukten (und den darin enthaltenen impliziten Optionen) • Versicherungsmathematische Aspekte: Bestimmung von Prämien und Deckungsrückstellungen auf Basis der typischen aktuariellen Rechnungsgrundlagen (Zins, Sterbetafeln) • Analyse und Bewertung von Fondsprodukten mit Garantien • Absicherung von Garantien in Fondsprodukten mit Kapitalanlagestrategien (u.a. Constant Proportion Portfolio Insurance)
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden können • aktuelle Entwicklungen im Lebensversicherungsmarkt beurteilen und hinterfragen diese; • Prämien und Deckungsrückstellungen von klassischen Lebensversicherungsverträgen berechnen und kennen die zentralen Einflussgrößen; • klassische und fondsgebundene Lebensversicherungsprodukte mit verschiedenen Garantien bewerten und verschiedene Methoden der Bewertung vergleichen und Modellannahmen kritisch hinterfragen; • einschätzen, wie verschiedene Arten von Finanzgarantien abgesichert werden müssen und können hierfür auch Kapitalanlagestrategien anwenden; • ihre theoretischen Kenntnisse im Rahmen einer Monte-Carlo-Simulation in Excel umsetzen und auf praktische Fragestellungen anwenden.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten) *Im Sommersemester besteht vorlesungsbegleitend die Möglichkeit einer freiwilligen Notenverbesserung, wobei eine Verbesserung um bis zu 0,3 Notenstufen erfolgen kann. Dazu können Studierende auf StudOn vier je ca. 10-minütige Online-Kurztests (Quizze) zur Aufbereitung des Vorlesungsstoffs bearbeiten. Die Notenverbesserung erfolgt, wenn die Quizze erfolgreich bearbeitet wurden sowie die Klausur mit der Note*

		4,0 oder besser bestanden wurde. Etwaige Quizergebnisse aus dem Sommersemester werden für eine Nachholprüfung im Wintersemester übernommen.
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Die vorbereitende Literatur und auch die weitergehende, forschungsbezogene Literatur werden im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	**Modulbezeichnung** 56780	**Business ethics and corporate social responsibility** Sustainability management, business ethics and corporate social responsibility	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Business Ethics and Corporate Social Responsibility (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Markus Beckmann	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Markus Beckmann
5	**Inhalt**	This course combines several perspectives on normative issues in business. First, we take a moral psychology perspective to understand how morality helps us solve certain problems, but also creates pitfalls in the modern world. Second, we develop an ethical framework for navigating contentious issues and supporting the search for constructive solutions. Third, we apply this framework to analyze how (why) social and environmental goals are (not) achieved at the macro level. We will pay particular attention to the role of markets and their regulation. Fourth, we take the perspective of the individual firm and ask whether and to what extent firms need to integrate moral issues into their value creation processes. In this context, corporate social responsibility can serve as a means to implement these moral issues. We will therefore take a closer look at CSR, its origins, development and instruments. We conclude the course by discussing various applications and cases.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	After successfully completing this course, students will have developed the ability to: • Explain key concepts from moral psychology and analyze how moral intuitions and biases influence ethical decision-making in business contexts. • Apply ethical theories and frameworks, such as social dilemmas, to navigate complex moral challenges in business, evaluate competing arguments, and construct well-reasoned ethical judgements. • Assess how markets and regulatory mechanisms facilitate or hinder the achievement of social and environmental goals at the macro level. • Critically examine the extent to which firms should integrate ethical considerations into their value creation processes and evaluate the implications of different approaches. • Evaluate the origins, development, and effectiveness of CSR strategies and instruments in addressing selected ethical and sustainability challenges.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	None
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222

		Wahlmodul: Spezielle BWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	elektronische Prüfung (60 Minuten) Klausur (elektronische Prüfung, 60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	elektronische Prüfung (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Provided via StudOn

1	**Modulbezeichnung** 56790	**Gesundheitsökonomie I** Health economics I	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Prof. Dr. Harald Tauchmann	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Harald Tauchmann
5	**Inhalt**	Die Veranstaltung betrachtet das Gesundheitswesen aus mikroökonomischer Perspektive. Den Schwerpunkt der Veranstaltung bildet die Betrachtung von Krankenversicherungsmärkten und ihrer spezifischen Unvollkommenheiten, und Probleme (adverse Selektion, Moral Hazard, Risikoselektion), die sich aus den besonderen Eigenschaften des Gutes Gesundheit ergeben. Aus dieser Betrachtung werden Anforderungen an die Gestaltung eines Gesundheitssystems abgeleitet. Studierende sollten die Bereitschaft mitbringen, sich vertieft mit mikroökonomischen Modellen zu beschäftigen.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erwerben fundiertes ökonomisches Wissen über das Gesundheitswesen, insbesondere bzgl. Krankenversicherungsmärkten, • analysieren die Besonderheiten von Gesundheitsmärkten im Rahmen theoretischer Modelle, • überprüfen deren Validität anhand empirischer Studien
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundkenntnisse in Mikroökonomie und Ökonometrie sollten vorhanden sein.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle VWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Breyer, F., Zweifel, P. & Kifmann, M. (2013): Gesundheitsökonomik, 6. Aufl., Springer. Sloan, F.A. & Hsieh, C.R. (2012): Health Economics, MIT Press. Folland, Sh., Goodman, A. & Stano, M. (2009): The Economics of Health and Health Care, 6th int. ed., Prentice Hall.

1	**Modulbezeichnung** 56792	**The Economics of Health Insurance** The economics of health insurance	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: VL: The Economics of Health Insurance (2 SWS) Übung: Ü: The Economics of Health Insurance (1 SWS)	2,5 ECTS 2,5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Harald Tauchmann Elena Yurkevich	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Harald Tauchmann
5	**Inhalt**	The course covers the economics of health care taking a microeconomic perspective. The course focusses on the market for health insurance and its imperfections that originate from the specific characteristics of health as a commodity and result in market failure and hence undesirable market outcomes such as adverse selection, moral hazard, and risk selection. Based on the theoretical analysis implications for the question of how to design a health (insurance) system are derived.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	The students • learn to analyze the market for health insurance • acquire knowledge about the institutions of the German health insurance system and how to assess them from a theoretical perspective • test the theoretical predictions using empirical analyses
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Solid skills in microeconomics, basic skills in econometrics
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Zweifel, P., Breyer, F., Kifmann, M. (2009): Health Economics, Springer 2nd ed.

1	**Modulbezeichnung** 56900	**Die psychologische Bedeutung von Arbeit** The psychological meaning of work	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Tutorium: Tutorium zum VHB-Kurs "Die psychologische Bedeutung von Arbeit" (0 SWS) Vorlesung: VHB-Kurs "Die psychologische Bedeutung von Arbeit" (2 SWS)	- 5 ECTS
3	Lehrende	David Filgertshofer Prof. Dr. Klaus Moser	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Klaus Moser
5	**Inhalt**	Das gegenwärtige gesellschaftliche System wird häufig als Arbeitsgesellschaft bezeichnet. Zugrunde liegt die Annahme, dass die moderne Erwerbsarbeit eine entscheidende Größe im Leben der meisten Menschen darstellt und ihre Gedanken, Empfindungen und ihr Verhalten entscheidend prägt. In einer Online-Vorlesung wird ein einführender Überblick in wesentliche Ansätze und Befunde der Forschung zur psychologischen Bedeutung von Arbeit gegeben. Der Fokus wird nicht nur auf theoretischen Konzepten und empirischen Befunden liegen, sondern es werden auch praktische Empfehlungen abgeleitet und die Perspektiven von Experten, Praktikern und Betroffenen einbezogen. Außerdem erfolgt eine Verknüpfung von Forschung und Praxis indem die Studierenden basierend auf ihren erworbenen Kenntnissen einen eigenen Interviewleitfaden zu einer Thematik aus der Vorlesung entwerfen und ein Interview mit einer betroffenen Person durchführen werden.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden lernen Theorien und Modelle zur psychologischen Bedeutung der Arbeit kennen und entwickeln ein vertieftes Verständnis für grundlegende Methoden und zentrale Befunde dieses Forschungsfelds. Zudem lernen sie die eigene Einstellung gegenüber der Erwerbsarbeit und die eigenen arbeitsbezogenen Lebens- und Karrierepläne kritisch zu reflektieren. Sie erwerben darüber hinaus fundierte Kenntnisse zu wichtigen Interventionsarten im Kontext von Erwerbsarbeit und werden darauf vorbereitet, ihre erworbenen Kenntnisse in der eigenen beruflichen Praxis anzuwenden.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Empfohlen: Grundkenntnisse sozialwissenschaftlicher Erhebungs- und Auswertungsmethoden, Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens, Bereitschaft zur Lektüre umfangreicher (englischsprachiger) Materialien, Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten) Diskussionsbeitrag Fallstudie(n)

11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (60%) Diskussionsbeitrag (bestanden/nicht bestanden) Fallstudie(n) (40%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 0 h Eigenstudium: 150 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Moser, K., Paul, K., Soucek, R., & Wolff, H.-G. (2014). Planung und Evaluation organisationspsychologischer Interventionen. In H. Schuler & K. Moser (Hrsg.), Lehrbuch Organisationspsychologie (5. Auflage, S. 699-756). Huber: Bern. Paul, K. I. & Moser, K. (2015). Arbeitslosigkeit. In K. Moser (Hrsg.), Wirtschaftspsychologie (2. Auflage, S. 263-281). Springer: Berlin. Schaper, N. (2014). Wirkungen von Arbeit. In F. W. Nerdinger, G. Blickle, & N. Schaper (3. Auflage, S. 517-539). Arbeits- und Organisationspsychologie. Springer: Heidelberg. Wegge, J., Endsche, J., & Diestel, S. (2014). Arbeitsgestaltung. In H. Schuler & K. Moser (Hrsg.), Lehrbuch Organisationspsychologie (5. Auflage, S. 643-695). Huber: Bern.

1	**Modulbezeichnung** 57030	**Managing enterprise-wide IT architectures**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Masterseminar: Managing Enterprise-Wide IT-Architectures & Case Study Seminar (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	René Gröbner Prof. Dr. Michael Amberg	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Michael Amberg
5	**Inhalt**	**Lecture: Fundamentals of Enterprise-Wide IT Architecture Management** The lecture Fundamentals of Enterprise-Wide IT Architecture Management provides the fundamentals of business process management and the underlying IT architecture. The course has a strong focus on concepts of business-IT-alignment e.g., service oriented architectures, cloud computing, and enterprise-wide IT systems as well as important paradigms to (re-) design enterprise IT architectures. **Case Study Seminar** Managers and business leaders in the field of information technology must make decisions with limited information and a swirl of business activities going on around them. They are required to evaluate options, make choices, and find solutions to the challenges they face every day. In this seminar, students will take on the perspective of a decision-maker by analyzing and discussing complex management challenges illustrated in different case studies from leading business schools.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	**Lecture: Fundamentals of Enterprise-Wide IT Architecture Management** Students • know about the major differences of process and workflow management, • know about the main models of IT Service Management and Business-IT Alignment, • can understand the impact of Big Data Technologies on Value Creation, • can assess and implement different types of Big Data Systems, • can explain the major differences of automated communication concepts like EDI, XML and EDIFCAT, • can assess process standardization in different environments. **Case Study Seminar** Students should • know about real-world challenges in the area of IT management, as well as methods for analyzing case studies, • be able to apply the vocabulary, theory, and methods they have learned in the lecture,

		• be able to develop solutions to business problems, as well as defend their solutions and discuss them critically in a group setting, • be able to present solutions to case study problems in English.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	None
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Fallstudie(n) Klausur (60 Minuten) • Lecture: written examination (60 min. – 100%) • Case Study Seminar: Presentation (2 x 15 min. – 33,33%), class participation (33,33%) and discussion paper (2 x 1 Page– 33,33%)
11	**Berechnung der Modulnote**	Fallstudie(n) (50%) Klausur (50%) • Lecture: 50% of module score • Case Study Seminar: 50% of module score
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	• Lecture: Rood, M. A. Enterprise architecture: Definition, content, and utility, in Proceedings of the Third Workshop on: Enabling Technologies: Infrastructure for Collaborative Enterprises, 1994, pp. 106-111. • Case Study Seminar: Ellet, W. The Case Study Handbook: How to Read, Discuss, and Write Persuasively About Cases. Harvard Business Review Press, 2007.

1	**Modulbezeichnung** 57060	**Managing global projects and information technology**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende		

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Michael Amberg
5	**Inhalt**	**Lect1/Ex1:** The traditional role of the Chief Information Officer (CIO) as gatekeeper of technology and protector of corporate information asset activities is changing. Next to the daily duties to keep the IT operations and projects running often facing shrinking budget constraints an enterprise IT manager becomes an important business partner in supporting the transformation of the traditional business to the digital age. The course has a strong focus on the role of IT within different types of enterprises and highlights IT from two different angles: IT as organizational function and IT as driver of organizational transformation. The lecture is divided into two parts (1) IT Management in enterprises (2) IT-driven business models **Lect2/Ex2:** Increasing globalization of business operations and the high importance of project structures for global operations force companies worldwide to develop and strengthen their capabilities for managing global projects. Therefore, future professionals capable of successfully coordinating projects across multiple countries and cultures will have excellent career prospects. To prepare students for the task of managing global projects, the course will focus on the following topics: • Characteristics and organization of global projects • Cultural influences (effects and remedies) • Controlling of globally distributed projects • Challenges of IS outsourcing/offshoring projects For each of these topics, students will be given an introduction to the topic (knowledge transfer) and then work on real-world examples to gain deeper insights into the topic (knowledge application). In addition, students will work in teams on a project during the semester.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	**Lect1/Ex1 and Lect2/Ex2:** The main goal of the course is to familiarize students with the foundations of successful management in global IT-projects. The students will • describe and explain key IT Management models, • describe the project life cycle, • explain and evaluate design options of an IT organization and challenges of the CIO,

		• explain main organizational IT cost categories and tasks of managing IT costs, • describe components of a (digital) business model, • evaluate (digital) business models, • evaluate challenges caused by distance in globally distributed projects and learn about the approaches of dealing with them, • evaluate IT archetypes and decision domains, • evaluate PMOs in (IT) organization analyze different collaboration tools, • understand the impact of new technologies, such as Big Data Technologies, on value creation.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	• Lect1/Ex1: None • Lect2/Ex2: Basic knowledge on project management principles and techniques
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich/mündlich Hausarbeit • IIS exam-no. 70603 Lect1/Ex1: Managing information technology (2 SWS) 2,5 ECTS - Written assignment (100%) • IIS exam-no. 70604 Lect2/Ex2: Managing global projects (2 SWS) 2,5 ECTS - Presentation (30 min. – 33,33%), class participation (33,33%) and discussion paper (4 pages)
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich/mündlich (50%) Hausarbeit (50%) • Lect1/Ex1: 50% of module score • Lect2/Ex2: 50% of module score
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	**Lect1/Ex1** • Carr, N. G. (2003): IT doesnt matter. Harvard Business Review, 81(5), 419, 128. • Christensen, C. M., & Overdorf, M. (2000). Meeting the Challenge of Disruptive Change. Harvard Business Review, 78(2), 6676. **Lect2/Ex2**

		• Binder J.: Global Project Management: Communication, Collaboration and Management Across Borders. Gower Publishing Ltd, ISBN: 0566087065.

1	**Modulbezeichnung** 57130	**International trade and labor**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Ma-Vorl: International Trade & Labor (2 SWS) Übung: Übung zur Ma-Vorl International Trade and Labor (2 SWS) (Vorlesung mit Übung)	5 ECTS -
3	Lehrende	Prof. Dr. Christoph Moser Dr. Stefan Suttner	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Christoph Moser
5	**Inhalt**	This module deals with the consequences of globalization for the domestic labor market and discusses the winners and losers of trade liberalization. The module focuses on the impact of international economic integration on domestic wages, jobs and inequality, in particular in Germany and the United States.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students are made familiar with the main relevant concepts of international trade and aquire specialized knowledge of the labor market effects of trade liberalization. Students learn about key theoretical predictions, their empirical evidence and the empirical strategies to assess their relevance. The module focuses on topics at the intersection between international trade and labor.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Recommended prerequisites: Basic knowledge of microeconomics (e.g., Varian, Hal (2014), Intermediate Microeconomics: A Modern Approach, 9th international edition) and econometrics (e.g., Wooldridge, Jeffrey (2013), Introductory Econometrics: A Modern Approach, 5th international edition).
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle VWL Master of Science Sozialökonomik 20222 Master Economics: Specialization in Macroeconomics and Finance Master IBS: elective course (Wahlbereich): English-speaking countries; Europe Master Arbeitsmarkt und Personal: Wahlbereich Master Sozialökonomik: freier Vertiefungsbereich
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)

12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Krugman, P., M. Obstfeld and M. Melitz (2017/18), International Trade: Theory and Policy OR International Economics: Theory and Policy, 11th global edition. Further course materials will be announced in the course.

1	**Modulbezeichnung** 57131	**Labor markets in the knowledge economy** Labor Markets in the Knowledge Economy	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung mit Übung: Labor Markets in the Knowledge Economy (4 SWS) (WiSe 2025) Due to conflicting teaching requirements, this course will not be offered in the Winter Term 2025/26	5 ECTS
3	Lehrende		

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Markus Nagler
5	**Inhalt**	The course analyzes topics in labor economics and their connection to technological change and the knowledge economy. We will mostly discuss topics in labor economics such as labor supply and migration which are seen through a technology and knowledge economy perspective. The course is mainly based on empirical research papers: labor economics is a front-runner in the use of econometrics and data. **Due to conflicting teaching requirements, this course will not be offered in the Winter Term 2025/26.**
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students know the key issues at the intersection of labor and innovation economics. They are able to assess current research in the area and are able to relate its results to fundamental policy questions. Students are acquainted with important empirical approaches in labor economics.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Recommended: Basic microeconomics, basic econometrics
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Due to conflicting teaching requirements, this course will not be offered in the Winter Term 2025/26
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester **Due to conflicting teaching requirements, this course will not be offered in the Winter Term 2025/26.**
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Angrist, Joshua and Jörn-Steffen Pischke (2008). Mostly Harmless Econometrics, Princeton University Press.

		Autor, David H. Why are there still so many jobs? The history and future of workplace automation. The Journal of Economic Perspectives 29.3 (2015): 3-30.

1	**Modulbezeichnung** 57150	**Data science**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Lisa Maag Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer
5	**Inhalt**	Das Modul thematisiert essenzielle Methodiken, die der klassischen statistischen und ökonometrischen Datenanalysen üblicherweise vorgeschaltet sind. Diese Methodiken umfassen • die Akquise von Daten, • das Überprüfen der Daten auf Sinnhaftigkeit bzw. der Umgang mit fehlenden Datenpunkten, • eine deskriptive und graphische Voranalyse der Daten Weiterhin werden die grundliegenden Konzepte des Maschinellen Lernens erläutert und anhand einfacher Beispiele illustriert. Alle o.g. Methodiken werden in der Programmiersprache Python umgesetzt.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden bekommen einen Einblick in die Prozesse die notwendig sind um einen Datensatz anzufertigen, welcher dann Startpunkt für weitere statistische und ökonometrische Datenanalysen sein kann. Dafür werden die zu den einzelnen Prozessschritten gehörigen Problemstellungen aufgezeit, diskutiert und Lösungsansätze am Rechner nachvollzogen. Anschließend sind Studierende in der Lage, Datensätze (z. B. aus frei verfügbaren Datenquellen) zu erstellen, aufzubereiten, zu interpretieren und zu bewerten. Dieses Können ermächtigt Studierende, sich eigene Datensätze abzuleiten, mit deren Hilfe Ideen und Konzepte zur Lösung wissenschaftlicher und beruflicher Probleme entwickeln werden können. Die Studierenden verfügen über ein grundliegendes Verständnis der Programmiersprache Python
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Python Grundlagen (Python 3); Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende des Master in Marketing vorrangig behandelt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Vertiefung Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester

13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	https://wiki.python.org/moin/BeginnersGuide/NonProgrammers

1	**Modulbezeichnung** 57176	**Semiparametric methods in econometrics and applications**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung mit Übung: Semiparametric Methods in Econometrics and Applications (2 SWS) (2 SWS) (WiSe 2025)	5 ECTS
3	Lehrende	Leonie Wicht Prof. Bernd Fitzenberger	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Bernd Fitzenberger Julia Holleitner
5	**Inhalt**	This course presents nonparametric and semiparametric regression techniques which are part of the tool set of modern microeconometric methods and applications. The course covers saturated OLS regression, kernel density estimation, nonparametric regression, partially linear models, semiparametric selection models, inverse probability weighting, penalized regression models as well as parametric and nonparametric quantile regression as basic tools. These methods are used for cross-section data and longitudinal data. Students will familiarize themselves with applying the methods based on selected applications in economic research papers.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students • learn how to think of regression as modelling conditional expectations and features of conditional distribution • learn that there is a bias and variance trade-off between choosing a flexible regression specification and obtaining precise estimates in light of the curse-of-dimensionality • learn that flexible regression methods require the choice of tuning parameters and how to use statistical approaches to choose the tuning parameters • learn how semiparametric methods are applied in real world econometric studies
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Master-level introductory econometrics module („Applied Econometrics“ or “Ökonometrie”) (mandatory) and a further course (recommended) in microeconometrics such as "Panel and Evaluation Methods" or "Microeconometrics and Machine Learning".
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h

14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Pagan, A. and A. Ullah (1999): Nonparametric Econometrics, Cambridge University Press. Wooldridge, J. M. (2010): Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data. 2nd edition, Cambridge, MA: MIT Press.

1	**Modulbezeichnung** 57241	**Service innovation**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Service Innovation (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	apl. Prof. Dr. Angela Roth Prof. Dr. Kathrin Möslein Tizian Kernstock	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Kathrin Möslein apl. Prof. Dr. Angela Roth
5	**Inhalt**	Services now account for over 80% of all transactions in developed economies, but typically receive much less R&D attention than products. Developing service innovations demands a clear strategy from businesses with four interlocking core elements: search, selection, implementation and evaluation of innovative concepts. If even one of these phases is not been clearly thought through, the entire innovation process is likely to collapse. This course focuses on successful approaches, methods, tools and efforts to develop service innovations.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	The students can: • learn about items, notions, characteristics and special features in innovation management for services, service design methods and cases. • learn to judge and discuss innovation management tasks and alternative solutions with respect to the specialties of services. • experience methods of service design by themselves in interactive lectures, gain a feeling for suitable methods and learn to reflect different effects. • apply their knowledge and competences in solving cases and thereby analyze selected issues of managing, developing and innovating services. • work together in international small work groups, present their results in English, give feedback to other students work and discuss different solution approaches.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	• Basic understanding of product and service business processes • General knowledge on management and strategy • Openness to work interactively and in interdisciplinary and international teams
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Seminararbeit This module is part of the pilot project "Early Seminar Registration". Examination registration for both examinations of this module will take place at the beginning of the lecture period (not in the regular examination registration period). The examinations of this module start

		directly after the registration, hence a withdrawl from the registration for the examinations of this module is not possible. Seminar paper approx. 7 pages Presentation approx. 10 minutes
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (30%) Seminararbeit (70%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Specific literature will be listed in the course

1	**Modulbezeichnung** 57340	**Bayesian econometrics**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung mit Übung: Bayesian Econometrics (4 SWS) (WiSe 2025)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Jonas Dovern Dr. Maximilian Böck	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Jonas Dovern
5	**Inhalt**	Basics of Bayesian statistics; Bayesian estimation of linear regression models with various priors; Bayesian estimation of models for limited dependent variables; Bayesian VAR models; forecasting with Bayesian models; basics of Bayesian estimation of macroeconomic DSGE models; posterior simulation techniques (Monte Carlo integration, importance sampling, Gibbs sampler, Metropolis-Hastings algorithm); implementation of methods in R
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students are able to ... • explain the differences between Bayesian and frequentist econometrics; • derive posterior parameter distributions for different priors for a range of empirical models; • investigate how sensitive results are with respect to prior choices; • can explain how the covered estimation algorithms work; • interpret results of Bayesian analyses in academic research papers; • implement Bayesian estimations of the covered models/ estimators in R
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Recommended: basic knowledge in statistics; Applied Econometrics and Mathematics for Economists
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester Students can only register for the examination in the winter term. In the summer term, we only offer resits for students who failed the examination in the winter term.
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester

15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Koop, G. (2003), Bayesian Econometrics, Wiley, West Sussex. Del Negro, M. and F. Schorfheide (2011), Bayesian Macroeconomics, in: Geweke, J., G. Koop, and H. van Dijk (eds.), The Oxford Handbook of Bayesian Econometrics, p.293389, Oxford University Press, Oxford. Kilian, L. and H. Lütkepohl (2017), Structural Vector Autoregressive Analysis, Cambrige University Press, Cambridge.

1	**Modulbezeichnung** 57387	**AI and Data in Business and Management**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: AI & Data in Business and Management (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt Felix Schäfer Dr. Lydia Mammen	

4	**Modulverantwortliche/r**	Dr. Lydia Mammen Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	**Inhalt**	In the seminar, which is supervised by Dr. Lydia Mammen (Vice President Data Analytics at adidas), the students work in groups on seminar papers on changing questions in the context of artificial intelligence, digital technologies, and data in business and management. The results are then presented, defended, and discussed at a final event.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	The students work in groups largely self-directed and autonomous. They analyze complex business issues in the context of the management of artificial intelligence, digital technologies and data in organizations. For this purpose, the students collect empirical data and review existing (scientific) literature, if necessary, and decide largely independently on the methods of analysis to be used. The goal is the development, structuring and presentation of detailed and specialized knowledge based on the current state of knowledge on the respective topic. The developed results are then jointly presented by the group in the seminar and defended in front of Dr. Mammen and Prof. Dr. Voigt.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	None.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Projekt-/Praktikumsbericht Präsentation Umfang des Projekt-/ Praktikumsberichts: 5.000 Wörter Präsentationsleistung: 20 Minuten Präsentation + 10 Minuten Diskussion
11	**Berechnung der Modulnote**	Projekt-/Praktikumsbericht (50%) Präsentation (50%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch

16	**Literaturhinweise**	None

1	**Modulbezeichnung** 57453	**Branchen- und themenspezifisches Nachhaltigkeitsmanagement** Industry and issue specific sustainability management	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Perspektiven des Nachhaltigkeitsmanagements - ein Debattierseminar (2 SWS) Es besteht Anwesenheitspflicht.	5 ECTS
3	Lehrende	Katrin Schwarzfischer Julia Pfannenmüller	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Markus Beckmann
5	**Inhalt**	Das Debattier-Seminar „Perspektiven des Nachhaltigkeitsmanagements“ soll die Kompetenzen der Studierenden zur kritischen Reflektion mittels Nachhaltigkeitsdebatten und der Nutzung von KI bei der Meinungsbildung stärken. Im Seminar werden wir zunächst anhand von systemtheoretischen Betrachtungen veranschaulichen, dass vermeintlich „einfache“ Lösungen oft komplizierter sind und aus unterschiedlichen Perspektiven beleuchtet und systemisch bewertet werden mu̇ssen. Danach werden vier Themenkomplexe abgeleitet, die fu̇r eine nachhaltige Entwicklung relevant sind, die aber auch ambivalent diskutiert werden. Zu diesen Themen werden wissenschaftlich fundierte Grundlagen, auch u̇ber Gastvorträge, vermittelt. Um unterschiedliche Perspektiven auf die Themen zu entwickeln, werden mit Hilfe des Persona-Konzepts Rollen geschaffen, die gegensätzliche Positionen zu den polarisierenden Themen haben können. Die Studierenden werden zufällig einer Rolle und einer Gruppe, die eine vorgegebene Fragestellung zu einem der vier Themenkomplexe behandelt, zugeteilt. Auf Grundlage der Rolle und der Fragestellung bereiten die Studierenden dazu passende Argumente vor. Diese Argumente sollen explizit mithilfe von ChatGPT und SciteAI, aber auch in Social Media recherchiert werden. Anschließend diskutieren die Studierenden jeweils in ihrer Rolle gemeinsam mit den Personen aus ihrer Themengruppe über die vorgegebene Fragestellung. Dazu werden im Vorfeld Methoden des Debattierens und der Rhetorik vermittelt. Neben der Debattenleistung sollen Studierende ihr Diskussionsthema in einer Hausarbeit in den systemtheoretischen und interdisziplinären Kontext einordnen und ihre eigene Debattierrolle reflektieren.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Am Ende des Seminars sind die Studierenden in der Lage • Nachhaltigkeitsthemen aus unterschiedlichen Perspektiven zu analysieren und zu reflektieren; • methodisch fundierte und strukturierte Debatten/Diskussionen zu führen; • ihre wissenschaftlichen Forschungskompetenzen anzuwenden; • KI-Tools kritisch und konstruktiv anzuwenden; • Soft Skills wie strukturierte Teamarbeit und professionelle Präsentationen anzuwenden.

7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	• Bereits besuchte Kurse zum Nachhaltigkeitsmanagement sind von Vorteil; • Bereitschaft zur aktiven Teilnahme an diskursiven Formaten; • Interesse an aktuellen und auch kontroversen Nachhaltigkeitsthemen; • Bereitschaft zum Perspektivwechsel und damit verbundene Einnahme verschiedener Rollen; • Motivation zur selbständigen Arbeit in einem Team.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation schriftlich Analyse eines aktuellen, kontroversen Nachhaltigkeitsthemas; Vorbereitung einer dazugehörigen, legitimen Position; Darlegung dieser in einem diskursiven Format. Zusammenfassende Reflexion der Debatte im Nachgang.
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (70%) schriftlich (30%) Entspricht der Teilnahme an einer Debatte (70%) und einem Reflexionsessay (30%).
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Alle notwendigen Materialien werden über StudOn zur Verfügung gestellt.

1	**Modulbezeichnung** 57455	**Regeneration and sustainable development**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Regeneration and sustainable development (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Francisco Layrisse Villamizar	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Markus Beckmann
5	**Inhalt**	The seminar provides content on the basics of regenerative practices across different industries and context. The course is divided into three general blocks. The first block of sessions will provide context into the importance of regeneration considering the limitations of currents frameworks such as corporate philanthropy, corporate social responsibility and corporate sustainability management. The second block of sessions will concentrate in understanding the regenerative principles, the importance of socio-ecological systems and circularity. The third block of sessions will focus on analysing regeneration/ circularity in practice by looking at: i) Innovative business models that include regenerative practices and/or circularity ii) Transitions towards regeneration in agrofood systems. iii) Industrial ecology and circular practices iv) Risk management practices for climate change Students will have a mid term presentation and final presentation where they will have identify an innovative business model that integrates regeneration/circularity. In addition, they will have to document in detail the aspects of the model.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	At the end of the seminar students will be able to: • Criticize and frame the limits of our current system • Articulate the root causes of todays wicked problems • Describe the underlying principles of regeneration and circularity • Define characteristics of regenerative and circular enterprises • Contrast traditional enterprises with innovative business/ practices models based on regeneration and/circularity
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Previous courses on sustainability management are recommended but not required.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Spezielle BWL Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Hausarbeit Präsentation Term paper: 25 pages, presentation: 18 minutes

11	**Berechnung der Modulnote**	Hausarbeit (50%) Präsentation (50%)
12	**Turnus des Angebots**	Unregelmäßig
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	All necessary materials will be provided via StudOn

1	**Modulbezeichnung** 57490	**Das Innovationsseminar** Innovation management seminar	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Das Innovationsseminar (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Hannah Altenburg Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt Daniel Krauss	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	**Inhalt**	In dem Seminar, welches vom Gründer und CIO (Chief Information Officer) von Flixbus (heute Flixmobility GmbH), Herrn Daniel Krauss, begleitet wird, erarbeiten die Studierenden zu wechselnden Rahmenfragestellungen des Innovationsmanagements in Gruppen Seminararbeiten. Die Ergebnisse dieser werden dann im Rahmen von einer Abschlussveranstaltung vorgetragen, verteidigt und diskutiert.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erarbeiten in Gruppen weitgehend selbstgesteuert und autonom Analysen zu komplexen betriebswirtschaftlichen Fragestellungen im Kontext des Innovationsmanagements, insbesondere zu den Themen Business Model Innovation und Innovationsmarketing. Hierzu führen die Studierenden ggf. empirische Datenerhebungen und Literaturrecherchen durch und entscheiden weitgehend eigenständig über die zu verwendenden Analysemethoden. Das Ziel ist die Erarbeitung, Strukturierung und Darstellung von detailliertem und spezialisiertem Wissen auf dem aktuellen Erkenntnisstand zu der jeweils ausgeschriebenen Fragestellung. Die erarbeiteten Ergebnisse werden anschließend gemeinsam von der Gruppe in dem Seminar vertreten und vor Herrn Daniel Krauss und Herrn Prof. Dr. Voigt verteidigt.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Hausarbeit Präsentation Umfang der Hausarbeit: 5.000 Wörter Präsentationsleistung: 20 Minuten Präsentation + 10 Minuten Diskussion
11	**Berechnung der Modulnote**	Hausarbeit (50%) Präsentation (50%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester

15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Kursspezifische Literatur wird im Kurs bekannt gegeben.

1	**Modulbezeichnung** 58000	**Hauptseminar spezielle Sozialökonomik 1** Advanced seminar: Social economics I	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Ergänzungsseminar zur Soziologie/ Sozialökonomik im Wahlpflichtbereich (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende		

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Tobias Wolbring
5	**Inhalt**	• Vertiefende Auseinandersetzung mit einem Thema aus dem Bereich der speziellen Sozialökonomik • Im Seminar setzen sich die Studierenden gründlich und auf der Basis anspruchsvoller i.d.R. englischsprachiger Fachliteratur mit einem aktuellen Thema aus
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden demonstrieren ihren souveränen Umgang mit der einschlägigen Fachliteratur und soziologischen/ sozialökonomischen Theorien und Methoden. Sie können wissenschaftliche Positionen erläutern, vertreten, kritisieren und verteidigen. Sie erwerben fundierte und detaillierte Fachkenntnisse zu spezifischen Fragestellungen in der Sozialökonomik und vertiefen ihre Kenntnisse darin, wie Methoden und Instrumente angewendet werden können.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	gemäß Seminarankündigung
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Seminararbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (bestanden/nicht bestanden) Seminararbeit (100%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Wird bekannt gegeben

1	**Modulbezeichnung** 58001	**Hauptseminar spezielle Sozialökonomik 2** Advanced seminar: Social economics 2	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Ergänzungsseminar zur Soziologie/ Sozialökonomik im Wahlpflichtbereich (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende		

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Tobias Wolbring
5	**Inhalt**	• Vertiefende Auseinandersetzung mit einem Thema aus dem Bereich der speziellen Sozialökonomik • Im Seminar setzen sich die Studierenden gründlich und auf der Basis anspruchsvoller i.d.R. englischsprachiger Fachliteratur mit einem aktuellen Thema aus
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden demonstrieren ihren souveränen Umgang mit der einschlägigen Fachliteratur und soziologischen/ sozialökonomischen Theorien und Methoden. Sie können wissenschaftliche Positionen erläutern, vertreten, kritisieren und verteidigen. Sie erwerben fundierte und detaillierte Fachkenntnisse zu spezifischen Fragestellungen in der Sozialökonomik und vertiefen ihre Kenntnisse darin, wie Methoden und Instrumente angewendet werden können.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	gemäß Seminarankündigung
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Seminararbeit Präsentation
11	**Berechnung der Modulnote**	Seminararbeit (100%) Präsentation (bestanden/nicht bestanden)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch oder Englisch
16	**Literaturhinweise**	Wird bekannt gegeben

1	**Modulbezeichnung** 58081	**Advanced marketing management VII**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Christian Oswald	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martina Steul-Fischer
5	**Inhalt**	• Theoretische Grundmodelle des Kundenmanagements • Operative und strategische Prozesse der Kundenannäherung • Operative und strategische Prozesse der Kundengewinnung • Operative und strategische Prozesse der Kundenpflege • Management der Prozesse des Kundenmanagements
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden können wissenschaftliche Grundlagen sowie spezialisiertes und vertieftes Fachwissen anhand der Prozesse, Instrumente und Prinzipien des Kundenmanagements erläutern und anwenden. Im Besonderen können sie in vertiefter und kritischer Weise Theorien, Terminologien, Besonderheiten, Grenzen und Lehrmeinungen des Faches erläutern, anwenden und reflektieren. Studierende können eigenständige Ideen und Konzepte zur Lösung wissenschaftlicher und praktischer Probleme im Bereich des Kundenmanagements anhand von Fallstudien entwickeln und anwenden.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Diller, H., Haas, A., Ivens, B. (2005), Verkauf und Kundenmanagement, Stuttgart.

1	**Modulbezeichnung** 59020	**Auslandsmodul** Study abroad module	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Auslandsmodul (	5 ECTS
3	Lehrende		

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Tobias Wolbring
5	**Inhalt**	Die an der ausländischen Universität besuchten Lehrveranstaltungen sollten einen thematischen Bezug zu den Inhalten des Masters haben. Eine Prüfung der Eignung der Lehrveranstaltung erfolgt durch den Masterkoordinator.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erwerben zusätzliches fachliches Wissen sowie Sprach- und Sozialkompetenz
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Learning Agreement
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	sonst
11	**Berechnung der Modulnote**	sonst (100%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: (keine Angaben zum Arbeitsaufwand in Präsenzzeit hinterlegt) Eigenstudium: (keine Angaben zum Arbeitsaufwand im Eigenstudium hinterlegt)
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	In Übereinstimmung mit den Angaben zu den Lehrveranstaltungen an der ausländischen Universität

1	**Modulbezeichnung** 53921	**Fallstudien Auditing** Case studies auditing	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Fallstudienseminar "Auditing" (2 SWS) Es gilt Anwesenheitspflicht.	5 ECTS
3	Lehrende		

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Benedikt Downar
5	**Inhalt**	Wechselnde Themenschwerpunkte aus Theorie und Praxis: Das Modul beschäftigt sich einerseits mit ökonomischen, gesellschaftsrechtlichen, familienrechtlichen und steuerlichen Anlässen der Unternehmens- und Anteilsbewertung (Schwerpunkt im Wintersemester). Andererseits werden die bilanzielle Bewertung von Unternehmensanteilen (nach HGB und IFRS), Kaufpreisallokation und Werthaltigkeitstests behandelt (Schwerpunkt im Sommersemester).
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden verfügen in diesen Bereichen über umfassendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen auf dem neuesten Erkenntnisstand einschließlich der praktischen Anwendung sowie eines kritischen Verständnisses der Theorien und Methoden. Dazu gehören sowohl die Lösungen nach HGB als auch nach IFRS einschließlich eines Verständnisses von Unterschieden und Gemeinsamkeiten. Die Studierenden sind in der Lage die Aussagekraft der Rechnungslegung nach HGB und IFRS in Hinblick auf eine Abbildung der Realität zu beurteilen und die momentan geltenden Rechtsnormen kritisch zu hinterfragen.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich/mündlich Seminararbeit Fallstudienbearbeitung (schriftliches Einreichen der Lösung sowie mündliche Verteidigung der Lösung).
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich/mündlich (50%) Seminararbeit (50%) Fallstudie 100%
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester Der Kurs kann nur einmalig besucht werden.
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch

16	**Literaturhinweise**	Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben.

1	**Modulbezeichnung** 57126	**Digital behavioral data**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Dr. Christoph Adrian Prof. Dr. Adrian Meier	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Adrian Meier
5	**Inhalt**	In this seminar, students will be introduced to working with digital behavioral data (DBD). DBD refers to digital traces of human behavior that are knowingly or unknowingly left in online environments (e.g., social media, messengers, entertainment media, or digital collaboration tools). These rich data are increasingly available to social scientific research in the public interest but can also be used to derive strategic insights for business decisions. Students will learn how to work with DBD alongside the entire research process, from data collection, preprocessing and analysis, to reporting and provision (e.g., via open science tools). Students will first get a comprehensive overview of the ways in which DBD can be collected (e.g., APIs, usage logging, mock-up virtual environments, or data donations), as well as the requirements for data protection, research ethics, and data quality. Afterwards, students will practice and apply their newly gained knowledge in small projects on use cases from media and communication research. In doing so, they learn about key computational methods via which large digital behavioral datasets (e.g., texts, images, usage behavior logs) can be processed and analyzed. By completing this module, participants will get an up-to-date overview and practical insights into how to harness the potential of observational data traces to better understand media users' behavior in digital environments.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students will • overview and understand central opportunities of DBD and accompanying challenges for data collection and preprocessing • evaluate the strengths and weaknesses of different ways of collecting DBD • get to know and understand central requirements for data protection, research ethics, and data quality • get to know and overview key computational social science methods to analyze DBD • practice and apply knowledge on DBD, statistics, and data analysis in small projects of their ownHaus-/Seminararbeit
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Interest in social scientific perspectives on media, communication, and digital technologies. Basic knowledge of working with statistical software such as Stata, R, Python, or SPSS is required.

		Students are recommended, but not required, to also visit the lecture *Data Science: Foundations, Tools, Applications in Socio-Economics and Marketing*. Registration takes place via StudOn.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 • Module in MSc Socioeconomics, in the specializations “Data Science” and “Market and Media Research” • Module in MSc Marketing, in module group “Marketing”
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Portfolio Haus-/Seminararbeit und Referat/Präsentation
11	**Berechnung der Modulnote**	Portfolio (100%) Haus-/Seminararbeit (60%) Referat/Präsentation (40%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 50 h Eigenstudium: 100 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Engel, U., Quan-Haase, A., Liu, S. X., & Lyberg, L. (Eds.). (2022). Handbook of computational social science: Theory, case studies and ethics (Vol. 1). Routledge. Engel, U., Quan-Haase, A., Liu, S. X., & Lyberg, L. (2022). Handbook of computational social science: Data science, statistical modelling, and machine learning methods (Vol. 2). Routledge. GESIS - Leipniz-Institut für Sozialwissenschaften. (2022). Digitale Verhaltensdaten. https://www.gesis.org/institut/digitale-verhaltensdaten

		Salganik, M. J. (2019). Bit by bit: Social research in the digital age. Princeton University Press. van Atteveldt, W., Trilling, D., & Arcíla Calderón, C. (2022). Computational analysis of communication: A practical introduction to the analysis of texts, networks, and images with code examples in Python and R. Wiley Blackwell.

1	**Modulbezeichnung** 57127	**Nachhaltigkeitskommunikation** Sustainability communication	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Nachhaltigkeitskommunikation (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Adrian Meier	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Adrian Meier
5	**Inhalt**	Nachhaltigkeit bezieht sich auf die zukunftssichere und generationengerechte Verwendung ökologischer, sozialer und ökonomischer Ressourcen. Zum einen meint Nachhaltigkeitskommunikation das Handeln professioneller Kommunikatoren, etwa wenn Unternehmen ihr (mehr oder weniger) nachhaltiges Handeln nach Außen kommunizieren (z. B. CSR-Kommunikation, Greenwashing). Zum anderen umfasst es die Kommunikation gesellschaftlicher Akteure und Interessengruppen (z. B. Protestbewegungen, NGOs), die nachhaltiges Handeln einfordern. Schließlich sind der gesamtgesellschaftliche Diskurs um Nachhaltigkeit (bspw. zum Klimawandel) sowie die Wirkungen von Nachhaltigkeitskommunikation auf Individuen, kollektive Akteure und die Gesellschaft als Ganzes gemeint. In diesem Seminar nehmen wir nacheinander alle vier Perspektiven ein (Unternehmenskommunikation, Aktivismus, gesamtgesellschaftliche Kommunikation und Kommunikationswirkungen). Das Seminar verbindet dabei eine forschungsbasierte, diskursive Auseinandersetzung mit kleineren praktischen Kommunikationsprojekten.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erwerben umfassendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen im Feld der Nachhaltigkeitskommunikation, z.B. Kommunikationsstrategien über Nachhaltigkeit, Nachhaltigkeit im gesellschaftlich-politischen Diskurs und Folgen dieser Kommunikationsprozesse. • erwerben durch die Auseinandersetzung mit dem Thema und die regelmäßige Diskussion mit Mitstudierenden und Fachvertretern Problemlösungs-, Kommunikations- und Medienkompetenzen. • entwickeln die Fähigkeit, Prozesse und Herausforderungen der Nachhaltigkeitskommunikation zu analysieren, kritisch einzuordnen und Lösungen diskursiv zu erarbeiten.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Die Anmeldung erfolgt über StudOn.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222

		• MSc Sozialökonomik mit Schwerpunkt „Nachhaltigkeit“ sowie „Markt- und Medienforschung“ • MSc Sozialökonomik Vertiefungsbereich • Wahlbereiche in MSc-Studiengängen Marketing, Management, IBS und MIGG
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Fallstudie(n) Fallstudie(n)
11	**Berechnung der Modulnote**	Fallstudie(n) (100%) Fallstudie(n) (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	• Heinrich, P. (Hrsg.). (2018). CSR und Kommunikation: Unternehmerische Verantwortung überzeugend vermitteln. Springer Berlin Heidelberg. • Hoppe, I., & Wolling, J. (2017). Nachhaltigkeitskommunikation. In H. Bonfadelli, B. Fähnrich, C. Lüthje, J. Milde, M. Rhomberg, & M. S. Schäfer (Hrsg.), Forschungsfeld Wissenschaftskommunikation (S. 339–354). Springer Fachmedien Wiesbaden • Neverla, I., & Schäfer, M. S. (Hrsg.). (2012). Das Medien-Klima. VS Verlag für Sozialwissenschaften • Neverla, I., Taddicken, M., Lörcher, I., & Hoppe, I. (Hrsg.). (2019). Klimawandel im Kopf: Studien zur Wirkung, Aneignung und Online-Kommunikation. Springer Fachmedien Wiesbaden.Kümpel, A. S., • Peter, C., Schnauber-Stockmann, A., & Mangold, F. (Hrsg.). (2022). Nachhaltigkeit als Gegenstand und Zielgröße der Rezeptions- und Wirkungsforschung: Aktuelle Studien und Befunde. Nomos.

1	**Modulbezeichnung** 57320	**Foundations of linked data**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung mit Übung: Foundations of Linked Data (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Andreas Harth	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Andreas Harth
5	**Inhalt**	The Linked Data principles provide a unified interface to data and software systems based on web architecture. Linked Data is increasingly popular in scenarios where data and systems from multiple providers have to be integrated, both in an enterprise setting and on open data from the web. The module covers foundational techniques to access, process and integrate data, both from a theoretical and a practical perspective, and provides a coherent treatment of protocols and languages specified by the World Wide Web Consortium. The module combines techniques from different areas, such as databases and artificial intelligence, adapted for use in a decentralised setting on the web. The overarching topic is to facilitate data integration on the basis of resource-oriented modelling, knowledge representation, hyperlinks and state transfer between user agents and servers. The module sets out with web architecture fundamentals (URIs, HTTP, hypertext), then introduces the RDF data model and Linked Data principles. It covers SPARQL querying and query processing, data integration with enterprise knowledge graphs, and vocabulary design using RDFS. The module examines formal semantics and entailment regimes (simple, RDF, RDFS, OWL LD), explores ontology modelling with OWL LD, and addresses practical data sharing via the Linked Data Platform. It concludes with combining query processing and entailment for integrated reasoning over distributed data sources.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	- Reading and writing RDF documents in Turtle syntax - Accessing and publishing RDF documents as Linked Data - Querying both local and online data with SPARQL - Translating SPARQL queries to SPARQL algebra expressions - Applying Linked Data technologies for Enterprise Knowledge Graphs - Modelling and publishing own vocabularies in RDF Schema and OWL (Web Ontology Language) - Defining the model-theoretic meaning of RDF graphs - Carrying out SPARQL query evaluation, including entailment
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Students should have a basic understanding of how the internet and the web work. Some knowledge of relational databases is beneficial.

8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	- Tim Berners-Lee. This is for everyone. 2025 - Tom Heath, Christian Bizer. Linked Data: Evolving the Web into a Global Data Space. Morgan & Claypool, 2011. - Dean Allemang. Semantic Web for the Working Ontologist: Effective Modeling in RDFS and OWL. Morgan Kaufmann, 2008. - Tim Berners-Lee. Scientific American Magazine, 2001

1	**Modulbezeichnung** 55960	**Spatial economics**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: MA V Spatial Economics (2 SWS) Übung: MA Üb Spatial Economics (2 SWS) Attendance of the presentations is mandatory.	2,5 ECTS 2,5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Matthias Wrede Ramona Müller	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Matthias Wrede
5	**Inhalt**	Urban Economics, Trade, Mobility, and Agglomeration, Spatial Concentration, Regional Policy
6	**Lernziele und Kompetenzen**	After successful completion of this course, • Students are able to describe and to internationally compare the regional patterns of major economic activities in terms of stylized facts. • Students are able to present, interpret, and discuss selected theories in regional and urban economics. • Students are able to apply and assess selected empirical methods in spatial economics. • Students are able to assess empirical tests of selected hypotheses from theories in regional and urban economics to evaluate and critically examine their informative value. • Students are able to discuss and evaluate regional political implications of selected economic theories in regional and urban economics. • Students will assess, evaluate and discuss selected recent research papers in English.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Microeconomics and Econometrics I recommended
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten) Präsentation Attendance of the presentations is mandatory.
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (80%) Präsentation (20%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester

15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Will be announced in the course.

1	**Modulbezeichnung** 57125	**Data Science: Foundations, tools and applications in Socio-economics and Marketing** Data science: Foundations, tools and applications in socioeconomics and marketing	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Data Science: Foundations, Tools, Applications in Socio-Economics and Marketing (2 SWS) (WiSe 2026)	0 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Tobias Wolbring Prof. Dr. Malte Reichelt Patrick Rubner	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Tobias Wolbring
5	**Inhalt**	The lecture provides an overview over foundations, tools and applications of data science in the areas of socio-economics and marketing. Different types of data sources and general tools how to analyze them will be discussed. Furthermore, exemplary studies applying those kinds of data and analysis tools for a variety of topics will be discussed in the lecture.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	The students will • gain an overview over the foundations and tools of data science • broaden their understanding of the potentials and pitfalls of these tools • advance their critical thinking about empirical evidence • learn to connect theoretical considerations and empirical analyses • apply the tools to specific research questions
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Firm knowledge of regression analysis, in particular linear regression, is recommended.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30h Eigenstudium: 120h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester

15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Salganik, Matthew J. (2017): Bit by Bit: Social Research in the Digital Age. Princeton University Press.

1	**Modulbezeichnung** 52592	**Quantitative methods in energy market modelling**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung mit Übung: MA Quantitative Methods in Energy Market Modelling (3 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Karl Gregor Zöttl	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Karl Gregor Zöttl
5	**Inhalt**	It is the purpose of the course to understand and quantitatively analyse the economic interaction of the players and institutions in liberalized energy markets. Liberalized electricity markets can be segmented in a regulated part (the networks) and the non-regulated parts (generation and retail) where private companies interact in a market environment. The interaction of the different agents is analysed with computational equilibrium frameworks based the concepts applied in industrial organization. Next to the fundamental understanding of the relevant market interaction, the models allow for a quantitative analysis of proposals for the design of energy markets. The participants thus develop the tools for an autonomous assessment of currently discussed policies in liberalized electricity markets (e.g. changed support schemes for renewables, changed network tariff systems, impact of capacity markets). The course aims at students in the field of economics /business as well as students in the fields of engineering and mathematics. An integral part of the course id formed by homework assignments conducted in groups. The ability to cooperate also beyond the classical limits of each discipline is an important qualification for the students careers, which should be stimulated in the context of this course.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	The students: • develop a clear picture of the relevant market participants in liberalized electricity markets and understand their incentives and objectives • learn fundamental concepts and models which allow to analyze the interaction at those markets • get to know important publically available data sources which allow for a quantitative analysis of the market situations considered • know the current challenges when designing those markets and can quantitatively analyze the solutions proposed in the current policy debate.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	The students should be familiar with the mathematical methods acquired during their Bachelor degree. Institutional knowledge of electricity markets is not required.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222

10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur Hausarbeit/Seminararbeit (Work on assignment sheets in groups of up to 3 students, approx. 15 pages) (The written examination will last 90 minutes)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (80%) Hausarbeit/Seminararbeit (20%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Daniel Kirschen and Goran Strbac: Power System Economics, Wiley 2004. Steven Stoft: Power System Economics, Wiley 2002. Wolfgang Ströbele, Wolfgang Pfaffenberger, Michael Heuterkes: Energiewirtschaft, Oldenbourg 2010.

1	**Modulbezeichnung** 54101	**Strategic communication**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Julius Klingelhöfer	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Adrian Meier
5	**Inhalt**	In diesem praxisbezogenen Seminar entwickeln Studierende eigenständig Kommunikationsstrategien & -konzepte. Dabei kooperieren wir mit Partnerorganisationen aus Wirtschaft und Gesellschaft wie Unternehmen, NGOs, Vereinen oder Gewerkschaften. Studierende erlernen den Prozess der Entwicklung eines strategischen Kommunikationskonzeptes von der Analyse der Ausgangslage bis zur Vorstellung des Kommunikationsprogrammes vor der Partnerorganisation. Studierende lernen dabei praktische Problemstellungen zu lösen und Kommunikationsmaßnahmen an einer übergeordneten Strategie auszurichten.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erwerben fundierte Kenntnisse aus verschiedenen Bereichen der strategischen Kommunikation, z.B. Kommunikationsstrategien, Nutzung, Rezeption und Wirkung strategischer Kommunikation • erwerben durch die Auseinandersetzung mit dem Thema und die regelmäßige Diskussion mit Mitstudierenden, Fachvertretern und Berufspraktikern Problemlösungs-, Kommunikations- und Medienkompetenzen, die Bedeutung für unterschiedliche Berufsfelder im Bereich Kommunikation und Medien besitzen • entwickeln die Fähigkeit, strategische Kommunikationsprozesse und -probleme zu analysieren und Lösungen diskursiv zu behandeln • sind in der Lage, auf Basis eines Briefings eines realen Auftraggebers eine Analyse der Kommunikationssituation zu erarbeiten und die Aufgabenstellung mit dem Auftraggeber zu konkretisieren • können auf Basis des Briefings eine Kommunikationsstrategie entwickeln. • können die Kommunikationsstrategie in einen Maßnahmenplan überführen und für verschiedene Zielgruppen einen integrierten Maßnahmenplan erstellen • wissen, wie die Kommunikationsziele überprüft werden können • können das entwickelte Kommunikationskonzept überzeugend beim Auftraggeber präsentieren
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine. Die Anmeldung erfolgt über StudOn.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!

9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 • MSc Sozialökonomik mit Schwerpunkt „Markt- und Medienforschung“ • MSc Sozialökonomik Vertiefungsbereich • MSc Arbeitsmarkt und Personal Vertiefungsbereich • Wahlbereiche in MSc-Studiengängen Marketing, Management, IBS und MIGG
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Fallstudie(n) Fallstudie(n)
11	**Berechnung der Modulnote**	Fallstudie(n) (100%) Fallstudie(n) (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	• Blank, C. (2022). Das Kommunikationskonzept Einführung in die Entwicklung von Kommunikationskonzepten – In zehn Schritten zum Erfolg. Springer Gabler. • Bruhn, M., Esch, F.-R., & Langner, T. (Eds.). (2016). Handbuch Strategische Kommunikation: Grundlagen - Innovative Ansätze - Praktische Umsetzungen. Springer Fachmedien Wiesbaden. • Hansen, R. & Schmidt, S. (2011). Konzeptionspraxis: Eine Einführung für PR- und Kommunikationsfachleute. 5. Aufl. FAZ Buch. • Schmidbauer, K. & Knödler-Bunte, E. (2004). Das Kommunikationskonzept. Konzepte entwickeln und präsentieren. University press, UMC Potsdam.

1	**Modulbezeichnung** 57290	**Enterprise knowledge management**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Prof. Dr. Sven Laumer	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Sven Laumer
5	**Inhalt**	Lecture on demand: This module uses the Flipped Classroom method and provides an advanced perspective on enterprise knowledge management. It focuses on knowledge management strategy and processes, knowledge management governance, knowledge modelling and visualization as well as concepts like crowdsourcing, open innovation and crowdfunding in a knowledge management context. From a theoretical perspective, the module introduces social networks and social network analysis as base for enterprise knowledge management. Tutorial: The contents of the lecture on demand are further discussed by means of exercises and case studies. Practical exercises are conducted using common social network analysis or knowledge management software.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students can analyze, visualize, design and discuss enterprise knowledge management approaches.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	None
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 80 h Eigenstudium: 70 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	TBA

1	**Modulbezeichnung** 57086	**Electronic human resources management**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung mit Übung: Electronic Human Resources Management (E-HRM) (4 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Tina Wölfl Prof. Dr. Sven Laumer	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Sven Laumer
5	**Inhalt**	Die Unterlagen zur Vorlesung und Übung sind auf *Englisch* und *Deutsch* verfügbar. Eigenständige Wahl welche Sprache genutzt wird (Wahlfreiheit). Agenda: • Part A: Fundamentals of strategic and electronic HRM • Part B: Social Media • Part C: Data-driven approaches and their use in HRM • Part D: Challenges and opportunities of E-HRM Der Kurs beschäftigt sich mit dem Management einer der wichtigsten Ressourcen im Unternehmen: dessen MitarbeiterInnen. Neben der Vermittlung von Grundlagen zum Human Resources Management (HRM) wird insbesondere auf den Einsatz und die Entwicklung von digitalen Technologien eingegangen und betrachtet, wie digitale Arbeitssysteme das Personalmanagement verändern. Dabei wird auf Grundlagen des strategischen und elektronischen Human Resources eingegangen und es wird der Einsatz von Social Media im HR-Bereich betrachtet. Zudem werden datengetriebene Ansätze und deren Nutzung im HR sowie Herausforderungen und Chancen von elektronischem Human Resources Management (E-HRM) diskutiert.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Das generelle Lern- und Qualifikationsziel des Moduls ist es, Studierende Wissen über den Einsatz und die Entwicklung von digitalen Technologien im Personalwesen erlangen, Auswirkungen digitaler Technologien auf Human Resources Management (HRM) erklären und digitale Innovationen für HRM gestalten können.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Die Anmeldung über die vhb (www.vhb.org) ist notwendig, um Zugang zum StudOn Kurs zu erhalten.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten) Präsenzklausur. Die Prüfungsleistungen sind auf *Englisch* und *Deutsch* verfügbar (Wahlfreiheit) - AUSNAHME: Rein englischsprachige Studiengänge müssen die Sprache Englisch wählen - genaueres regelt die PO des jeweiligen Studiengangs.

11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 1 h Eigenstudium: 149 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch oder Englisch
16	**Literaturhinweise**	References are provided during the lectures

1	**Modulbezeichnung** 53060	**Institutionen und Organisationen des Arbeitsmarktes** Labor market institutions and organizations	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Institutionen und Organisationen des Arbeitsmarktes (2 SWS) Übung: Übung Institutionen und Organisationen des Arbeitsmarktes (2 SWS)	3 ECTS 2 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Claus Schnabel Jan Weikl	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Claus Schnabel
5	**Inhalt**	• Gewerkschaften und Arbeitgeberverbände • Tarifautonomie • Mindestlöhne • Betriebsräte und Mitbestimmung • Arbeitsrechtliche Schwellenwerte • Kündigungsschutz • Arbeitslosenversicherung • Bundesagentur für Arbeit
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Das Modul analysiert verschiedene Institutionen und Organisationen des Arbeitsmarktes und ihre Arbeitsmarktwirkungen, vorwiegend aus wirtschaftswissenschaftlicher Perspektive. Die Studierenden erschließen die ökonomische Bedeutung arbeitsrechtlicher und sozialpolitischer Regelungen und beurteilen die Rolle und Wirkung der Tarifparteien, der Betriebsräte und der Bundesagentur für Arbeit. Sie werden in die Lage versetzt, die vorgestellten Theorien kritisch zu reflektieren, empirische Arbeitsmarktstudien zu interpretieren und zu hinterfragen, wirtschaftspolitische Maßnahmen zu bewerten sowie eigene Handlungsempfehlungen zu entwickeln. Sie erstellen gemeinsam mit anderen Präsentationen und geben Kommiliton*innen wertschätzendes Feedback zu deren Präsentationen.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation mündlich (20 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (bestanden/nicht bestanden) mündlich (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h

14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Boeri ,T./van Ours, J.: The Economics of Imperfect Labor Markets, 3. Aufl., Princeton 2021; Wagner, T./Jahn, E.: Neue Arbeitsmarkttheorien, 2. Aufl. 2004 (v.a. Teil III); Aktuelle Forschungsliteratur

1	**Modulbezeichnung** 52910	**Labor market policy**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Prof. Dr. Gesine Stephan Prof. Dr. Melanie Arntz	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Melanie Arntz Prof. Dr. Gesine Stephan
5	**Inhalt**	The module analyzes main topics in labor market policy, with a focus on recent labor market trends, evaluation studies of labor market institutions, and active and passive labor market programs
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students • acquire specialized knowledge on policy debates, theoretical backgrounds, evaluation techniques, and empirical evidence for core labor market policies. • assess theoretical approaches, applied methods, and empirical results of recent research papers. • clearly present and scrutinize complex facts and results. • discuss presentations of fellow students and provide constructive feedback.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Solid knowledge in microeconomics and econometrics
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Diskussionsbeitrag Seminararbeit Präsentation
11	**Berechnung der Modulnote**	Diskussionsbeitrag (bestanden/nicht bestanden) Seminararbeit (100%) Präsentation (bestanden/nicht bestanden)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Boeri, T., van Ours. J. (2013). The Economics of Imperfect Labor Markets, 2nd edition. Princeton: Princeton University Press. Varying recent literature

1	**Modulbezeichnung** 57134	**People Analytics - Data Science für Human Resources Management** People analytics - Data science for human resources management	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: People Analytics (4 SWS) People Analytics is organized as a self-study course. People Analytics ist als Selbstlernkurs organisiert.	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Sven Laumer	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Sven Laumer
5	**Inhalt**	Decision-making is a critical task for HR departments. They not only must handle the onboarding and offboarding of an employee, but are also responsible for optimizing each stage of the employee life cycle and all the processes related to it. Hence, HR experts seek the help of precise data to determine the best course of action. In small companies, information can be easily collected and organized; however, as companies grow, and their number of employee increases, the challenges of managing a larger workforce begins to surface. Thankfully, technological advancements have brought a new set of tools that HR experts can use to aid their decision making. With the right implementation, companies can measure the effectiveness of their business strategies, optimize resources, and improve the employee experience. In this context, People Analytics is a new concept that has been established in science and in practice, which comprises of the processes of collecting, analyzing, and reporting relevant HR information to make data-driven decisions. The lecture videos are pre-recorded and available via StudOn, but make sure to register via https://kurse.vhb.org/ first. Die Entscheidungsfindung ist eine wichtige Aufgabe für Personalabteilungen. Sie müssen sich nicht nur um das Onboarding und Offboarding eines Mitarbeiters kümmern, sondern sind auch für die Optimierung jeder Phase des Mitarbeiterlebenszyklus und aller damit verbundenen Prozesse verantwortlich. Daher sind die Personalverantwortlichen auf präzise Daten angewiesen, um die beste Vorgehensweise zu bestimmen. In kleinen Unternehmen können Informationen leicht gesammelt und organisiert werden. Wenn das Unternehmen jedoch wächst und die Zahl der Mitarbeiter zunimmt, werden die Herausforderungen der Verwaltung einer größeren Belegschaft immer größer. Glücklicherweise hat der technologische Fortschritt eine Reihe neuer Instrumente hervorgebracht, die HR-Experten bei der Entscheidungsfindung helfen können. Mit der richtigen Implementierung können Unternehmen die Effektivität ihrer Geschäftsstrategien messen, Ressourcen optimieren und die Erfahrungen ihrer Mitarbeiter verbessern. In diesem Zusammenhang ist People Analytics ein neues Konzept, das sich in der Wissenschaft und in der Praxis etabliert hat. Es umfasst die Prozesse der Sammlung,

		Analyse und Berichterstattung relevanter HR-Informationen, um datengestützte Entscheidungen zu treffen. Die Vorlesungsvideos sind voraufgezeichnet und über StudOn verfügbar. Bitte melden Sie sich vorher über die https://kurse.vhb.org/ an.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students should be able to discuss why People Analytics is an important concept in the context of Human Resource Management, and differentiate between the different pillars of PA. Furthermore, they should be able to independently implement a People Analytics projects. Die Studierenden sollen erörtern können, warum People Analytics ein wichtiges Konzept im Kontext des Human Resource Managements ist, und die verschiedenen Säulen von PA unterscheiden können. Darüber hinaus sollen sie in der Lage sein, selbstständig ein People Analytics Projekt durchzuführen.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	• Students should have a basic familiarity with data mining and data analytics methods and tools. • Some elementary knowledge of programming in Python and R is recommended. • Die Studierenden sollten mit den Methoden und Werkzeugen des Data Mining und der Datenanalyse grundlegend vertraut sein. • Grundlegende Kenntnisse der Programmierung in Python und R werden empfohlen.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten) The course evaluation will be conducted through a written examination on paper, lasting 90 minutes with a maximum of 90 points achievable. The exam will include a mix of single-choice questions, multiple-choice questions, and open-ended questions, covering all eight chapters of the course. Open-ended questions will account for 35% of the total score and will be based on short case studies, where students will be expected to discuss aspects of ML models and data analysis. The case studies introduced during lectures will serve as valuable guidance for preparing for this part of the exam. Die Leistungsbewertung des Kurses erfolgt durch eine schriftliche Prüfung auf Papier, die 90 Minuten dauert und bei der maximal 90 Punkte erreicht werden können. Die Prüfung besteht aus einer Kombination von Single-Choice-Fragen, Multiple-Choice-Fragen sowie offenen Fragen und deckt alle acht Kapitel des Kurses ab. Die offenen Fragen machen 35 % der Gesamtbewertung aus und basieren auf kurzen Fallstudien, in denen von den Studierenden erwartet wird, dass sie Aspekte von ML-Modellen und der Datenanalyse diskutieren. Die in den Vorlesungen behandelten Fallstudien dienen dabei als wertvolle Orientierung für die Vorbereitung auf diesen Teil der Prüfung.

11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%) The final grade will be determined solely on the basis of the written examination. Die Endnote wird ausschließlich auf Grundlage der schriftlichen Prüfung ermittelt.
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 0 h Eigenstudium: 150 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch Deutsch oder Englisch Englisch
16	**Literaturhinweise**	All relevant material will be provided in StudOn. Alle relevanten Materialien werden in StudOn zur Verfügung gestellt.

1	**Modulbezeichnung** 53296	**Economics of innovation**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung mit Übung: Economics of Innovation (Lecture and Tutorial) (4 SWS) Students are required to be present on the day when presentations will be held.	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Markus Nagler	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Markus Nagler
5	**Inhalt**	The lecture provides an introduction to economic topics in innovation and on new ideas. The course first sets out general problems in the economics of innovation such as the public goods nature of ideas and the importance of innovation for economic prosperity. In the second part, the course discusses labor and personnel issues in innovation policy, for example the design of incentives for innovation. In the third part, the course analyses issues in intellectual property rights and public economics topics such as public funding of research or the role of universities.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students know the key issues in the economics of innovation and the impacts of potential public policies to promote innovation. They are able to assess current research in the economics of innovation and are able to relate its results to fundamental policy questions in the area. Students are acquainted with important empirical approaches in the area.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Basic microeconomics, basic econometrics
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich/mündlich Students will have to present one paper (potentially in groups) that picks up a topic from the lecture. In addition, students have to produce a referee report on a paper related to the topics of the lecture. I will provide a list of possible papers for both assignments in the first weeks of lectures.
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich/mündlich (100%) Both assignments will be marked independently, with the final grade reflecting a weighted average of both single grades. Discussion paper (50%) and presentation (50%).
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch

16	**Literaturhinweise**	• Bryan, Kevin and Heidi Williams (2021): Markets for innovation: Market failures and public policies, Handbook of Industrial Organization 5(1):281-388, Chapter 13 • Bloom, Nicholas, John Van Reenen and Heidi Williams (2019): A Toolkit of Policies to Promote Innovation, Journal of Economic Perspectives 33(3): 163-184 • Scotchmer, Suzanne. Innovation and incentives. MIT press, 2004. • Stephan, Paula. How economics shapes science. Harvard University Press, 2012.

1	**Modulbezeichnung** 58072	**Advanced marketing management I: Service Marketing** Advanced marketing management I: Services marketing	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Prof. Dr. Martina Steul-Fischer	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Martina Steul-Fischer
5	**Inhalt**	In dieser Veranstaltung werden die Charakteristika von Dienstleistungen aufgezeigt und die Instrumente sowie Besonderheiten des Dienstleistungsmarketings dargestellt und diskutiert. Es wird vertiefend auf einzelne Aspekte und aktuelle Forschungsergebnisse zum Dienstleistungsmarketing eingegangen. Studierende sollen im Rahmen der Veranstaltung insbesondere die Kompetenz erwerben, eine wissenschaftliche Fragestellung eigenständig zu bearbeiten, einen Lösungsvorschlag zu unterbreiten und zu verteidigen.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden können wissenschaftliche Grundlagen des Dienstleistungsmarketings sowie spezialisiertes und vertieftes Fachwissen erläutern, anwenden und bewerten. Im Besonderen können Sie in vertiefter und kritischer Weise zudem die Theorien, Terminologien, Besonderheiten, Grenzen und Lehrmeinungen des Faches Dienstleistungsmarketing erläutern, anwenden und reflektieren. Die Studierenden können eigenständige Ideen und Konzepte zur Lösung wissenschaftlicher Probleme im Dienstleistungsmarketing entwickeln. Studierende können komplexe fachbezogene Inhalte klar und zielgruppengerecht präsentieren, in Diskussionen argumentativ vertreten, sowie das eigene Argumentationsverhalten in kritisch-reflexiver Weise erweitern.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende, bei denen die Veranstaltung zum Kernbereich gehört, vorrangig behandelt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Seminararbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Seminararbeit (100%) Diese finale Modulnote ergibt sich dabei anteilig aus: - Seminararbeit: 60 % - Präsentation: 40 %
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester

13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Wirtz, J., Lovelock, C. H. (2022): Services marketing: people, technology, strategy, 9. Aufl., Hackensack, NJ. Zeithaml, V.A., Bitner, M. J., Gremler, D. D. (2023): Services marketing: integrating customer focus across the firm, 8. Aufl. (europäische Edition), Dubuque.

1	**Modulbezeichnung** 54062	**Principles of marketing V**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Marketingseminar (4 SWS) (SoSe 2026)	5 ECTS
3	Lehrende	Melissa-Nokshi Rahman Prof. Dr. Andreas Fürst	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Andreas Fürst
5	**Inhalt**	Die Studierenden arbeiten sich in eine aktuelle Fragestellung in der Marketingforschung ein (z.B. auf den Gebieten Kundenmanagement, Industriegütermarketing und Vertriebspolitik).
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden können weitgehend eigenständig Forschungsfragen mit Hilfe qualitativer oder quantitativer Methoden beantworten. Die Studierenden können sich eigenständig Wissen über wissenschaftliche Fachthemen erschließen und dieses anwenden. Sie können wissenschaftliche Studien aus international referierten Marketingjournals kritisch reflektieren und Studienergebnisse in den Gesamtkontext einordnen sowie deren Beitrag zur wissenschaftlichen Forschung gewichten. Die Studierenden können eigenständige Ideen zur Lösung wissenschaftlicher Probleme entwickeln und verteidigen. Die Studierenden können die Ergebnisse ihrer Ausarbeitungen auf einem wissenschaftlichen Niveau präsentieren und bereichsspezifische wie auch übergreifende Diskussionen führen. Die Studierenden können im Hinblick auf die Anfertigung der Masterarbeit Ziele für die eigene Entwicklung definieren sowie eigene Stärken und Schwächen reflektieren.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Studien- und Prüfungsleistungen aller Pflichtmodule des 1. Semesters erfolgreich erbracht. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende, bei denen die Veranstaltung zum Pflichtbereich gehört, vorrangig behandelt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls. **Das Marketingseminar wird regelmäßig im Wintersemester angeboten, vereinzelt auch im Sommersemester.**
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Seminararbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Seminararbeit (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester

15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch Englisch
16	**Literaturhinweise**	Literaturangaben erfolgen durch den Lehrstuhl vor Beginn des Semesters.

1	**Modulbezeichnung** 54052	**Principles of marketing IV**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Marketing Seminar (4 SWS) (SoSe 2026)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer
5	**Inhalt**	Die Studierenden arbeiten sich in eine aktuelle Fragestellung in der Marketingforschung ein (z.B. auf den Gebieten Marktforschung, Preismanagement, Produkt- und Innovationsmanagement und Konsumentenverhalten).
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden können weitgehend eigenständig Forschungsfragen mit Hilfe qualitativer oder quantitativer Methoden beantworten. Die Studierenden können sich eigenständig Wissen über wissenschaftliche Fachthemen erschließen und dieses anwenden. Sie können wissenschaftliche Studien aus international referierten Marketingjournals kritisch reflektieren und Studienergebnisse in den Gesamtkontext einordnen sowie deren Beitrag zur wissenschaftlichen Forschung gewichten. Die Studierenden können eigenständige Ideen zur Lösung wissenschaftlicher Probleme entwickeln und verteidigen. Die Studierenden können die Ergebnisse ihrer Ausarbeitungen auf einem wissenschaftlichen Niveau präsentieren und bereichsspezifische wie auch übergreifende Diskussionen führen. Die Studierenden können im Hinblick auf die Anfertigung der Masterarbeit Ziele für die eigene Entwicklung definieren sowie eigene Stärken und Schwächen reflektieren.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Studien- und Prüfungsleistungen aller Pflichtmodule des 1. Semesters erfolgreich erbracht. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende, bei denen die Veranstaltung zum Pflichtbereich gehört, vorrangig behandelt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls. **Das Marketingseminar wird regelmäßig im Wintersemester angeboten, vereinzelt auch im Sommersemester.**
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Seminararbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Seminararbeit (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester

15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch Englisch
16	**Literaturhinweise**	Literaturangaben erfolgen durch den Lehrstuhl vor Beginn des Semesters.

1	**Modulbezeichnung** 65985	**Advanced Business Analytics Seminar** Advanced business analytics seminar	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Advanced Business Analytics Seminar (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Yannick Rank	

4	**Modulverantwortliche/r**	Dr. Pavlina Kröckel
5	**Inhalt**	The problems faced by decision makers in today's competitive business environment are complex and multi-faceted, and often require skills that go beyond theoretical data science knowledge. Solving such problems effectively requires the employment of a structured approach to business problem-solving. **Advanced Analytics** is defined by Gartner as *"the autonomous or semi-autonomous examination of data or content using sophisticated techniques and tools, typically beyond those of traditional business intelligence (BI), to discover deeper insights, make predictions, or generate recommendations*." Advanced Analytics refers to the fields of Machine Learning, Predictive Analytics, Process Mining, Text Mining, and Social Network Analysis, to name a few. It is presumed that participants are familiar with the theoretical concepts from one or more of the mentioned data science areas. The focus of the seminar is on the application of those concepts on given use cases from industry. This course is mostly organized as a self-study. Work will be done in groups of three to five students. All topics are presented and explained in the kick-off session, as well as organizational issues and other relevant information. Teams will have to present their progress on the chosen topic.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students gain practical skills in extracting and manipulating structured and unstructured data, executing methods for descriptive, predictive, or prescriptive analysis, and effectively interpreting and presenting analytic results. Thus, students do not only get hands-on technical experience but also gain domain knowledge and learn soft-skills relevant for data scientist (e.g., teamwork, critical thinking, storytelling). For **students without technical knowledge**, we will also offer topics requiring literature review, case study analysis or conceptual design. Whenever possible, we assign topics that are currently important for our cooperation partners.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	For the technical topics: • Students should have at least introductory level data mining and machine learning knowledge. • Preference is given to students who have taken the Business Intelligence lecture offered in the summer semester. For non-technical topics: no pre-requisits. **Registration** via StudOn is **required**. The registration period is announced for each seemster and all students who register in this

		timeframe have **equal chances** to be admitted. Thus, an early registration does not guarantee a place in the seminar.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Seminarleistung • The seminar is mostly organized online. Presence (online) is expected during the kick-off lecture in the beginning of the semester, the mid-term presentations and other appointments individually arranged with the topic supervisor. • Participation in the mid-term presentation is mandatory. If this condition is not fullfilled, further participation in the seminar will not be allowed.
11	**Berechnung der Modulnote**	Seminarleistung (100%) The grade is based on the final presentation and participation and engagement during the semester.
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Relevant literature will be given during the seminar.

1	**Modulbezeichnung** 54329	**Globalized economies, socio-environmental conficts and environmental justice in Latin America** Globalized economies, socio-environmental conflicts and environmental justice in Latin America	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: MA-Seminar: Globalized Economies, Socio-Environmental Conflicts and Environmental Justice in Latin America (2 SWS) Attendance is mandatory.	5 ECTS
3	Lehrende	Ana Paula López Minchán	

4	**Modulverantwortliche/r**	Ana Paula López Minchán Prof. Dr. Almut Schilling-Vacaflor del Carpio
5	**Inhalt**	This course examines Latin America's historical and contemporary role in the global economy. Since colonial times, the region has occupied a subordinate position as a supplier of raw materials -such as gold, silver, coffee, and rubber- to industrialized centers. This structural dependency persisted through modern times: facing during 20th century economic liberalization and into the 21st century under neo-extractivist models, in which even progressive governments reproduced dependence on intensive resource extraction. We will analyze extractivism as a structuring economic model and examine a key paradox in Latin American states: their regulatory weakness coexists with a pioneering role in the recognition of the rights of indigenous peoples and Afro-descendant communities. The second part of the course focuses on socio-environmental conflicts as a structural consequence of extractivism. We will address analytical frameworks on the dynamics and productivity of conflicts for social transformation. To examine the decision-making processes surrounding the extraction and use of natural resources, we will map the key actors and analyze their power dynamics using frameworks such as Gaventa's power cube, and apply cartographic tools to analyze disputes over natural resources in specific cases. Finally, the course addresses these conflicts as struggles for environmental justice in their distributive, recognition, and participatory dimensions, which we will apply to our case studies. We will close by reflecting on Latin America's original contributions to decolonial environmental justice thinking: *buen vivir/sumak kawsay*, the rights of nature, and indigenous governance.

6	**Lernziele und Kompetenzen**	
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	None
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 MA International Business Studies, Area Latin America MA Socioeconomics
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich/mündlich Presentation: Presentation of a case study Written assignment: Case study analysis (approx. 2,000 words per person)
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich/mündlich (100%) 1. Performance assessment (35%) 2. Presentation (25%) 3. Written assignment (40%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 26 h Eigenstudium: 124 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Mentioned in the course syllabus

1	**Modulbezeichnung** 54324	**Climate Policy**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Prof. Dr. Johan Lilliestam	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Johan Lilliestam
5	**Inhalt**	Climate change is one of the big challenges of our time, touching all aspects of the environment and of society. There is broad recognition that governments must do something about it: the implication of the Paris Agreement and its 1.5 and 2 degrees targets is the complete elimination of greenhouse gas emissions from the energy system within the next 30 to 40 years. This is a very complicated problem. Fundamentally this is because it means doing something that humanity has never really tried before at a planetary scale. Modern society grew on fossil fuels, and the huge benefits they offered in terms of energy that was inexpensive, easy and safe to transport, store and consume. How to manage a non-fossil world with 10 billion people, all aspiring to the Western living standards, is a question for which there is no easy answer. From a technical perspective, there are many answers, typically relying on a bouquet of solutions, from wind power to nuclear power, from solar heat to passive housing without any heat demand at all. The technical side of decarbonisation is difficult, but possible. The real nut to crack is about the strategies and governance for how to achieve such a complete transformation: the policy side of climate and energy. This is very complicated, even if we – as we do in this course – exclude the non-energy aspects of the climate transition. Arguably a government could pass a law that forbids people from using fossil fuels. But politically this is unrealistic, at least companies and people depend on fossil fuels in their daily lives. And even worse, it is not certain that it would work, because the technological alternatives may not be implementable overnight. What is to be done? For this, one needs to turn to various ideas about what a government can and should do, whether and how it should influence and steer society. On the one hand are ideas suggesting that government should play a very limited role relative to private actors and should step in only to correct “market failures”, with “market-based” interventions designed specifically around that failure. On the other hand are ideas suggesting that government needs to guide the transition more directly, including through public investments or radical reforms, designed to support the solutions determined to be the ones we want. And on the third hand, if such a hand exists, are ideas posing that the problem is our own consumption patterns and that these, and economic growth in general, are entirely incompatible with climate protection: only consuming radically less will help. Such fundamental issues come to the fore in climate and energy policy discussions and debates. This course is about all that. The course will meet once per week, with a reading before each class. Typically, this will be 1-3 articles, book chapters or reports on a topic

		related to the topic of the class, making the reading essential for the class. We will read two entire books, which will form the foundation for the seminar series, and each of the books will be the basis for essays to be written and handed in during the semester. The entire course will be the basis for the final essay, written in presence. All seminars will take place in Lange Gasse, room 5.155, each Monday at 13.00-14.45.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students successfully finishing this course have the ability to evaluate energy and climate policy arguments made by politicians, experts, and academics with a critical eye, informed by knowledge of history, an understanding of the theoretical underpinnings and the empirically observed effects of different strategies. Students are able to understand and deconstruct the energy and climate policy debate that is currently raging in Germany, Europe and internationally, and create their own solutions. Thereby, they will be able to step into for example a research institute, an NGO or government agency involved in energy policy, policy analysis or political advocacy, and immediately be able to make an informed and creative contribution.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	None
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Seminararbeit
11	**Berechnung der Modulnote**	Seminararbeit (100%) The grade is based on the grades of three essays: • Essays 1 (10%) and 2 (25%), each max 1000 words, written at home as open-book exams • Essay 3 (65% of the final grade), max 1500 words, will be written in presence as closed-book exam, on a given topic. The topic will be known to students in advance.
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 40 h Eigenstudium: 110 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	All required readings except the books will be supplied online. The books of Dryzek (Print), Nordhaus and Patt (e-books) are available from the library.

		Books **Mandatory** (as input for the essays): • William Nordhaus (2015): The Climate Casino. Risk, uncertainty, and economics of a warming world, Yale University Press, New Haven. • Anthony Patt (2015): Transforming Energy. Solving climate change with technology policy, Cambridge University Press, New York. **Recommended** (selected chapters are mandatory for classes): • John Dryzek (2021): The politics of the Earth, OUP Oxford, Oxford. **Mandatory reading for each class** Will be provided in online well in advance of each class.

1	**Modulbezeichnung** 57477	**Urbane Arbeits- und Wohnungsmärkte** Urban Labor and Housing Markets	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Dr. Andreas Mense Prof. Dr. Matthias Wrede	

4	**Modulverantwortliche/r**	Dr. Andreas Mense
5	**Inhalt**	Empirical evidence on urban labor markets and their interaction with the local housing market; empirical evidence on housing policies and their effects on the labor market, labor supply, residential location choices, and individual labor market biographies.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	At the end of this course: • Students understand and apply the main economic concepts used to study urban labor and housing markets • Students are able to understand, assess, and discuss selected recent empirical research papers on the topic • Students understand specific features of urban labor markets, and how they interact with the local housing market • Students are able to discuss pros and cons of important housing policies, and in particular their interactions with the labor market, based on the empirical evidence
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	None
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation bzw. Referat/Klausur
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation bzw. Referat/Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Chetty, R., Hendren, N., Katz, L. (2016). The Effects of Exposure to Better Neighborhoods on Children: New Evidence from the Moving to Opportunity Experiment. *American Economic Review*, 106(4): 855–902. Dauth, W., Findeisen, S., Moretti, E., Suedekum, J. (2022). Matching in Cities. *Journal of the European Economic Association* 20(4), 1478-1521.

		De la Roca, J., Puga, D. (2017). Learning by Working in Big Cities. The Review of Economic Studies 84(1), 106–142. Jacob, B., Ludwig, J. (2012). The Effects of Housing Assistance on Labor Supply: Evidence from a Voucher Lottery. *American Economic Review* 102(1), 272-304. Metcalf, G. (2018). Sand Castles Before the Tide? Affordable Housing in Expensive Cities. The Journal of Economic Perspectives, 32(1), 59-80. Pollakowski, H. O., Weinberg, D.H., Andersson, F., Haltiwanger, J.C., Palloni, G., Kutzbach, M.J. (2022). Childhood Housing and Adult Outcomes: A Between-Siblings Analysis of Housing Vouchers and Public Housing. *American Economic Journal: Economic Policy*, 14(3): 235-72.

1	**Modulbezeichnung** 57461	**Advanced Marketing Analytics**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Advanced Marketing Analytics (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende		

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer
5	**Inhalt**	Das Modul beschäftigt sich mit der Analyse, Interpretation und Reflektion erhobener Daten mittels multivariater Analyseverfahren. Durch Vermittlung von theoretischen Grundlagen und der praktischen Anwendung der Analysemethoden und -ergebnisse (z. B. durch Datenvisualisierung) mit der Statistiksoftware R wird ein Verständnis der Verfahren zur Datenanalyse, deren Voraussetzungen, Zielsetzung, Vorgehensweise und die sachgerechte Interpretation und Kommunikation der Ergebnisse generiert. Dabei werden u. a. folgende Verfahren behandelt: • Regressions-, Varianz- und Mediationsanalyse • Faktoren- und Clusteranalyse • Predictive Analytics
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden können neben wissenschaftlichen Grundlagen spezialisiertes und vertieftes Fachwissen zu den verschiedenen Datenanalyseverfahren erläutern und anwenden. Sie sind in der Lage, eigenständig zu ermitteln, welche fortgeschrittenen statistischen Analysemethoden zur Beantwortung einer statistischen Fragestellung geeignet sind und diese Methoden anwenden. Dafür müssen sie die Eignung und Voraussetzungen zur Anwendung der Methode unter Berücksichtigung alternativer Methoden beurteilen sowie die Methode korrekt anwenden. Anschließend können die Studierenden die ermittelten Ergebnisse in Kontext setzen und im Zusammenhang mit Terminologien der Datenanalyse interpretieren und reflektieren. Auf Grundlage Ihres Wissens und einer zusätzlichen Einarbeitung in die Statistiksoftware R sind die Studierenden dazu befähigt, forschungs- oder anwendungsorientierte Projekte auf Basis der Forschungsmethodik der Datenanalyse durchzuführen. Sie können eigenständige Ideen und Konzepte zur Lösung wissenschaftlicher und beruflicher Probleme entwickeln und diese mit Blick auf deren Bedeutung und Auswirkung reflektieren.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Bei mehr Anmeldungen als verfügbaren Plätzen werden Studierende des Master in Marketing vorrangig behandelt. Bitte informieren Sie sich über die Anmeldeformalitäten auf der Homepage des Lehrstuhls.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Wahlmodul: Vertiefung Methoden Master of Science Sozialökonomik 20222

10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	

1	**Modulbezeichnung** 57463	**Business and Human Rights in Latin America**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	The participation in the seminar is mandatory.	
3	Lehrende	Prof. Dr. Almut Schilling-Vacaflor del Carpio	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Almut Schilling-Vacaflor del Carpio
5	**Inhalt**	Human rights have been comprehensively recognized by Latin American states, including social rights, Indigenous peoples' rights, environmental rights, and new types of rights, such as the rights of nature and to "buen vivir" (good living). However, the implementation of rights in the region has often been weak and important challenges remain. The rights of Indigenous peoples, peasant communities and family farmers have in many cases been negatively affected by the extractive industries, large-scale agricultural production and, more recently, by renewable energy projects. The rights of workers in formal and informal sectors are also often insufficiently protected and problems of child labor and modern slavery persist in the region. In this course, students will first acquire knowledge on international human rights and their legal recognition and implementation in Latin America. Second, we will analyze and discuss relevant governance instruments for protecting human rights in the context of business activities. Among them are human rights impact assessments (HRIA); human rights due diligence (HRDD) systems; free, prior and informed consent processes (FPIC); and human rights-related lawsuits in national and international courts. For analyzing these instruments in a context-sensitive way, we will have a closer look at actor constellations, institutional environments, policy processes and contestation and conflict dynamics. Based on the gained insights, we will explore different paths for transformation towards a better protection of human rights in the context of business activities in Latin America. This course will consist of input provided by the lecturer, the reading and discussion of academic literature, interactive group exercises, presentations on specific cases by students and the discussion of audiovisual documents.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Participating students - gain important knowledge about international human rights and human rights issues in Latin America - learn to analyze governance instruments for human rights (and environmental) protection in a context-sensitive way - discuss and critically reflect upon existing challenges and ways to overcome them - practice to apply important concepts and theories to concrete cases
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine

8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Seminarleistung The presentation consists of briefly presenting a case and discussing governance instruments for protecting human rights in a specific context (ca. 15 min). The performance assessment refers to an assessment of the contributions in class (interactive exercises, discussion of literature, short exercises to be uploaded on studon etc.). The short term paper is an academic essay that summarizes and discusses the case presented during the seminar (ca. 2,500 words per person).
11	**Berechnung der Modulnote**	Seminarleistung (100%) Presentation: 30% Short term paper: 30% Performance assessment: 40%
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	All necessary materials will be provided via StudOn

1	**Modulbezeichnung** 57476	**Sustainability challenges in the agricultural sector in the Global South**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Sustainability challenges in the agricultural sector in the Global South (2 SWS) The participation in the course is mandatory.	5 ECTS
3	Lehrende	Júlia de Sousa e Berruezo	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Almut Schilling-Vacaflor del Carpio Júlia Sousa e Berruezo
5	**Inhalt**	**The agricultural sector has historically been of great importance to the geographical, social, political, and economic configuration of the countries of the Global South. This sector accounts for a considerable part of GDP, generates jobs, and is important for exports and food security. Increasingly, many areas of these countries' territories have been converted to meet the growing demand for grains, especially soy and cattle in the world market. This trend is linked to the concentration of the land and the production in the hands of large land-owners and multinational companies, the displacement of traditional populations, the degradation of the natural resources, the pollution and contamination of soil, water, and other resources by agricultural inputs and the loss of biodiversity, among other effects** **As various estimates predict that in 2050 the world will reach the mark of 9 billion inhabitants, with much of the growth occurring in developing countries, a further increase in production will be required in order to meet the nutritional needs of the world population. As such, reconciling agricultural production with environmental preservation and socio-economic development is one of the central challenges of the 21st century.** **This course seeks to present and discuss, based on an interdisciplinary perspective, the structural tensions between agricultural production and the environment and the search for "sustainable development" in rural areas from the Global South, with a particular focus on Latin America and Africa, broadening the student's understanding of the relationship between agriculture, sustainability, and rural development. At the end of the course, students will be able to understand the dynamics of the agricultural sector in the Global South, the changes taking place in rural areas, and their implications for sustainability. Moreover, the students will have the opportunity to analyze and discuss strategies and solutions to promote sustainable agricultural practices that guarantee food security, preserve natural resources, and promote the economic and social development of rural communities.**

6	**Lernziele und Kompetenzen**	• Identify and understand the contradictions and dilemmas in relation to the agricultural sector in the Global South. • Analyze the interactions between agriculture, the environment and society • Understand the changes taking place in rural areas in the Global South and their implications for sustainability. • Critically analyze and discuss the concept of sustainability in the agricultural sector. • Discuss strategies to promote sustainable agricultural practices that guarantee food security, preserve natural resources, and promote the economic and social development of rural communities in the Global South.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	None.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich/mündlich
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich/mündlich (100%) 1. Performance assessment (40%) 2. Presentation (20%) 3. Short term paper (ca. 2,500 words 40%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 26 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	-Altieri, M. (1987). Agroecology: the scientific basis of alternative agriculture, Boulder: West- view. -Clapp, J. & Fuchs, D. (eds.) (2009). Corporate Power in Global Agrifood Governance. The MIT Press Cambridge, Massachusetts. -Du Pisani, J. A. (2006). Sustainable development–historical roots of the concept. Environmental sciences, 3(2).

		-Death, C. (2015) Four discourses of the green economy in the global South, Third World Quarterly, 36:12, 2207-2224 -Esteva, G. (2010). Development. In Sachs, W (Ed.), The development dictionary, 1-23. Zed Books. -Martinez-Alier, J. (2003). The Environmentalism of the poor: a study of ecological conflicts and valuation. Edward Elgar Publishing. -Monni, S, & Pallottino, M. (2015). Beyond growth and development: Buen Vivir as an alternative to current paradigms. International Journal of Environmental Policy and Decision Making, 1(3). -Nightingale, A. J., Karlsson, L., Böhler, T., & Campbell, B. (2019). Environment and Sustainability in a Globalizing World. Routledge. -Peet, R., Robbins, P. & Watts, M. (2011). Global political ecology. Routledge: New York. -Pretty, J. N. (2008). Agricultural sustainability: concepts, principles and evidence. Philos. Trans. R. Soc. Lond. B Biol. Sci. v.363, 447–465. Additional literature mentioned in the course syllabus.

1	**Modulbezeichnung** 55702	**Grundlagen der Organisationspsychologie** Organizational psychology	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Übung: Übung zur Organisationspsychologie: (1 SWS) (WiSe 2026) Übung: Übung zur Organisationspsychologie: Interventionen für Arbeitslose (1 SWS) (WiSe 2026) Bei der Übung besteht Anwesenheitspflicht. Bei der Versuchspersonenstunde besteht Anwesenheitspflicht.	2 ECTS 2 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Klaus Moser PD Dr. Katharina Ebner Dr. Michael Ziegler Klaus Richter Dr. Tobias Maier	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Klaus Moser
5	**Inhalt**	• Vertiefende Wissensvermittlung zu Grundfragen, theoretischen Grundlagen und konkreten Instrumenten der Personalarbeit, der Arbeitspsychologie und der Organisationsentwicklung aus psychologischer (verhaltenswissenschaftlicher) Sicht • Kennenlernen und Bewerten aktueller Instrumente und Verfahren • Kritische Betrachtung der wissenschaftlichen Grundlagen und praktischen Anwendbarkeit von Konzepten, Methoden und Instrumenten • Übung: Vertiefung ausgewählter Literatur anhand von ausgewählten Fallstudien. Einübung verschiedener Instrumente und Techniken der organisationspsychologischen Praxis in gemeinsamen Rollenspielen und Methoden der Selbsterfahrung in der Gruppe • Schwerpunkte von Vorlesung und Übung: Gruppenarbeit, Organisationsdiagnose und -entwicklung, Bedeutung von Arbeit, Arbeitslosigkeit, Arbeitsanalyse und -gestaltung, Stress, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden erwerben fundierte Kenntnisse über Theorien und Methoden der Personalarbeit und der Organisationsentwicklung. Sie können die operativen Fragen und Methoden in das strategische Management eines Unternehmens einordnen. Sie können die vorgestellten Theorien, Methoden und Verfahren kritisch reflektieren, beurteilen und anwenden. Sie lernen, wie Methoden und Instrumente entwickelt und rigoros evaluiert werden können.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Empfohlen: Grundkenntnisse sozialwissenschaftlicher Erhebungsmethoden und von Korrelations- und Regressionsrechnung bzw. Methoden der Wirtschafts- und Organisationspsychologie, Präsentationstechniken, Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens,

		Bereitschaft zur Lektüre von (meistens englischsprachigen) Materialien für die Übung, Englischkenntnisse mindestens auf Niveau UNICERT II.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 3
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Diskussionsbeitrag Klausur (90 Minuten) Leistungsschein entspricht Versuchspersonenstunde
11	**Berechnung der Modulnote**	Diskussionsbeitrag (bestanden/nicht bestanden) Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Schuler, H. & Moser, K. (Hrsg.) (2019). Lehrbuch Organisationspsychologie (6. Auflage). Bern: Huber. Schuler, H. & Kanning, U. P. (Hrsg.) (2014), Lehrbuch der Personalpsychologie (3. Auflage). Göttingen: Hogrefe. Ulich, E. (2011). Arbeitspsychologie. Stuttgart: Poeschel. Hacker, W. (1998). Allgemeine Arbeitspsychologie. Bern: Huber. Aktuelle Jahrgänge der Zeitschriften Journal of Applied Psychology, Journal of Occupational and Organizational Psychology und Zeitschrift für Arbeits- und Organisationspsychologie

1	**Modulbezeichnung** 52163	**Angewandte empirische Gesundheitsökonomie** Applied empirical health economics	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Prof. Dr. Harald Tauchmann Elena Yurkevich Michail Liatos	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Harald Tauchmann
5	**Inhalt**	Das Projektseminar soll an die angewandte empirische Forschung im Bereich Gesundheitsökonomik heranführen. Hierfür stehen zwei Optionen zur Wahl. Zum einen die Replikation und ggf. Erweiterung einer empirischen gesundheitsökonomischen Forschungsarbeit, die von der BetreuerIn zugewiesen wird. Zum anderen kann eigenständig eine empirische Arbeit durchgeführt werden, die sich an jeweils einem Kapitel des Lehrbuchs Jones, A. et al. (2013): Applied Health Economics orientiert. Die einzelnen Kapitel des Buches behandeln jeweils eine Fragestellung der empirischen Gesundheitsökonomik, wie z.B. Inequality in health wobei im Vordergrund steht, wie Methoden der empirischen Wirtschaftsforschung und Ökonometrie (z.B. verallgemeinerte Lorenzkurven, Probitregression für geordnete Kategorien, Intervallregression) für die Auseinandersetzung mit der jeweiligen Fragestellung verwendet und mit der Software Stata® praktisch angewendet werden können. Die TeilnehmerInnen des Projektseminars arbeiten selbständig (aber mit Unterstützung) im PC-Pool an ihrem Thema. Optional wird im Vorfeld ein Stata® Crashkurs angeboten, mit dem Stata-Kenntnisse erworben, aufgefrischt und vertieft werden können. Die TeilnehmerInnen schreiben eine Seminararbeit, in der sie ihr Vorgehen und Ihre Ergebnisse dokumentieren, und stellen diese in einem Blockseminar vor.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • lernen für konkrete Fragestellungen der empirischen Gesundheitsökonomik relevante Methoden kennen und anzuwenden, bzw. vertiefen ihre in anderen Veranstaltungen erworbene Methodenkompetenz • erwerben die Kompetenz, eigenständig Forschungsfragen der empirischen Gesundheitsökonomie zu bearbeiten • lernen empirische Forschungsergebnisse darzustellen und zu diskutieren
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Solide Grundkenntnisse in Mikroökonometrie und Grundkenntnisse der ökonometrischen Software Stata® sollten vorhanden sein. Zu Beginn der Veranstaltung wird optional ein Stata® Blockkurs angeboten.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222

10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich/mündlich
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich/mündlich (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch Englisch
16	**Literaturhinweise**	Jones A., Rice, N. Bago dUva, T. & Balia, S. (2013): Applied Health Economics, 2nd ed., Routledge.

1	**Modulbezeichnung** 57129	**Kommunikation in der digitalen Arbeitswelt** Communication in the digital work environment	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Kommunikation in der digitalen Arbeitswelt (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Adrian Meier	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Adrian Meier
5	**Inhalt**	Digitale Medien und Kommunikation durchdringen nahezu alle Aspekte unseres täglichen Lebens, insbesondere in einer zunehmend digitalisierten Arbeitswelt. Diese Entwicklung bietet Unternehmen und Mitarbeiter:innen vielfältige Möglichkeiten der organisationsinternen Kommunikation, stellt sie jedoch auch vor große Herausforderungen. Digitale Technologien (z. B. AI, Social Media, Videochat, Big Data) versprechen effizientes Management und Kollaboration in (virtuellen) Teams. Allerdings konfrontieren sie Organisationsmitglieder auch mit digitalem Stress, Erreichbarkeitsdruck, Entgrenzung und Überwachung. Im Seminar beleuchten wir die Kommunikation von Organisationen im Zeitalter der Digitalisierung. Im Vordergrund steht die Frage, wie digitale Technologien die Kommunikation in der Arbeitswelt verändern. Wir betrachten hierbei sowohl die strategische organisationsinterne Kommunikation (bspw. Change- oder Führungs-Kommunikation) als auch die interpersonale Kommunikation aus Perspektive der Mitarbeiter:innen (bspw. Flurgespräche, Selbstpräsentation, Sozialkapital). Das Seminar verbindet wissenschaftliche Erkenntnisse der (digitalen) Organisationskommunikation und interpersonalen Kommunikation mit praktischen Anwendungsfällen. Teilnehmer:innen erlangen ein tiefes Verständnis dafür, wie digitale Technologien und Kommunikationsprozesse in Organisationen zusammenwirken, gesteuert und optimiert werden können.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden • erwerben grundlegendes und spezialisiertes Wissen der Organisations- und interpersonalen Kommunikation • können organisationale Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung analysieren, einordnen und hinterfragen • üben durch Diskussionen mit Mitstudierenden und Fachvertreter:innen sowie durch praktische Fallanalysen die Fähigkeit, dieses Wissen in Organisationen strategisch anzuwenden • entwickeln die Fähigkeit, Prozesse und Herausforderungen der internen Organisationskommunikation zu analysieren, kritisch einzuordnen und Lösungen diskursiv zu erarbeiten
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine. Die Anmeldung erfolgt über StudOn.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!

9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 • MSc Sozialökonomik mit Schwerpunkt „Bildung, Beruf und Personal“ sowie „Markt- und Medienforschung“ • MSc Sozialökonomik Vertiefungsbereich • MSc Arbeitsmarkt und Personal Vertiefungsbereich • Wahlbereiche in MSc-Studiengängen Marketing, IBS und MIGG
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich/mündlich Haus-/Seminararbeit und Referat/Präsentation
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich/mündlich (100%) Haus-/Seminararbeit (60%) Referat/Präsentation (40%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	• Duschlbauer, T., Martin, S., & Saffarnia, P. (Eds.). (2018). Organisationskommunikation | Organisational Communication: Vol. 1. Organisationskommunikation im Zeichen der Digitalisierung. Nomos. • Einwiller, S., Sackmann, S. A., & Zerfaß, A. (2020). Handbuch Mitarbeiterkommunikation: Interne Kommunikation in Unternehmen. Springer Gabler. • Lewis, L. (2019). Organizational change: Creating change through strategic communication (2nd ed.). Wiley. • Miller, K. (2015). Organizational communication: Approaches and processes (7th ed.). Cengage Learning.

1	**Modulbezeichnung** 57485	**Project course: Building sustainable industry in Europe**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Aktuell werden keine Lehrveranstaltungen zu dem Modul angeboten. Für weitere Auskünfte zum Lehrveranstaltungsangebot kontaktieren Sie bitte die Modul-Verantwortlichen.	
3	Lehrende		

4	**Modulverantwortliche/r**	Aksornchan Chaianong Dr. Silvia Weko
5	**Inhalt**	*German translation is missing*
6	**Lernziele und Kompetenzen**	*German translation is missing*
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	*German translation is missing*
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 *German translation is missing*
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich/mündlich
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich/mündlich (100%) *German translation is missing*
12	**Turnus des Angebots**	Unregelmäßig
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	

1	**Modulbezeichnung** 57481	**Energy transition analysis: Bridging techno-economic, business, and policy perspectives**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Aksornchan Chaianong Ioannis Milioritsas	

4	**Modulverantwortliche/r**	Aksornchan Chaianong
5	**Inhalt**	The energy sector is undergoing a deep transformation driven by technological innovation, market dynamics, and policy interventions. This course will provide a comprehensive interdisciplinary analysis of the energy transition, focusing on the interactions between techno-economic, business models/markets, and policy analysis. Through lectures and exercises, students will learn how to assess the economic feasibility, business model/market potential, and policy impacts/implications of different clean energy projects, such as (but not limited to) renewable energy, energy storage, and hydrogen. Topics included are listed below. • Techno-economic analysis: principles of costs and benefits, financial modeling, and investment analysis of a particular clean energy project. • Business model/market analysis: business models, market opportunities and challenges, and potential barriers to adoption. • Policy evaluation: impacts of the policy instruments on the project feasibility and investment attractiveness. The course will also emphasize the application of analytical tools to real-world case studies, enabling students to understand how to combine these tools effectively for energy transition assessment. At the end, we will discuss how to derive policy recommendations based on the evaluation results.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	At the end of the course, the students are able to: • Develop a deep understanding of the multifaceted nature of the energy transition. • Conduct an energy transition analysis from interdisciplinary perspectives, considering techno-economic factors, market dynamics, and policy implications. • Apply/combine concepts and tools to solve real-world problems related to clean energy adoption in different contexts. • Formulate policy recommendations to address challenges and opportunities in the energy transition.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Good command of English (written and spoken).
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!

9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Elective outside WiSo for Energy Technology and Clean Energy Processes.
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich/mündlich One individual **seminar paper** (max. 5,000 words) • Each student must choose at least one clean energy project in a specific area/country to be covered in the paper. They must develop arguments based on three perspectives (techno-economic, business/market, and policy) discussed in the class to show whether this area/country should adopt this project and what the actionable insights and policy recommendations would be. One individual 15-minute **presentation** during the classes • Each student must present their work in progress on the seminar paper. They must present the results from at least one (out of three) of the abovementioned perspectives. Moreover, they are required to briefly talk about their plans to approach the remaining analysis perspectives.
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich/mündlich (100%) Seminar paper (60%) Presentation (40%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 60 h Eigenstudium: 90 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Will be announced during the course.

1	**Modulbezeichnung** 57484	**Between the Global and the Local: Sustainability in Practice**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	The participation in this seminar is mandatory.	
3	Lehrende	Julia Stefanello Pires Prof. Dr. Almut Schilling-Vacaflor del Carpio Dr. Anna Pedersen	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Almut Schilling-Vacaflor del Carpio Julia Stefanello Pires
5	**Inhalt**	Climate change is one of the defining challenges of our time, with far-reaching consequences for human rights, intergenerational equity, and global justice. This course explores how globalized systems of production and consumption contribute to climate injustices—and how various actors, territories, and impact chains are entangled in this complex landscape. Corporations, as key players in the global economy, hold a central role in this debate. In response to growing pressure, many have adopted sustainability governance frameworks. Yet these efforts often fall short, especially when confronted with the urgency of a just transition and the intricacies of global supply chains. This course offers a critical and hands-on approach to understanding and engaging with these issues. Through case studies, collaborative research, and practical tools, students will: Understand the dynamics of climate injustice and its global dimensions; Map the networks of actors and territories involved in climate-related conflicts; Evaluate corporate sustainability efforts in light of justice and accountability; Reflect critically on the power and limitations of corporate sustainability strategies in the climate fight. This course equips students with the analytical frameworks and methodological tools to investigate climate justice issues in depth, and to contribute meaningfully to debates and actions for a more equitable and sustainable world. Throughout the course, we investigate the roles of different actors—states, corporations, civil society, and frontline communities—and the territories and impact chains that connect them, between the global and local. We pay particular attention to the concept of a “just transition,” examining what it means for corporations to take responsibility in a way that is socially inclusive and environmentally sound.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	• Learn to design and carry out a case study • Strengthen analytical competences by applying concepts and theories to analyze different cases • Learn to identify and discuss sustainability challenges and trade-offs • Achieve a deeper understanding of the cross-scalar impacts of global production • Gain theoretical and empirical knowledge on supply chain complexities

		• Develop the tools to analyze climate justice issues across scales and sectors—and contribute meaningfully to debates on sustainability, equity, and accountability
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich/mündlich
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich/mündlich (100%) 1) Class participation (20) 2) Presentation (40%) 3) Performance assessments (40%).
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 28 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Mentioned in the course syllabus.

1	**Modulbezeichnung** 57486	**Energy policy instruments**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Energy Policy Instruments (3 SWS) (WiSe 2026)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Johan Lilliestam	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Johan Lilliestam
5	**Inhalt**	With the adoption of the Paris Agreement, almost all countries have committed themselves to contributing their share to limiting the global temperature to well below 2 degrees, implying a commitment to a carbon-neutral global economy by mid-century. In terms of emission reductions, one cannot say that it has gone well: globally, greenhouse gas emissions are still increasing. This is largely caused by economic growth and industrial development in emerging countries, causing a hunger for energy that is often satisfied with fossil fuels. In the industrialised world, however, emissions decrease (after having increased A LOT during the 20th century, of course!). In Europe, emissions have decreased by some 30% compared to 1990, and the European Union met its 2020 climate target. Evidently, it is possible to bend the emissions curve. Particularly the energy sector – responsible for some 2/3 of global greenhouse gas emissions – starts seeing radical changes, both through the rise of very cheap renewable energy technologies and efficiency measures. In Europe, at least some policy efforts appear to have worked: emissions and energy demand are decreasing, and European (together with a handful of other countries') policies have contributed to making renewables technologically and economically viable, putting Europe and all other countries in a position where complete energy system decarbonisation may be feasible. In this course, we will explore the instrumentation of climate policy in the energy sector, especially on the European and national levels. This is a very controversial field, both in Brussels (e.g. Green Deal vs. emissions trading!), and in national capitals (recall debates of electric car mandates vs "technology-neutrality", or the debacle of the German heating law!). The outcome of these debates will not only determine Europe's climate footprint, but also its industrial future: *HOW* to decarbonise energy is one of biggest issues of our time. The course will centre on historical and prospective policy analysis of energy policy instruments, drawing on concepts, theories and evaluation frameworks from various disciplines, including environmental, behavioural and evolutionary economics, as well as political science. We will go far beyond the conventional economics-centred definition of "climate policy" as global treaties and carbon pricing, and look at the broad set of measures that affect the chances to decarbonise energy, with a focus on the European context and drawing lessons from successes. In this course, we will • create solutions to take us from today's fossil-based system to a carbon-neutral energy future in Europe, by

		• investigating different types of energy policy instruments, their theoretical roots, historical and expected future effects; • analysing the actual performance of these instruments through case studies of both successful and failed historical cases, in order to understand how instrument design affects success chances, but also how instruments differ in both scope and aim. The course is a *flipped classroom* course, with extensive preparations needed – both reading and watching the input presentations for each class (see below) – and entirely interaction-based meetings in class. In the class meetings, we will be working together and in groups to solve case problems taken from real-world situations in European energy policy, from heat decarbonisation in Finland to wind power deployment in France, from electric car chargers in Nürnberg to building bikelanes in Amsterdam. The main input format for each seminar day will be presentations by students, for each block 3-5 presentations (depending on the number of students) of 15-20 minutes each, focusing either on the theoretical embedding of the class or on describing and evaluating real-world cases in which the instrument has been implemented. The presentations will be graded, making up a part of your final grade. All students will receive written feedback, as this is essential for learning and improving presentation skills.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students understand the breadth of the climate and energy policy field, the diversity of instruments, and know how the main measure types work and interact. They are able to identify a policy and allocate it to the appropriate theoretical roots. Students are able to evaluate whether a national strategy is likely to achieve its aims, informed by knowledge of the functioning, efficiency and effectiveness of similar measures elsewhere or in the past, and can suggest alternative tools for achieving a particular energy goal. Students are able to apply knowledge about the barriers to decarbonisation in various energy sectors and the barriers addressed by specific policy measures, so as to create own proposals for decarbonisation of any energy sector or geographic context.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	None
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	mündlich
11	**Berechnung der Modulnote**	mündlich (100%)

		The grading will be based to 1/3 on your presentation grade and 2/3 of an oral exam grade. Each student will receive an individual presentation grade and feedback, but the presentation grade will also consist (25%) of the coordination of the group of presentations of each session as a whole. The course will end with an oral exam of 15-20 minutes, counting 2/3 towards the final grade. At this exam, each student will be given case to solve (in advance), prepare a solution, briefly summarise it and defend it. This case will be of the format “given the policies COUNTRY has in place to decarbonise SECTOR, what should it do – to complement or replace the existing policy mix – in order to reach the 2030 target and enter a path to carbon neutrality by mid-century?”
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	There will be substantial reading required in preparation of each class, consisting both of academic literature and of primary policy texts. A book (M. Grubb: *Planetary Economics*) will accompany us throughout the semester. This book is available as an open access ebook. The full list of mandatory readings will be available on the course page. • o Michael Grubb (2014): Planetary Economics, Routledge. • o Reading list and texts will be provided when the semester starts. • o An initial set of suggested readings will be recommended, but students will need to do their own research of both the theory and empirics of the case studies.

1	**Modulbezeichnung** 53084	**Ökonomie der Sozialpolitik** Economics of social policy	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: MA S Ökonomie der Sozialpolitik (Economics of Social Policy) (3 SWS) *(compulsory attendance)*	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Matthias Wrede Ramona Müller Michael Göschl	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Matthias Wrede
5	**Inhalt**	Selected economic analysesof social policy considering fairness and economic principles as well as institutional aspects
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students are familiar with selected topics in social policy and can describe and comparethem internationally. Students can present, interpret, and discuss fairness and economic principles ofgovernment intervention in selected areas of social security. Students can understand, evaluate, and question the effects of the socio-political systemboth theoretically and empirically. Students are able to evaluate and question social policy measures from the perspectivesof efficiency and equality. Students are able to give structured feedback to their fellow students in the context oftheir presentations. Students are able to promote the specialist knowledge of their fellow students throughcontributions to topic-oriented discussions. Students are able to understand, evaluate, anddiscuss selected current scientific studies in their seminar papers.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Knowledge of microeconomics and econometrics
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich/mündlich Seminar paper/presentations
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich/mündlich (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester Annually (summer semester)
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h

14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Literature will be announced during the course.

1	**Modulbezeichnung** 57479	**The Economics of Health Behavior** The economics of health behavior	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: VL: The Economics of Health Behavior (2 SWS) Übung: Ü: The Economics of Health Behavior (1 SWS)	2,5 ECTS 2,5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Harald Tauchmann Michail Liatos	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Harald Tauchmann
5	**Inhalt**	The course takes a microeconomic perspective on individual health behavior. We begin by discussing Grossman's health capital model as a reference. We then discuss several models that challenge the view of health behavior as determined by fully rational investment decisions. Specifically, we discuss Strulik's model of health deficits, Becker's model of (rational) addiction, and concepts from behavioral economics, in particular prospect theory and time-inconsistent preferences. Finally, we look at the empirical literature on (risky) health behaviors such as smoking, alcohol and drug consumption, and obesity. There we link theory to empirical methods used in applied health economics.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Students • understand different approaches to describing health behavior as influenced by economic decisions • can evaluate policy interventions aimed at influencing health behavior • familiarize with methods of empirical analysis of health behavior
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Basic knowledge of microeconomics and econometrics
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (90 Minuten) Written exam partly Single-Choice
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	• Bhattacharya, J., Timothy Hyde, t.; and Peter Tu, P. (2014): Health Economics. Palgrave Macmillan.

		• Zweifel, P., Breyer, F., Kifmann, M. (2009): Health Economics. Springer. 2nd Edition.

1	**Modulbezeichnung** 57494	**Technological Change and the Labour Market**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Technological Change and the Labour Market (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Prof. Dr. Melanie Arntz	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Melanie Arntz
5	**Inhalt**	This seminar examines the intersection of technological change and the labour market, exploring how advances in technology impact employment, wages, inequality, and the nature of work. The course draws on theoretical frameworks and empirical evidence from top peer-reviewed journals to provide a comprehensive understanding of these dynamics. A major focus will be on the diffusion of artificial intelligence and its impact on employment, wages, productivity and related outcomes.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	The objective of this seminar is to • understand the mechanisms through which technological change influences the labour market. • analyze empirical studies and critically evaluate their methodologies and findings. • discuss the implications of technological change for labour market policies and institutions. • develop skills to synthesize research findings and present coherent arguments in written and oral forms. • learn how to discuss presentations of fellow students and provide constructive feedback
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Solid knowledge in micro- and macroeconomics, labour economics and econometrics
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Seminarleistung Seminar paper, presentation of seminar paper, class participation
11	**Berechnung der Modulnote**	Seminarleistung (100%) The final grade is based on the seminar paper (100%), presentation of seminar paper (passed), and class participation in terms of discussing a seminar paper of a fellow student and participation in the group discussions (passed).
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester Annually in the summer term
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30h Eigenstudium: 120h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester

15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Topics and reading list will be published via instructor's webpage.

1	**Modulbezeichnung** 57496	**Critical approaches to international economic relations - lessons from sustainability**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Zu diesem Modul sind in diesem Semester keine Lehrveranstaltungen oder Lehrveranstaltungsgruppen hinterlegt!	
3	Lehrende	Zu diesem Modul sind in diesem Semester keine Lehrveranstaltungen und somit auch keine Lehrenden hinterlegt!	

4	**Modulverantwortliche/r**	Franziska Bold Dr. Silvia Weko
5	**Inhalt**	Environmental harms including climate change, pollution, loss of biodiversity and extinction threats are increasingly impacting global politics. Marginalized groups are disproportionately affected by environmental harms, and some countries and regions are impacted more than others, especially those in the so-called Global South. In addition, governments face challenges of addressing trying to achieve sustainable development goals such as reducing inequality – but progress on these issues is slow or even non-existent. The question is therefore: what is preventing global sustainable development? This class draws from critical scholars who suggest that the power structures that underpin global political and economic systems lead to an unequal distribution of benefits and harms. From this point of view, global environmental crises are therefore driven by those in power exploiting other human beings and nature. We therefore explore key challenges for sustainable development such as pollution, climate change, and inequality through a critical lens. By the end of the class, students will be able to understand and critique different explanations for the lack of global sustainable development, identify systemic challenges, and propose policy solutions.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	keine Beschreibung der Lernziele und Kompetenzen hinterlegt!
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	You do not need to have taken a class in sustainability to take this course - we will explore sustainability issues together.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (120 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%) The grade is based 100% on a 2-hour written exam.
12	**Turnus des Angebots**	jedes 2. Semester Planned yearly
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h

14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	See StudOn

1	**Modulbezeichnung** 57499	**European critical materials supply chains**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: European critical materials supply chains (2 SWS)	5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Moniek de Jong	

4	**Modulverantwortliche/r**	Dr. Moniek Jong
5	**Inhalt**	Supply chains are essential to modern economies. In recent years much focus has been on competitiveness of European (high-tech) industry, which depends on the supply of critical minerals, that power everything from green energy technologies and electric vehicles (car industry) to advanced electronics and defense systems. European countries and corporations alike are grappling with the risks of supply disruptions, price volatility, and resource nationalism, while also navigating sustainability concerns and technological innovations in extraction and recycling. The global supply chains that underpin these materials are highly complex and deeply intertwined with geopolitics. This course provides an overview of the key concepts and approaches in the study of critical mineral supply chains, drawing from International Relations and International Political Economy. Students will gain tools necessary to analyses political, economic (markets), and strategic developments in material supply chains and to mitigate impacts. In addition, they will understand the importance of securing critical materials supplies in an era of global competition and energy transition. They will apply their knowledge into various (real) case studies.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	At the end of the course, students will be able to: • Understand the different stages of critical materials supply chains • Know the major critical materials and their various end-uses • Map critical materials supply chains • Practice presenting
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Good understanding of English.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation (15 Minuten) mündlich (20 Minuten) Presentation (34%) Oral exam (66%)
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (34%) mündlich (66%)
12	**Turnus des Angebots**	in jedem Semester

13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	To be announced

1	**Modulbezeichnung** 82388	**Case studies in sustainability management and social innovation**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Seminar: Case Studies in Sustainability Management and Social Innovation (2 SWS) (WiSe 2025)	5 ECTS
3	Lehrende	Dr. Francisco Layrisse Villamizar	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Markus Beckmann
5	**Inhalt**	Sustainability despite being a term that no longer needs to be introduced in the classroom requires an innovative approach to solving the multitude of issues covered by this umbrella term. This class uses real-life cases studies to analyse and discuss how companies and/or social entrepreneurs can innovate such breakthrough solutions to address complex sustainability challenges. Students will engage on a weekly basis in an intense classroom discussion to deepen their analytical, conceptual and discursive skills. Intense preparation and classroom interaction are expected.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	At the end of the seminar students can • identify basic and advanced sustainability issues and their causes; • analyze and apply fundamental business approaches to tackle social and environmental issues; • appraise business strategies given potential win-win solutions to societal challenges; • conduct basic research; • build a convincing argument.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Introduction to Sustainability Management or Einführung in das Nachhaltigkeitsmanagement
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	Semester: 4;6
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Hausarbeit Präsentation Term paper: 17 pages, presentation: 15 minutes
11	**Berechnung der Modulnote**	Hausarbeit (50%) Präsentation (50%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	All necessary materials will be provided via StudOn

1	**Modulbezeichnung** 57470	**Digital Marketing** Digital marketing	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen		
3	Lehrende	Dr. David Schindler Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer
5	**Inhalt**	In der Vorlesung analysieren die Studierenden, wie digitale Technologien das Marketing verändern und diskutieren aktuelle Erkenntnisse aus der Marketingforschung. Aufbauend auf einer umfassenden theoretischen Konzeption erwerben die Studierenden Kenntnisse über die Rolle digitaler Technologien im Marketing aus der Konsumenten- und Unternehmensperspektive. Best-Practice Beispiele von verschiedenen Unternehmen veranschaulichen die Auswirkungen digitaler Technologien im Marketing auf die Unternehmenspraxis.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	In der Vorlesung werden relevante Kenntnisse, Perspektiven und Fähigkeiten vermittelt, um die Bedeutung digitaler Technologien im Marketing zu verstehen. Die Studierenden können • in kritischer Weise Theorien, Terminologien, Besonderheiten und Grenzen des Einsatzes digitaler Technologien im Marketing erläutern, anwenden und reflektieren. • wichtige Chancen und Risiken beim Einsatz digitaler Technologien im Marketing identifizieren und evaluieren. • den Wert und die Auswirkungen digitaler Technologien im Marketing für Konsumenten, Unternehmen und Gesellschaft anhand aktueller wissenschaftlicher Publikationen analysieren und beurteilen. • aus einer ganzheitlichen Sichtweise forschungs- und praxisorientierte Fragestellungen zum Einsatz digitaler Technologien im Marketing auf Basis breiter und spezialisierter Forschungsmethodik ausarbeiten und bewerten.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Grundlegende Kenntnisse im Bereich Marketing
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten) Studierende können die Klausur im Erstversuch nur im Wintersemester absolvieren. Im Sommersemester wird die Prüfungausschließlich für Wiederholer angeboten.
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester

13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	• Chaffey, Dave and Fiona Ellis-Chadwick (2022), Digital Marketing, Eighth edition. Upper Saddle River: Pearson. • Grewal, Dhruv, John Hulland, Praveen K. Kopalle, and Elena Karahanna (2020), The Future of Technology and Marketing: A Multidisciplinary Perspective, Journal of the Academy of Marketing Science, 48 (1), 1-8. • Hanlon, Annmarie (2022), Digital Marketing, Strategic Planning & Integration, London: Sage Publication. • Kannan, P. K. and Hongshuang Alice Li (2017), Digital Marketing. A Framework, Review and Research Agenda, International Journal of Research in Marketing, 34 (1), 22-45. • Yadav, Manjig S. and Paul A. Pavlou (2020), Technology-Enabled Interactions in Digital Environments: A Conceptual Foundation for Current and Future Research, Journal of the Academy of Marketing Science, 48 (1), 132-136.

1	**Modulbezeichnung** 57445	**Experimental Methods and Applications to Development**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung: Experimental Methods and Applications to Development Lecture (2 SWS) (WiSe 2026) Übung: Experimental Methods and Applications to Development Exercise (2 SWS) (WiSe 2026)	5 ECTS -
3	Lehrende	Prof. Dr. Johannes Rincke Celina Högn	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Johannes Rincke
5	**Inhalt**	The lecture covers the principles of experimental methods in economics and applications of these methods to topics in development economics. In a first part, the lecture introduces and discusses core methods used in randomized controlled trials, including random assignment to treatment, stratification, estimation of causal effects under random treatment assignment, and inference. Using various examples from the recent literature, the lecture then applies the methodological principles to various case studies from development economics. It highlights the core topics, methodological challenges, and key findings derived in this literature. The lecture covers decisions of individuals and households and thus has a microeconomic focus on development. In the exercise course, the focus is on applying advanced empirical and experimental methods to problems of development. Students work with data sets and replicate core findings from the literature.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	The module aims at providing students with a comprehensive set of advanced conceptual and methodological tools for causal inference. The focus is on experimental methods and applications to problems and topics in development economics. Specifically, students • get an overview of modern development economics and the history of thought in this sub-discipline, • learn how to analyse specific problems in development economics from case studies which are based on the current academic literature, • learn about and deal intensively with experimental methods in economics and advanced methods of data analysis, • learn to understand, evaluate and replicate empirical studies in development economics, • and advance their ability to perform independent data analyses using complex data sets from the academic literature
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Completion of all compulsory courses in the MSE program, in particular Microeconomics, Applied Econometrics, and Mathematics for Economists.
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!

9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222 Sozialökonomischer Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Präsentation Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Präsentation (50%) Klausur (50%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Englisch
16	**Literaturhinweise**	Selection of journal articles, provided on StudOn.

1	**Modulbezeichnung** 57444	**Wertorientiertes Controlling** Value-based Management Control Systems	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Vorlesung mit Übung: Wertorientiertes Controlling (WOC) (	-
3	Lehrende	Prof. Dr. Friedrich Sommer Jonas Fries Maximilian Golsong	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Friedrich Sommer
5	**Inhalt**	• Performancemessung und wertorientierte Steuerungskennzahlen • Restrukturierungskonzepte und -prozess • Optimierung von Working Capital und Sachanlagen • Optimierung der Kapitalstruktur • M&A-Controlling • Anreizsysteme • Werte als Instrument der Wertsteigerung
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Das Modul bereitet auf die "großen Entscheidungen" im Bereich des Chief Financial Officers (CFO) vor. Nach dem Besuch des Moduls sind die Studierenden in der Lage, • die Relevanz der Wertorientierung für die unternehmerische Praxis vor dem Hintergrund von Shareholder- und Stakeholder-Perspektive darzulegen und zentrale Entscheidungen im CFO-Umfeld zu treffen, • wesentliche Entscheidungssituationen entlang der Hebel operative Effizienz, Investition und Finanzierung wertorientiert zu analysieren und zu beurteilen, • Optimierungspotenziale aufzuzeigen und geeignete wissenschaftliche Studienergebnisse zu interpretieren, • die Verhaltensimplikationen von Systemen zur Performancemessung sowie von Anreizsystemen vor diesem Hintergrund zu diskutieren und neuere wissenschaftliche Erkenntnisse im Bereich des „Behavioral Management Accounting“ in ihre Entscheidungen einzubeziehen.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Empfehlung: Inhalte vergleichbar mit den folgenden FAU-Modulen • Bachelor-Modul Kostenrechnung und Controlling • Bachelor-Modul Konzepte und Instrumente des Controllings (ab Sommersemester 2026) bzw. Controlling of Business Development (bis Sommersemester 2025)
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)

11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 45 h Eigenstudium: 105 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Deutsch
16	**Literaturhinweise**	Literaturhinweise werden für jeden inhaltlichen Gliederungspunkt im Rahmen der Veranstaltung bekanntgegeben.

1	**Modulbezeichnung** 57439	**Digitale Industrie** Digital Industry	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Zu diesem Modul sind in diesem Semester keine Lehrveranstaltungen oder Lehrveranstaltungsgruppen hinterlegt! Nicht belegbar für Studierende, welche bereits *die Module* ***54751 "Management von Industrie 4.0" oder 57478 "Digitale Industrie - Industrielle Plattformen und KI, Industrial Metaverse und Industrie 5.0"****belegt haben*	
3	Lehrende	Zu diesem Modul sind in diesem Semester keine Lehrveranstaltungen und somit auch keine Lehrenden hinterlegt!	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Kai-Ingo Voigt
5	**Inhalt**	In dieser Veranstaltung wird ein eingehender Einblick in das Themengebiet der digitalen Industrie geboten, wobei der Fokus auf wirtschaftswissenschaftlichen Fragestellungen und den aktuellen Entwicklungen industrieller Technologien liegt. Es werden praxisrelevante Fragestellungen auf operativer und strategischer Ebene betrachtet, die Unternehmen im Zuge der weitreichenden Digitalisierung ihrer Geschäftsprozesse bewältigen müssen. Zugleich stützt sich die Veranstaltung auf aktuelle Forschungsergebnisse zu relevanten Zukunftstechnologien und Schnittstellen zwischen Wirtschaft und Technik, um eine Brücke zwischen wissenschaftlichen Erkenntnissen und praktischer Anwendung zu schlagen. Besonderes Augenmerk wird dabei auf die wirtschaftlichen Auswirkungen von Technologien wie industriellen Plattformen, Künstlicher Intelligenz, dem Industrial Metaverse sowie dem Paradigma der Industrie 5.0 gelegt. Diese Themen werden im Kontext ihrer Bedeutung für das industrielle Management vertieft untersucht.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	Die Studierenden werden dazu befähigt, ein umfassendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen auf dem neuesten Stand des industriellen Managements zu erlangen. Durch eine vertiefte Analyse des Themas Digitale Industrie erhalten sie einen detaillierten Einblick in den aktuellen Transformationsprozess von Industrieunternehmen, der in einem breiten interdisziplinären Feld stattfindet. Sie erwerben analytische und konzeptionelle Fähigkeiten, die es ihnen ermöglichen, komplexe betriebswirtschaftliche Fragestellungen eigenständig zu bearbeiten und auf aktuelle, praxisrelevante Themen anzuwenden. Darüber hinaus werden sie dazu angeregt, kritisch über die Auswirkungen von Technologien auf die Industrie nachzudenken und innovative Lösungsansätze zu entwickeln.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	Keine
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!

9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	Klausur (60 Minuten)
11	**Berechnung der Modulnote**	Klausur (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Wintersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	
16	**Literaturhinweise**	Obermaier, R. (Hrsg.).: Industrie 4.0 als unternehmerische Gestaltungsaufgabe. Betriebswirtschaftliche, technische und rechtliche Herausforderungen, Wiesbaden, 2017.Voigt, K. I., & Müller, J. M. (Eds.). (2021). *Digital Business Models in Industrial Ecosystems: Lessons Learned from Industry 4.0 Across Europe*. Springer Nature.

1	**Modulbezeichnung** 57436	**The Energy Transition in Latin America**	**5 ECTS**
2	Lehrveranstaltungen	Zu diesem Modul sind in diesem Semester keine Lehrveranstaltungen oder Lehrveranstaltungsgruppen hinterlegt!	
3	Lehrende	Zu diesem Modul sind in diesem Semester keine Lehrveranstaltungen und somit auch keine Lehrenden hinterlegt!	

4	**Modulverantwortliche/r**	Prof. Dr. Almut Schilling-Vacaflor del Carpio
5	**Inhalt**	The global transition toward sustainability, driven by the Paris Agreement, has sparked an intense international debate about the need to advance a socio-ecological transformation that enables the development of greener, more equitable, and technologically advanced models. In this context, the Energiewende -Germany's energy transition- is not only relevant domestically but has also become a structural pillar of Germany's foreign energy policy, with profound geopolitical, normative, economic, and social implications in the international system. This strategy has positioned Germany not only as a key actor in the promotion of renewable energies but also as a norm entrepreneur in environmental standards and as an exporter of technologies associated with the energy transition.In this seminar, students will analyze the social, political, and environmental dimensions of the Energiewende, with a particular focus on its implications for Latin America. The course will examine how Germany shapes its foreign energy policy, evaluating the balance between national values and interests and its international projection.The course is organized around four main axes: • Bilateral Relations and Energy Partnerships: Students will examine how the Energiewende acts as a catalyst for relations between Germany and Latin American countries, with particular attention to agreements and alliances related to the promotion and production of renewable energies, as well as the fluctuations and resistance in the implementation of these policies. • International Environmental Standards: The course will explore Germany's role as a normative promoter, analyzing the internationalization of its energy standards and the varying degrees of acceptance and contestation in countries. • Normative Foundations and Non-Governmental Actors: The seminar will address the mechanisms through which Germany advances its national interests and the interaction between local regulatory frameworks and German strategies. • Hydrogen Diplomacy and Energy Cooperation: Students will evaluate how Germany uses its role as a provider of energy cooperation to promote green hydrogen, establish supply chains, and manage local tensions. Throughout the seminar, the course will combine lectures by the instructor, reading

		and analysis of academic literature, case study discussions, interactive exercises, and student presentations on concrete experiences and strategies related to the Energiewende in Latin America.
6	**Lernziele und Kompetenzen**	The students • possess comprehensive, detailed, and specialized analytical skills to examine the social, political, economic, and environmental dimensions of Germany's Energiewende in the Latin American context • can independently evaluate Germany's foreign energy policy strategies, including bilateral relations, energy partnerships, normative promotion, and their implications for Latin America • can situationally identify, collect, and analyze relevant data from academic literature, policy documents, and case studies on renewable energy, critical raw materials, and green technology supply chains • are familiar with the role of Latin America in global energy transitions, and socio-ecological impacts on local communities and ecosystems • can critically reflect on alternative pathways for a socially and ecologically just energy transition, considering the interaction between national interests, international norms, and local contexts.
7	**Voraussetzungen für die Teilnahme**	None
8	**Einpassung in Studienverlaufsplan**	keine Einpassung in Studienverlaufsplan hinterlegt!
9	**Verwendbarkeit des Moduls**	Freier Vertiefungsbereich Master of Science Sozialökonomik 20222
10	**Studien- und Prüfungsleistungen**	schriftlich/mündlich • Presentation (50 %) • Seminar paper (50 %)
11	**Berechnung der Modulnote**	schriftlich/mündlich (100%)
12	**Turnus des Angebots**	nur im Sommersemester
13	**Arbeitsaufwand in Zeitstunden**	Präsenzzeit: 30 h Eigenstudium: 120 h
14	**Dauer des Moduls**	1 Semester
15	**Unterrichts- und Prüfungssprache**	Spanisch