

# Kurs Explorer

Masterstudiengang  
Betriebswirtschaftslehre

Materialien zur Studienberatung  
Stand: Juli 2024

Fachbereich 07 – Studienzentrum Wirtschaftswissenschaft

## Inhalt/Content

Aktuelle Probleme der IFRS-Bilanzierung.....	4
<i>Current Problems in IFRS Accounting</i> .....	4
Geschäftsmodellinnovationen.....	5
Business Modul Innovation.....	5
CDE – Career Development and Employability .....	7
Digital Marketing Management I: Startegy and Instruments.....	9
Einführung in die betriebswirtschaftliche Steuerlehre für Fortgeschrittene .....	10
<i>An Introduction to Corporate Taxation Management</i> .....	10
Entrepreneurship und Management I .....	11
<i>Entrepreneuership and SME Management I</i> .....	11
Erste Schritte mit R .....	13
<i>Getting Started with R</i> .....	13
Experimentelle Methoden in der Konsumentenforschung.....	14
<i>Experimental Methods in consumer research</i> .....	14
Finanzmärkte, Finanzinstrumente und Bewertung.....	15
<i>Financial Markets, Financial Instruments and Valuation</i> .....	15
Industrieökonomie: Innovation.....	16
Industrial Organization Innovation .....	16
International Business Strategy .....	17
Internationales Handelsrecht.....	18
<i>International Trade Law</i> .....	18
Konsumentenverhalten I.....	19
<i>Consumer Behavior I I</i> .....	19
Management der digitalen Transformation .....	21
<i>Management digital transformation</i> .....	21
Ökonometrie.....	22
<i>Econometrics</i> .....	22
Ökonomik des öffentlichen Sektors .....	23
<i>Public Sector Economics</i> .....	23
Portfoliotheorie und Asset Management.....	24
<i>Portfolio Theory and Asset Management</i> .....	24
Projekt Betriebswirtschaftliche Steuerlehre.....	25
<i>Teaching Project Business Taxation</i> .....	25
Projekt Finanzwirtschaft III – Machine Learning in der Finanzwirtschaft .....	26
<i>Teaching Project Finance III – Machine Learning in Finance</i> .....	26
Projekt Gründungs- und Mittelstandsmanagement – Current Issues in Entrepreneurship Research.....	27
<i>Teaching Prohject in Current Issues in Entrepreneurship Research</i> .....	27
Projekt Innovationsökonomik.....	28

<i>Teaching Project Innovation Economics</i> .....	28
Projekt Internationales Management .....	29
<i>Teaching Project International Management</i> .....	29
Projekt Marketing und Markenmanagement I .....	30
<i>Teaching Project Marketing and Brand Management I</i> .....	30
Projekt Marketing und Markenmanagement II – Challenges in Digital Marketing Management .....	31
<i>Teaching Project Marketing and Brand Management in Challenges in Digital Marketing Management</i> .....	31
Projekt Marketing und Markenmanagement III – Social-Media-Marketing .....	32
<i>Teaching Project Marketing and Brand Management Social-Media-Marketing</i> .....	32
Proseminar Aktuelle Fragen der Entrepreneurship-Forschung .....	33
<i>Proseminar Current Issues in Entrepreneurship Research</i> .....	33
Proseminar Betriebswirtschaftliche Steuerlehre.....	34
<i>Proseminar Business Taxation</i> .....	34
Nachhaltige Ernährungswirtschaft .....	35
<i>Sustainable Food Sector</i> .....	35
Innovation Economics: The Case of Artificial Intelligence .....	36
Proseminar Forschungsmethoden im Internationalen Management .....	38
<i>Proseminar Research Methods in International Business</i> .....	38
Forschungsseminar: Innovationsprojektmanagement.....	39
Research Seminar: Innovation Project Management.....	39
Technologiemanagement .....	40
<i>Technology Management</i> .....	40
Theoretische Grundlagen der Innovationsökonomik.....	41
<i>Innovation Economics: Theory</i> .....	41
Theoretische und strategische Grundlagen des innovativen Marketings und Markenmanagements I + II.....	42
<i>Theoretical and Strategic Foundations of Innovative Marketing and Brand Management I + II</i> .....	42
Umwandlungssteuerrecht.....	43
<i>Tax Reorganisation Law</i> .....	43
Wissenschaftliches Arbeiten mit MATLAB/R/Python und wirtschaftswissenschaftlichen Fachdatenbanken.....	44
<i>Scientific work with MATLAB/R/Python and economic databases</i> .....	44
Forschungsseminar: Innovationsprojektmanagement.....	46
<i>Research Seminar: Innovation Project Management</i> .....	46
Nachhaltigkeitsberichterstattung.....	48

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

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

**Geschäftsmodellinnovationen  
Business Modul Innovation**

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

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

## CDE – Career Development and Employability

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



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

## Digital Marketing Management I: Strategy and Instruments

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

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

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

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

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

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

**Erste Schritte mit R**  
**Getting Started with R**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Liedtke
Sprache <i>Language</i>	Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Nach dem Abschluss dieses Kurses sollen die Teilnehmerinnen folgende Kompetenzen erworben haben:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nutzung der Statistiksoftware R</li> <li>• Beherrschung grundlegender Elemente von Programmiersprachen, insb. Schleifen, bedingte Anweisungen und Verzweigungen</li> </ul> <p><i>After completing this course, the participants should have acquired the following skills:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Use of the statistics software R</i></li> </ul> <p><i>Knowledge on basic elements of programming languages, especially loops, conditional statements and branches</i></p>
Inhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in das R-System und Nutzung von Command Window</li> <li>• Nutzung von R-Funktionen</li> <li>• Erstellung eigener Funktionen und Skripte</li> <li>• Lineare Algebra in R</li> <li>• Datenstrukturen und Datentypen in R</li> <li>• Erstellung von Grafiken mit R</li> <li>• Kontrollstrukturen (Schleifen und bedingte Anweisungen)</li> <li>• Datenimport und -export in R</li> <li>• Optimierung in R</li> <li>• Regression in R</li> <li>• Organisation und Durchführung eigener Fallstudien</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Introduction to the R-System and use of the Command Window</i></li> <li>• <i>Use of R functions</i></li> <li>• <i>Writing user-defined functions and scripts</i></li> <li>• <i>Linear algebra in R</i></li> <li>• <i>Data structures and data types in R</i></li> <li>• <i>Creation of graphics with R</i></li> <li>• <i>Control structures (loops and conditional statements)</i></li> <li>• <i>Data import and export in R</i></li> <li>• <i>Optimization in R</i></li> <li>• <i>Regression in R</i></li> </ul> <p><i>Organization and implementation of case studies</i></p>
Literatur <i>Literature</i>	<p>Zuur, Alain; Ieno, Elena; Meesters, Erik: A Beginner's Guide to R, Springer 2009.  Poddig, Thorsten; Varmaz, Armin; Fieberg, Christian, Abdel-Karim, Benjamin:  Einführung in Matlab für Sozial- und Wirtschaftswissenschaftler, bod, 2021.  Poddig, Thorsten; Varmaz, Armin; Fieberg, Christian: "Computational Finance: Eine Matlab, Octave und Freemat basierte Einführung" Uhlenbruch, 2015.</p>

**Experimentelle Methoden in der Konsumentenforschung**  
***Experimental Methods in consumer research***

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Klein
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Portfolio
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Die Studierenden...</p> <p>... lernen unterschiedliche Methoden und Anwendungsbereiche der experimentellen Konsumentenforschung kennen.</p> <p>... diskutieren die Vor- und Nachteile einzelner Elemente experimenteller Designs.</p> <p>... beherrschen die wesentlichen Fähigkeiten zum Design von Experimenten und sind in der Lage, wesentliche Problemfelder zu identifizieren und zu adressieren.</p> <p>... wenden Methoden zur Analyse von experimentellen Studien an und interpretieren die Ergebnisse.</p> <p>... berichten über ihr Vorgehen beim Design und der Durchführung eigener Experimente und ihre Ergebnisse.</p> <p><i>Students...</i></p> <p><i>...get to know different methods and areas of application of experimental consumer research.</i></p> <p><i>...discuss (dis)advantages individual elements of experimental designs.</i></p> <p><i>...handle essential abilities to design experiments and are able to address and identify fundamental problem areas.</i></p> <p><i>...report on their procedure when designing and conducting their own experiments and on their results.</i></p>
Inhalte <i>Content</i>	<p>Der Kurs behandelt Methoden der experimentellen Konsumenten-forschung; insbesondere Fragen zum Experimentaldesign, zur praktischen Durchführung von Experimenten und zur Auswertung der Daten aus Experimenten.</p> <p><i>This course covers methods of experimental consumer research, particularly, questions on experimental design, on the practical implementation of and the analysis of data from experimental studies.</i></p>
Literatur <i>Literature</i>	<p>u.a.</p> <p>Campbell, D. T., &amp; Stanley, J. C. (1963). Experimental and quasi-experimental designs for research. Boston: Houghton Mifflin.</p> <p>Fisher, R. A. (1935). The design of experiments. Edinburgh: Oliver &amp; Boyd.</p> <p>Koschate-Fischer, N., &amp; Schandelmeier, S. (2014). A guideline for designing experimental studies in marketing research and a critical discussion of selected problem areas. <i>Journal of Business Economics</i>, 84, 793–826.</p> <p>Sawyer, A. G. (1975). Demand artifacts in laboratory experiments in consumer research. <i>Journal of Consumer Research</i>, 1(4), 20–30.</p> <p>Shadish, W. R., Cook, T. D., &amp; Campbell, D. T. (2002). Experimental and quasi-experimental designs for generalized causal inference. Belmont: Wadsworth Cengage Learning.</p>

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

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



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

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

## International Business Strategy

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

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

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

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

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

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

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

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

**Ökonometrie**  
**Econometrics**

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Paha
Sprache <i>Language</i>	Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/> 12 CP <input checked="" type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	Portfolio
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>The course aims to prepare students for writing their thesis. Upon successful completion of the course, students will be able to select and narrow down a research topic, formulate a research question, create a literature review, find descriptive data, and analyze it. Additionally, students will expand their subject-specific knowledge and practice applying their expertise to complex issues. Besides enhancing their professional expertise, students will also learn other career-relevant and social skills such as:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Independent work, coordination, and time management</li> <li>• Teamwork, handling roles and group dynamics</li> <li>• Presentation techniques (oral and written)</li> <li>• Dealing with complexity</li> </ul>
Inhalte <i>Content</i>	<p>In the project module, students undertake a larger research project. Depending on the chosen project, different tasks are formulated, subject-specific focuses are set, methods are selected, and content-related results are aimed for. The knowledge acquired in the profiling modules is deepened and applied to a wider question relevant for both policy and research.</p> <p>In the winter term 2024/25, topics from innovation policy in Bremen, Germany, and the EU will be assigned. Special emphasis will be placed on innovations in sustainable products &amp; production processes as well as innovations in the context of digitalization.</p>
Literatur <i>Literature</i>	<p>Bresnahan, T. (2010). General purpose technologies. Handbook of the Economics of Innovation, 2, 761-791.</p> <p>Greenstein, S. (2010). Innovative conduct in computing and internet markets. Handbook of the Economics of Innovation, 1, 477-537.</p> <p>Popp, D., Newell, R. G., &amp; Jaffe, A. B. (2010). Energy, the environment, and technological change. Handbook of the Economics of Innovation, 2, 873-937.</p> <p>Further literature will be announced in class.</p>

**Projekt Internationales Management**  
**Teaching Project International Management**

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Bican
Sprache <i>Language</i>	Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/> 12 CP <input checked="" type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p><i>The objective of this course is to deepen the theoretical knowledge gained by students by using a combination of presentations in class and individual research in order to stimulate the ability to critically discuss theoretical concepts and to apply them to real life cases.</i></p> <p><i>To achieve this objective, the students are guided to examine the behavioral assumptions underlying popular management theories, and to apply different conceptual tools for e.g. evaluating alternative forms of governance.</i></p> <p><i>Following this preparation, the students should be able to analytically assess different company cases dealing with e.g. subsidiary-headquarters relations, or specific structural adaptations adopted by MNEs, such as network structures and regional headquarters.</i></p>
Inhalte <i>Content</i>	<p><i>The course uses a combination of presentations in class and individual research with an emphasis on the application of theoretical concepts to real life cases.</i></p> <p><i>In addition to presentations, the students are required to prepare a final report (written individually), as well as to find material for two relevant company cases using secondary sources</i></p>

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

## Innovation Economics: The Case of Artificial Intelligence

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

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

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

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

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

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Röth
Sprache <i>Language</i>	Deutsch & Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Mit der zunehmenden Projektifizierung von Unternehmen wird das ganzheitliche Management von Projektlandschaften (Programme und Projektportfolios) zu einer Schlüsselkompetenz. Strategisches Projekt- und Portfoliomanagement schafft die Voraussetzungen für erfolgreiches Einzelprojektmanagement, indem es Strukturen und Prozesse zur Auswahl, Ausrichtung, Planung, Steuerung und Anpassung von Projekten in einem Portfolio etabliert. Wichtige Themen der Veranstaltung sind das projektorientierte Unternehmen und der Projektportfolio-Prozess (Strukturierung, Ressourcenmanagement, Steuerung, Nachhaltigkeit). Darüber hinaus werden wichtige Rollen im Multiprojektmanagement und die Bedeutung des Project Management Office diskutiert.</p> <p><i>With increasing projectification of companies, the holistic management of project landscapes (programs and project portfolios) is becoming a key competence. Strategic project management creates the prerequisites for successful individual project management by establishing structures and processes for selecting, aligning, planning, controlling and adjusting projects in a portfolio. Important topics within the event are the project-oriented company and the project portfolio process (structuring, resource management, control, sustainability). In addition, important roles in multi-project management and the importance of the project management office will be discussed</i></p>
Inhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategie</li> <li>• Portfoliomanagement</li> <li>• Organizationaler Rahmen</li> <li>• Strukturierung des Portfolios</li> <li>• Portfoliosteuerung</li> <li>• Agile &amp; Lean Portfoliomanagement</li> <li>• Programmmanagement</li>   <li>• <i>Strategy</i></li> <li>• <i>Portfolio Management</i></li> <li>• <i>Organizational Framework</i></li> <li>• <i>Portfolio Structuring</i></li> <li>• <i>Portfolio Steering</i></li> <li>• <i>Agile &amp; Lean Portfolio Management</i></li> <li>• <i>Program Management</i></li> </ul>
Literatur <i>Literature</i>	<p>Tidd, J. and Bessant, J.R. (2018) Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change. John Wiley &amp; Sons, Hoboken, NJ.</p> <p>Hauschildt, Jürgen; Salomo, Sören; Schultz, Carsten; Kock, Alexander (2022): Innovationsmanagement. 7., vollständig aktualisierte und überarbeitete Auflage. Buch, 380 S., gebunden. Vahlen-Verlag.</p> <p>Research articles and case studies</p>



**Technologiemanagement**  
**Technology Management**

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

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

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

**Theoretische und strategische Grundlagen des innovativen Marketings und  
Markenmanagements I + II**  
*Theoretical and Strategic Foundations of Innovative Marketing and Brand Management I + II*

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

**Umwandlungssteuerrecht**  
***Tax Reorganisation Law***

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Eden
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	mündliche Prüfung
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Die Studierenden beherrschen die zivil- und steuerrechtlichen Regeln zur Umwandlung von Unternehmen. Sie kennen Determinanten, Strukturen, Abläufe von Umwandlungsvorgängen. Sie können ihre Kenntnisse auf bestimmte Fallgestaltungen und Problemfelder anwenden.</p> <p><i>The students learn how to transform legal corporate forms. They understand types of mergers and acquisitions. They will study how to proceed by solving different case studies.</i></p>
Inhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gesetzliche Rahmenbedingungen durch Umwandlungsgesetz und Umwandlungssteuergesetz</li> <li>• Verschmelzung von Kapitalgesellschaften auf Personengesellschaften</li> <li>• Verschmelzung und Spaltung von Kapitalgesellschaften</li> <li>• Einbringung in Kapital- und Personengesellschaften</li>   <li>• <i>Basic Principles of the Transformation Tax Law and the German Business Transformation Tax Act</i></li> <li>• <i>Restructuring existing Companies and Groups</i></li> <li>• <i>Taxation of Restructuring Partnerships and Limited Liability Companies</i></li> </ul>
Literatur <i>Literature</i>	<p>Brähler, Gernot: Umwandlungssteuerrecht, Grundlagen für Studium und Steuerberaterprüfung, 7. Auflage, Wiesbaden 2012.</p> <p>Dötsch, Ewald u.a.: Umwandlungssteuerrecht, 7. Auflage, Stuttgart 2012.</p>

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

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

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

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

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Röth
Sprache <i>Language</i>	Deutsch und Englisch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	mündliche Prüfung
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Dieses Seminar ermöglicht Masterstudierenden im Bereich Betriebswirtschaftslehre, die Herausforderungen und Potenziale im modernen Portfoliomanagement von Projekten zu analysieren. Die Studierenden werden aktuelle akademische Erkenntnisse erkunden, die von modernen Managementpraktiken inspiriert sind, insbesondere im Bereich Innovation und Technologie. Zu den zentralen Themen gehören verschiedene Konzepte der Anpassungsfähigkeit wie Agilität, agile Methodologien, Lean-Prinzipien und strategische Flexibilität, sowie die Entwicklung einer digitalen Denkweise, die in zeitgenössischen Geschäftsumgebungen entscheidend ist.</p> <p>Lernziele:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ein umfassendes Verständnis der theoretischen Grundlagen und praktischen Anwendungen des Portfoliomanagements von Projekten erlangen.</li> <li>• Aktuelle akademische Forschung und Managementpraktiken kritisch analysieren, um Herausforderungen und Chancen zu identifizieren.</li> <li>• Innovative Ansätze zur Verwaltung von Projektportfolios in dynamischen und digital getriebenen Kontexten erkunden.</li> <li>• Fortgeschrittene Forschungsfähigkeiten durch aktive Teilnahme an laufenden Forschungsprojekten des Lehrstuhls entwickeln.</li> <li>• Zusammenarbeits- und Präsentationsfähigkeiten verbessern durch Beteiligung an Gruppendiskussionen, Projektarbeit und Seminarpräsentationen.</li> </ul> <p>This seminar empowers Master's students in Business Administration to analyze the challenges and potentials inherent in modern project portfolio management. Students will explore recent academic insights inspired by cutting-edge management practices, particularly focusing on applications in innovation and technology. Key topics include various concepts of adaptability such as agility, agile methodologies, lean principles, and strategic flexibility, alongside the development of a digital mindset crucial in contemporary business environments.</p> <p>Learning Objectives:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Gain a comprehensive understanding of the theoretical foundations and practical applications of project portfolio management.</i></li> <li>• <i>Critically analyze current academic research and management practices in the field to identify challenges and opportunities.</i></li> <li>• <i>Explore innovative approaches to managing project portfolios in dynamic and digital-driven contexts.</i></li> <li>• <i>Develop advanced research skills through active participation in ongoing research projects conducted by the professorship.</i></li> <li>• <i>Enhance collaboration and presentation skills through engaging in group discussions, project work, and seminar presentations.</i></li> </ul>
Inhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kick-off und Themenvergabe</li> <li>• Begleitseminar</li> <li>• Präsentation und Diskussion</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kick-off and topic assignment</li> <li>• Accompanying seminar</li> </ul> <p>Presentation and discussion</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Basic Principles of the Transformation Tax Law and the German Business Transformation Tax Act</i></li> <li>• <i>Restructuring existing Companies and Groups</i></li> <li>• <i>Taxation of Restructuring Partnerships and Limited Liability Companies</i></li> </ul>
Literatur <i>Literature</i>	Research articles



## Nachhaltigkeitsberichterstattung

Dozent/-in <i>Lecturer</i>	Veith
Sprache <i>Language</i>	Deutsch
CP	3 CP <input type="checkbox"/> 6 CP <input checked="" type="checkbox"/> 9 CP <input type="checkbox"/>
Prüfungsform <i>Examination format</i>	mündliche Prüfung
Lernziele <i>Learning outcomes</i>	<p>Nach erfolgreichem Abschluss der Einheit sollen die Studierenden in der Lage sein:</p> <p>Wissen und Verstehen (Verbreiterung, Vertiefung und Verständnis des Wissens)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ die Regeln und den Hintergrund von Umwelt- und Nachhaltigkeitsberichterstattung zu erklären.</li> </ul> <p>Anwendung, Nutzung und Generierung von Wissen (Anwendung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ das Konzept der verpflichtenden und freiwilligen Publizität auf den Fall der Umwelt- und Nachhaltigkeitsberichterstattung anzuwenden.</li> <li>▪ empirische Methoden in der Rechnungswesensforschung zu beherrschen.</li> <li>▪ eine empirische Analyse anzufertigen, wie Informationen der Umwelt- und Nachhaltigkeitsberichterstattung von Bilanzherstellern erstellt und/oder von ihren Nutzern verarbeitet werden.</li> </ul> <p>Kommunikation und Kooperation</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Entscheidungsnützlichkeit von Rechnungslegungsinformationen und dessen ökonomische Konsequenzen zu diskutieren.</li> </ul> <p>Wissenschaftliches Selbstverständnis und Professionalität</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ wissenschaftliche Methoden auf Basis ihres theoretischen und methodischen Wissens über das Rechnungswesen auszuwählen und zu begründen.</li> <li>• die Relevanz von Ergebnissen der Rechnungswesensforschung für das eigene berufliche bzw. akademische Handeln zu erkennen und diese entsprechend</li> </ul>
Inhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Institutioneller und rechtlicher Kontext der Umwelt- und Nachhaltigkeitsberichterstattung</li> <li>▪ Entscheidungs- und Vertragstheorien der verpflichtenden und freiwilligen Publizität</li> <li>▪ Methoden der empirischen Rechnungswesensforschung</li> </ul>
Zielgruppe Voraussetzungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zielgruppe: Masterstudium</li> <li>▪ Voraussetzungen: Grundlagenkenntnisse im Externem Rechnungswesen</li> </ul>
Methode Veranstaltungsform Prüfungsleistungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Unterrichtssprache: Deutsch</li> <li>▪ Lehr- und Lernformen: Seminar</li> <li>▪ Prüfungsform: Portfolioprüfung</li> </ul>
Leistungspunkte	6 ECTS
Dauer	Semesterumfänglich (2 SWS)
Termin/e	Termine gemäß Veranstaltungsverzeichnis des WiSe 2024/2025.
Ort	Werderstraße 73 und Online
Hinweise	Lernmaterialien werden über AULIS bereitgestellt.