



Department 1

Management

**Alle Lehrstühle außer dem Lehrstuhl von
Prof. Dr. Dr. h.c. Rosenthal sind im
Technologiepark 21, 1. OG**

Lehrstühle im Department



Prof. Dr. René Fahr
Sprecher des Departments 1
Betriebswirtschaftslehre,
insb. **Corporate Governance**



Prof. Dr. Andreas Eggert
Betriebswirtschaftslehre,
insb. **Marketing**



Prof. Dr. Dr. h.c.
Klaus Rosenthal
Marketing



Juniorprofessor Dr. Hogreve
Dienstleistungs-
management



Prof. Dr. Martin Schneider
Betriebswirtschaftslehre,
insb. **Personalwirtschaft**



Prof. Dr. Bernd Frick
Organisations- und
Medienökonomie



Juniorprofessorin Dr. Iseke
Organizational
Behaviour

Lehrstuhl für Corporate Governance



www.quantitative-cg.de

Prof. Dr. Fahr & Team
Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre,
insb. Corporate Governance

Module des Lehrstuhls Corporate Governance (1)

- **W2164 Grundlagen der Corporate Governance (GCG)**
 - Prof. Dr. René Fahr/Elmar Janssen
 - 10 ECTS
 - Sommersemester
 - Praktikervorträge, Zwischenklausuren nach Teilblöcken
- **W2162 Comparative Corporate Governance (CCG)**
 - Prof. Dr. René Fahr/Christiane Schäfer
 - 5 ECTS
 - Sommersemester
 - englischsprachig
 - Fallstudien

Module des Lehrstuhls Corporate Governance (2)

- **(W2165 Unternehmenspolitik im internationalen Kontext)**
 - Prof. Dr. René Fahr/N.N.
 - Wintersemester/Sommersemester
 - 5 ECTS
 - geplant, Blockseminar zu Thema nach besonderer Ankündigung

Zielgruppe des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre, insb. Corporate Governance

- **Benötigte Fähigkeiten:**
 - BWL A, Grundlagen Mikroökonomie (GCG), bzw. Englisch (CCG), idealerweise Mathe I und Statistik.
- **Geförderte Fähigkeiten:**
 - Analyse von Entscheidungssituationen im strategischen Management, Schreiben und Präsentieren in Englisch
- **Vermitteltes Wissen:**
 - Institutionelle Grundlagen und Instrumente der Konzernsteuerung und Kontrolle, Personal- und Organisationsökonomik, Interpretation empirischer Analysen.
- **Mögliche Berufsfelder**
 - (strategisches) Management, Vorstandsassistentz, Personalabteilungen, Unternehmensberatung (Strategie, Change Management, Personal/Vergütung)

Lehrstuhl für Marketing



Prof. Dr. Eggert & Team
Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre,
insb. Marketing

Module des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre, insb. Marketing (1)

- **B2C-Marketing**
 - Prof. Dr. Andreas Eggert und Team
 - 1/3 englischsprachig
 - 10 ECTS
 - Wintersemester
- **Negotiation: Theory and Techniques in a Global Economy**
 - Ph.D. James A. Eckert, Western Michigan University
 - englischsprachig
 - 5 ECTS
 - Sommersemester (geplant)

Module des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre, insb. Marketing (2)

- **Retailing: How to Turn Shoppers into Customers**
 - Ph.D. Gary Hunter, Illinois State University
 - englischsprachig
 - 5 ECTS
 - Sommersemester (geplant)

Zielgruppe des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre, insb. Marketing

- **Mögliche Berufsfelder**
 - Marketing Manager, Key Account Manager, Sales Manager (in Industrieunternehmen, im Handel)
 - Market Researcher (in Marktforschungsinstituten)
 - Unternehmensberater
 - u. v. m.
- **Geförderte Fähigkeiten**
 - Faktenwissen: Austauschtheorie des Marketing, Theorie des Konsumentenverhaltens
 - Methodenwissen: Erklärung von Fragestellungen des Marketings mit Hilfe fortgeschrittener statistischer Methoden (z.B. Multidimensionale Skalierung, Conjoint Analyse)
 - Transferkompetenz: Lösung von Marketingproblemen durch die Anwendung der erlernten Theorien und Konzepte

Lehrstuhl für Marketing Prof. Dr. Dr. h.c. Rosenthal

- Prof. Dr. Dr. h.c. Klaus Rosenthal
- Dr. Viachaslau Nikitsin (Projektkoordinator)
- ~~Matthias Stover, M.A.~~
- ~~Jessica Hünnies-Stemann, M.A.~~
- Nadine Knefelkamp, M.A.
- Nadin Stajanko, B.A.
- Ingrid Kelsey, Sekretariat
- Studentische Hilfskräfte:
 - Anna Schmunk, B.A. (SHK)
 - Wilhelm Klat, B.Sc. (SHK)
 - Lisa Hoffmann, B.A. (SHK)
 - Bernd Himmelsbach (SHK)

Räume: C3.324- C3.339

Lehrstuhl für Marketing Prof. Dr. Dr. h.c. Rosenthal



Module des Lehrstuhls für Marketing

- B2B-Marketing
 - BA-Modul W 2121
 - WS
 - 10 ECTS
- Marketingmanagement
 - BA-Modul W 2122
 - SS
 - 10 ECTS
- Marketingkolloquium
 - W 2191 und W 4191
 - WS und SS
 - Abschlussarbeiten verschiedener
 - PO

Zielgruppe des Lehrstuhls für Marketing

- **Mögliche Berufsfelder**
 - Marketingmanagement
 - Marketingplanung und -forschung
 - Strategisches Unternehmensmanagement
 - Unternehmensberatung
- **Weitere Infos unter:**

http://wiwiweb.upb.de/id/bwl_o4_home

Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement

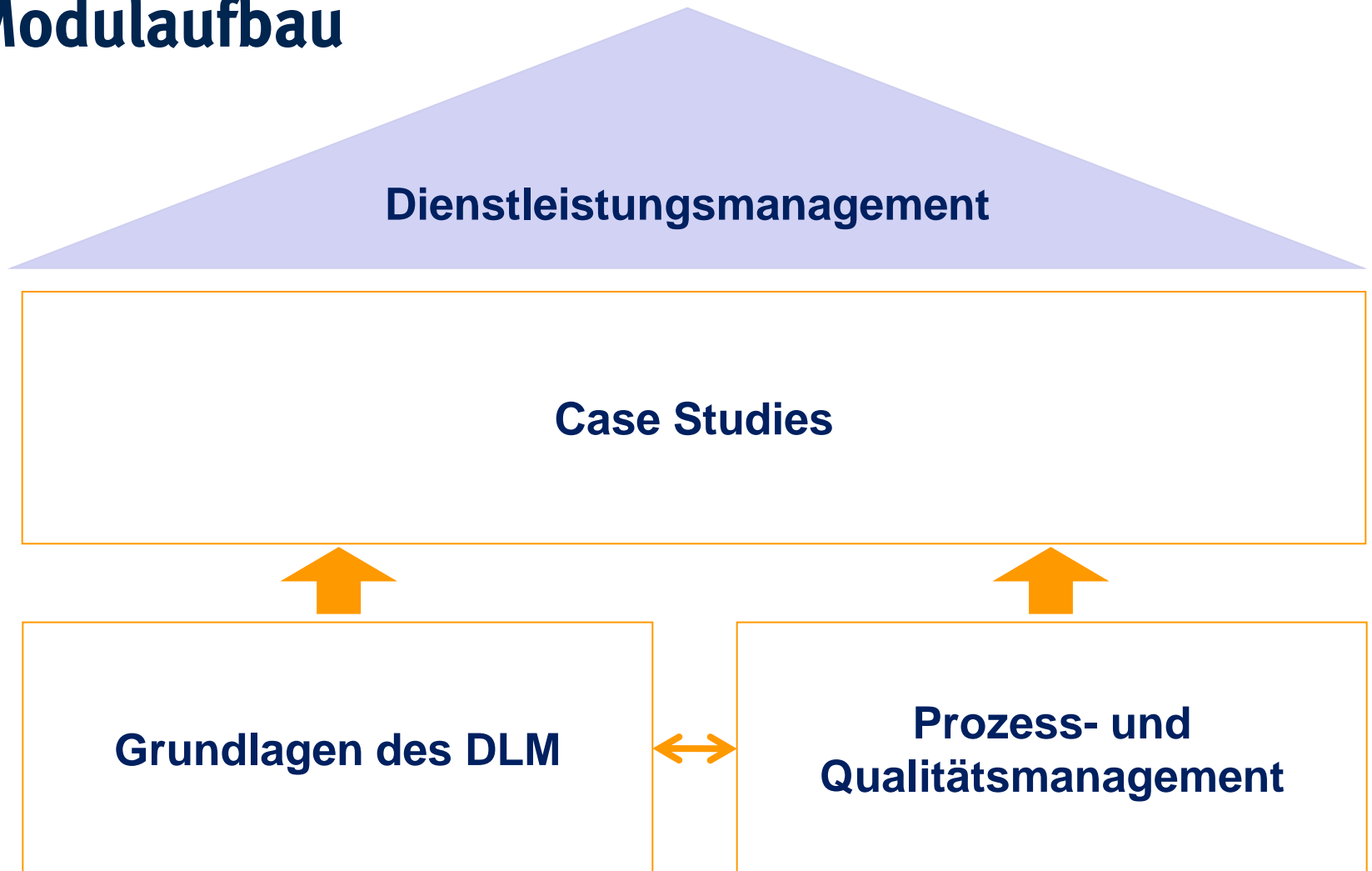


Jun.-Prof. Dr. Jens Hogreve
Juniorprofessur für Betriebswirtschaftslehre,
insb. Dienstleistungsmanagement

Modul der Juniorprofessur für DLM

- **Dienstleistungsmanagement**
 - Jun.-Prof. Dr. Jens Hogleve und Team
 - deutschsprachig
 - 10 ECTS
 - Sommersemester

Modulaufbau



Zielgruppe der Juniorprofessur für DLM

- **Mögliche Berufsfelder**
 - Tätigkeit im Management von Dienstleistungsunternehmen, z.B. Key Account Manager
 - Tätigkeiten im Prozess- und Qualitätsmanagement
 - Unternehmensberater
 - u. v. m.
- **Benötigte Fähigkeiten**
 - BWL A und BWL B

Zielgruppe der Juniorprofessur für DLM

- **Lernziele**

- Faktenwissen: Besonderheiten von Dienstleistungsangeboten, fundierte Kenntnis der Konzepte des Qualitäts- und Prozessmanagements
- Methodenwissen: Erklärung relevanter Sachverhalte für das Dienstleistungsmanagement mit Hilfe der diskutierten Theorien und Konzepte. Anwendung von Konzepten zur Prozessoptimierung.
- Transferkompetenz: Lösung von Managementproblemen im Dienstleistungsbereich.

Lehrstuhl für Personalwirtschaft und Lehrstuhl für Personal- und Organisationspsychologie



Prof. Dr. Schneider & Prof. Dr. Schaper
Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre,
insb. Personalwirtschaft

Module Lehrstuhl Personalwirtschaft (Martin Schneider):

Wintersemester:

- **W2141 Personalwirtschaftslehre (10 ECTS-Punkte)**
- **W2145 Comparative and International Employment Relations (5 ECTS-Punkte, in Englisch)**
- **Leadership in Practice (5 ECTS-Punkte, in Englisch) (Lehrbeauftragter Dr. Florian Turk, Novartis)**

Sommersemester:

- **W2146 Methoden der Personalarbeit (Honorarprofessor Günter Goth)**
- **Problems of Work: An Introduction through Films**

Zielgruppe Personalwirtschaft (Martin Schneider):

- **Benötigte Fähigkeiten:** Grundlagen in Mikroökonomik und Englisch
- **Geförderte Fähigkeiten:** Analyse von Entscheidungssituationen im Personal, Schreiben und Präsentieren in Englisch
- **Vermitteltes Wissen:** Institutionelle Grundlagen, Instrumente der Personalarbeit, Personalökonomik
- **Mögliche Berufsfelder:** Tätigkeit in Personalabteilungen, Tätigkeit im Management, Unternehmensberatungen

Verwandtes Lehrangebot Personal- und Organisationspsychologie (Niclas Schaper): Module

Wintersemester:

- **K2851 Arbeits- und Personalpsychologie (5 ECTS-Punkte)**

Sommersemester:

- **K2852 Organisationspsychologie (5 ECTS-Punkte)**

Zielgruppe Personal- und Organisationspsychologie (Niclas Schaper):

- **Mögliche Berufsfelder: Tätigkeit in Personalabteilungen, Tätigkeit im Management, Unternehmensberatungen**
- **Geförderte Fähigkeiten: Analyse von Entscheidungssituationen im Personal**
- **Grundlagenwissen in: Psychologische Grundlagen der Personalarbeit, Instrumente der Personalarbeit**

Lehrstuhl für Organisations- und Medienökonomie



Prof. Dr. Frick & Team

Lehrstuhl für Organisations- und Medienökonomie

Module des Lehrstuhls für Organisations- und Medienökonomie

	Organisation und Unternehmensführung	Freakonomics	Sports Economics	Health Economics	Leadership: Strategy, Styles, and Change
Semester	SS	SS	SS	SS	SS
ECTS	10	5	5	5	5
Sprache	Deutsch	Englisch	Englisch	Englisch	Englisch
Betreuer	Prof. Dr. Frick	Prof. Dr. Frick	Prof. Brad Humphreys	Prof. Jane Ruseski	Prof. Dr. Armbrüster
Aufbau	Vorlesung Planspiel	Vorlesung Präsentation	Block- veranstaltung	Block- veranstaltung	Block- veranstaltung
Benötigte Fähigkeiten	BWL A BWL B	BWL A BWL B	BWL A BWL B	BWL A BWL B	BWL A BWL B

Ziel Nr. 1: Bereitstellung eines theoretischen Rahmens zur Analyse beobachtbarer Organisationsformen und -typen

Ziel Nr. 2: Ableitung empirisch begründeter Handlungsempfehlungen

Zielgruppe des Lehrstuhls für Organisations- und Medienökonomie

- Da wir uns als Vertreter einer „angewandten Ökonomie“ verstehen, legen wir stets großen Wert auf die Verknüpfung von theoretischer Analyse und empirischer Überprüfung.
- Die anwendungsorientierte Vermittlung der dafür erforderlichen Kompetenzen im BA- wie auch im MA-Studiengang ist uns ein großes Anliegen.
- Nur so lässt sich das Hauptziel der Betriebswirtschaftslehre – die Formulierung konkreter und zugleich umsetzbarer Handlungsempfehlungen - realisieren.