

Bereichsgegliedertes Modulhandbuch für das Studienfach

Keine PO-STG-Zuordnung vorhanden
verantwortlich: JMU Würzburg

Inhalte und Ziele des Studienganges (Diploma Supplement)

Der Master-Studiengang Entrepreneurship & Innovation wird von der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der JMU als interdisziplinärer Studiengang mit dem Abschluss „Master of Arts“ (M.A.) im Rahmen eines konsekutiven Bachelor- und Master-Modells angeboten.

Der Masterstudiengang eröffnet Studierenden die Möglichkeit, unternehmerisches Denken und Handeln wissenschaftlich fundiert, reflektiert und praxisnah zu entwickeln. Besonderer Wert wird dabei auf die praktische Anwendung gelegt, mit Bezug zu realen Innovations- und Gründungsprozessen. Der Studiengang baut auf den im Erststudium erworbenen fachlichen Kenntnissen auf und erweitert diese um wirtschaftswissenschaftliche Kompetenzen. Ziel ist es, Studierende zu befähigen, eigene Gründungsvorhaben umzusetzen, als Intra-preneure Innovationsprozesse innerhalb bestehender Organisationen anzustoßen oder Unternehmensnachfolgen verantwortungsvoll zu gestalten.

Der Masterstudiengang Entrepreneurship & Innovation ist ein zweisprachiger Studiengang. Die Unterrichtssprache ist Deutsch und Englisch.

Verwendete Abkürzungen

Veranstaltungsarten: **E** = Exkursion, **K** = Kolloquium, **O** = Konversatorium, **P** = Praktikum, **R** = Projekt, **S** = Seminar, **T** = Tutorium, **Ü** = Übung, **V** = Vorlesung

Semester: **SS** = Sommersemester, **WS** = Wintersemester

Bewertungsarten: **NUM** = numerische Notenvergabe, **B/NB** = bestanden / nicht bestanden

Satzungen: **(L)ASPO** = Allgemeine Studien- und Prüfungsordnung (für Lehramtsstudiengänge), **FSB** = Fachspezifische Bestimmungen, **SFB** = Studienfachbeschreibung

Sonstiges: **A** = Abschlussarbeit, **LV** = Lehrveranstaltung(en), **PL** = Prüfungsleistung(en), **TN** = Teilnehmende, **VL** = Vorleistung(en)

Konventionen

Sofern nichts anderes angegeben ist, ist die Lehrveranstaltungs- und Prüfungssprache Deutsch, der Prüfungsturnus ist semesterweise, es besteht keine Bonusfähigkeit der Prüfungsleistung.

Anmerkungen

Gibt es eine Auswahl an Prüfungsarten, so legt die Dozentin oder der Dozent in Absprache mit der/dem Modulverantwortlichen spätestens zwei Wochen nach LV-Beginn fest, welche Form für die Erfolgsüberprüfung im aktuellen Semester zutreffend ist und gibt dies ortsüblich bekannt.

Bei mehreren benoteten Prüfungsleistung innerhalb eines Moduls werden diese jeweils gleichgewichtet, sofern nachfolgend nichts anderes angegeben ist.

Besteht die Erfolgsüberprüfung aus mehreren Einzelleistungen, so ist die Prüfung nur bestanden, wenn jede der Einzelleistungen erfolgreich bestanden ist.

Satzungsbezug

Muttersatzung des hier beschriebenen Studienfachs:

ASPO2015

zugehörige amtliche Veröffentlichungen (FSB/SFB):

???.?.2025 (2025-??)

Dieses Modulhandbuch versucht die prüfungsordnungsrelevanten Daten des Studienfachs möglichst genau wiederzugeben. Rechtlich verbindlich ist aber nur die offizielle amtliche Veröffentlichung der FSB/SFB. Insbesondere gelten im Zweifelsfall die dort angegebenen Beschreibungen der Modulprüfungen.

Bereichsgliederung des Studienfachs

Kurzbezeichnung	Modulbezeichnung	ECTS-Punkte	Bewertung	Seite
Pflichtbereich (Erwerb von 30 ECTS-Punkten)				
12-M-IMM-262-m01	Sales and Communications Management	5	NUM	17
12-Mark-G-262-m01	Marketing	5	NUM	7
12-M-EF-262-m01	Entrepreneurship Fundamentals	5	NUM	10
12-M-ENGW-262-m01	Entrepreneurial Growth	5	NUM	12
12-M-EFA-262-m01	Entrepreneurial Finance & Accounting	5	NUM	11
12-M-RG-262-m01	Ringvorlesung Gründungsökosystem	5	NUM	26
Wahlpflichtbereich (Erwerb von 60 ECTS-Punkten)				
Theorie (Erwerb von 30 ECTS-Punkten)				
12-M-UGF1-262-m01	Corporate Entrepreneurship and Innovation	5	NUM	28
12-MSMG-262-m01	Strategic Management of Global Supply Chains	5	NUM	27
12-P&O-F-262-m01	Personalmanagement	5	NUM	33
12-UGF3-262-m01	Digital Entrepreneurship and Digital Transformation	5	NUM	35
12-M-OEDT-262-m01	Organizational Economics and Digital Transformation	5	NUM	20
12-M-GPU-262-m01	Business Software 1: Management and Implementation of Information Systems	5	NUM	14
12-M-UGF2-262-m01	Corporate Strategy	5	NUM	30
12-M-PROM-262-m01	Projekt- und Changemanagement	5	NUM	22
12-M-IBS-262-m01	Digital Strategy	5	NUM	16
12-M-BUC-262-m01	Communication in Business and Economics	5	NUM	9
12-M-UN-262-m01	Unternehmensnachfolge	5	NUM	32
12-M-AEI1-262-m01	Ausgewählte Themen in Entrepreneurship, Intrapreneurship und Unternehmensnachfolge I	5	NUM	5
12-M-AEI2-262-m01	Ausgewählte Themen in Entrepreneurship, Intrapreneurship und Unternehmensnachfolge II	5	NUM	6
Projektseminare (Erwerb von 30 ECTS-Punkten)				
12-M-PRS1-262-m01	Projektseminar 1	10	NUM	23
12-M-PRS2-262-m01	Projektseminar 2	10	NUM	24
12-M-PRS3-262-m01	Projektseminar 3	10	NUM	25
12-M-FS-262-m01	Forschungsseminar	10	NUM	13
12-M-PK-262-m01	Praktikum/ Praxiserfahrung	10	B/NB	21
Abschlussbereich (Erwerb von 30 ECTS-Punkten)				
12-M-MEI-262-m01	Master-Thesis Entrepreneurship & Innovation	30	NUM	19

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Ausgewählte Themen in Entrepreneurship, Intrapreneurship und Unternehmensnachfolge I			12-M-AEI1-262-m01
Modulverantwortung			anbietende Einrichtung
--			Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module	
5	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen	
1 Semester	--	--	
Inhalte			
--			
Qualifikationsziele / Kompetenzen			
--			
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)			
V (2) + Ü (2) Veranstaltungssprache: Deutsch und/oder Englisch			
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)			
a) Klausur (ca. 60-120 Min.) oder b) Portfolioprfung (ca. 50 Std.) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch bonusfähig			
Platzvergabe			
--			
weitere Angaben			
--			
Arbeitsaufwand			
150 h			
Lehrturnus			
k. A.			
Bezug zur LPO I			
--			
Verwendung des Moduls in Studienfächern			
keinem Studiengang zugeordnet			

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Ausgewählte Themen in Entrepreneurship, Intrapreneurship und Unternehmensnachfolge II			12-M-AEI2-262-m01
Modulverantwortung			anbietende Einrichtung
--			Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module	
5	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen	
1 Semester	--	--	
Inhalte			
--			
Qualifikationsziele / Kompetenzen			
--			
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)			
V (2) + Ü (2) Veranstaltungssprache: Deutsch und/oder Englisch			
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)			
a) Klausur (ca. 60-120 Min.) oder b) Portfolioprfung (ca. 50 Std.) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch bonusfähig			
Platzvergabe			
--			
weitere Angaben			
--			
Arbeitsaufwand			
150 h			
Lehrturnus			
k. A.			
Bezug zur LPO I			
--			
Verwendung des Moduls in Studienfächern			
keinem Studiengang zugeordnet			

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Marketing			12-Mark-G-262-m01
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung	
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre und Marketing		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät	
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module	
5	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen	
1 Semester	grundständig	--	
Inhalte			
Beschreibung: Das Modul vermittelt die theoretischen Grundlagen der marktorientierten Unternehmensführung. Inhalt: Ausgehend vom Stakeholder-Ansatz wird die Grundkonzeption der marktorientierten Unternehmensführung erklärt und in den 5 klassischen Schritten erläutert: Situationsanalyse, Ziele, Strategien, Instrumente und Controlling. Verhaltenswissenschaftliche Ansätze des Konsumentenverhaltens, aber auch des industriellen Beschaffungsverhaltens werden in Grundzügen behandelt. Eine Vertiefung erfolgt mittels einer breit angelegten Fallstudie, welche die Grundlagen der Marktforschung auf Basis einer Conjoint-Analyse vermittelt. Gliederung: 1. Marketing, Unternehmertum und Unternehmensführung 2. Erklärungsansätze des Käuferverhaltens 3. Grundlagen der Marktforschung 4. Strategisches Marketing 5. Marketing-Instrumente 6. Corporate Social Responsibility versus Creating Shared Value Literatur: Foscht, T./Swoboda, B.: Käuferverhalten: Grundlagen -- Perspektiven -- Anwendungen, 4. überarb. und erw. Aufl., Wiesbaden 2011. Homburg, Ch.: Marketingmanagement: Strategie, Instrumente, Umsetzung, Unternehmensführung, 4. überarb. und erw. Aufl., Wiesbaden 2012. Homburg, Ch.: Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung, 3. Aufl., Wiesbaden, 2012a. Kroeber-Riel, W./Weinberg, P.: Konsumentenverhalten, 9. Aufl., München 2009. Meffert, H./Burmman, Ch./Kirchgeorg, M.: Marketing -- Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung: Konzepte -- Instrumente -- Praxisbeispiele, 11. überarb. und erw. Aufl., Wiesbaden 2012. Meffert, H./Burmman, Ch./Becker, Ch.: Internationales Marketing-Management -- Ein markenorientierter Ansatz, 4. Aufl., Stuttgart 2010. Meyer, M.: Ökonomische Organisation der Industrie: Netzwerkarrangements zwischen Markt und Unternehmung, Wiesbaden 1995. Porter, M. E.: Wettbewerbsvorteile -- Spitzenleistungen erreichen und behaupten, 8. Aufl., Campus Frankfurt/ New York 2014. (Original: Porter, M.: Competitive Advantage, New York 1985). Simon, H./ Fassnacht, M.: Preismanagement, Strategie -- Analyse -- Entscheidung -- Umsetzung, 3. Aufl., Wiesbaden 2009.			
Qualifikationsziele / Kompetenzen			
Die Studierenden verfügen über ein grundlegendes Verständnis der betriebswirtschaftlichen Unternehmensführung und können das Wissen systematisch einordnen. Zusätzlich können sie das erworbene Wissen, unter Berücksichtigung der konventionellen Problemfelder der betriebswirtschaftlichen Unternehmensführung, anwenden.			
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)			
V (2) + T (2)			
1-Fach-Master (2026)		JMU Würzburg • Erzeugungsdatum 09.09.2025 • PO-Datensatz Master (120 ECTS) Entrepreneurship & Innovation - 2026	Seite 7 / 35

Veranstaltungssprache: Deutsch und/oder Englisch
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)
a) Klausur (ca. 60-120 Min.) oder b) Portfolioprüfung (ca. 50 Std.) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch bonusfähig
Platzvergabe
--
weitere Angaben
--
Arbeitsaufwand
150 h
Lehrturnus
Lehrturnus: Sommersemester
Bezug zur LPO I
--
Verwendung des Moduls in Studienfächern
keinem Studiengang zugeordnet

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Communication in Business and Economics		12-M-BUC-262-m01
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
Inhaber/-in der Professur für Wirtschaftsjournalismus und Wirtschaftskommunikation		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
5	numerische Notenvergabe	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	weiterführend	--
Inhalte		
Die Vorlesung benennt einführend relevante Kommunikationsmodelle. Es werden die relevantesten theoretischen Modelle der PR diskutiert. Dabei wird der Mehrwert von Kommunikation für Unternehmen, Wirtschaft, Politik und Wissenschaft erläutert. Es wird auf die Diskrepanz zwischen Journalismus und PR sowie auf die grundlegenden Elemente, Instrumente, Ziele und Formen der PR eingegangen. Das Vorbereiten und Durchführen von Pressegesprächen, Konferenzen, Kampagnen und Events wird systematisch erklärt, die zentralen Aspekte von Corporate Communications werden dargelegt. Die Übung behandelt die praktische Umsetzung journalistischer Stilformen in den verschiedenen Medien und schafft einen Überblick über Möglichkeiten und Konzepte der PR-Arbeit über unterschiedliche Medien und Zielgruppen.		
Qualifikationsziele / Kompetenzen		
Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen sind die Studierenden in der Lage PR und ihre Formen, Elemente sowie Methoden und in einem ganzheitlichen Kontext zu verstehen und anzuwenden. Studierende erlernen Fachkompetenzen im Bereich (Wirtschafts-)Kommunikation hinsichtlich der Reflexion, Argumentation und Austausch als PR-Berater*in in verschiedenen Bereichen. Daneben können Studierende konkrete PR-Instrumente praktisch anwenden und professionell aufbereiten.		
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
V (2) + Ü (2) Veranstaltungssprache: Englisch		
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
a) Klausur (ca. 60-120 Min.) oder b) Portfolioprüfung (ca. 50 Std.) Prüfungssprache: Englisch bonusfähig		
Platzvergabe		
--		
weitere Angaben		
--		
Arbeitsaufwand		
150 h		
Lehrturnus		
Lehrturnus: Wintersemester		
Bezug zur LPO I		
--		
Verwendung des Moduls in Studienfächern		
keinem Studiengang zugeordnet		

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Entrepreneurship Fundamentals			12-M-EF-262-m01
Modulverantwortung			anbietende Einrichtung
--			Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module	
5	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen	
1 Semester	--	--	
Inhalte			
--			
Qualifikationsziele / Kompetenzen			
--			
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)			
V (2) + Ü (2) Veranstaltungssprache: Englisch			
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)			
a) Klausur (ca. 60-120 Min.) oder b) Portfolioprfung (ca. 50 Std.) Prüfungssprache: Englisch bonusfähig			
Platzvergabe			
--			
weitere Angaben			
--			
Arbeitsaufwand			
150 h			
Lehrturnus			
k. A.			
Bezug zur LPO I			
--			
Verwendung des Moduls in Studienfächern			
keinem Studiengang zugeordnet			

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Entrepreneurial Finance & Accounting			12-M-EFA-262-m01
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung	
--		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät	
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module	
5	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen	
1 Semester	--	--	
Inhalte			
--			
Qualifikationsziele / Kompetenzen			
--			
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)			
V (2) + Ü (2) Veranstaltungssprache: Deutsch und/oder Englisch			
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)			
a) Klausur (ca. 60-120 Min.) oder b) Portfolioprfung (ca. 50 Std.) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch bonusfähig			
Platzvergabe			
--			
weitere Angaben			
--			
Arbeitsaufwand			
150 h			
Lehrturnus			
k. A.			
Bezug zur LPO I			
--			
Verwendung des Moduls in Studienfächern			
keinem Studiengang zugeordnet			

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Entrepreneurial Growth			12-M-ENGW-262-m01
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung	
--		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät	
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module	
5	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen	
1 Semester	--	--	
Inhalte			
--			
Qualifikationsziele / Kompetenzen			
--			
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)			
V (2) + Ü (2) Veranstaltungssprache: Deutsch und/oder Englisch			
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)			
a) Klausur (ca. 60-120 Min.) oder b) Portfolioprfung (ca. 50 Std.) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch bonusfähig			
Platzvergabe			
--			
weitere Angaben			
--			
Arbeitsaufwand			
150 h			
Lehrturnus			
k. A.			
Bezug zur LPO I			
--			
Verwendung des Moduls in Studienfächern			
keinem Studiengang zugeordnet			

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Forschungsseminar		12-M-FS-262-m01
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
--		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
10	numerische Notenvergabe	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	--	--
Inhalte		
--		
Qualifikationsziele / Kompetenzen		
--		
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
S (2) Veranstaltungssprache: Deutsch und/oder Englisch		
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
Portfolioprüfung (100-150 Std.) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch		
Platzvergabe		
--		
weitere Angaben		
--		
Arbeitsaufwand		
300 h		
Lehrturnus		
k. A.		
Bezug zur LPO I		
--		
Verwendung des Moduls in Studienfächern		
keinem Studiengang zugeordnet		

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Business Software 1: Management and Implementation of Information Systems			12-M-GPU-262-m01
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung	
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre und Wirtschaftsinformatik		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät	
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module	
5	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen	
1 Semester	weiterführend	--	
Inhalte			
Das Modul bietet einen umfassenden Einblick in die Welt der Enterprise Resource Planning (ERP)-Systeme. ERP-Systeme sind zentrale Bausteine in der modernen Unternehmensführung und spielen eine entscheidende Rolle bei der Integration von Geschäftsprozessen, Datenmanagement und Entscheidungsfindung. Dieses Modul ist in drei Teilgebiete untergliedert, die neben der Theorie jeweils praktische Anwendungen und Beispiele fokussieren. - Teilgebiet 1: ERP-Auswahlprozess mit Anwendungsbeispielen von zwei ERP-Systemen: Das erste Teilgebiet des Moduls widmet sich dem komplexen Prozess der Auswahl eines geeigneten ERP-Systems für ein Unternehmen. Die Studierenden werden mit bewährten Methoden und Werkzeugen vertraut gemacht, die bei der Evaluierung von ERP-Systemen eingesetzt werden. Anhand von Fallstudien vergleichen die Studierenden zwei verschiedene ERP-Systeme und wenden den Auswahlprozess in einer realen Umgebung an. - Teilgebiet 2: Low-Code und No-Code Systeme mit Anwendungsbeispielen: In diesem Teil werden die Studierenden mit Low-Code und No-Code Plattformen vertraut gemacht, die eine effiziente Entwicklung von individuellen ERP-Anwendungen ermöglichen. Im Fokus steht der Umgang mit einer spezifischen Softwarelösung eines führenden Unternehmens auf diesem Gebiet. Die Studierenden erlernen die Grundlagen dieser Plattformen und erstellen eigene Anwendungen, um die Vorteile der Low-Code und No-Code Ansätze in der Praxis zu erleben. - Teilgebiet 3: Customizing von ERP-Software am Beispiel von SAP S/4HANA: Im abschließenden Teil lernen die Studierenden die Grundlagen des Customizings von ERP-Software kennen. Der Schwerpunkt liegt auf dem weltweit führenden ERP-System SAP S/4HANA. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, SAP S/4HANA an die spezifischen Anforderungen eines Unternehmens anzupassen. Praktische Übungen und Fallstudien ermöglichen es den Studierenden, die Customizing-Techniken in realen Szenarien anzuwenden. Begleitend zu theoretischen Inhalten in der Vorlesung wird durch ausgeprägte Fallstudien in den Übungen die Gelegenheit geboten, auf die ERP-Systeme zuzugreifen und sich mit der jeweiligen Software praktisch auseinanderzusetzen.			
Qualifikationsziele / Kompetenzen			
Das Modul "Business Software 1: Management and Implementation of Information Systems" strebt folgende Lernergebnisse an: - ERP-Systeme - Überblick und Differenzierung: Studierende erlangen ein umfassendes Verständnis verschiedener ERP-Systeme, deren Architekturen und Philosophien. - Integration betriebswirtschaftlicher Prozesse: Die Teilnehmer lernen, wie ERP-Systeme betriebswirtschaftliche Abläufe abbilden und optimieren können. - Auswahl und Customizing von ERP-Systemen: Studierende entwickeln Fähigkeiten, um ERP-Systeme zu evaluieren, auszuwählen und an Unternehmensbedürfnisse anzupassen. - Implementierung von Geschäftsprozessen: Studierende gewinnen praktische Erfahrungen in der selbstständigen Umsetzung von Geschäftsprozessen in ERP- und Low-Code/No-Code-Plattformen und lernen ERP-Customizing praktisch anzuwenden.			
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)			
V (2) + Ü (2) Veranstaltungssprache: Deutsch und/oder Englisch			
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)			
a) Klausur (ca. 60-120 Min.) oder			
1-Fach-Master (2026)	JMU Würzburg • Erzeugungsdatum 09.09.2025 • PO-Datensatz Master (120 ECTS) Entrepreneurship & Innovation - 2026		Seite 14 / 35

b) Portfolioprfung (ca. 50 Std.)
Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch
bonusfähig

Platzvergabe

50 Plätze

WM1:

Für den Fall, dass die Zahl der Bewerbungen die Zahl der verfügbaren Plätze übersteigt, erfolgt die Verteilung der Teilnahmeplätze nach folgender Maßgabe:

- (1) Vorrangig werden Bewerberinnen bzw. Bewerber aus den Master#Studienfächern Information Systems, Management und Wirtschaftsmathematik berücksichtigt.
- (2) Verbleibende Plätze stehen Studierenden weiterer Studienfächer zur Verfügung.
- (3) Sollten bei der Vergabe nach (1) und (2) die vorhandenen Plätze für die Zahl der Bewerberinnen bzw. Bewerber nicht ausreichen, so erfolgt die Zuweisung der Plätze innerhalb dieser Gruppe nach Losverfahren.

weitere Angaben

--

Arbeitsaufwand

150 h

Lehrturnus

Lehrturnus: Wintersemester

Bezug zur LPO I

--

Verwendung des Moduls in Studienfächern

keinem Studiengang zugeordnet

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Digital Strategy		12-M-IBS-262-m01
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Wirtschaftsinformatik und Systementwicklung		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
5	numerische Notenvergabe	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	weiterführend	--
Inhalte		
Das Modul gibt einen Überblick über strategische Implikationen digitaler Technologien auf der Ebene von Organisationen, Branchen und Wertschöpfungsnetzwerken. Zu diesem Zweck werden Konzepte und Bezugsrahmen aus dem strategischen Technologiemanagement auf digitale Innovationen angewandt und anhand zahlreicher Beispiele illustriert. In der begleitenden Übung werden Fallstudien bekannter Digitalfirmen und deren Geschäftsmodelle analysiert und diskutiert.		
Qualifikationsziele / Kompetenzen		
- Theoretische Konzepte der Strategieentwicklung und -implementierung im e-Business-Kontext kennen lernen - Die Stärken und Schwächen verschiedener Bezugsrahmen und Ansätze sowie die Voraussetzungen für ihre sinnvolle Anwendung verstehen - Die Konzepte auf Fallstudien anwenden und daraus handlungsorientierte Empfehlungen ableiten können - Den Transfer der Konzepte auf andere unternehmerische Situationen aus Studium oder Beruf erlernen		
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
V (2) + Ü (2) Veranstaltungssprache: Englisch		
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
a) Klausur (ca. 60-120 Min.) oder b) Portfolioprüfung (ca. 50 Std.) Prüfungssprache: Englisch bonusfähig		
Platzvergabe		
--		
weitere Angaben		
--		
Arbeitsaufwand		
150 h		
Lehrturnus		
Lehrturnus: Wintersemester		
Bezug zur LPO I		
--		
Verwendung des Moduls in Studienfächern		
keinem Studiengang zugeordnet		

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Sales and Communications Management		12-M-IMM-262-m01
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre und Marketing		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
5	numerische Notenvergabe	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	weiterführend	--
Inhalte		
Dieser Kurs vermittelt den Studierenden ein umfassendes Verständnis von Verkaufsstrategien und Kommunikationstechniken, die für den Erfolg im heutigen dynamischen Geschäftsumfeld unerlässlich sind. Durch die Betrachtung des Vertriebsmanagements, einschließlich der Gestaltung von Vertriebsstrukturen, des strategischen Managements und des Personalmanagements, sowie des Kommunikationsmanagements, das traditionelle und digitale Kommunikationsmittel umfasst, erhalten die Studierenden einen umfassenden Überblick über die relevanten Themenbereiche. Grobe Kursstruktur: • Vertriebsmanagement: • Gestaltung der Vertriebsstruktur • Strategische Vertriebssteuerung • Management von Vertriebsmitarbeitern • Kommunikationsmanagement: • Klassische Kommunikationsinstrumente (z.B. TV, Flyer) • Digitale Kommunikationsinstrumente (z.B. Social Media Marketing; Suchmaschinenmarketing, Display Advertising) • Systematische Kanalintegration		
Qualifikationsziele / Kompetenzen		
Durch theoretisches Verständnis und praktische Anwendung entwickeln die Studierenden Fähigkeiten im strategischen und operativen Vertriebsmanagement sowie in der Nutzung verschiedener Kommunikationsinstrumente, um organisatorische Ziele zu erreichen und die Wirksamkeit am Markt zu maximieren.		
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
V (2) + Ü (2) Veranstaltungssprache: Englisch		
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
a) Klausur (ca. 60-120 Min.) oder b) Portfolioprüfung (ca. 50 Std.) Prüfungssprache: Englisch bonusfähig		
Platzvergabe		
--		
weitere Angaben		
--		
Arbeitsaufwand		
150 h		
Lehrturnus		
Lehrturnus: nach Ankündigung		
Bezug zur LPO I		
--		
1-Fach-Master (2026)	JMU Würzburg • Erzeugungsdatum 09.09.2025 • PO-Datensatz Master (120 ECTS) Entrepreneurship & Innovation - 2026	Seite 17 / 35

Verwendung des Moduls in Studienfächern
--

keinem Studiengang zugeordnet

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Master-Thesis Entrepreneurship & Innovation			12-M-MEI-262-m01
Modulverantwortung			anbietende Einrichtung
--			Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module	
30	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen	
1 Semester	--	Gegebenenfalls themenspezifische Module wie z.B. erfolgreich absolviertes Modul 12-M-FS (Forschungsseminar) nach Maßgabe der Betreuerin bzw. des Betreuers.	
Inhalte			
--			
Qualifikationsziele / Kompetenzen			
--			
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)			
keine LV zugeordnet			
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)			
Master-Thesis (60-80 S.) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch Prüfungsturnus: Fortlaufend, nach Rücksprache mit Betreuerin bzw. Betreuer sowie Anmeldung			
Platzvergabe			
--			
weitere Angaben			
Bearbeitungszeit: 6 Monate			
Arbeitsaufwand			
900 h			
Lehrturnus			
k. A.			
Bezug zur LPO I			
--			
Verwendung des Moduls in Studienfächern			
keinem Studiengang zugeordnet			

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Organizational Economics and Digital Transformation		12-M-OEDT-262-m01
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
Inhaber/-in der Juniorprofessur für Angewandte Mikroökonomie, insbesondere Mensch-Maschine-Interaktion		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
5	numerische Notenvergabe	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	weiterführend	--
Inhalte		
Der Kurs Organizational Economics and Digital Transformation führt in fortgeschrittene Themen der Organisationsökonomie ein und legt einen Schwerpunkt auf die wirtschaftliche Entscheidungsfindung in Organisationen. Konzepte und Instrumente der mikroökonomischen Theorie sowie empirische Ergebnisse aus Feldstudien und Laborexperimenten werden einbezogen, z.B. zu Leistungsmessung und Belohnung, Organisationsstruktur und Autorität. Darüber hinaus integriert der Kurs wesentliche Aspekte der digitalen Transformation, die die modernen Geschäftslandschaften prägen. Studierende erhalten somit nicht nur einen fundierten Überblick über die grundlegenden Prinzipien der Organisationsökonomik, sondern auch Einblicke in die Herausforderungen, Chancen und Strategien im Zusammenhang mit der digitalen Transformation von Unternehmen.		
Qualifikationsziele / Kompetenzen		
Mit diesem Kurs, • werden die Studierenden in die Lage versetzt, moderne mikroökonomische Konzepte und aktuelle Organisationsökonomik zu verstehen und zu reflektieren. • lernen die Studierenden, quantitative mikroökonomische Methoden zu beherrschen und anzuwenden. • werden die Studierenden befähigt, Fachwissen aus der theoretischen, experimentellen und empirischen Mikroökonomie, der Betriebswirtschaftslehre und der Psychologie einzuordnen und zu verknüpfen. • lernen Studierende, wie sich die digitale Transformation auf Organisationen und deren Architektur auswirkt.		
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
V (2) + Ü (2)		
Veranstaltungssprache: Englisch		
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
a) Klausur (ca. 60-120 Min.) oder b) Portfolioprüfung (ca. 50 Std.) Prüfungssprache: Englisch Prüfungsturnus: Im Semester der Veranstaltung bonusfähig		
Platzvergabe		
--		
weitere Angaben		
--		
Arbeitsaufwand		
150 h		
Lehrturnus		
Lehrturnus: nach Ankündigung		
Bezug zur LPO I		
--		
Verwendung des Moduls in Studienfächern		
keinem Studiengang zugeordnet		
1-Fach-Master (2026)	JMU Würzburg • Erzeugungsdatum 09.09.2025 • PO-Datensatz Master (120 ECTS) Entrepreneurship & Innovation - 2026	Seite 20 / 35

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Praktikum/ Praxiserfahrung			12-M-PK-262-m01
Modulverantwortung			anbietende Einrichtung
--			Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module	
10	bestanden / nicht bestanden	--	
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen	
1 Semester	--	--	
Inhalte			
--			
Qualifikationsziele / Kompetenzen			
--			
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)			
P (o)			
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)			
Portfolioprüfung (ca. 50 Std.)			
Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch			
Platzvergabe			
--			
weitere Angaben			
--			
Arbeitsaufwand			
300 h			
Lehrturnus			
k. A.			
Bezug zur LPO I			
--			
Verwendung des Moduls in Studienfächern			
keinem Studiengang zugeordnet			

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Projekt- und Changemanagement		12-M-PROM-262-m01
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Controlling und Interne Unternehmensrechnung		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
5	numerische Notenvergabe	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	weiterführend	--
Inhalte		
Im Mittelpunkt der Lehrveranstaltung steht die Behandlung und kritische Auseinandersetzung mit Instrumenten und Methoden, die im Rahmen des Projektmanagements und -controllings in Unternehmen eingesetzt werden können. Ein besonderes Augenmerk wird auf unternehmensinterne Projekte gerichtet, die mit erheblichen Veränderungen für die Betroffenen verbunden sind. Daher werden neben klassischen und agilen Ansätzen des Projektmanagements auch theoretische Grundlagen und Methoden des Change Managements betrachtet. Behandelt werden typische Eigenschaften und Strukturen von Projekten, mögliche Erfolgsfaktoren, Methoden und Instrumente des Controllings und Managements von Projekten in unterschiedlichen Projektphasen. Dabei werden sowohl die theoretische Fundierung der Instrumente als auch ihre praktischen Einsatzmöglichkeiten diskutiert.		
Qualifikationsziele / Kompetenzen		
Zunächst erwerben die Studierenden ein Verständnis für die Instrumente des Projektmanagements und -controllings sowie des Change Managements. Nach Abschluss der Veranstaltung sind sie in der Lage, Stärken und Schwächen und damit Einsatzmöglichkeiten und Grenzen der in der Praxis verbreiteten Instrumente und Methoden zu analysieren und zu bewerten. Darüber hinaus erwerben sie Kompetenzen in der Ausgestaltung und Weiterentwicklung des Projektmanagements und -controllings. Zudem sind die Studierenden in der Lage die Instrumente und Methoden in der Praxis anzuwenden.		
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
V (2) + Ü (2) Veranstaltungssprache: Deutsch und/oder Englisch		
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
a) Klausur (ca. 60-120 Min.) oder b) Portfolioprüfung (ca. 50 Std.) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch bonusfähig		
Platzvergabe		
--		
weitere Angaben		
--		
Arbeitsaufwand		
150 h		
Lehrturnus		
Lehrturnus: Wintersemester		
Bezug zur LPO I		
--		
Verwendung des Moduls in Studienfächern		
keinem Studiengang zugeordnet		

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Projektseminar 1			12-M-PRS1-262-m01
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung	
--		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät	
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module	
10	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen	
1 Semester	--	--	
Inhalte			
--			
Qualifikationsziele / Kompetenzen			
--			
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)			
S (2) Veranstaltungssprache: Deutsch und/oder Englisch			
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)			
Portfolioprüfung (ca. 50 Std.) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch			
Platzvergabe			
--			
weitere Angaben			
--			
Arbeitsaufwand			
300 h			
Lehrturnus			
k. A.			
Bezug zur LPO I			
--			
Verwendung des Moduls in Studienfächern			
keinem Studiengang zugeordnet			

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Projektseminar 2			12-M-PRS2-262-m01
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung	
--		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät	
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module	
10	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen	
1 Semester	--	--	
Inhalte			
--			
Qualifikationsziele / Kompetenzen			
--			
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)			
S (2) Veranstaltungssprache: Deutsch und/oder Englisch			
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)			
Portfolioprüfung (ca. 50 Std.) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch			
Platzvergabe			
--			
weitere Angaben			
--			
Arbeitsaufwand			
300 h			
Lehrturnus			
k. A.			
Bezug zur LPO I			
--			
Verwendung des Moduls in Studienfächern			
keinem Studiengang zugeordnet			

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Projektseminar 3		12-M-PRS3-262-m01
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
--		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
10	numerische Notenvergabe	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	--	--
Inhalte		
--		
Qualifikationsziele / Kompetenzen		
--		
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
S (2) Veranstaltungssprache: Deutsch und/oder Englisch		
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
Portfolioprüfung (ca. 50 Std.) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch		
Platzvergabe		
--		
weitere Angaben		
--		
Arbeitsaufwand		
300 h		
Lehrturnus		
k. A.		
Bezug zur LPO I		
--		
Verwendung des Moduls in Studienfächern		
keinem Studiengang zugeordnet		

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Ringvorlesung Gründungsökosystem			12-M-RG-262-m01
Modulverantwortung			anbietende Einrichtung
--			Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module	
5	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen	
1 Semester	--	--	
Inhalte			
--			
Qualifikationsziele / Kompetenzen			
--			
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)			
V (2) Veranstaltungssprache: Deutsch und/oder Englisch			
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)			
a) Klausur (ca. 60-120 Min.) oder b) Portfolioprfung (ca. 50 Std.) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch bonusfähig			
Platzvergabe			
--			
weitere Angaben			
--			
Arbeitsaufwand			
150 h			
Lehrturnus			
k. A.			
Bezug zur LPO I			
--			
Verwendung des Moduls in Studienfächern			
keinem Studiengang zugeordnet			

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Strategic Management of Global Supply Chains		12-MSMG-262-m01
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
--		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
5	numerische Notenvergabe	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	--	--
Inhalte		
--		
Qualifikationsziele / Kompetenzen		
--		
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
V (2) + Ü (2) Veranstaltungssprache: Englisch		
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
a) Klausur (ca. 60-120 Min.) oder b) Portfolioprfung (ca. 50 Std.) Prüfungssprache: Englisch bonusfähig		
Platzvergabe		
--		
weitere Angaben		
--		
Arbeitsaufwand		
150 h		
Lehrturnus		
k. A.		
Bezug zur LPO I		
--		
Verwendung des Moduls in Studienfächern		
keinem Studiengang zugeordnet		

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Corporate Entrepreneurship and Innovation		12-M-UGF1-262-m01
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre, Unternehmensgründung und Unternehmensführung		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
5	numerische Notenvergabe	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	weiterführend	--
Inhalte		
Dieses Modul bietet eine theoretisch fundierte und praxisorientierte Einführung in das Thema Corporate Entrepreneurship. Es vermittelt wesentliche Grundkenntnisse, die für Personen mit einem Interesse an einer späteren Beschäftigung im Bereich Innovation und Unternehmertum von etablierten Unternehmen relevant sind. (1) Einführung in Corporate Entrepreneurship (2) Determinanten und Formen des Corporate Entrepreneurship (3) Unternehmensstrategie und Corporate Entrepreneurship (4) Organisationsstruktur und Corporate Entrepreneurship (5) Personalwesen und Corporate Entrepreneurship (6) Unternehmenskultur und Corporate Entrepreneurship (7) Unternehmerische Kontrollsysteme (8) Unternehmerisches Führungsverhalten (9) Der Corporate Entrepreneur als Champion und Diplomat (10) Erfolg des Corporate Entrepreneurship (11) Corporate Venture Capital (12) Corporate Entrepreneurship in gemeinnützigen und öffentlichen Organisationen (13) Universitäten und akademische Ausgründungen (14) Zusammenfassung und Fragen		
Qualifikationsziele / Kompetenzen		
<i>Qualifikationsziele</i> • Die Rolle von Corporate Entrepreneurship verdeutlichen • Theoretische Konzepte und Wirkungsweisen von Corporate Entrepreneurship aufzeigen • Studierende befähigen, alternative Handlungsoptionen zum Corporate Entrepreneurship differenziert einschätzen zu können • Studierende befähigen, die Grenzen und Risiken des Corporate Entrepreneurship zu beurteilen <i>Kompetenzen</i> Nach erfolgreicher Teilnahme können Studierende • die Funktion von Corporate Entrepreneurship bei der Schaffung und Verteidigung von Wettbewerbsvorteilen einschätzen • Corporate-Entrepreneurship-Konzepte entwickeln und bewerten • die organisatorischen und managementbezogenen Auswirkungen von Corporate Entrepreneurship beurteilen • eine fundierte Auswahl unter verschiedenen Handlungsoptionen treffen		
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
V (2) + Ü (2)		
Veranstaltungssprache: Englisch		
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
a) Klausur (ca. 60-120 Min.) oder b) Portfolioprfung (ca. 50 Std.) Prüfungssprache: Englisch		
1-Fach-Master (2026)	JMU Würzburg • Erzeugungsdatum 09.09.2025 • PO-Datensatz Master (120 ECTS) Entrepreneurship & Innovation - 2026	Seite 28 / 35

bonusfähig
Platzvergabe
--
weitere Angaben
--
Arbeitsaufwand
150 h
Lehrturnus
Lehrturnus: Wintersemester
Bezug zur LPO I
--
Verwendung des Moduls in Studienfächern
keinem Studiengang zugeordnet

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Corporate Strategy		12-M-UGF2-262-m01
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre, Unternehmensgründung und Unternehmensführung		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
5	numerische Notenvergabe	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	weiterführend	--
Inhalte		
Dieses theoriebasierte und anwendungsorientierte Modul vermittelt zentrale Kenntnisse und Fähigkeiten im Bereich Unternehmensstrategie und bereitet hierdurch u.a. auf spätere Führungstätigkeiten in privatwirtschaftlichen und öffentlichen Organisationen vor. Dieses Modul geht inhaltlich deutlich über die im Rahmen von Bachelorveranstaltungen zum strategischen Management behandelten Inhalte hinaus. (1) Strategieentwicklung und Aufbau von Wettbewerbsvorteilen (2) Unternehmensdiversifikation (3) Vertikale Integration und Outsourcing (4) Unternehmenszusammenschlüsse und -akquisitionen (5) Dynamische Strategien (6) Kooperative Strategien (7) Privatwirtschaftliche Spin-offs and Spin-outs (8) Internationalisierungsstrategien (I) (9) Internationalisierungsstrategien (II) (10) Strategischer Wandel (11) Unternehmensstrategien und neue Technologien (12) Unternehmenssteuerung und Corporate Social Responsibility (13) Unternehmenskommunikation und Krisenmanagement (14) Zusammenfassung und Fragen		
Qualifikationsziele / Kompetenzen		
<i>Qualifikationsziele</i> • Die Rolle von Unternehmensstrategien verdeutlichen • Theoretische Konzepte und Wirkungsweisen von Unternehmensstrategien aufzeigen • Studierende befähigen, alternative Handlungsoptionen zu Unternehmensstrategien differenziert einschätzen zu können • Studierende befähigen, die Grenzen und Risiken von Unternehmensstrategien zu beurteilen <i>Kompetenzen</i> Nach erfolgreicher Teilnahme können Studierende • die Funktion von Unternehmensstrategien bei der Schaffung und Verteidigung von Wettbewerbsvorteilen einschätzen • Unternehmensstrategien entwickeln und bewerten • die organisatorischen und managementbezogenen Auswirkungen von Unternehmensstrategien beurteilen • eine fundierte Auswahl unter verschiedenen Handlungsoptionen treffen		
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
V (2) + Ü (2) Veranstaltungssprache: Englisch		
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
a) Klausur (ca. 60-120 Min.) oder b) Portfolioprüfung (ca. 50 Std.)		
1-Fach-Master (2026)	JMU Würzburg • Erzeugungsdatum 09.09.2025 • PO-Datensatz Master (120 ECTS) Entrepreneurship & Innovation - 2026	Seite 30 / 35

Prüfungssprache: Englisch bonusfähig
Platzvergabe
--
weitere Angaben
--
Arbeitsaufwand
150 h
Lehrturnus
Lehrturnus: Wintersemester
Bezug zur LPO I
--
Verwendung des Moduls in Studienfächern
keinem Studiengang zugeordnet

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Unternehmensnachfolge		12-M-UN-262-m01
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
--		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
5	numerische Notenvergabe	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	--	--
Inhalte		
--		
Qualifikationsziele / Kompetenzen		
--		
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
V (2) + Ü (2) Veranstaltungssprache: Deutsch und/oder Englisch		
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
a) Klausur (ca. 60-120 Min.) oder b) Portfolioprfung (ca. 50 Std.) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch bonusfähig		
Platzvergabe		
--		
weitere Angaben		
--		
Arbeitsaufwand		
150 h		
Lehrturnus		
k. A.		
Bezug zur LPO I		
--		
Verwendung des Moduls in Studienfächern		
keinem Studiengang zugeordnet		

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Personalmanagement		12-P&O-F-262-m01
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre, Personal und Organisation		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
5	numerische Notenvergabe	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	grundständig	--
Inhalte		
Die Vorlesung Personalmanagement beschäftigt sich mit grundlegenden methodischen, empirischen und institutionellen Konzepten des Faches. Insbesondere werden auf Basis des Prinzipal-Agenten Modells Antworten auf die Frage gegeben, wie das grundlegende Dilemma des Verhältnisses zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer gelöst werden kann. Hierbei werden vor allem finanzielle Anreize auf Individual- und Teamebene vorgestellt und diskutiert. Ausserdem werden Möglichkeiten der Verringerung von Informationsasymmetrien besprochen. Gliederung 1. Die Personalfunktion im Unternehmen 2. Die ökonomischen Kalküle von Arbeitgebern und Arbeitnehmern 3. Anreiz- und Entlohnungssysteme 4. Herausforderungen bei der Führung von Teams 5. Informationsasymmetrie rund um den Einstellungszeitpunkt der Beschäftigten 6. Demographische Herausforderungen des Human Resource Management Literatur Straub (2020): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 3. Auflage Pearson, München Ogunyemi, K. (2013), Trust-building, agency, and the entrepreneur-HR Manager: A Nigerian case study, Issues in Business Management and Economics Vol.1 (2), 22-36. Berthel, J., Becker, F. (2013), Personalmanagement, 10. Auflage, Stuttgart: Schäffer-Poeschel. Garibaldi (2006): Personnel Economics in Imperfect Labour Markets, Oxford University Press. Gneezy und Rustichini (2000): Pay enough or do not pay at all, Quarterly Journal of Economics 115 (3), 791- 810. Lazear, E., Gibbs, M. (2009): Personnel Economics in Practice, 2nd Edition, Wiley and Sons. Backes-Gellner, Lazear und Wolff (2001): Personalökonomik: Fortgeschrittene Anwendungen für das Management, Stuttgart: Schäffer-Poeschel. Lazear und Gibbs (2009): Personnel Economics in Practice, 2nd Edition, Wiley and Sons. Michlbauer, T., Zwick, T. (2024): Precocious Inventors: Early Patenting Success and Lifetime Inventive Performance, Economics of Innovation and New Technology, 33(1), 92-123. Göbel, C. und T. Zwick (2013), Are Personnel Measures Effective in Increasing Productivity of Old Workers? Labour Economics 22, 80-93.		
Qualifikationsziele / Kompetenzen		
Ziel der Veranstaltung ist es, die Studierenden in die Lage zu versetzen, grundlegende Theorien, Schätztechniken sowie empirische Befunde im Bereich Personalmanagement auf der Basis von Textbüchern und wissenschaftlicher Originalliteratur zu verstehen, zu diskutieren und anzuwenden.		
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
V (2) + Ü (2)		
Veranstaltungssprache: Deutsch und/oder Englisch		
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
a) Klausur (ca. 60-120 Min.) oder b) Portfolioprüfung (ca. 50 Std.) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch bonusfähig		

Platzvergabe
--
weitere Angaben
--
Arbeitsaufwand
150 h
Lehrturnus
Lehrturnus: Sommersemester
Bezug zur LPO I
--
Verwendung des Moduls in Studienfächern
keinem Studiengang zugeordnet

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Digital Entrepreneurship and Digital Transformation			12-UGF3-262-m01
Modulverantwortung			anbietende Einrichtung
--			Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module	
5	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen	
1 Semester	--	--	
Inhalte			
--			
Qualifikationsziele / Kompetenzen			
--			
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)			
V (2) + Ü (2) Veranstaltungssprache: Deutsch und/oder Englisch			
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)			
a) Klausur (ca. 60-120 Min.) oder b) Portfolioprfung (ca. 50 Std.) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch bonusfähig			
Platzvergabe			
--			
weitere Angaben			
--			
Arbeitsaufwand			
150 h			
Lehrturnus			
k. A.			
Bezug zur LPO I			
--			
Verwendung des Moduls in Studienfächern			
keinem Studiengang zugeordnet			