



10.02.2025

## Modulkatalog für den Studiengang Master Wirtschaftsgeographie an der Leibniz Universität Hannover

### Inhalt

#### PFLICHTMODULE

Wirtschaftsgeographische Theorien .....	2
Quantitative Methoden der empirischen Wirtschaftsgeographie .....	4
Politische Gestaltung in Theorie und Praxis.....	6
Wirtschaftsgeographisches Forschungsprojekt 1.....	8
Wirtschaftsgeographisches Forschungsprojekt 2.....	10
International Seminars in Economic Geography (ISEG) .....	12

#### WAHLPFLICHTMODULE AUSLANDSSTUDIUM/AUSLANDSPRAKTIKUM (F. STUD. OHNE DOUBLE DEGREE)

Auslandspraktikum.....	16
------------------------	----

#### WAHLPFLICHTMODULE „BERUFSPRAKTISCHE QUALIFIZIERUNG“ (FÜR STUD. OHNE DOUBLE DEGREE)

Business GIS.....	18
Innovations- und Technologiemanagement für Studierende der Naturwissenschaften .....	20
Entrepreneurship .....	22
Berufspraktikum.....	26

#### MASTERARBEIT (FÜR STUDIERENDE OHNE DOUBLE DEGREE)

Masterarbeit.....	28
-------------------	----

Informationen zu den wirtschaftswissenschaftlichen Modulen finden Sie unter

<https://www.wiwi.uni-hannover.de/de/studium/studienangebot-der-fakultaet/msc-wirtschaftswissenschaft>

## PFLICHTMODULE

<b>Modultitel</b> Wirtschaftsgeographische Theorien		<b>Kennnummer / Prüfcode</b>
<b>Studiengang</b> M. A. Wirtschaftsgeographie		<b>Modultyp</b> Pflicht
<b>Leistungspunkte</b> 10	<b>Häufigkeit des Angebots</b> jährlich (WiSe)	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Kompetenzbereich</b> kein	<b>Empfohlenes Fachsemester</b> 1. Semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>Studentische Arbeitsbelastung Modultitel</b>		
300 Stunden		60 h Präsenzzeit
240 h Selbststudium		
<b>Weitere Verwendung des Moduls</b> M.Sc. Wirtschaftswissenschaft (nur Vorlesung und Klausur)		
1	<b>Qualifikationsziele</b>  <b>Modulzweck:</b> Das Modul vermittelt Erstsemesterstudierenden im Masterstudiengang, die im Rahmen ihres Bachelorstudiums bereits Grundlagenkenntnisse wirtschaftsgeographischer Theorien erworben hatten, weiterführende Kenntnisse der theoretischen Wirtschaftsgeographie, von der klassischen Agglomerationstheorie über regionale Innovationsysteme bis zur Knowledge Spillover Theorie der Entrepreneurship-Forschung.  <b>Die Studierenden sind nach erfolgreichem Abschluss des Moduls in der Lage,</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ihr strukturiertes Fachwissen in die Diskussion zeitgenössischer wirtschaftsgeographischer Denkschulen einzubringen,</li> <li>2. in der Wirtschaftsgeographie relevante wissenschaftstheoretische Grundpositionen zu verstehen und zu beschreiben,</li> <li>3. die Agglomerations- sowie die regionale-sektorale Version der Clustertheorie zu verstehen und darzustellen,</li> <li>4. die Prinzipien der Knowledge Spillover Theorie, des 'Creative Class'-Konzeptes sowie der räumlichen Innovationsysteme zu verstehen und in das Theoriegebäude der Wirtschaftsgeographie einzuordnen,</li> <li>5. räumliche Kontexteinflüsse, die Funktion von Gründungen als Wissensfilter sowie das Konzept der Entrepreneurial Eco-Systems als zentrale Impulsgeber regionaler Entrepreneurship-Theorien begreifen, interpretieren und diskutieren zu können.</li> </ol>	
2	<b>Inhalte des Moduls</b>  <b>Fachliche Inhalte des Moduls sind:</b>  <u>Vorlesung und Seminar</u>  Vermittelt werden in diesem Modul weiterführende Kenntnisse zu Theorien der Regionalentwicklung und regionalen Wirtschaftswachstums. Die Vorlesung gibt den Studierenden einen Überblick über relevante Theorien, die anschließend (in derselben Woche) anhand der englischsprachigen Literatur im Seminar vertieft werden. Die Studierenden stellen im Seminar jeweils einen vom Dozenten vorgegebenen einschlägigen und englischsprachigen Artikel vor und erörtern diesen zu Semesterende schriftlich in einem kurzen Essay auf Grundlage der Diskussion im Seminar. Die behandelten Theorien beziehen sich dabei stets auf aktuelle und relevante Themengebiete aus der Grundlagen- und der Angewandten Forschung und erlauben Antworten u. a. auf folgende Fragen:	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Warum konzentrieren sich in einer global vernetzten Welt Unternehmen und Arbeitskräfte an bestimmten Standorten?</li> <li>- Welche Bedeutung haben Wissen und Innovationen für regionalwirtschaftliches Wachstum?</li> <li>- Welche Determinanten bestimmen Gründungsaktivitäten und welche regionalwirtschaftlichen Wirkungen gehen von ihnen aus?</li> </ul> <p><b>Überfachliche Inhalte des Moduls:</b>          Insbesondere die Fähigkeit zur Erschließung, Analyse und Diskussion wirtschaftsgeographischer und wirtschaftswissenschaftlicher Theorien (Handlungs- und Methodenkompetenz) als Grundlage für wissenschaftliche Tätigkeiten sowohl in der Grundlagen- als auch der Angewandten Forschung.</p>
3	<p><b>Lehrformen und Lehrveranstaltungen</b>          Vorlesung (2 SWS)          Seminar (2 SWS)          Teilnehmerzahl: 25 (Vorlesung, je 12-13 in den beiden parallelen Seminargruppen)</p>
4a	<p><b>Teilnahmevoraussetzungen</b>          Keine</p>
4b	<p><b>Empfohlene Vorkenntnisse</b>          Keine</p>
5	<p><b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b></p> <p><b>Studienleistungen:</b> Eine Studienleistung (Anwesenheit im Seminar)</p> <p><b>Prüfungsleistungen (je 50%):</b>          Klausur (120 Min.);          Im Seminar: Veranstaltungsbegleitende Prüfung (VbP) oder „Hausarbeit“. Die Art der Prüfungsleistung wird von dem oder der Lehrenden festgelegt und in der ersten Sitzung bekanntgegeben.</p>
6	<p><b>Literatur</b>          Wird semesterspezifisch zu Beginn von Vorlesung und Seminar bekannt gegeben.</p>
7	<p><b>Weitere Angaben</b>          Lehrender: Prof. Sternberg</p>
8	<p><b>Organisationseinheit</b>          Naturwissenschaftliche Fakultät, Institut für Wirtschafts- und Kulturgeographie  <a href="https://www.iwkg.uni-hannover.de/de/">https://www.iwkg.uni-hannover.de/de/</a></p>
9	<p><b>Modulverantwortliche/r</b>          Prof. Sternberg</p>

<b>Modultitel</b> Quantitative Methoden der empirischen Wirtschaftsgeographie		<b>Kennnummer / Prüfcode</b>
<b>Studiengang</b> M. A. Wirtschaftsgeographie		<b>Modultyp</b> Pflicht
<b>Leistungspunkte</b> 10	<b>Häufigkeit des Angebots</b> jährlich (Wise)	<b>Sprache</b> Deutsch oder Englisch
<b>Kompetenzbereich</b> kein	<b>Empfohlenes Fachsemester</b> 1. Semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>		
300 Stunden	60 h Präsenzzeit	240 h Selbststudium
<b>Weitere Verwendung des Moduls</b> keine		
<b>1</b>	<b>Qualifikationsziele</b>  <b>Modulzweck:</b> Das Modul gibt einen Überblick über quantitative Methoden und vermittelt den Studierenden die Fähigkeiten zur eigenständigen Anwendung dieser Methoden.  <b>Die Studierenden sind nach erfolgreichem Abschluss des Moduls in der Lage,</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Literatur, die sich auf quantitative Methoden stützt, zu verstehen und zu hinterfragen,</li> <li>2. Daten eigenständig abzurufen und mit Hilfe statistischer Software aufzubereiten,</li> <li>3. für gegebene Fragestellungen und Daten geeignete Methoden der Datenanalyse auszuwählen,</li> <li>4. fortgeschrittene Methoden der quantitativen empirischen Datenanalyse anzuwenden,</li> <li>5. die Ergebnisse zu interpretieren.</li> </ol>	
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b>  <b>Fachliche Inhalte des Moduls sind:</b>  <u>Vorlesung und Seminar</u>  Vermittelt werden tiefergehende Kenntnisse zu quantitativen und qualitativen Methoden der Wirtschaftsgeographie. Ziel ist das Erlernen der Fähigkeit, eigenständig über das für unterschiedliche Fachfragen einzusetzende Methodenspektrum zu entscheiden und die zugehörigen Techniken und Softwarepakete zu beherrschen.  Mögliche quantitative Verfahren umfassen u.a.: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Multivariate Regressionsverfahren</li> <li>• Räumliche Regressionen</li> <li>• Zeitreihen- und Mehrebenenanalysen</li> </ul> <b>Überfachliche Inhalte des Moduls sind:</b>  Allgemeine sozialwissenschaftliche Methodenkompetenz, Softwarekompetenz in R	
<b>3</b>	<b>Lehrformen und Lehrveranstaltungen</b> Vorlesung (2 SWS) Seminar (2 SWS) Teilnehmerzahl: 25	
<b>4a</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen</b> keine	

4b	<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b> Grundkenntnisse in Statistik werden vorausgesetzt.
5	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>  <b>Studienleistungen:</b> Eine Studienleistung. Zu einer Studienleistung in diesem Modul können insbesondere eine Anwesenheitspflicht und die Abgabe von Hausübungen gehören. Die Ausgestaltung der Studienleistung obliegt dem oder der Lehrenden und wird in der ersten Sitzung bekannt gegeben.  <b>Prüfungsleistungen:</b> <b>30%:</b> Veranstaltungsbegleitende Prüfung (VbP, hier Essay ODER Projektarbeit ODER Seminarleistung) <b>70%:</b> Klausur (120 Min.) oder Klausur im Antwortwahlverfahren Die Art der Prüfungsleistungen wird von dem oder der Lehrenden festgelegt und in der ersten Sitzung bekanntgegeben.
6	<b>Literatur</b> Wooldridge, J.M. (2015): Introductory Econometrics. A modern Approach (4e). Nelson Education Fahrmeir, L., Heumann, C., Künstler, R. Pigeot, I. & Tutz, G. (2016). Statistik: Der Weg zur Datenanalyse. Springer-Verlag. Winker, P. (2007). Empirische Wirtschaftsforschung und Ökonometrie. Springer. Fahrmeir, L., Kneib, T., Lang, S., & Marx, B. (2013). Regression: models, methods and applications. Springer Science & Business Media. Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W., Weiber, R. (2016): Multivariate Analysemethoden. Eine Anwendungsorientierte Einführung, Gabler-Verlag.  Weitere Literatur wird ggf. zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.
7	<b>Weitere Angaben</b> <b>Lehrende:</b> Prof. Hundt und Mitarbeiter/innen des Instituts für Wirtschafts- und Kulturgeographie
8	<b>Organisationseinheit</b> Naturwissenschaftliche Fakultät, Institut für Wirtschafts- und Kulturgeographie <a href="https://www.iwkg.uni-hannover.de/de/">https://www.iwkg.uni-hannover.de/de/</a>
9	<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Christian Hundt

<b>Modultitel</b> Politische Gestaltung in Theorie und Praxis		<b>Kennnummer / Prüfcode</b>
<b>Studiengang</b> M. A. Wirtschaftsgeographie		<b>Modultyp</b> Pflicht
<b>Leistungspunkte</b> 10	<b>Häufigkeit des Angebots</b> jährlich (Beginn im WiSe)	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Kompetenzbereich</b> kein	<b>Empfohlenes Fachsemester</b> 1. und 2. Semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>		
300 Stunden	75 h Präsenzzeit	225 h Selbststudium
<b>Weitere Verwendung des Moduls</b> keine		
<b>1</b>	<b>Qualifikationsziele</b>  <b>Modulzweck:</b> Das Modul vermittelt vertiefte Kenntnisse zu Begründung, Ausgestaltung und Anwendung raumwirtschaftspolitischer Maßnahmen  <b>Die Studierenden sind nach erfolgreichem Abschluss des Moduls in der Lage,</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. die Notwendigkeit raumwirtschaftspolitischer Maßnahmen aus unterschiedlichen Perspektiven zu begründen,</li> <li>2. zugehörige politische Prozesse zu systematisieren,</li> <li>3. wesentliche Strategien und Instrumente der Raumwirtschaftspolitik umfassend zu charakterisieren,</li> <li>4. den Einsatz raumwirtschaftspolitischer Maßnahmen grundsätzlich und am konkreten Fallbeispiel zu beurteilen.</li> </ol>	
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b>  <b>Fachliche Inhalte des Moduls sind:</b>  Vermittelt werden weiterführende Kenntnisse zur politischen Gestaltung ökonomischer Raumsysteme unterschiedlicher Maßstabsebenen. Gegenstand der Vorlesung ist die theoretische und methodische Fundierung von raumwirksamen Handlungsfeldern der Wirtschaftspolitik, anhand konzeptioneller Überlegungen, die in den Seminarteilen anhand konkreter Praxisbeispiele aus dem In- und Ausland vertieft werden. In diesem Modul werden fachliche Kompetenzen vermittelt, die für die berufliche Praxis z. B. in der Regionalpolitik, Wirtschaftsförderung, Cluster- und Innovationspolitik oder Gründungsförderung von besonderer Bedeutung sind. Unter anderem werden dabei folgende Fragen thematisiert: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie begründen verschiedene Denkschulen den staatlichen Eingriff in das regionale Wirtschaftsgeschehen?</li> <li>- Welche Ziele kann eine aktive Raumwirtschaftspolitik verfolgen?</li> <li>- Mit welchen Strategien und Instrumenten lassen sich raumwirtschaftspolitische Ziele erreichen?</li> <li>- Lassen sich erfolgreiche Beispiele von Raumwirtschaftspolitik auf andere Regionen übertragen?</li> <li>- Wie lässt sich der Erfolg staatlichen Handelns messen und bewerten?</li> </ul> <b>Überfachliche Inhalte des Moduls sind:</b>  Insbesondere die Anwendung des fachlichen Wissens auf konkrete Fragestellungen der regionalen Wirtschaftspolitik (Handlungskompetenz) sowie die hierfür erforderlichen	

	Fähigkeiten zur Informationsgewinnung, zu vernetztem Denken und logisch-konsistenter Analyse (Methodenkompetenz).
3	<b>Lehrformen und Lehrveranstaltungen</b> Vorlesung (1 SWS) und Seminar A (2 SWS) im Wintersemester Seminar B (2 SWS) im Sommersemester Teilnehmerzahl: 25
4a	<b>Teilnahmevoraussetzungen</b> keine
4b	<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b> -
5	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>  <b>Studienleistungen:</b> Eine Studienleistung in jedem Seminar. Zu einer Studienleistung in diesem Modul können insbesondere eine Anwesenheitspflicht und Kurzreferate gehören. Die Ausgestaltung der Studienleistung obliegt dem oder der Lehrenden und wird in der ersten Sitzung bekannt gegeben.  <b>Prüfungsleistungen (je 50%):</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• In Seminar A: Veranstaltungsbegleitende Prüfung (VbP, hier i.d.R. Präsentation)</li> <li>• In Seminar B: Veranstaltungsbegleitende Prüfung (VbP, hier i.d.R. Präsentation)</li> </ul> Die Art der Prüfungsleistung wird von den Lehrenden festgelegt und in der ersten Sitzung bekanntgegeben.
6	<b>Literatur</b> Wird in der Veranstaltung bekanntgegeben
7	<b>Weitere Angaben</b> <b>Lehrende:</b> Prof. Ingo Liefner, Dipl.-Geog. Matthias Ullrich ( <b>HI-REG</b> )
8	<b>Organisationseinheit</b> Naturwissenschaftliche Fakultät, Institut für Wirtschafts- und Kulturgeographie <a href="https://www.iwkg.uni-hannover.de/de/">https://www.iwkg.uni-hannover.de/de/</a>
9	<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Liefner

<b>Modultitel</b> Wirtschaftsgeographisches Forschungsprojekt 1		<b>Kennnummer / Prüfcode</b>
<b>Studiengang</b> M. A. Wirtschaftsgeographie		<b>Modultyp</b> Pflicht
<b>Leistungspunkte</b> 10	<b>Häufigkeit des Angebots</b> jährlich (SoSe)	<b>Sprache</b> Deutsch oder Englisch
<b>Kompetenzbereich</b> kein	<b>Empfohlenes Fachsemester</b> 2. Semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>		
300 Stunden	45 h Präsenzzeit	255 h Selbststudium
<b>Weitere Verwendung des Moduls</b> keine		
<b>1</b>	<b>Qualifikationsziele</b>  <b>Modulzweck:</b> Das Modul vermittelt vertiefte Methoden- und Anwenderkenntnisse im Umgang mit quantitativen Daten.  <b>Die Studierenden sind nach erfolgreichem Abschluss in der Lage,</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Innerhalb eines Oberthemas eine eigene Fragestellung mit Bezug zur bestehenden Literatur zu entwickeln und zu deren Beantwortung geeignete Analyse- und Erhebungsmethoden aus der quantitativen Forschung auszuwählen,</li> <li>2. selbständig für gegebene Fragestellung und Daten geeignete Methoden der Datenanalyse auszuwählen,</li> <li>3. eigenständig Verfahren der quantitativen empirischen Datenanalyse anzuwenden</li> <li>4. die Ergebnisse sachgerecht zu interpretieren,</li> <li>5. die Ergebnisse in den fachlichen Kontext bzw. aktuelle Debatten in der wissenschaftlichen Literatur einzuordnen und Handlungsempfehlungen abzuleiten,</li> <li>6. Gruppenarbeiten anhand von Projektmanagementmethoden zu planen und selbstständig durchzuführen</li> </ol>	
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b>  <b>Fachliche Inhalte:</b> In diesem Modul findet die Verknüpfung der im ersten Semester erarbeiteten Felder Theorie, Empirie und Politik statt. Dies erfolgt im Rahmen der Anfertigung einer wissenschaftlichen Studie im Rahmen einer Gruppenarbeit. Die Betreuung der Gruppen findet in Form regelmäßiger Sitzungen statt. Die Studierenden werden in ihrer empirischen Arbeit individuell beraten. Das Modul bereitet die Studierenden auf die Masterarbeit vor.  Mögliche Oberthemen für die Gruppenarbeiten umfassen die Forschungsschwerpunkte der Wirtschaftsgeographie am Institut: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Digitalisierung</li> <li>- Entrepreneurship und Unternehmensgründung</li> <li>- Globale Umweltveränderungen und nachhaltige Entwicklung</li> <li>- Mobilität</li> <li>- Wirtschaftsförderung und politische Gestaltung</li> <li>- Wissen und Innovation</li> <li>- Wirtschaftliche Situation und Entwicklung ländlicher Räume</li> </ul>	



	<p><b>Überfachliche Inhalte des Moduls sind:</b></p> <p>Insbesondere selbständiges wissenschaftliches Arbeiten, d.h. Literatur- und Datenrecherche, Methodenanwendung, wissenschaftliches Schreiben, Ergebnispräsentation (Handlungs- &amp; Methodenkompetenz) sowie eigenständiges Durchführen einer empirischen wissenschaftlichen Studie (Organisationsfähigkeiten, Präsentationsfähigkeiten, Sozial-, Team- und Selbstkompetenz, sowie Methodenkompetenz).</p>
3	<p><b>Lehrformen und Lehrveranstaltungen</b></p> <p>Seminar (3 SWS) Teilnehmerzahl: 25</p>
4a	<p><b>Teilnahmevoraussetzungen</b></p>
4b	<p><b>Empfohlene Vorkenntnisse</b></p> <p>Inhaltliche Kenntnisse des Moduls „Quantitative Methoden der empirischen Wirtschaftsgeographie“ werden vorausgesetzt.</p>
5	<p><b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b></p> <p><b>Studienleistungen:</b> Eine Studienleistung. Zu einer Studienleistung in diesem Modul können insbesondere eine Anwesenheitspflicht und die Abgabe von Hausübungen gehören. Die Ausgestaltung der Studienleistung obliegt dem oder der Lehrenden und wird in der ersten Sitzung bekannt gegeben.</p> <p><b>Prüfungsleistungen:</b> Hausarbeit ODER Veranstaltungsbegleitende Prüfung (VbP, hier Präsentation ODER Projektarbeit ODER Seminarleistung) Die Art der Prüfungsleistung wird von dem oder der Lehrenden festgelegt und in der ersten Sitzung bekanntgegeben.</p>
6	<p><b>Literatur</b></p> <p>Wooldridge, J.M. (2015): Introductory Econometrics. A modern Approach (4e). Nelson Education Fahrmeir, L., Heumann, C., Künstler, R. Pigeot, I. &amp; Tutz, G. (2016). Statistik: Der Weg zur Datenanalyse. Springer-Verlag. Winker, P. (2007). Empirische Wirtschaftsforschung und Ökonometrie. Springer. Fahrmeir, L., Kneib, T., Lang, S., &amp; Marx, B. (2013). Regression: models, methods and applications. Springer Science &amp; Business Media. Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W., Weiber, R. (2016): Multivariate Analysemethoden. Eine Anwendungsorientierte Einführung, Gabler-Verlag.</p> <p>Weitere Literatur wird ggf. zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.</p>
7	<p><b>Weitere Angaben</b></p> <p><b>Lehrende:</b> Prof. Hundt und Mitarbeiter/innen des Instituts für Wirtschafts- und Kulturgeographie</p>
8	<p><b>Organisationseinheit</b></p> <p>Naturwissenschaftliche Fakultät, Institut für Wirtschafts- und Kulturgeographie <a href="https://www.iwkg.uni-hannover.de/de/">https://www.iwkg.uni-hannover.de/de/</a></p>
9	<p><b>Modulverantwortliche/r</b></p> <p>Prof. Christian Hundt</p>

<b>Modultitel</b> Wirtschaftsgeographisches Forschungsprojekt 2		<b>Kennnummer / Prüfcode</b>
<b>Studiengang</b> M. A. Wirtschaftsgeographie		<b>Modultyp</b> Pflicht
<b>Leistungspunkte</b> 10	<b>Häufigkeit des Angebots</b> jährlich (SoSe)	<b>Sprache</b> Deutsch oder Englisch
<b>Kompetenzbereich</b> kein	<b>Empfohlenes Fachsemester</b> 2. Semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>		
300 Stunden	45 h Präsenzzeit	255 h Selbststudium
<b>Weitere Verwendung des Moduls</b> keine		
<b>1</b>	<b>Qualifikationsziele</b>  <b>Modulzweck:</b> Das Modul vermittelt vertiefte Methoden- und Anwenderkenntnisse im Umgang mit empirischen, vor allem qualitativen Daten, die im Rahmen des Moduls selbst erhoben werden.  <b>Die Studierenden sind nach erfolgreichem Abschluss in der Lage,</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. innerhalb eines Oberthemas eigenständig eine Forschungsfrage mit Bezug zur bestehenden Literatur zu entwickeln,</li> <li>2. eigenständig Verfahren der qualitativen empirischen Datenerhebung anzuwenden,</li> <li>3. Gruppenarbeiten anhand von Projektmanagementmethoden zu planen und selbstständig durchzuführen,</li> <li>4. die Ergebnisse sachgerecht auszuwerten und zu interpretieren,</li> <li>5. die Ergebnisse in den fachlichen Kontext bzw. aktuelle Debatten in der wissenschaftlichen Literatur einzuordnen und Handlungsempfehlungen abzuleiten,</li> <li>6. Gruppenarbeiten anhand von Projektmanagementmethoden zu planen und selbstständig durchzuführen</li> </ol>	
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b>  Das Modul vermittelt die zum jeweiligen Forschungsfeld passenden Methodenkenntnisse (z.B. Interviewtechniken und Verfahren zur Auswertung qualitativer Daten). Daran anschließend findet die Verknüpfung der Felder Theorie, Empirie und Politik statt. Dies erfolgt im Rahmen der Anfertigung einer wissenschaftlichen Studie zu einem gemeinsamen Oberthema im Rahmen einer Gruppenarbeit. Die Betreuung der Gruppen findet in Form regelmäßiger Sitzungen statt. Die Studierenden werden in ihrer empirischen Arbeit individuell beraten. Das Modul bereitet die Studierenden auf die Masterarbeit vor.  Mögliche Oberthemen für die Gruppenarbeiten umfassen die Forschungsschwerpunkte der Wirtschaftsgeographie am Institut: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Digitalisierung</li> <li>- Entrepreneurship und Unternehmensgründung</li> <li>- Globale Umweltveränderungen und nachhaltige Entwicklung</li> <li>- Mobilität</li> <li>- Wirtschaftsförderung und politische Gestaltung</li> <li>- Wissen und Innovation</li> </ul> <b>Überfachliche Inhalte des Moduls sind:</b>	

	Insbesondere selbständiges wissenschaftliches Arbeiten, d.h. Literatur- und Datenrecherche, Methodenanwendung, wissenschaftliches Schreiben, Ergebnispräsentation (Handlungs- & Methodenkompetenz) sowie eigenständiges Durchführen einer empirischen wissenschaftlichen Studie (Organisationsfähigkeiten, Präsentationsfähigkeiten, Sozial-, Team- und Selbstkompetenz, sowie Methodenkompetenz).
3	<b>Lehrformen und Lehrveranstaltungen</b> Seminar (3 SWS) Teilnehmerzahl: 25
4a	<b>Teilnahmevoraussetzungen</b> keine
4b	<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b> Grundlagen in qualitativer Sozialforschung
5	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>
	<b>Studienleistungen:</b> Eine Studienleistung. Zu einer Studienleistung in diesem Modul können insbesondere eine Anwesenheitspflicht, die Abgabe von Hausübungen und Kurzreferate gehören. Die Ausgestaltung der Studienleistung obliegt dem oder der Lehrenden und wird in der ersten Sitzung bekannt gegeben.
	<b>Prüfungsleistungen:</b> Hausarbeit ODER Veranstaltungsbegleitende Prüfung (VbP, hier Präsentation ODER Projektarbeit ODER Seminarleistung) Die Art der Prüfungsleistung wird von dem oder der Lehrenden festgelegt und in der ersten Sitzung bekanntgegeben.
6	<b>Literatur</b> Wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.
7	<b>Weitere Angaben</b> Lehrende: Mitarbeiter/innen des Instituts für Wirtschafts- und Kulturgeographie
8	<b>Organisationseinheit</b> Naturwissenschaftliche Fakultät, Institut für Wirtschafts- und Kulturgeographie <a href="https://www.iwkg.uni-hannover.de/de/">https://www.iwkg.uni-hannover.de/de/</a>
9	<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Christian Hundt

<b>Modultitel</b> International Seminars in Economic Geography (ISEG)		<b>Module Code</b>
<b>Degree Course</b> M. A. Wirtschaftsgeographie		<b>Module Type</b> Mandatory
<b>Credit Points</b> 5	<b>Frequency of Occurrence</b> Each Semester	<b>Language</b> English
<b>Special Skills Area</b> ---	<b>Recommended Semester of Study</b> 1. and 2. Semester	<b>Module Duration</b> Two Semesters
<b>Student Workload</b>		
150 hours	30 h Contact hours	120 h Self study hours
<b>Further Use of Module</b> M.Sc. Economics and Management (max. 5 students, only one seminar, different requirements*)		
<b>1</b>	<b>Qualification Goals</b>  <b>Purpose of the module:</b> Students should learn about different theories and methods in economic geography which, in the lecture of each ISEG, are presented in English language by leading international economic geographers and economists. In the seminar part, following each day's lecture part, these theories and methods are discussed, assessed and applied by the students, using various teaching formats.  <b>After having successfully completed this module, students are able to</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. insert their structured knowledge in English language in the discussion topics, methods and theories of economic geography,</li> <li>2. to understand and explain those concepts and methods of contemporary economic geography which have not been covered in other courses of this master program,</li> <li>3. to understand and to assess parallels and differences between theories and methods of economics and of economic geography.</li> </ol>	
<b>2</b>	<b>Module Content</b>  <b>Subject-related Module Contents:</b>  This block seminar will be arranged by foreign guest researcher and is characterized by changing topics. Each student has to attend two block seminars. As the foreign guest researchers change every semester, there are no content-related redundancies.  <b>General Module Contents:</b>  The main goal of this module is to communicate international competence (multilingualism, international orientation). During their later studies and when they enter the labour market, students will benefit from the opportunity to get in close contact with internationally renowned scholars.	
<b>3</b>	<b>Forms of Teaching and Courses</b> Two block seminars Number of Participants: 25	
<b>4a</b>	<b>Participation Requirements</b> None. The number of students from the Master's degree in "Economics and Management" and Erasmus incomings is limited to 5.	

4b	<b>Recommendations</b> None
5	<b>Requirements for Allocation of Credit Points</b>
	<b>Course Achievements:</b> Compulsory attendance, short presentation (ungraded)
	<b>Examination Requirements:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• M.A. Economic Geography: "Veranstaltungsbegleitende Prüfung" in each seminar (VbP, usually „Präsentation“; will be announced at the first meeting; in English, ungraded).</li> <li>• M.Sc Economics and Management: "Veranstaltungsbegleitende Prüfung in one seminar (VbP, „Präsentation“ or „Seminarleistung“; will be announced at the first meeting; in English, graded).</li> </ul>
6	<b>Literature</b> Will be announced in the course
7	<b>Further Informations</b> Lecturer: Renowned international scholars from economic geography or economics
8	<b>Organisational Unit</b> Faculty of natural Science, Institute of Economic and Cultural Geography <a href="https://www.iwkg.uni-hannover.de/en/">https://www.iwkg.uni-hannover.de/en/</a>
9	<b>Person responsible for module</b> Prof. Sternberg

## WAHLPFLICHTMODULE AUSLANDSSTUDIUM/AUSLANDSPRAKTIKUM (F. STUD. OHNE DOUBLE DEGREE)

<b>Modultitel</b> Auslandsstudium		<b>Kennnummer / Prüfcode</b>
<b>Studiengang</b> M. A. Wirtschaftsgeographie		<b>Modultyp</b> Wahlpflicht
<b>Leistungspunkte</b> 20	<b>Häufigkeit des Angebots</b> -	<b>Sprache</b> je nach Gastland
<b>Kompetenzbereich</b> kein	<b>Empfohlenes Fachsemester</b> 3. Semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>		
600 Stunden   Präsenzzeit: variabel   Selbststudium: variabel		
<b>Weitere Verwendung des Moduls</b> keine		
<b>1</b>	<b>Qualifikationsziele</b>  <b>Modulzweck:</b> Durch das Auslandsstudium soll die internationale Kompetenz der/des Studierenden ausgebildet bzw. vertieft werden.  <b>Die Studierenden sind nach erfolgreichem Abschluss des Moduls in der Lage,</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Inhalte und Herangehensweisen aus dem Auslandsstudium in ihren individuellen Lernprozess zu integrieren,</li> <li>2. ihren Lernprozess in fremdem Umfeld eigenständig zu formen und zu optimieren,</li> <li>3. einen Perspektivwechsel in Bezug auf Vermittlungsformen und Inhalte sowie deren Voraussetzungen zu vollziehen,</li> <li>4. fachliche Schwerpunkte zu identifizieren und mit Vorwissen zu verbinden.</li> </ol>	
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b>  <b>Fachliche Inhalte des Moduls sind:</b>  Das Auslandsstudium wird i.d.R. an den Geographischen Instituten der Partnerhochschulen absolviert. Je nach Angebot ist eine Modulwahl im Bereich Wirtschaftsgeographie oder in ergänzenden Themenfeldern möglich. Die aktuellen Erasmus-Partnerhochschulen sind aufgeführt unter <a href="https://www.iwkg.uni-hannover.de/de/lehre/auslandssemester/">https://www.iwkg.uni-hannover.de/de/lehre/auslandssemester/</a> Ebenso ist ein Auslandsstudium an anderen, auch außereuropäischen Universitäten möglich. Das genaue Lernprogramm wird vor dem Auslandsaufenthalt mit dem Erasmus-Koordinator des Instituts für Wirtschafts- und Kulturgeographie der LUH abgesprochen und in einem Learning Agreement festgelegt. Bei einer Infoveranstaltung zu Beginn des 1. Semesters erhalten die Bewerber und Bewerberinnen nähere Informationen zum Bewerbungsverfahren.  <b>Überfachliche Inhalte des Moduls:</b>  Die Studierenden lernen, in unterschiedlichen kulturellen, ökonomischen und gesellschaftlichen Kontexten wissenschaftlich zu arbeiten.	
<b>3</b>	<b>Lehrformen und Lehrveranstaltungen</b> Je nach Angebot der besuchten Universität	
<b>4a</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen</b> keine	
<b>4b</b>	<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b> Inhaltliche Kenntnisse der Module aus den ersten beiden Fachsemestern werden vorausgesetzt.	

5	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>
	<b>Studienleistungen:</b> - Je nach Maßgabe der besuchten Universität; - Eine Studienleistung an der LUH (nach dem Auslandsstudium; z.B. Kurzreferat oder Video)
	<b>Prüfungsleistungen:</b> Je nach Maßgabe der besuchten Universität. Es ist eine benotete oder unbenotete Anrechnung möglich.
6	<b>Literatur</b> (je nach den Anforderungen der Gast-Universität)
7	<b>Weitere Angaben</b> <b>Austauschkoordinator:</b> Louis Knüpling
8	<b>Organisationseinheit</b> Ausländische Partneruniversität des Instituts für Wirtschafts- und Kulturgeographie oder eine andere ausländische Universität
9	<b>Modulverantwortliche/r</b> Lennart Grün

<b>Modultitel</b> Auslandspraktikum		<b>Kennnummer / Prüfcode</b>
<b>Studiengang</b> M. A. Wirtschaftsgeographie		<b>Modultyp</b> Wahlpflicht
<b>Leistungspunkte</b> 20	<b>Häufigkeit des Angebots</b> -	<b>Sprache</b> je nach Gastland
<b>Kompetenzbereich</b> kein	<b>Empfohlenes Fachsemester</b> 3. Semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>		
600 Stunden	0 h Präsenzzeit	Prakt.-Dauer 15 Wochen (Vollzeit)
<b>Weitere Verwendung des Moduls</b> keine		
1	<b>Qualifikationsziele</b>  <b>Modulzweck:</b> Durch das Auslandspraktikum soll die internationale Kompetenz der/des Studierenden ausgebildet bzw. vertieft werden. Dies geschieht auf Basis und unter Einbeziehung der im ersten Studienjahr erworbenen Kenntnisse.  <b>Die Studierenden sind nach erfolgreichem Abschluss des Moduls in der Lage,</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. sich im Arbeitsalltag des Gastlands zurechtzufinden,</li> <li>2. ihre eigenen Kompetenzen zu verbalisieren und mit dem Kompetenzportfolio des Praktikumsanbieters zu verbinden,</li> <li>3. die hinter den Unterschieden im Arbeitsalltag liegenden institutionellen und kulturellen Unterschiede zu erfassen,</li> <li>4. ihren eigenen Kompetenzzuwachs zu erkennen und zu reflektieren.</li> </ol>	
2	<b>Inhalte des Moduls</b>  <b>Fachliche Inhalte des Moduls sind:</b>  Das Praktikum wird im Ausland bei einer Organisation oder einem Unternehmen absolviert, das inhaltlich und/oder methodisch den spezifischen Anforderungen und dem Berufsprofil des Studienganges entspricht (z. B. Wirtschafts-, Technologietransfer- und Gründungsfördereinrichtungen, Wirtschaftsverbände oder -kammern, multinationale Unternehmen mit häufigen Standortentscheidungen, Regierungs- oder Nichtregierungsorganisationen der Entwicklungszusammenarbeit). Kurze Aufenthalte in Deutschland im Rahmen des Auslandspraktikums werden in die Praktikumszeit eingerechnet, soweit dies mit dem/der Auslands- oder Praktikumsbeauftragten des Studienganges vereinbart worden ist. Einen Praktikumsplatz suchen sich die Studierenden in Eigenverantwortung. Die Auswahl der Einrichtung findet in Absprache mit dem/der Auslands- oder Praktikumsbeauftragten des Studienganges statt. Dadurch wird sichergestellt, dass das Praktikum den Studiengangszielen entspricht und die ausgewählte Einrichtung geeignet ist, um die gewünschte Qualifikation zu erhalten.  <b>Überfachliche Inhalte des Moduls:</b>  Die Studierenden lernen, sich in unterschiedlichen kulturellen, ökonomischen und gesellschaftlichen Kontexten zu bewegen und zu arbeiten.	



	Das Referat bzw. Video dient der inhaltlichen Nachbereitung und dem gegenseitigen Erfahrungsaustausch. Dabei ordnen die Teilnehmer ihre Erfahrungen in den fachwissenschaftlichen Kontext der Wirtschaftsgeographie ein und bewerten diese kritisch.
3	<b>Lehrformen und Lehrveranstaltungen</b> keine
4a	<b>Teilnahmevoraussetzungen</b> keine
4b	<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b> Inhaltliche Kenntnisse der Module aus den ersten beiden Fachsemestern werden vorausgesetzt.
5	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>
	<b>Studienleistungen:</b> Eine Studienleistung (z.B. Referat oder Video) zu folgenden Themen: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Begründung der Wahl der Institution,</li> <li>- Vorstellung der Einrichtung,</li> <li>- Erläuterung der Praktikumsstätigkeit und eventueller Arbeitsergebnisse,</li> <li>- Einordnung in den fachwissenschaftlichen Kontext der Wirtschaftsgeographie,</li> <li>- Reflexion des Praktikums in Bezug auf Studium, internationale Kompetenz, Berufsbefähigung und Berufswunsch.</li> </ul>
	<b>Prüfungsleistungen:</b> keine
6	<b>Literatur</b> (entfällt)
7	<b>Weitere Angaben</b> Die abgeleistete Praktikumszeit muss durch den Praktikumsgeber bestätigt werden. Dafür kann folgendes Dokument genutzt werden: <a href="https://www.naturwissenschaften.uni-hannover.de/fileadmin/iwkg/Institut/Download/Confirmation_Internship.pdf">https://www.naturwissenschaften.uni-hannover.de/fileadmin/iwkg/Institut/Download/Confirmation_Internship.pdf</a>
8	<b>Organisationseinheit</b> Naturwissenschaftliche Fakultät, Institut für Wirtschafts- und Kulturgeographie <a href="https://www.iwkg.uni-hannover.de/de/">https://www.iwkg.uni-hannover.de/de/</a>
9	<b>Modulverantwortliche/r</b> Vanessa Blobel

**WAHLPFLICHTMODULE „BERUFSPRAKTISCHE QUALIFIZIERUNG“ (FÜR STUDIERENDE OHNE DOUBLE DEGREE)**

<b>Modultitel</b> Business GIS		<b>Kennnummer / Prüfcode</b>
<b>Studiengang</b> M. A. Wirtschaftsgeographie		<b>Modultyp</b> Wahlpflicht
<b>Leistungspunkte</b> 5	<b>Häufigkeit des Angebots</b> jährlich (SoSe)	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Kompetenzbereich</b> kein	<b>Empfohlenes Fachsemester</b> 2. Semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>		
150 Stunden	30 h Präsenzzeit	120 h Selbststudium
<b>Weitere Verwendung des Moduls</b> keine		
<b>1</b>	<b>Qualifikationsziele</b>  <b>Modulzweck:</b> Das Modul vermittelt vertiefte Methodenkenntnisse im Bereich GIS  <b>Sie sind nach erfolgreichem Abschluss in der Lage,</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• für Aufgabenstellungen aus den Bereichen Expansion, Vertrieb oder Marketing eine GIS-basierte Analyse zu konzipieren,</li> <li>• Externe Daten für GIS Analysen aufzubereiten, Geo- und Marktdaten sachgerecht einzusetzen und mit Hilfe von GIS selbständig zu analysieren,</li> <li>• die Ergebnisse der Analyse korrekt zu interpretieren, zu präsentieren und Handlungsempfehlungen für Unternehmen abzuleiten.</li> </ul>	
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b>  Die Studierenden erhalten eine praxisorientierte Einführung in Business GIS und das Geodatenmanagement. Die GIS-Einführung erfolgt durch Übungsaufgaben. Im Anschluss bearbeiten Sie in Gruppenarbeit eine Fallstudie aus den Bereichen Expansion, Vertrieb oder Marketing aus Sicht des entsprechenden Unternehmens. In einem ersten Schritt präsentieren Sie ein Grobkonzept zur Lösung der Aufgabenstellung. Bei der Bearbeitung der Fragestellung erhalten Sie in begrenztem Umfang Hilfestellung. Die Endergebnisse müssen in Form einer Abschlusspräsentation, eines Management Summary und eines GIS-Projektes erstellt werden.  <b>Überfachliche Inhalte des Moduls sind:</b>  Insbesondere selbständiges wissenschaftliches Arbeiten, d.h. Literatur- und Datenrecherche, Methodenanwendung, wissenschaftliches Schreiben, Ergebnispräsentation (Handlungs- & Methodenkompetenz) sowie eigenständiges Durchführen einer empirischen wissenschaftlichen Studie (Organisationsfähigkeiten, Präsentationsfähigkeiten, Sozial-, Team- und Selbstkompetenz, sowie Methodenkompetenz).	
<b>3</b>	<b>Lehrformen und Lehrveranstaltungen</b> Seminar (2 SWS) Teilnehmerzahl: max. 12	
<b>4a</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen</b> keine	

4b	<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b> GIS-Grundkenntnisse (ArcGIS oder QGIS)
5	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>  <b>Studienleistungen:</b> Eine Studienleistung. Zu einer Studienleistung in diesem Modul können insbesondere eine Anwesenheitspflicht, die Abgabe von Hausübungen und Kurzreferate gehören. Die Ausgestaltung der Studienleistung obliegt dem oder der Lehrenden und wird in der ersten Sitzung bekannt gegeben.  <b>Prüfungsleistungen:</b> Hausarbeit ODER Veranstaltungsbegleitende Prüfung (VbP, hier Präsentation ODER Projektarbeit). Die Art der Prüfungsleistung wird von dem oder der Lehrenden festgelegt und in der ersten Sitzung bekanntgegeben.
6	<b>Literatur</b> Wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.
7	<b>Weitere Angaben</b> Lehrender: Dipl-Geog. Kai Barencher (WIGeoGIS)
8	<b>Organisationseinheit</b> Naturwissenschaftliche Fakultät, Institut für Wirtschafts- und Kulturgeographie <a href="https://www.iwkg.uni-hannover.de/de/">https://www.iwkg.uni-hannover.de/de/</a>
9	<b>Modulverantwortliche/r</b> Dr. Angela Imhoff-Daniel

<b>Modultitel</b> Innovations- und Technologiemanagement für Studierende der Naturwissenschaften		<b>Kennnummer / Prüfcode</b>
<b>Studiengang</b> M. A. Wirtschaftsgeographie		<b>Modultyp</b> Wahlpflicht
<b>Leistungspunkte</b> 5	<b>Häufigkeit des Angebots</b> jährlich (SoSe)	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Kompetenzbereich</b> kein	<b>Empfohlenes Fachsemester</b> 2. Semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>		
150 Stunden	30 Stunden	120 Stunden
<b>Weitere Verwendung des Moduls</b> Studierende aller Master-Studiengänge der Naturwissenschaftlichen Fakultät		
<b>1</b>	<b>Qualifikationsziele</b>  Das Modul vermittelt den Studierenden Grundlagen und Methoden, wie Ideen in Innovationen überführt werden, wie Geschäftsideen bewertet, getestet und in die Praxis translatiert werden.  Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls, sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen des Innovations- und Technologiemanagements zu verstehen;</li> <li>• Technologien in Bezug auf ihre Geschäftsfähigkeit zu bewerten;</li> <li>• Managementmethoden anzuwenden, um Technologien erfolgreich in ein Produkt zu überführen;</li> <li>• Strukturen zu erkennen und zu schaffen, die Innovationen ermöglichen und verstärken</li> </ul>	
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b>  Im Modul werden Grundlagen des Innovations- und Technologie-Managements für Nicht-Wirtschaftsfachleute vermittelt und anhand praktischer Beispiele erprobt. Anhand einer Projektarbeit testen die Studierenden individuelle Geschäftsideen sowie Managementmethoden.  Dies beinhaltet: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Business Modelle,</li> <li>• Business Idea Testing,</li> <li>• Projektmanagement,</li> <li>• Agiles Management,</li> <li>• Personalmanagement</li> </ul>	
<b>3</b>	<b>Lehrformen und Lehrveranstaltungen</b> Vorlesung (1,5 SWS) Seminar/Übung (0,5 SWS)	
<b>4a</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen</b> Interesse an Inventionen und Innovation und zielgerichteten Problemlösungen; auch die eigene Promotion kann als Projekt verstanden werden; die erlernten Tools werden zur erfolgreichen Bewältigung sehr beitragen	
<b>4b</b>	<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b>	
<b>5</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	
	<b>Studienleistungen:</b> Eine Studienleistung	

	<b>Prüfungsleistungen:</b> Keine
6	<b>Literatur</b> Hauschildt, Salomo, Schultz, Kock (2016): Innovationsmanagement Schultz, Hölzle (2014): Motoren der Innovation Corsten, Gössinger, Müller-Seitz, Schneider (2016): Grundlagen des Technologie- und Innovationsmanagements
7	<b>Weitere Angaben</b> Lehrende: Dipl.-Ing. Henning Lucas
8	<b>Organisationseinheit</b> Naturwissenschaftliche Fakultät ITE - Institut für Innovations-Forschung, Technologie-Management und Entrepreneurship
9	<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Stefanie Heiden, Dipl.-Ing. Henning Lucas

<b>Modultitel</b> Entrepreneurship		<b>Kennnummer / Prüfcode</b>	
<b>Studiengang</b> M. A. Wirtschaftsgeographie		<b>Modultyp</b> Wahlpflicht	
<b>Leistungspunkte</b> 5	<b>Häufigkeit des Angebots</b> Jährlich (SoSe)	<b>Sprache</b> Deutsch	
<b>Kompetenzbereich</b> kein	<b>Empfohlenes Fachsemester</b> Business Club: 2. Semester School Entrepreneurship: 2. Semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester	
<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>			
150 Stunden		Selbststudium	
- Business Club: 60 h		- Business Club: 48 h	
- School Entr.: 90 h		- School Entrepr.: 48 h	
<b>Weitere Verwendung des Moduls</b>			
ITE Business Club: Studierende aller Masterstudiengänge der Naturwissenschaftlichen Fakultät			
School Entrepreneurship: Alle Master- und Promotionsstudiengänge der Naturwiss. Fakultät			
<b>1-8 werden für den Business Club und die School Entrepreneurship getrennt ausgewiesen!</b>			
<b>ITE Business Club</b>			
<b>1</b>	<b>Qualifikationsziele</b>		
	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls, sind die Studierenden in der Lage:		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- anhand praktischer Beispiele zu verstehen wie Innovations- und Technologie-Management im unternehmerischen Umfeld funktionieren kann.</li> <li>- Schwierigkeiten zu erkennen und zu bewerten, die sich bei der Umsetzung von Innovationen bzw. bei der Translation von Invention in Innovationen auftun können.</li> <li>- Lösungsansätze zu formulieren, um Innovationen in der Praxis umzusetzen.</li> <li>- Anhand der Begegnung mit unternehmerischen Entscheidungstragenden eigene Ansätze/Vorstellungen von Unternehmertum zu entwickeln und Freude am „Machen“ zu entwickeln.</li> </ul>		
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gastredner aus dem unternehmerischen Umfeld... <ul style="list-style-type: none"> <li>o stellen die Bedeutung von Innovations- und Technologie-Management anhand ihrer eigenen Unternehmen vor;</li> <li>o veranschaulichen durch den eigenen Werdegang gelebtes Unternehmertum;</li> <li>o stellen praktische Beispiele der Translation und Open Innovation vor.</li> </ul> </li> <li>- Die Studierenden fassen am Ende der Vortragsreihe die für sie wichtigsten Erkenntnisse aus zwei selbstgewählten Vorträgen zusammen.</li> <li>- Nach dem Vortrag stehen die Gastredner in kleiner Runde für Diskussionen zur Verfügung.</li> </ul>		
	<b>Hausarbeit zu ITE Business Club</b>		
	Die Studierenden fassen am Ende der Vortragsreihe die für sie wichtigsten Erkenntnisse aus zwei selbstgewählten Vorträgen zusammen.		
<b>3</b>	<b>Lehrformen und Lehrveranstaltungen</b>		
	Seminar „ITE Business Club“ (1 Tag geblockt)		
<b>4a</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>		
	keine		
<b>4b</b>	<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b>		
	Interesse an unternehmerischer Selbstständigkeit, u.U. als auch eigene Berufsperspektive Kenntnisse aus dem Modul Innovations- und Technologie-Management für Studierende der		

	Naturwissenschaften sind vorteilhaft
5	<p><b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b></p> <p>Voraussetzung zum Erreichen der Kompetenzziele ist die Teilnahme an mindestens 6 Terminen und die Abgabe eines Essays über zwei ausgewählte Veranstaltungen gemäß Vorgaben.</p> <p><b>Studienleistungen:</b> Zwei Studienleistungen. ITE Business Club: Hausarbeit</p> <p><b>Prüfungsleistungen:</b> Keine</p>
6	<p><b>Literatur</b></p> <p>Urs Fueglistaller et al.: „Entrepreneurship, Modelle, Umsetzung ...“, Springer Gabler 2019, 5. Aufl. Oliver Pott, André Pott: „Entrepreneurship Unternehmensgründung ...“, Springer Gabler 2015, 2. Aufl</p>
7	<p><b>Weitere Angaben</b></p> <p>Lehrende: Prof. Heiden und Mitarbeitende</p>
8	<p><b>Organisationseinheit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ITE Business Club: Institut für Innovationsforschung und Technologiemanagement und Entrepreneurship der Naturwissenschaftlichen Fakultät</li> </ul>
<b>School Entrepreneurship</b>	
1	<p><b>Qualifikationsziele</b></p> <p><b>Modulzweck:</b></p> <p>Das Modul sensibilisiert nachhaltig für unternehmerisches Denken und Handeln, indem mitgebrachte Gründungsideen der Teilnehmer*innen praktisch bearbeitet bis zur Ausarbeitung eines Geschäftsmodells fachkundig begleitet werden. Die Teilnehmenden erfahren sich so als Existenzgründer*innen mit eigenem Gründungsprojekt in einem geschützten Raum. So wird deutlich, dass unternehmerische Existenzgründung eine realisierbare Karriereoption ist – also eine Alternative zu einem abhängigen Beschäftigungsverhältnis in Wirtschaft oder Öffentlichem Dienst. Die School Entrepreneurship informiert und bringt die Teilnehmenden direkt zusammen mit Gründer*innen, die Rollenvorbilder sind, sowie mit Expert*innen aus dem Transfer- und Gründungsservice der LUH, der regionalen Wirtschaftsförderung und Gründungsberatung, des Banken- und Finanzsektors und mit Business Angels. So fördert sie den Aufbau erster Unterstützungsnetzwerke für eine nachhaltige Fortsetzung der Gründungsaktivitäten nach dem Abschluss der Summer School.</p> <p><b>Das Modul soll die Studierenden zu nachfolgenden fachlichen und überfachlichen Kompetenzen und Lernergebnissen führen:</b></p> <p><b>Die Studierenden sind nach erfolgreichem Abschluss des Moduls in der Lage,</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>mit geändertem Blickwinkel auf unternehmerische Möglichkeiten im wissenschaftlichen Umfeld zu reagieren; Geschäftsideen im wissenschaftlichen Umfeld zu entwickeln, die zur Gründung eines innovativen Unternehmens führen können.</li> <li>aktuelle kreative Methoden zur Produkt- und Dienstleistungsentwicklung anzuwenden</li> <li>kompetent die aktuellen Methoden bei der Ausarbeitung von Gründungsideen zum Geschäftsmodell einzusetzen.</li> <li>ihr Geschäftsmodell in einen tragfähigen Businessplan zu übertragen.</li> <li>Die schriftliche Ausarbeitung der Geschäftsmodelle für eine erste Kontaktaufnahme mit Geldgebern und Gründungsfördereinrichtungen zu verwenden</li> </ol>
2	<p><b>Inhalte des Moduls</b></p> <p>Die School Entrepreneurship ist eine Workshop-Veranstaltung von GRANAT, der GRAduiertenschule der NATurwissenschaftlichen Fakultät der LUH, im Umfang von 3 ECTS-LP. Als Präsenzveranstaltung wird sie als 5-tägige Blockveranstaltung angeboten; sofern sie als</p>

	<p>Online-Veranstaltung stattfindet, wird sie wegen der Notwendigkeit längerer Pausen auf 7 Tage gestreckt, der Arbeitsaufwand bleibt jedoch identisch. Die Teilnehmenden lernen, das eigene Fachwissen und kreative Potenzial einzusetzen, um Geschäftsideen für eine Unternehmensgründung zu konkretisieren und daraus ein Geschäftsmodell zu entwickeln. Das Programm bietet eine Mischung aus theoretischem Input und kreativer Praxis- und Gruppenarbeit, in der unternehmerisches Denken und Handeln gefördert und eine intensive Auseinandersetzung mit einem eigenen Gründungsvorhaben ermöglicht werden. Innerhalb von fünf bzw. 7 Tagen durchlaufen die Teilnehmenden spielerisch den Weg zur Unternehmensgründung. In Campus-Atmosphäre erhalten sie nicht nur eine exzellente Qualifizierung, sondern profitieren auch von den Erfahrungen der Referierenden, anderer Gründungswilliger und junger Unternehmer*innen, die ihre Projekte vorstellen.</p> <p><b>Fachliche Inhalte:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entwicklung einer (innovativen) Geschäftsidee: „Lean Canvas“</li> <li>• „Design Thinking“ / „Golden Circle“ zur Produkt- und Dienstleistungsentwicklung</li> <li>• Schutzrechtsfragen und Schutzrechte Teil 1 (Produkt, Design, Patent)</li> <li>• Wissensquelle Schutzrechtsdokumente</li> <li>• Geschäftsplanung mit dem "Business Model Canvas"</li> <li>• Vertiefung der Geschäftsmodelle: Definition von Unternehmenszielen und -profil, Branche- und Marktanalyse, Marketing und Vertrieb, Organisation, Realisierungsplanung und Meilensteine, Fünf-Jahres-Planung</li> <li>• Schutzrechte Teil 2 (Marken, Recherchemöglichkeiten für Markenrechte)</li> <li>• Kontakt und Diskussion mit Gründern/ Networking</li> <li>• Finanzierung / Zugang zu Förderprogrammen</li> <li>• Abschließend wird das eigene Gründungsprojekt in Form eines „Elevator Pitch“ vor einer Jury aus potenziellen Geldgebern, dem LUH-Gründerservice und Kenner*innen der Gründungsszene präsentiert und diskutiert</li> <li>• Abschied und Networking</li> <li>• Schriftliche Dokumentation des Geschäftskonzepts gemäß Business Modell Canvas unter Einbeziehung des Feedbacks der Jury (im Umfang von 2-15 DinA4-Seiten)</li> </ul> <p><b>Überfachliche Inhalte:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erwerb von gründungsrelevantem betriebswirtschaftlichen und unternehmerischen Grundwissen sowie Management-Tools</li> <li>• Förderung der kommunikativen Fähigkeiten und Teamfähigkeit</li> <li>• Steigerung der betriebswirtschaftlichen Kompetenz als Entrepreneurs</li> <li>• Ausbau des persönlichen Karrierenetzwerks (andere Gründer / Rollenvorbilder, Ansprechpartner / Gründerservice der LUH, Geldgeber und externe Coaches)</li> <li>• Kompetenzentwicklung zur überzeugenden Kurzpräsentation eigener Geschäftsideen vor potenziellen Geldgebern</li> </ul> <p>Teilnehmerzahl ist begrenzt auf 12 Teilnehmende; Masterstudierende, Promovierende und Postdocs der Naturwissenschaften</p> <p>Online-Anmeldung direkt bei GRANAT (<u>nicht (!)</u> über StudIP):  <a href="https://www.granat.uni-hannover.de/entrepreneurship">https://www.granat.uni-hannover.de/entrepreneurship</a>          Alle Teilnehmenden sollten bitte ihre eigenen, WLAN-fähigen Laptops mitbringen!</p>
3	<p><b>Lehrformen und Lehrveranstaltungen</b></p> <p>Workshop „School Entrepreneurship- Unternehmerisches Denken und Handeln – Wege in die Selbstständigkeit, 3 SWS, i.d.R. im September</p>
4a	<p><b>Teilnahmevoraussetzungen</b></p> <p>keine</p>



4b	<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b> Interesse an unternehmerischer Selbstständigkeit, u.U. als auch eigene Berufsperspektive
5	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>
	<b>Studienleistungen:</b> VbP (Veranstaltungsbegleitende Prüfung) „Präsentation“ (PR): Elevator-Pitch des Geschäftsmodells vor potenziellen Geldgebern mit anschließender schriftlicher Ausarbeitung. <b>Prüfungsleistungen:</b> keine
6	<b>Literatur</b> Faltin, Günter 2008: Kopf schlägt Kapital – Die ganz andere Art, ein Unternehmen zu gründen. Hanser Verlag, München. Kawasaki, Guy 2004: The Art of the Start. Penguin Group, New York. Osterwalder, Alexander 2010: Business Model Canvas. Ries, Eric 2012: Lean Startup: Schnell, risikolos und erfolgreich Unternehmen gründen Infoblätter „GründerZeiten“ des Bundeswirtschaftsministeriums: <a href="http://www.existenzgruender.de/publikationen/gruender_zeiten/index.php">www.existenzgruender.de/publikationen/gruender_zeiten/index.php</a>
7	<b>Weitere Angaben</b> <b>Dozierende:</b> Andreas Voss (CONCIS GROUP!), Dr.Martina Venschott (uni transfer, LUH)
8	<b>Organisationseinheit</b> Naturwissenschaftliche Fakultät, GRANAT, Dr. Barbara Höft-Lessdorf <a href="https://www.granat.uni-hannover.de">https://www.granat.uni-hannover.de</a>
9	<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Sternberg

<b>Modultitel</b> Berufspraktikum		<b>Kennnummer / Prüfcode</b>
<b>Studiengang</b> M. A. Wirtschaftsgeographie		<b>Modultyp</b> Wahlpflicht
<b>Leistungspunkte</b> 5	<b>Häufigkeit des Angebots</b> entfällt	<b>Sprache</b> beliebig
<b>Kompetenzbereich</b> kein	<b>Empfohlenes Fachsemester</b> Lage des Berufspraktikums: beliebig	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>		
150 Stunden		0 h Präsenzzeit
Prakt.-Dauer: 4 Wochen		
<b>Weitere Verwendung des Moduls</b> keine		
<b>1</b>	<b>Qualifikationsziele</b> <b>Modulzweck:</b> Das Modul dient dazu, in fachnahen Institutionen oder in Unternehmen einen Einblick in die Anforderungen einer Berufstätigkeit als Wirtschaftsgeograph/Wirtschaftsgeographin zu erhalten.	
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b> <b>Fachliche Inhalte des Moduls:</b> Der Zuwachs an fachlicher Kompetenz ist abhängig von der inhaltlichen Ausrichtung des Praktikums. <b>Überfachliche Inhalte des Moduls:</b> Anwendung der bisher angeeigneten Fähigkeiten im berufsnahen Umfeld, Transferfähigkeiten und fachliche Flexibilität (Präsentations-, Methoden- und Handlungskompetenz).	
<b>3</b>	<b>Lehrformen und Lehrveranstaltungen</b>	
<b>4a</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen</b> keine	
<b>4b</b>	<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b> Inhaltliche Kenntnisse der Module aus den ersten beiden Fachsemestern werden empfohlen.	
<b>5</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	
	<b>Studienleistungen: Eine Studienleistung (Praktikumsbericht):</b> Länge des Berichts: zwischen 1700 und 2000 Worte. Inhalte: - Begründung der Wahl der Institution, Vorstellung der Einrichtung, - Erläuterung der Praktikumsstätigkeit und eventueller Arbeitsergebnisse, - Einordnung in den fachwissenschaftlichen Kontext der Wirtschaftsgeographie, - Reflexion des Praktikums in Bezug auf Studium, Berufsbefähigung und Berufswunsch.	
	<b>Prüfungsleistung:</b> keine	
<b>6</b>	<b>Literatur:</b> (entfällt)	
<b>7</b>	<b>Weitere Angaben:</b> Vor Beginn des Praktikums ist mit der Praktikumsbetreuung im IWKG abzuklären, ob das Praktikum inhaltlich geeignet erscheint. Eine Anrechnung von Tätigkeiten, die vor Aufnahme des Masterstudiums liegen, ist nicht möglich.	

	Die abgeleistete Praktikumszeit muss durch den Praktikumsgeber bestätigt werden. Dafür kann folgendes Dokument genutzt werden: <a href="https://www.iwkg.uni-hannover.de/fileadmin/iwkg/Institut/Download/Praktikumsbescheinigung.pdf">https://www.iwkg.uni-hannover.de/fileadmin/iwkg/Institut/Download/Praktikumsbescheinigung.pdf</a>
8	<b>Organisationseinheit</b> Naturwissenschaftliche Fakultät, Institut für Wirtschafts- und Kulturgeographie <a href="https://www.iwkg.uni-hannover.de/de/">https://www.iwkg.uni-hannover.de/de/</a>
9	<b>Modulverantwortliche/r</b> Lukas Häfner

<b>MASTERARBEIT (FÜR STUDIERENDE OHNE DOUBLE DEGREE)</b>		<b>Kennnummer / Prüfcode</b>
<b>Modultitel Masterarbeit</b>		
<b>Studiengang</b> M. A. Wirtschaftsgeographie		<b>Modultyp</b> Pflicht
<b>Leistungspunkte</b> 30	<b>Häufigkeit des Angebots</b> jedes Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Kompetenzbereich</b> kein	<b>Empfohlenes Fachsemester</b> 4. Semester	<b>Moduldauer</b> 1 Semester
<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>		
900 Stunden	30 h Präsenzzeit	870 h Selbststudium
<b>Weitere Verwendung des Moduls</b> keine		
<b>1</b>	<b>Qualifikationsziele</b>  <b>Modulzweck:</b>  Die Studierenden demonstrieren in der Masterarbeit ihre Theoriekenntnisse, ggf. ihre Fähigkeit zur Datengewinnung, -aufbereitung und -interpretation sowie ihre logisch-konsistente Urteilskraft.  Die Studierenden sind nach erfolgreichem Abschluss des Moduls in der Lage, grundlagen- und anwendungsorientierte Themen mit wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten.	
<b>2</b>	<b>Inhalte des Moduls</b>  <b>Fachliche Inhalte des Moduls sind:</b>  <u>Masterarbeit</u>  Durch die Masterarbeit soll die Fähigkeit gezeigt werden, eine anspruchsvolle wissenschaftliche Fragestellung in einer vorgegebenen Frist zu bearbeiten. Dazu gehört es, <ul style="list-style-type: none"> <li>- Zielsetzung, Fragestellung und ggf. Hypothesen aus der Theorie abzuleiten und die Arbeit logisch stringent aufzubauen,</li> <li>- für die Fragestellung geeignete qualitative und/oder quantitative Verfahren auszuwählen und anzuwenden,</li> <li>- eine wissenschaftliche Diskussion der Inhalte zu führen und eine eigenständige Bewertung zu begründen.</li> </ul> <u>Kolloquium</u>  Das Referat im Kolloquium findet i.d.R. während des ersten Drittels der Bearbeitungszeit der Masterarbeit statt, unter Anwesenheit beider Prüfenden sowie aller im jeweiligen Semester die Masterarbeit Schreibenden. Die Kolloquia finden nach Bedarf statt. Jede*r Kandidat*in besucht i.r.R. zwei Kolloquia, eines vor der eigenen Anmeldung und eines während der eigenen Bearbeitungszeit. Im letzteren wird eine eigene Präsentation zu Zielen und Methodik erbracht.  Das Kolloquium hat das Ziel, notwendigen Korrekturbedarf am Konzept der Arbeit rechtzeitig zu erkennen und dem/der Bearbeiter/Bearbeiterin rechtzeitig Hinweise zur Qualitätssteigerung der Masterarbeit zu geben. Durch den Vortrag in der Gruppe der Masterarbeitskandidaten wird zudem der Blick der Teilnehmer für typische Probleme im Bearbeitungsablauf geschult.	
	<b>Überfachliche Inhalte des Moduls sind:</b>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wissenschaftliche Literatur und weitere Informationsquellen selbständig zu recherchieren und auszuwerten,</li> <li>- die Inhalte der Arbeit nach den Grundsätzen wissenschaftlichen Arbeitens und durch den Einsatz von Tabellen, Grafiken oder Karten korrekt und anschaulich darzustellen.</li> </ul>
3	<b>Lehrformen und Lehrveranstaltungen</b> Kolloquium zur Masterarbeit (geblockt) Teilnehmerzahl: nach Bedarf
4a	<b>Teilnahmevoraussetzungen</b> Die Pflichtmodule nach Anlage 1.1 (bis auf das Modul "International Seminars in Economic Geography (ISEG)" sind abgeschlossen
4b	<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b> keine
5	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>
	<b>Studienleistungen: Eine Studienleistung</b> (Anwesenheit und Referat im Kolloquium)
	<b>Prüfungsleistungen:</b> Masterarbeit
6	<b>Literatur</b> (entfällt)
7	<b>Weitere Angaben</b> Erstprüfer/in: Prof. Liefner, Prof. Sternberg, Prof. Hundt, Prof. Nolte, Dr. Schäfer
8	<b>Organisationseinheit</b> Naturwissenschaftliche Fakultät, Institut für Wirtschafts- und Kulturgeographie <a href="https://www.iwkg.uni-hannover.de/de/">https://www.iwkg.uni-hannover.de/de/</a>
9	<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Sternberg