Hochschule Bochum
Bochum University
of Applied Sciences

Fachbereich Wirtschaft

Modulhandbuch „Betriebswirtschaftslehre“

(Studiengangprüfungsordnung vom 7. Oktober 2019)

Stand: 25.09.2025

Inhaltsverzeichnis

1. Studienjahr

Diversity, Gesprächsführung und Konfliktmanagement 1
Grundlagen Beschaffung und Logistik 3
Grundlagen des BWL-Studiums 5
Grundlagen Marketing 7
Grundlagen Personalmanagement + Organisation 8
Investition und Finanzierung 10
Produktionsmanagement 11
Wirtschaftsenglisch 1 13
Wirtschaftsmathematik 14
Wirtschaftsrecht 16

2. Studienjahr 17
Buchhaltung + Kostenrechnung 17
Grundlagen der Ertragsbesteuerung 19
Jahresabschluss 20
Projekt 21
Unternehmensplanspiel + Controlling 22
Volkswirtschaftslehre 1 24
Volkswirtschaftslehre 2 25
Wirtschaftsenglisch 2 + Interkulturelle Kommunikation 26
Wirtschaftsinformatik 28
Wirtschaftsstatistik 29

3. Studienjahr

Arbeitsrecht 31
Ausgewählte Fragen des Gesundheitsmanagements 32
B2B-Marketing 33
Beratungskompetenz und Leitung von Gruppen 34
Beschaffung und Logistik 1 35
Beschaffung und Logistik 2 36
Bewertung von Finanzinstrumenten 37
Controlling 1 38
Controlling 2 40
Current Topics of Marketing 41
Data Science 1 42
Data Science 2 43
Datengestützte Entscheidungsfindung in den Wirtschaftswissenschaften 44
Digital Business Transformation 45
DV-gestützte Steuerplanung 46
Energie & Umwelt 1 47
Energie & Umwelt 2 48
Existenzgründung 49
Finanzmanagement 1 51
Finanzmanagement 2 52
Geld- und Finanzpolitik 53
Gesellschaftsrecht 54
Informations- und Kommunikationssysteme 1 55
Informations- und Kommunikationssysteme 2 56
Innovationsmanagement 1 57
Innovationsmanagement 2 59
Innovationspolitik 60
Insolvenzrecht 63
International Economic Policy 64
Internationales Management 1 65
Internationales Management 2 66
Jahresabschluss: Ausgewählte Fragen der nationalen und internationalen Rechnungslegung 67
Konsumentenverhalten 68
Kostenmanagement 1 69
Kostenmanagement 2 71
Lean Management und Logistikinnovationen 73
Marketing 1: Strategisches Marketing 74
Marketing 2: Branchenorientierung und Spezialgebiete des Marketing 75
Marktforschung 76
Methoden in der Erwachsenenbildung 77
Mitarbeiterführung 78
Mittelstandspolitik 79
Modellbildung und Simulation 81
Online Marketing 82
Organisation 1 83
Organisation 2 84
Personalmanagement 1 85
Personalmanagement 2 86
Prozess- und System-Analyse 1 87
Prozess- und System-Analyse 2 88
Quantitative Methoden: Mathematische Planungsverfahren 89
Quantitative Methoden: Multivariate Methoden in der BWL und VWL 90
Quantitative Methoden: Statistische und ökonometrische Verfahren 92
Rechnungslegung 1 93
Rechnungslegung 2 94
Recht der Unternehmensfinanzierung 95
Sales Management 1 97
Sales Management 2 99
SAP S/4HANA® 100
Sozialpolitik 101
Strategisches Management 1 102
Strategisches Management 2 103
Strategisches Unternehmensplanspiel 104
Studium PLUS 105
Supply Chain Management 106
Umwelt- und Wirtschaftsethik 108
Umweltpolitik 110
Unternehmensbesteuerung 1 112
Unternehmensbesteuerung 2 113
Verkehrs- und Substanzsteuern 114
Wettbewerbsrecht 115
Wirtschaftsdeutsch für Incomings – Einführung 116
Wirtschaftsdeutsch für Incomings – Vertiefung 117
Wirtschaftsenglisch 118
Wirtschaftsprüfung 119

7. Semester

Praxisphase 120
Bachelorarbeit 121
Kolloquium 122

1. Studienjahr

Diversity, Gesprächsführung und Konfliktmanagement					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
1191	150 h	5	2. Sem.	Jedes Semester	1 Semester

1	**Lehrveranstaltung**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**Geplante Gruppengröße**
	Diversity, Gesprächsführung und Konfliktmanagement	4 SWS / 60 h	90 h	20 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage,

- Begriff/Verständnis, Themen und Aspekte zu Diversity zu benennen,
- diese anhand selbstgewählter Beispiele aus dem Kontext Wirtschaft und/oder Gesellschaft zu diskutieren, mögliche Konsequenzen abzuleiten und zu reflektieren.
- grundlegende Kommunikationsmodelle zu benennen,
- Grundstrukturen für Gespräche und Verhandlungen mit Instrumenten und Methoden der Kommunikation darzustellen,
- den Begriff Konflikt zu erläutern sowie Konfliktarten zu benennen,
- selbstgewählte Konfliktverläufe als Beispiele zu beschreiben und Eskalationsstufen zuzuordnen
- anhand von Konfliktbehandlungs-Modellen das eigene Konfliktverhalten zu reflektieren
- und mögliche Handlungsalternativen (z. B. auch im Rahmen der selbstgewählten Beispiele aus dem Themenfeld Diversity) zu entwickeln.

3 Inhalte

Diversity

- Begriff /Verständnis von Diversity
- Sensibilisierung zum Thema Vielfalt
- Persönliche Auseinandersetzung mit dem Verständnis und dem Erleben von Vielfalt
- Kerndimensionen von Diversity und ihre möglichen Aspekte sowie deren Auswirkungen in wirtschaftlichen/gesellschaftlichen Kontexten

Gesprächsführung

- Kommunikationsmodelle
- Feedback
- Grundstrukturen der Gesprächsführung und Verhandlung

Konfliktmanagement

- Begriff/Verständnis von Konflikt
- Grundlagen zu Konflikt-Diagnose
- Eskalation und Möglichkeiten der Intervention (Konfliktbehandlungs-Modelle)

4 Lehrformen

Seminar

5 Teilnahmevoraussetzungen

Schwerpunkt „projektbezogenes Engagement“

6 Prüfungsformen

Hausarbeit/Referat mit mündlicher Prüfung

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Regelmäßige Teilnahme an den Veranstaltungen und mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)

BA - Betriebswirtschaftslehre

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10 Modulbeauftragte/r;

der/die Studiendekan/in in Kooperation mit dem ISD Studium PLUS

11 Literatur (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Bendl R., Hanappie-Egger E., Hofmann R.(Hrsg.): Diversität und Diversitätsmanagement; UTB
- Fritsche, T.: Souverän Verhandeln. Psychologische Strategien und Methoden; Huber Bern
- Gardenswartz, L./ Rowe, A.: Managing Diversity; Society for Human Resource Management (SHRM) Alexanria, Virginia

	• Glasl, F.: Konfliktmanagement: ein Handbuch für Führungskräfte, Beraterinnen und Berater; Haupt Bern • Kreggenfeld, U.: Erfolgreich systemisch verhandeln. Ganzheitliche Verhandlungsstrategien – Checklisten – Anwendungsbeispiele; Springer/Gabler Wiesbaden • Plate, M.: Grundlagen der Kommunikation. Gespräche effektiv gestalten; UTB • Scharlau, C., Rossié, M.: Gesprächstechniken; Haufe Freiburg • Schulz von Thun, F.: Miteinander reden Bd. 1, 2 und 3; rororo Hamburg

Grundlagen Beschaffung und Logistik					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
3111	150 h	5	2. Semester	Jedes Semester	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Grundlagen Beschaffung und Logistik	4 SWS / 60 h	90 h	60 Studierende

2 **Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen**

Nach Absolvieren des Moduls sind die Studierenden in der Lage, die Bedeutung des Beschaffungs- und Logistik-Managements für die Planung und Steuerung des Unternehmens zu erfassen. Sie verfügen über grundlegende Kenntnisse zur Gestaltung von Beschaffungs-, Lager- und Transportprozessen und sind in der Lage, diese in praktischen Situationen anzuwenden. Die Studierenden werden in die Lage versetzt Beschaffungs- und Logistikkonzepte aus den unterschiedlichen Zielsetzungen der Effizienz, Effektivität und Nachhaltigkeit zu diskutieren und zu beurteilen.

3 **Inhalte**

Grundlagen der Logistik
- Der Wertbeitrag logistischer Leistungssysteme
- Bereiche und Referenzebenen des Logistikmanagements
- Logistische Flussobjekte
- Bildung und Identifikation logistischer Einheiten
- Nachhaltigkeit in Beschaffung und Logistik

Beschaffung
- Ziele der Beschaffung
- Beschaffungsstrategien
- Lieferantenstrukturen
- Beschaffungsprinzipien
- Nachhaltige Beschaffungskonzepte

Lagerhausstrukturen und -prozesse
- Motive der Lagerung
- Lagerarten
- Lagerstrukturen
- Lagergestaltung und –organisation
- Kommissionierung

Bestandsmanagement
- Bestand und Servicegrad
- Prognoserechnung
- Losgrößenproblematik
- Dispositionsmodelle und Sicherheitsbestandsrechnung

Transportlogistik und logistische Netzwerke
- Transportmittel und Transportmittelwahl
- Transportplanung
- Logistische Netzwerke
- Standortplanung

After Sales und Reverse Logistics
- Ersatzteillogistik
- Retourenlogistik
- Kreislauflogistik

4 **Lehrformen**

Seminaristischer Unterricht

5 **Teilnahmevoraussetzungen**

keine

6 **Prüfungsformen**

Multiple-Choice-Arbeit (60 Min., elektronisch gestützt, in der Hochschule) ODER Open-Book-Prüfung (120 Min.)

7 **Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten**

Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 **Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre

9 **Stellenwert der Note für die Endnote**

	5/225
10	**Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende** **Prof. Dr. Sprenger;** Prof. Dr. Schröter
11	**Sonstige Informationen** Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Arnolds H., Heege F., Röh C., Tussing W.: Materialwirtschaft und Einkauf. Springer Gabler, Wiesbaden • Deckert C. (eds): CSR und Logistik. Management-Reihe Corporate Social Responsibility. Springer Gabler, Berlin, Heidelberg • Kummer, Sebastian, Grün, Oskar, Jammernegg, Werner: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik. München: Pearson Studium • Lasch, R.: Strategisches und Operatives Logistikmanagement: Prozesse. Springer-Gabler Verlag. Wiesbaden. • Pfohl HC.: Logistiksysteme. Springer Vieweg, Berlin, Heidelberg • van Weele A.J., Eßig M.: Strategische Beschaffung. Springer Gabler, Wiesbaden

Grundlagen des BWL-Studiums					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
a) 1111 b) 1112	a) 75 h b) 75 h	5	a) 1. Sem. b) 1. Sem.	Jedes Semester	a) 1 Sem. b) 1 Sem.

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	a) Einführung in die BWL b) Wissenschaftliche Arbeitstechniken	a) 2 SWS / 30 h b) 2 SWS / 30 h	a) 45 h b) 45 h	a) Vorlesung: 60 Studierende b) Seminar: 20 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Der Student lernt die wesentlichen Grundlagen der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre sowie deren Umsetzung in zu verbuchende Geschäftsvorfälle kennen.

a) Im Rahmen der Einführung in die Betriebswirtschaftslehre erlernt er die Basics der betriebswirtschaftlich wichtigsten Fachdisziplinen und ihm wird ein übergreifender Einblick in das traditionelle betriebswirtschaftliche Denken – mit seinen unterschiedlichen Facetten – vermittelt.

b) Die Studierenden können Hausarbeiten nach wissenschaftlichen Kriterien anfertigen. Darüber hinaus können sie Daten in einfacher Form statistisch aufbereiten und in entsprechenden Diagrammen darstellen. Sie lernen Inhalte strukturiert aufzuarbeiten und verständlich vorzutragen, indem ihre persönlichen Präsentationstechniken und -fertigkeiten geschult werden.

3 Inhalte

Die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre vermittelt a) in qualitativer Hinsicht im Rahmen der Einführung in die Betriebswirtschaftslehre die fachlichen Rahmenbedingungen betriebswirtschaftlichen Denkens in den unterschiedlichen Disziplinen und b) bezüglich der Buchhaltung ihre quantitative Erfassung und Darstellung.

a) Im Mittelpunkt stehen Fragen der Betriebswirtschaftslehre in Form

- ihrer grundlegenden Zusammenhänge
- der Produktionswirtschaft als Wertschöpfungsmanagements (Kernkompetenzen, make or buy, Wertschöpfungsprozess und –kette, outsourcing)
- des Marketings (als Unternehmensführungsprinzips, Marktforschung, Marketingkonzeption)
- der Investition und Finanzierung
- der Personalwirtschaft (Personalplanung, -beschaffung, -einsatz)
- der Rechnungslegung (Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung; business plan)
- der Rechtsform und Besteuerung

b) Wissenschaftliche Arbeitstechniken

- Erläuterung der Besonderheiten wissenschaftlichen Arbeitens
- Aufbau einer wissenschaftlichen Arbeit
- Literaturbeschaffung und Auswertung
- Einführung in das Präsentieren

4 Lehrformen

a) Vorlesung und Übungen

b) Seminar

5 Teilnahmevoraussetzungen

keine

6 Prüfungsformen

a) Portfolioprüfung (Elemente: Lösen von Aufgaben [100%] + Lernprozess-Reflektion [0 %])

b) Hausarbeit mit Präsentation

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

a) Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistungen

b) Regelmäßige Teilnahme an den Veranstaltungen und mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre

BA-International Business and Management

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10 Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende

a) Prof. Dr. Böttcher

b) der/die Studiendekan/in in Kooperation mit dem ISD Studium PLUS

11 Sonstige Informationen

a) Arbeitsunterlagen/Skripten/Aufgaben und spezielle Literaturempfehlungen zu a) und b) (in der jeweils aktuellsten Auflage):

	b) Wissenschaftliches Arbeiten/Präsentieren • Jele, H.: Wissenschaftliches Arbeiten: Zitieren • Böhringer, J.; Bühler, P.; Schlaich, P.: Präsentieren in Schule, Studium und Beruf • Blod, G.: Präsentationskompetenzen • Reynolds, G.: ZEN oder die Kunst der Präsentation

Grundlagen Marketing					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
1171	150 h	5	2. Sem.	Jedes Semester	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Grundlagen Marketing	4 SWS / 60 h	90 h	60 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Das Marketing-Modul schafft ein generelles Verständnis für Marketing als Unternehmensführungsprinzip. Ausgehend von den Grundlagen der Marktforschung und der Kenntnis wesentlicher Marktforschungsmethoden begreifen die Studierenden die Entwicklung der Märkte und des Marketingansatzes. Schwerpunkt des Moduls liegt bei der Erarbeitung der Marketinginstrumente. Die Studierenden werden befähigt, die Ausgestaltung des Marketings auf operativer Ebene im betrieblichen Alltag umzusetzen.

Die Studierenden können Verfahren zur Preisbildung erfolgreich anwenden, Reaktionen des Markts auf Preise einschätzen sowie den strategischen Einsatz von Preisen beurteilen. Sowohl Chancen und Risiken von direktem und indirektem Vertrieb sowie unterschiedliche Absatzwegesysteme werden aufgezeigt. Schließlich lernt der Studierende die Vielzahl von Kommunikationsmöglichkeiten auf modernen Märkten kennen. Die kundenorientierte Ausrichtung des Marketings führt zu einer nachhaltigen Unternehmensentwicklung.

3 Inhalte

Hierfür werden Ziele, Aufgaben und Methoden in der Entwicklung des Marketingmix (Produktpolitik, Preispolitik, Distributionspolitik und Kommunikationspolitik) systematisch vermittelt. Wesentliche Aspekte sind die Ausgestaltung des betrieblichen Angebots (Entwicklung, Beurteilung, Umsetzung von Innovationen; Analysen zur Festlegung von Programmbreite und –tiefe; Positionierungsanalysen etc.).

4 Lehrformen

Vorlesung/Seminaristischer Unterricht

5 Teilnahmevoraussetzungen

keine

6 Prüfungsformen

Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule)

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre
BA-International Business and Management
BA-Wirtschaftsingenieurwesen

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10 Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende

Prof. Dr. Ritzerfeld-Zell; Prof. Dr. Schlottmann, Prof. Dr. Stark

11 Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Homburg, C. / Krohmer, H.: Grundlagen des Marketingmanagements - Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung
- Steffenhagen, H.: Marketing - Eine Einführung
- Weis, H. C.: Marketing

Grundlagen Personalmanagement + Organisation					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
1131	**a)** 150 h **b)** 75 h	7,5	1. Sem.	Jedes Semester	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	a) Grundlagen Personalmanagement **b)** Organisation	**a)** 4 SWS / 60 h **b)** 2 SWS / 30 h	**a)** 90 h **b)** 45 h	60 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

a) Die Studierenden bekommen eine systematische Einführung in die Grundlagen des Personalmanagements. Sie lernen die Aufgabenfelder und Themenbereiche Personalplanung, Personalbeschaffung, Personalentwicklung, Personalfreisetzung und Personalgrundsatzfragen kennen. Auf der Grundlage eines strategisch angelegten und integrierten Verständnisses des Personalmanagements werden praxisnahe Konzepte und Instrumente behandelt, die den Studierenden die zentrale Bedeutung von HR für eine erfolgreiche und nachhaltige Unternehmensführung vermittelt.

b) Das Modul vermittelt die wesentlichen Ziele, Methoden und Ausgestaltungsmöglichkeiten der Organisationsgestaltung. Der / Dem Studierenden soll bewusst werden, welche Auswirkungen Eingriffe in die Prozess- und in die Aufbauorganisation mit sich bringen. Insbesondere soll er die unterschiedlichen Methoden der Organisationsgestaltung kennenlernen.

3 Inhalte (Auszug)

a) Grundlagen Personalmanagement

- Rahmenbedingungen und Grundlagen des Personalmanagements
- Spannungsfelder und aktuelle Herausforderungen im Bereich Personalmanagement
- Personalplanung
- Personalbeschaffung und -auswahl
- Personalentwicklung
- Personalfreisetzung
- Anreizsysteme (Vergütung, …)
- Arbeitsrechtliche Rahmenbedingungen

b) Grundlagen Organisation

- Begriffliche Grundlagen
- Die produktiven Faktoren und das Leistungsprogramm der Unternehmung
- Theoretische Grundlagen der Organisationsgestaltung
- Aufbauorganisation
- Ablauforganisation
- Projektorganisation
- Praktische Organisationsgestaltung
- Das klassische Analyse-Synthese-Konzept
- Methoden der Organisationsanalyse
- Ansätze zur Verbesserung der Organisation
- Instrumente, Vorgehensmodelle und Techniken der Organisationsgestaltung
- Einsatz der Datenverarbeitung als Handlungsrahmen für die Organisationsgestaltung
- Change-Management (Grundzüge)

4 Lehrformen
Vorlesung

5 Teilnahmevoraussetzungen
keine

6 Prüfungsformen
Klausurarbeit (135 Min., schriftliche Form, in der Hochschule)

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
Mit mindestens „ausreichend" bewertete Prüfungsleistung

8 Verwendung des Moduls
BA-Betriebswirtschaftslehre

9 Stellenwert der Note für die Endnote
7,5/225

10 Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende
a) Prof. Dr. Geiger; Prof. Dr. Gieselmann
b) Prof. Dr. Siebenbrock

11 Sonstige Informationen

	Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): a) Jung, H.: Personalwirtschaft, Oldenbourg Wissenschaftsverlag München Scholz, C./Scholz, T.: Grundzüge des Personalmanagements, Verlag Franz Vahlen München b) Siebenbrock, H., Grundlagen der Organisationsgestaltung und –entwicklung, neueste Auflage, Altenberge Siebenbrock, H., Folien zur Veranstaltung, abrufbar: http://www.7brock.de/skript

Investition und Finanzierung					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
1151	150 h	5	2. Sem.	Jedes Semester	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Investition und Finanzierung	4 SWS / 60 h	90 h	60 Studierende

2	**Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen** In diesem Teilmodul werden die zentralen Zahlungsmittelströme der betrieblichen Finanzwirtschaft (Innenfinanzierung, Investivsaldo, Außenfinanzierung) und die grundlegenden Verfahren der Wirtschaftlichkeitsrechnung (insbesondere Kapitalwert und interner Zinsfuß) erarbeitet. Teilnehmer werden in die Lage versetzt, finanzwirtschaftliche Planungs- und Kontrollrechnungen zu erstellen und Wirtschaftlichkeitsrechnungen durchzuführen.
3	**Inhalte** • Vom Unternehmen in seiner Umwelt zum Cash-Flow Statement • Die drei zentralen Ströme des Cash-Flow Statements (Innenfinanzierung, Investivsaldo, Außenfinanzierung) • Entscheidungsorientierte Wirtschaftlichkeitsrechnung (vollständiger Finanzplan, Dominanz, Kapitalwert, äquivalente Annuität, interner Zinsfuß, Amortisationsdauer)
4	**Lehrformen** Seminaristische Lehrveranstaltung mit Betonung der Elemente Vorlesung und Übung
5	**Teilnahmevoraussetzungen** Grundkenntnisse in Finanzmathematik
6	**Prüfungsformen** Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) oder Klausurarbeit (60 Min., elektronisch gestützt, in der Hochschule)
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten** Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
8	**Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen) BA-Betriebswirtschaftslehre BA-International Business and Management BA-Wirtschaftsingenieurwesen
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** 5/225
10	**Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Kaiser
11	**Sonstige Informationen** Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): Kaiser, D.: Treasury Management. Betriebswirtschaftliche Grundlagen der Finanzierung und Investition

Produktionsmanagement					
Kennnummer 1121 (Deutsch) 1122 (Englisch)	**Workload** 150 h	**Credits** 5	**Studiensemester** 1. Semester	**Häufigkeit des Angebots** Jedes Semester	**Dauer** 1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Produktionsmanagement	4 SWS / 60 h	90 h	60 Studierende

2 **Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen**

Nach Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über grundlegende Kenntnisse der bei der Gestaltung, Organisation und Steuerung von Produktionssystemen anzuwendenden Prinzipien und Methoden. Neben einem tiefgreifenden Verständnis des Wertschöpfungsbegriffs sind die Studierenden in der Lage, aus den zum Teil gegenläufigen Zielsetzungen im Produktionsbetrieb operative Handlungsoptionen abzuleiten. Sie erlangen Kenntnisse über die Konzepte und Methoden der Produktentwicklung, des Qualitätsmanagements, der Produktionsorganisation, -planung und -steuerung. Darüber hinaus können die Studierenden die Prinzipien der „Schlanken Produktion" und der „Nachhaltigen Produktion" im Kontext kundenorientierter Wertschöpfungssysteme verorten und sowie deren Ergebnisbeitrag einschätzen.

3 **Inhalte**

Wert und Wertschöpfung als Gestaltungsziel
- Gesamtwirtschaftliche Wertschöpfung
- Betriebliche Wertschöpfung
- Überbetriebliche Wertschöpfung

Produktionssysteme – Grundlagen
- Ziele und Strategien
- Zusammenhang zwischen den Zielgrößen WIP, DLZ, Auslastung
- Objektflüsse im Produktionssystemen

Product-Lifecycle Management
- Produktlebenszyklus von Industriegütern
- Produktentstehungsprozess/ Stage-Gate-Prozess
- Methodeneinsatz: QFD, FMEA

Getaltung der Produktion
- Polylemma in der Produktion
- Gestaltungsansätze in der Fertigung
- Gestaltungsansätze in der Montage

Planung und Steuerung in der Produktion
- Verortung der PPS im betrieblichen Leistungserstellungsprozess
- Produktionsplanung
- Produktionssteuerung

IT-Systeme in der Produktion
- Entwicklung der IT-Systeme im Produktionsmanagement
- Funktionsweise von ERP-Systemen
- Grundlagen zu den Systemen CRM, PDM, PLM, MES, CAQ

Prinzipien und Methoden der Schlanken Produktion
- (Produktions-) Historischer Rückblick
- Gestaltungsleitlinien von Lean Produktion
- Lean-Prinzipien: Überblick und Anwendungsbeispiele

Industrie 4.0
- Definition und Grundverständnis von Industrie 4.0 in der Produktion
- Aktueller Stand der Umsetzung/ Herausforderungen im Produktionsumfeld

Betriebswirtschaftliches Potenzial von Industrie 4.0

4 **Lehrformen**

Seminaristischer Unterricht

5 **Teilnahmevoraussetzungen**

keine

6 **Prüfungsformen**

Multiple-Choice-Arbeit (60 Min., elektronisch gestützt, in der Hochschule) ODER Open-Book-Prüfung (120 Min.)

7 **Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten**

Mit mindestens „ausreichend" bewertete Prüfungsleistung

8 **Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre
BA-International Business and Management

9	**Stellenwert der Note für die Endnote** 5/225
10	**Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende** **Prof. Dr. Merchiers;** Prof. Dr. Berning
11	**Sonstige Informationen** Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): Berning, R.: Grundlagen der Produktion Berning, R.: Prozessmanagement und Logistik – Gestaltung der Wertschöpfung Eversheim, W./ Schuh, G.: Betriebshütte – Produktion und Management Kummer, S./ Grün, O./ Jammernegg, W.: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik Nyhuis, P./Wiendahl, H.: Logistische Kennlinien – Grundlagen, Werkzeuge und Anwendungen Schmitt, R.: Qualitätsmanagement: Strategien – Methoden – Techniken Schuh, G./ Stich, V.: Logistikmanagement: Handbuch Produktion und Management Womack, J. / Jones, D.: The Machine That Changed the World

Wirtschaftsenglisch 1					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
1201	150 h	5	2. Sem.	Jedes Semester	1 Sem.

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Wirtschaftsenglisch 1	4 SWS / 60 h	90 h	20 Studierende

2 **Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen**

In der Sprache Wirtschaftsenglisch werden die vorhandenen Kenntnisse vertieft, wobei der Entwicklung und Verbesserung der mündlichen Kommunikationsfähigkeit besonderes Gewicht beigemessen wird. Das Verstehen und die Bearbeitung von Wirtschaftstexten als Grundlage für Fachdiskussion auf mittlerem Niveau sind zentral im Wirtschaftsfremdsprachenunterricht des ersten Teilmoduls.
Ziel ist Erreichen des Sprachniveaus B2 des Europäischen Referenzrahmens.
Sprachliche Kompetenzbildung:

- Aufbau eines wirtschaftlich-orientierten Fachvokabulars
- Ausbau und Festigung englischer Sprachstrukturen
- Hörverständnis gezielt verbessern
- Leseverständnis schulen
- Schreibfähigkeit in beschränktem Maß ausbauen

Fachliche Kompetenzbildung:

- Berufs- und Firmenumfeld erarbeiten
- Firmeninterne Abteilungen und Funktionen kennen lernen
- Interkulturelle Wahrnehmung und Kompetenz erwerben
- Kommunikationsformen und Raster entdecken

Außersprachliche Kompetenzbildung:

- Kommunikationsfähigkeit steigern
- Verhandlungsgeschick fördern
- Präsentationsfähigkeiten ausbauen
- Fremderfahrung mit Hilfe von Gruppenerfahrung in der Zielsprache erleichtern
- Bewerbungstraining / Lebenslauf erstellen

3 **Inhalte**

- Schwerpunktthemen der betrieblichen Praxis
- Aktuelle Kurztexte werden gelesen und diskutiert, die auf das Wissen der Studierenden über das wirtschaftliche Tagesgeschehen abzielen.
- Fachgespräche zu thematischen Schwerpunkten
- Berufliche Modellsituationen
- Die Erweiterung sowie Vertiefung des Fachwortschatzes

4 **Lehrformen**

Seminaristischer Unterricht

5 **Teilnahmevoraussetzungen**

keine

6 **Prüfungsformen**

Portfolioprüfung (Schriftlicher Test 40%; Referat 30%; Lösung von Aufgaben 20%;
Lernreflektion/Resümee 10%) ODER Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule)

7 **Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten**

Regelmäßige Teilnahme an den Veranstaltungen und mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 **Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre

9 **Stellenwert der Note für die Endnote**

5/225

10 **Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende
A. Simonovis M.A.

11 **Sonstige Informationen**

Literatur (in der jeweils aktuellsten Auflage):
Wirtschaftsenglisch: Kursbuch/Skript wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben

Wirtschaftsmathematik

Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
1141	225 h	7,5	1. Sem.	Jedes Semester	1 Sem.

1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
	a) Vorlesung	a) 6 SWS / 90 h	105 h	a) 60 Studierende
	b) Übung	b) 2 SWS / 30 h		b) 15 Studierende

2 Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden erlangen ein allgemeines Grundverständnis der Mathematik, um dieses auf Probleme mit ökonomischem Sachbezug anzuwenden. Mit den in diesem Modul eingeführten analytischen Hilfsmitteln können Studierende Problemstellungen in der Makroökonomik, der Theorie der Marktwirtschaft, der Produktionstheorie, im Marketing und der Investitionsrechnung gezielt anwenden. Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, die mit dem Einsatz von mathematischen Instrumenten erzielten Problemlösungen vor dem Hintergrund ökonomischer Fragestellungen zu interpretieren.

3 Inhalte

- Aussagenlogik, Mengenlehre, Abbildungen
- Folgen, Reihen von Zahlen
- Funktionen in einer Variablen, ökonomisch relevante Funktionen
- Differenzial- und Integralrechnung in einer Variablen und ökonomische Anwendungen
- Funktionen in zwei bis drei Variablen, Differenzialrechnung in zwei bis drei Variablen
- Vektoren, Matrizen und Determinanten
- Lineare Gleichungssysteme und ökonomische Anwendungen
- Lineare Optimierung
- Lineare, exponentielle und stetige Verzinsung
- Zahlungsreihen, Kassa- und Terminzinssätze
- Annuitäten-, Kurs-, Renten- und Tilgungsrechnung

4 Lehrformen

Vorlesung und Übungen

5 Teilnahmevoraussetzungen

Es werden keine speziellen Voraussetzungen verlangt; allerdings sind für eine erfolgreiche Bearbeitung folgende Fähigkeiten mitzubringen:

- Rechnen mit Klammern, Grundrechenarten, Bruchrechnen
- Rechnen mit Buchstaben, Binomen, Potenzen und Wurzeln, Summenzeichen, Prozentrechnung
- Lösen linearer und quadratischer Gleichungen,
- Logarithmen- und Potenzgesetze
- elementare Logik und Mengenlehre,
- Grundbegriffe über Funktionen

Diese Grundkenntnisse können in den Vorkursen erworben werden. Es wird erwartet, dass diese Lücken selbstständig geschlossen werden.

6 Prüfungsform

Klausur (90 Min., elektronisch gestützt, in der Hochschule), 25% freiwillige Vorleistung, dabei mind. 40% Klausurleistung. Jedes Teilgebiet muss separat bestanden werden. Die aus den teilgebietsspezifischen erzielten Bonuspunkte werden zur Verbesserung der Ergebnisse der Teilgebiete verwendet sofern der Mindestanteil überschritten ist.

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre
BA-International Business and Management
BA-Wirtschaftsingenieurwesen

9 Stellenwert der Note für die Endnote

7,5/225

10 Modulbeauftragte; hauptamtlich Lehrende

Prof. Dr. Skill; Prof. Dr. Moos; Prof. Dr. Wolik

11 Sonstige Informationen

1) Veranstaltungsbegleitendes Skript oder Buch mit Übungsaufgaben
2) Allgemeine Literaturempfehlungen:
   - Sydsaeter, H.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Pearson
   - Tietze, J.: Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik, Vieweg+Teubner Verlag

	• Purkert: Brückenkurs Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Vieweg+Teubner Verlag **Spezielle Empfehlungen** (in der jeweils aktuellsten Auflage): **Finanzmathematik:** • Skript "Finanzmathematik" • Schwenkert, R./ Sty, Y.: Finanzmathematik kompakt, Physica Verlag; ISBN 978-3-7908-2159-8 • Wessler, M.: Grundzüge der Finanzmathematik, Pearson-Verlag; ISBN 978-3-86894-160-9 **ausführlich:** • Pfeifer, A.: Praktische Finanzmathematik, Harri-Deutsch-Verlag; ISBN 978-3-8171-1838-0 • Tietze, J.: Einführung in die Finanzmathematik, Vieweg+Teubner-Verlag; ISBN 978-3834815453 **Lineare Algebra:** • Mayer, C./ Weber, C./ Francas, D.: Lineare Algebra für Wirtschaftswissenschaftler, Springer-Gabler, ISBN 978-3-8349-4187-9

Wirtschaftsrecht					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
1181	a) 150 h b) 150 h	10	1. u. 2. Sem.	Jedes Semester	2 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	a) Wirtschaftsrecht I	a) 4 SWS / 60 h	a) 90 h	60 Studierende
	b) Wirtschaftsrecht II	b) 4 SWS / 60 h	b) 90 h	

2	**Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen** Durch das Modul "Wirtschaftsrecht" sollen Kenntnisse vermittelt werden, die in die Lage versetzen, die rechtlichen Handlungsformen des Wirtschaftens in den routinemäßigen Fällen des Tagesgeschäfts selbstständig zu bewältigen. Darüber hinaus soll die Fähigkeit entwickelt werden, in anspruchsvolleren Rechtsfällen mit Personen sachgerecht zusammenzuarbeiten, die in der Unternehmenspraxis die Rechtsberatungsfunktion wahrnehmen (Rechtsabteilung, Hausanwalt). Das schließt die Vermittlung der Denkweisen des juristischen Gutachtens ein. Des Weiteren sollen die methodischen Fähigkeiten entwickelt werden, neue rechtliche Problemfelder selbstständig zu erarbeiten. Aus allem soll sich ein Verständnis der Funktionsweisen des Phänomens "Recht" als Ganzes ergeben. Das schließt Fragen der gesellschaftspolitischen Relevanz und der historischen und insbesondere der europarechtlichen Bedingtheiten des Rechts ein.
3	**Inhalte** Im Teilmodul Wirtschaftsrecht I werden grundlegende Funktionsweisen des Rechts, sowie die Grundprinzipien des Wirtschaftsprivatrechts behandelt. Insbesondere werden die Themen Personen - Sachen - Rechtsgeschäfte, die Stellvertretung und die allgemeinen Regeln über Schuldverhältnisse thematisiert. Im Teilmodul Wirtschaftsrecht II werden ausgewählte Arten von Schuldverhältnissen, die im Wirtschaftsleben besondere praktische Bedeutung haben, behandelt, insbesondere das Kaufrecht einschließlich des UN-Kaufrechts, das Deliktsrecht und die Grundlagen des Arbeitsrechts, sowie die für Kaufleute geltenden Sonderregeln des Handelsrechts.
4	**Lehrformen** Vorlesung und Übung
5	**Teilnahmevoraussetzungen** keine
6	**Prüfungsformen** Klausurarbeit (120 Min., schriftliche Form, in der Hochschule)
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten** Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
8	**Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen) BA-Betriebswirtschaftslehre BA-International Business and Management
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** 10/225
10	**Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende **Prof. Dr. Kohl**
11	**Sonstige Informationen** Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Klunzinger, E.: Einführung in das bürgerliche Recht • Klunzinger, E.: Handelsrecht • Müssig, P.: Wirtschaftsprivatrecht • Niederle, J.: 20 Standartfälle – Zivilrecht • Wörlen, R.: BGB AT • Wörlen, R.: Schuldrecht AT • Wörlen, R.: Schuldrecht BT

2. Studienjahr

<table>
<tr><th colspan="7">Buchhaltung + Kostenrechnung</th></tr>
<tr><td>Kennnummer
2011</td><td colspan="2">Workload
a) 75 h
b) 150 h</td><td>Credits
7,5</td><td>Studiensemester
3. Sem.</td><td>Häufigkeit des Angebots
Jedes Semester</td><td>Dauer
1 Semester</td></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">Lehrveranstaltungen
a) Buchhaltung
b) Kostenrechnung</td><td>Kontaktzeit
a) 2 SWS / 30 h
b) 4 SWS / 60 h</td><td>Selbststudium
a) 45 h
b) 90 h</td><td colspan="2">geplante Gruppengröße
60 Studierende</td></tr>
<tr><td>2</td><td colspan="6">Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen
a) Im Rahmen der Buchhaltung erschließt sich ihm das System der doppelten Buchführung, das ihn befähigt, unterschiedliche, beliebige Transaktionen des betrieblichen Geschehens in Geschäftsvorfälle zu transformieren und auf ihre Auswirkungen auf die Ertrags-, Vermögens- und Schuldenlage einzuschätzen.
b) Der Student lernt neben den Grundbegriffen des betrieblichen Rechnungswesens die Stellung der Kostenrechnung im Rechnungswesen, Kostenverrechnungsprinzipien und insbesondere die Aufgaben kennen, die an eine moderne Kosten- und Leistungsrechnung zu stellen sind. Im Mittelpunkt steht dann das Erlernen der unterschiedlichen Methoden und Techniken der Kostenrechnung wie sie sich aus der Kostenarten-, -stellen und –trägerrechnung ergeben. Abschließend sollen sie die Möglichkeiten und Grenzen der unterschiedlichen Kostenrechnungssysteme beurteilen können.</td></tr>
<tr><td>3</td><td colspan="6">Inhalte
a) Buchhaltung:
1. Grundlegende Techniken der doppelten Buchführung
• Buchungen auf Bestands- und Erfolgskonten
• Abschreibungen auf Sachanlagen
• Gewinn- und Verlustrechnung mit Bestandsveränderungen
• Umsatzsteuer
2. weiterführende Buchungen im
• Personal-, Beschaffungs- und Absatzbereich
• Rahmen der Werkstoffeinkäufe, -verbräuche, Sachanlagenbereich und Steuern
3. Buchungen des Jahresabschlusses.
b) Kostenrechnung:
1. Grundlagen
• Begriffe des betrieblichen Rechnungswesens
• Einordnung der Kostenrechnung
• Teilgebiete und Kostenverrechnungsprinzipien
• Aufgaben einer moderneren Kosten- und Leistungsrechnung
2. Kostenartenrechnung
• Bedeutung, Aufgaben, Aufbau und Gliederung
• Erfassung und Verrechnung der wichtigsten Kostenarten
3. Kostenstellenrechnung
• Wesen, Aufgaben und Einteilungsmöglichkeiten
• Durchführung der Kostenstellenrechnung über die Verteilung der primären Gemeinkosten, der innerbetrieblichen Leistungsverrechnung bis hin zur Bildung von Kalkulationsätzen
4. Kostenträgerrechnung
• Kostenträgerstückrechnungen (Kalkulationsarten)
• Kostenträgerzeitrechnungen (kurzfristige Erfolgsrechnung)
5. Systeme der Kostenrechnung
• Gestaltungsmöglichkeiten
• von der Ist-, zur Normal- und Plankostenrechnung
• Voll- und Teilkostenrechnungen</td></tr>
<tr><td>4</td><td colspan="6">Lehrformen
Vorlesung</td></tr>
<tr><td>5</td><td colspan="6">Teilnahmevoraussetzungen
Keine</td></tr>
<tr><td>6</td><td colspan="6">Prüfungsformen
Klausurarbeit (135 Min., schriftliche Form, in der Hochschule)</td></tr>
<tr><td>7</td><td colspan="6">Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung</td></tr>
<tr><td>8</td><td colspan="6">Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</td></tr>
</table>

	BA-Betriebswirtschaftslehre BA-International Business and Management
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** 7,5/225
10	**Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende **a) Prof. Dr. Theile** **b) Prof. Dr. Wiesmann**
11	**Sonstige Informationen** Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): a) Buchhaltung: allgemeine Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Engelhardt/Raffee/Wischermann, Grundzüge der doppelten Buchführung • Lexikon der Betriebswirtschaftslehre, hrsg. von S. Häberle • Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre Wöhe, I., Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre Woll, A., Wirtschaftslexikon • Schmolke/Deitermann, Industrielles Rechnungswesen IKR b) Kostenrechnung: • Coenenberg, A.G.: Kostenrechnung und Kostenanalyse,mLandsberg/Leck • Däumler, K. D./Grabe, I., Kostenrechnung 1 – Grundlagen,Herne/Berlin • Haberstock, L.: Kostenrechnung I, bearb. Von J. Breithecker, Wiesbaden • Hummel, S./Männel, Kostenrechnung 1 - Grundlagen, Aufbau und Anwendung -, Wiesbaden • Rüth D., Kostenrechnung I

Grundlagen der Ertragsbesteuerung					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
2071	225 h	7,5	4. Sem.	Jedes Semester	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Grundlagen der Ertragsbesteuerung	6 SWS / 90 h	135 h	60 Studierende

2 **Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen**

Fallorientierte Vermittlung der Grundzüge des deutschen Ertragsteuerrechts mit dem Ziel, dass ertragsteuerliche Sachverhalte systemisch beurteilt und quantifiziert werden können.

3 **Inhalte**

a) Einkommensteuer
- Steuerpflicht
- Einkunftsarten
- Ermittlung der Einkünfte
- Ermittlung des zu versteuerndes Einkommen
- Berechnung der Einkommensteuer und der Zuschlagsteuern

b) Körperschaftsteuer
- Steuerpflicht
- Einkommensermittlung
- Höhe der Körperschaftsteuer

c) Gewerbesteuer
- Steuergegenstand
- Ermittlung des Gewerbeertrags
- Berechnung der Gewerbesteuer

d) Grundzüge des Internationalen Steuerrechts
- Kollision unbeschränkte und beschränkte Steuerpflicht
- Methoden zur Milderung bzw. zur Vermeidung der Doppelbesteuerung mit und ohne Doppelbesteuerungsabkommen.

4 **Lehrformen**

Vorlesung + Übung

5 **Teilnahmevoraussetzungen**

Grundkenntnisse im Bereich der Buchführung und der Rechtsformen

6 **Prüfungsformen**

Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule)

7 **Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten**

Mit mindestens „ausreichend" bewertete Prüfungsleistung

8 **Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre
BA-International Business and Management

9 **Stellenwert der Note für die Endnote**

7,5/225

10 **Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende
Prof. Dr. Thönnes

11 **Sonstige Informationen**

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):
- Freichel / Brähler / Lösel: Ertragsteuern, Frankfurt am Main.
- Grefe: Unternehmensteuern, Ludwighafen.

Jahresabschluss

Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
2051	225 h	7,5	4. Sem.	Jedes Semester	1 Semester

1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
	Jahresabschluss	6 SWS / 90 h	135 h	60 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Im Modul Jahresabschluss lernen die Studierenden handelsrechtliche Jahresabschlüsse zu erstellen und zu interpretieren. Dabei erfahren sie, wie unterschiedliche Sachverhalte und Transaktionen im Rechnungswesen zu erfassen und im Jahresabschluss abzubilden sind, welche bilanzpolitischen Möglichkeiten bestehen und wie der Jahresabschluss zur Unternehmenssteuerung, Informationsgewinnung, Gewinnzurechnung und zur Besteuerung genutzt wird. In diesem Modul werden Kenntnisse über die Besonderheiten von Jahresabschlüssen von Unternehmen unterschiedlicher Rechtsformen sowie über Vorschriften zur Prüfung und Offenlegung von Abschlüssen vermittelt. Zudem wird für ausgewählte Bilanzierungssachverhalte die Abbildung nach IFRS vorgestellt und diskutiert.

3 Inhalte

- Buchführungspflicht
- Rechtsgrundlagen: HGB und IFRS
- Zweck und Ziele des Jahresabschlusses vs. kapitalmarktorientierter Rechnungslegung nach IFRS
- Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung
- Inventur und Inventar
- Bilanzinhalt und Bilanzgliederung
- Gewinn- und Verlustrechnung: Inhalt und Gliederung
- Bewertungsmaßstäbe und –grundlagen
- Bilanzierung des Anlagevermögens
- Bilanzierung des Umlaufvermögens
- Bilanzierung der Schulden
- Bilanzierung des Eigenkapitals
- Zusammenhang von Handels- und Steuerbilanz, latente Steuern
- Anhang und Lagebericht
- Prüfung des Jahresabschlusses
- Offenlegungsvorschriften

4 Lehrformen

Vorlesung

5 Teilnahmevoraussetzungen

Solide Kenntnisse in Buchhaltung(-stechnik) sind unerlässlich; darauf baut das Modul Jahresabschluss auf. Benötigt werden ferner die Kenntnisse aus der Einführung in die BWL, Wirtschaftsmathematik, insbesondere Finanzmathematik (Zinsrechnung, Barwertberechnungen), ferner Investition und Finanzierung sowie Wirtschaftsrecht (Kaufmannsbegriff, Rechtsformen).

6 Prüfungsformen

- Klausurarbeit (135 Min., schriftliche Form, in der Hochschule)
- Portfolioprüfung (Elemente: Lösungen von Aufgaben bzw. Fallstudien [30%], Klausur [70%], Lern-prozess-Reflektion [unbewertet])

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre

BA-International Business and Management

9 Stellenwert der Note für die Endnote

7,5/225

10 Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende

Prof. Dr. Hendler; Prof. Dr. Theile

11 Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Baetge, J./Kirsch, H.-J. /Thiele, S.: Bilanzen
- Coenenberg, A. /Haller, A. /Schultze W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse
- Hendler, M.: Der handelsrechtliche Jahresabschluss. Zum Download scannen:
- Meyer, C./ Theile, C.: Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht

Jahresabschluss

Projekt					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
2091	a) 150 h b) 75 h	7,5	a) 3. Sem. b) 4. Sem.	Jedes Semester	2 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Projekt	a) 4 SWS / 60 h b) 2 SWS / 30 h	a) 90 h b) 45 h	15 Studierende

2	**Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen** Studierende lernen das in den ersten zwei Studienjahren vermittelte Wissen nun projektbezogen in die Praxis umzusetzen. Das prozess- und beziehungsorientierte Arbeiten in festen Projektgruppen ermöglicht nachhaltiges Einüben der Schlüsselqualifikationen und trägt zur Entwicklung einer verantwortungsbewussten Persönlichkeit bei.
3	**Inhalte:** Wahl zwischen Projekten in den Bereichen • Service Learning • Forschendes Lernen • Kreativwerkstatt • Hochschulengagement Das projektbezogene Engagement wird je nach Projekt mit fachspezifischen Workshops und Coachingeinheiten begleitet.
4	**Lehrformen** Projektarbeit in Kleingruppen, Workshops, Coaching
5	**Teilnahmevoraussetzungen** Erfolgreiche Teilnahme an den Veranstaltung „Diversity, Gesprächsführung und Konfliktmanagement“
6	**Prüfungsformen** Hausarbeit/Referat mit mündlicher Prüfung
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten** Aktive Teilnahmen und eine mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
8	**Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen) BA-Betriebswirtschaftslehre
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** 7,5/225
10	**Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Meyer-Schwickerath
11	**Literatur** dem Projekt entsprechend

Unternehmensplanspiel + Controlling

Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
2081	a) 75 h b) 75 h	5	a) 4. Sem. b) 4. Sem.	Jedes Semester	a) 1 Sem. b) 1 Sem.

1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
	a) Unternehmensplanspiel b) Controlling	a) 2 SWS / 30 h b) 2 SWS / 30 h	a) 45 h b) 45 h	60 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Die Studierenden erlernen den funktionsübergreifenden, jedoch quantitativ orientierten Ansatz des Controllings und erkennen die Auswirkungen unternehmerischer Entscheidungen anhand eines Unternehmensplanspiels.

a) Im Unternehmensplanspiel vertiefen die Studierenden das Basiswissen der Betriebswirtschaftslehre und erfahren die Konsequenzen verschiedener Instrumente des Controllings und des Rechnungswesens. Sie können die Interdependenzen betriebswirtschaftlicher Entscheidungen erfassen. Sie denken in Systemzusammenhängen und treffen gesamtunternehmerische Entscheidungen im Team. Das Spielmodell gestattet es jedem Teilnehmer, alle typischen Merkmale unternehmerischer Funktionen, ihre Verbindung zum Markt und die Folgen von Entscheidungen im Hinblick auf die Ziele des Unternehmens unter Einfluss des Störverhaltens der Umwelt kennenzulernen.

b) Den Studierenden sollen die Ziele, Aufgaben und Funktionen, die notwendigen Begrifflichkeiten und insbesondere das Wesen und die Bedeutung des Controllings vermittelt werden. Darüber hinaus werden praktische Konzeptualisierungen thematisiert und die Studenten lernen die informatorischen Ausgestaltungsmöglichkeiten (Reporting) kennen. Ferner erkennen Sie die Möglichkeiten und Grenzen einer Unternehmenssteuerung mit Kennzahlen und Kennzahlensystemen und lernen die Basis einer nachhaltigen Unternehmenssicherung kennen.

3 Inhalte

Die systemkoppelnde Koordinationsfunktion des Controllings wird durch die holistische Ausrichtung des Unternehmensplanspiels erkenntnistheoretisch fundiert.

a) Das Unternehmensplanspiel umfasst die Teilbereiche der BWL und konzentriert sich im Wesentlichen auf die Gebiete Kostenrechnung, Rechnungswesen und Controlling. Einen Schwerpunkt stellt die Erfahrung der zeitlichen Divergenz von auslösendem Geschäftsvorfall, Erfolgswirksamkeit und Liquidität dar. Die Resultate der einzelnen Entscheidungen werden quantifiziert und schlagen sich in einem umfassenden Informationssystem (Marktbericht, Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Finanzstatus, Maschinenbelegungsbericht, Personaleinsatz, Lagerbericht) nieder.

b)
1. Wesen, Entwicklung, Begriff und Definitionen des Controllings
2. Realtypische und theoriegeleitete Konzeptionen des Controllings
   - Funktionen, Ziele, Instrumente, Funktionsbereiche, Ebenen, org. Positionierung
3. Berichtswesen (Reporting) des Controllings
4. Unternehmenssteuerung mit Kennzahlen/Kennzahlensystemen
5. Grundlagen des Risikocontrolling/-managements

4 Lehrformen

a) Durchführung des Planspiels „BO-CASH“ unter kontinuierlicher Moderation als regelmäßige Veranstaltung oder Blockseminar. Gruppenarbeit. Seminaristischer Unterricht und Präsentationsphasen der Teams wechseln sich ab.

b) Vorlesung

5 Teilnahmevoraussetzungen

Kenntnisse in Kostenrechnung

6 Prüfungsformen

Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule)

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre

BA-International Business and Management

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10 Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende

a) Prof. Dr. Wolik

b) Prof. Dr. Sturm

11 Sonstige Informationen

Literaturempfehlung (in der jeweils aktuellsten Auflage):

a) Unternehmensplanspiel: keine

	b) Controlling: – Coenenberg, A.G.,: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse – Küpper, H.U. (Hrsg): Controlling: Konzeption, Aufgaben, Instrumente, – Küting, K. / Weber, C.-P.: Die Bilanzanalyse. Lehrbuch zur Beurteilung von Einzel- und Konzernabschlüssen – Munch, M. / Weiß, B.: Externes Rating. Finanzdienstleistung und Entscheidungshilfe – Peemöller, V.H.: Controlling. Grundlagen und Einsatzgebiete – Reichmann, T.: Controlling mit Kennzahlen und Management-Tools: Die systemgestützte Controlling-Konzeption – Schröder, E.F.: Modernes Unternehmenscontrolling: Handbuch für die Unternehmenspraxis – Vallnenk, H. J.: Controlling-Instrumente von A-Z, Planegg – Weiß, B. / Balik, J.: Finanzwirtschaftliche Performance-Kriterien zur Unterstützung branchenbezogener Jahresabschlussanalyse, in: N. Neumerkel / J. Schneider-Maessen / M. Schumann / B. Weiß (Hrsg.): Das Credit-Management – der Motor der Liquiditätssicherung

Volkswirtschaftslehre 1					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
2021	150 h	5	3. Sem.	in jedem Semester	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Mikroökonomie	4 SWS / 60 h	90 h	60 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

In der Mikroökonomie werden zunächst grundlegende Informationen über volkswirtschaftliche Fragestellungen, Begriffe und Methoden vermittelt. Anschließend erfolgt eine detaillierte Beschreibung und Analyse der Funktionsweise von Märkten, der Voraussetzungen für eine Marktkoordination und möglicher Marktversagenstatbestände. Die Studierenden sollen befähigt werden, das zentrale Koordinationsverfahren unserer Wirtschaftsordnung – den Markt – hinsichtlich seiner Stärken und Schwächen zu verstehen. Bei ausreichend vorhandener Kapazität wird die Veranstaltung auch in englischer Sprache angeboten.

3 Inhalte

- Grundlagen der Wirtschaftswissenschaften
- Theorie der Unternehmung
- Theorie des Haushalts
- Marktkoordination
- Grundzüge des Markt- und Wettbewerbsversagens

4 Lehrformen

Vorlesung

5 Teilnahmevoraussetzungen

Vorkenntnisse aus dem Modul „Wirtschaftsmathematik“ sind unentbehrlich.

6 Prüfungsformen

Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) ODER Klausurarbeit (90 Min. elektronisch oder elektronisch gestützt, in der Hochschule)

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre
BA-International Business and Management

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10 Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende
Prof. Dr. Vogt; Prof. Dr. Häder, Prof. Dr. Kronenberg, Prof. Dr. Sommer

11 Sonstige Informationen

Als grundlegende Literatur werden verwendet (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Apolte, T. u.a.: Vahlens Kompendium der Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik, Bd. 1
- Apolte, T. u.a.: Vahlens Kompendium der Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik, Bd. 2
- Fritsch, M.: Marktversagen und Wirtschaftspolitik. Mikroökonomische Grundlagen staatlichen Handelns
- Krugman, P. / Wells, R.: Volkswirtschaftslehre
- Mankiw, N.G. / Taylor, M.P.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre
- Pindyck, R.S. / Rubinfeld, D.L.: Microeconomics
- Pindyck, R.S. / Rubinfeld, D.L.: Mikroökonomie
- Stiglitz, J.E. / Walsh, C.E.: Mikroökonomie
- Varian, H. R.: Grundzüge der Mikroökonomik

Die angegebenen Literaturverweise bieten eine adäquate und hinreichende Möglichkeit zur Vor- und Nachbereitung des Modulinhaltes.

Volkswirtschaftslehre 2					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
2061	a) 150 h b) 75 h	7,5	4. Sem.	in jedem Semester	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	a) Makroökonomie b) Wirtschaftspolitik	a) 4 SWS / 60 h b) 2 SWS / 30 h	a) 90 h b) 45 h	60 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Aufbauend auf Ergebnissen der Mikroökonomie werden in der Makroökonomie gesamtwirtschaftliche Phänomene, die auf alle Märkte einwirken, vorgestellt und analysiert. Die Studierenden werden mit gesamtwirtschaftlichem Wachstum, dem Konjunkturzyklus, der Bedeutung von Geldwertstabilität, Unterbeschäftigung und grundlegenden außenwirtschaftlichen Zusammenhängen vertraut gemacht. In der Wirtschaftspolitik lernen die Studierenden politisch gesetzte Ziele und Rahmenbedingungen für wirtschaftliches Handeln sowie Träger der Wirtschaftspolitik kennen. Sie werden über die Verzahnung von Politik und Wirtschaft sowie die allgemeinen Möglichkeiten und Grenzen einer politischen Gestaltung wirtschaftlicher Abläufe auf Märkten und in der Gesamtwirtschaft informiert. Bei ausreichend vorhandener Kapazität wird die Veranstaltung auch in englischer Sprache angeboten.

3 Inhalte

Makroökonomie

- Makroökonomische Daten
- Die langfristige wirtschaftliche Entwicklung
- Das monetäre System
- Kurzfristige wirtschaftliche Schwankungen

Wirtschaftspolitik

- Ziele der Wirtschaftspolitik
- Mittel der Wirtschaftspolitik
- Träger der Wirtschaftspolitik

4 Lehrformen

Vorlesungen

5 Teilnahmevoraussetzungen

Vorkenntnisse aus den Modulen „Volkswirtschaftslehre 1“ und “Wirtschaftsstatistik“ sind erforderlich.

6 Prüfungsformen

Portfolioprüfung (Schriftlicher Test 40%; Referat 30%; Lösung von Aufgaben 20%; Lernreflektion/Resümee 10%) ODER Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule)

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre

BA-International Business and Management

9 Stellenwert der Note für die Endnote

7,5/225

10 Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende

Prof. Dr. Sommer; Prof. Dr. Häder, Prof. Dr. Kronenberg, Prof. Dr. Vogt

11 Sonstige Informationen

Die Veranstaltungen bauen vor allem auf folgenden Veröffentlichungen auf (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Apolte, T. u.a.: Vahlens Kompendium der Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik, Bd. 1
- Apolte, T. u.a.: Vahlens Kompendium der Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik, Bd. 2
- Blanchard, O. / Illing, G.: Makroökonomie
- Blanchard, O. / Johnson, D.R.: Macroeconomics
- Blankart, C.B.: Öffentliche Finanzen in der Demokratie. Eine Einführung in die Finanzwissenschaft
- Fritsch, M.: Marktversagen und Wirtschaftspolitik. Mikroökonomische Grundlagen staatlichen Handelns
- Mankiw, N.G.: Makroökonomik
- Mankiw, N.G. / Taylor, M.P.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre
- Weimann, J.: Wirtschaftspolitik. Allokation und kollektive Entscheidung

Für das Teilmodel „Wirtschaftspolitik“ wird ggf. ein Reader mit Auszügen aus weiteren Quellen zur Verfügung gestellt.

Die angegebenen Literaturverweise bieten eine adäquate und hinreichende Möglichkeit zur Vor- und Nachbereitung des Modulinhaltes.

Wirtschaftsenglisch 2 + Interkulturelle Kommunikation					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
a) 2101 b) 2101 c) 2102	a) 75 h b) 75 h c) 75 h	7,5	a) 3. Sem. b) 4. Sem. c) 3. Sem.	Jedes Semester	1 Sem.

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	a) Wirtschaftsenglisch 2 b) Wirtschaftsenglisch 2 c) Interkulturelle Kommunikation	a) 2 SWS / 30 h b) 2 SWS / 30 h c) 2 SWS / 30 h	a) 45 h b) 45 h c) 45 h	a) 20 Studierende b) 20 Studierende c) 20 Studienende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Wirtschaftsenglisch 2:

Im fortgeschrittenen Modul Wirtschaftsenglisch WE 3 werden die vorhandenen Kenntnisse weiter vertieft, wobei der Entwicklung und Verbesserung des Verstehens (Hören und Lesen) von komplexen Wirtschaftstexten und Videosequenzen besonders unterstützt werden muss. In der mündlichen Kommunikationsfähigkeit wird auf präzisen Ausdruck und die Kompetenz des steuernden Dialogs geachtet. Sprachliches Agieren statt des Reagierens der Grundstufe.

Ziel ist Erreichen des Sprachniveaus B2+ des Europäischen Referenzrahmens

Sprachliche Kompetenzbildung:

- Fachvokabular wird speziell und präzise
- Sprachstrukturen und deren strategischer Einsatz
- Hörverständnis perfektionieren
- Leseverständnis ausbauen
- Schreibfähigkeit schulen

Fachliche Kompetenzbildung:

- Spezialisierung der Wirtschaftsthemen (Anlehnung an spätere Hauptmodule)
- Interkulturelle Wahrnehmung und Kompetenz stark ausbauen
- Kommunikationsformen festigen

Außersprachliche Kompetenzbildung:

- Kommunikationsfähigkeit aktivieren
- Verhandlungsgeschick optimieren
- Präsentationsfähigkeiten perfektionieren

Interkulturelle Kommunikation:

Die Studierenden sind in der Lage,

- Grundstrukturen für Gespräche und Verhandlungen mit Instrumenten und Methoden der Kommunikation darzustellen
- die Bedeutung kultureller Einflüsse auf verschiedene Bereiche des Lebens zu erkennen
- interkulturelle Situationen zu analysieren, kulturelle Einflüsse zu erfassen und zu erkennen und das eigene Verhalten zu reflektieren
- für kulturelle Einflüsse auf Managementstrategien, Unternehmensziele und Firmenstrukturen sensibilisiert werden
- die kulturelle Unterschiede am Arbeitsplatz wahrzunehmen und konstruktiv mit ihnen umzugehen, besonders in Verhandlungen, im Umgang mit Führungsstilen, Konfliktsituationen usw..

3 Inhalte

Wirtschaftsenglisch 2:

- Fokus auf Spezialisierung im Hauptstudium und persönliche Interessen der Studierenden
- Komplexe Texte und Hördokumente werden bearbeitet und diskutiert, die auf das Wissen der Studierenden abzielen.
- Kompetenzgespräche zu thematischen Schwerpunkten
- Komplexere berufliche Modellsituationen
- Erweiterung des Fachwortschatzes auf Fortgeschrittenenniveau

Interkulturelle Kommunikation:

- Kommunikationsmodelle
- Begriff / Verständnis von Kultur
- Ergründung und Bewältigung von kulturellen Missverständnissen und Irritationen

4 Lehrformen

Seminaristischer Unterricht

5 Teilnahmevoraussetzungen

keine

6	**Prüfungsformen** a) Klausur (45 Min.) oder Hausarbeit/Referat mit mündlicher Prüfung b) Klausur (45 Min.) oder Hausarbeit/Referat mit mündlicher Prüfung c) Hausarbeit/Referat mit mündlicher Prüfung
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten** Regelmäßige Teilnahme an den Veranstaltungen und mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
8	**Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen) BA-Betriebswirtschaftslehre
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** 7,5/225
10	**Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende a) Simonovis, M.A. b) Simonovis, M.A. c) Prof. Dr. Meyer-Schwickerath in Kooperation mit dem ISD Studium PLUS
11	**Sonstige Informationen** **Wirtschaftsenglisch 2:** • Kursbuch/Skript wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben **Interkulturelle Kommunikation:** • Hofstede, G.: Lokales Denken, globales Handeln, München • Losche, H.: Interkulturelle Kommunikation – Sammlung praktischer Spiele und Übungen; Augsburg • Plate, M.: Grundlagen der Kommunikation. Gespräche effektiv gestalten; UTB • Scharlau, C., Rossié, M.: Gesprächstechniken; Haufe Freiburg • Schulz von Thun, F.: Miteinander reden Bd. 1, 2 und 3; rororo Hamburg • Thomas, A./Kinast, E.U./Schroll-Machl, S. (Hrsg.): Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation, Band 1,2; Göttingen

<table>
<tr><th colspan="7">Wirtschaftsinformatik</th></tr>
<tr><td colspan="2">Kennnummer
2041</td><td>Workload
a) 150 h
b) 150 h</td><td>Credits
10</td><td>Studiensemester
2. u. 3. Sem.</td><td>Häufigkeit des Angebots
Jedes Semester</td><td>Dauer
2 Semester</td></tr>
<tr><td>1</td><td>Lehrveranstal-tungen
Wirtschafts-informatik</td><td colspan="2">Kontaktzeit
a) 2 SWS/30 h Seminaristischer Unterricht
2 SWS/30 h Übung
b) 2 SWS/30 h Seminaristischer Unterricht
2 SWS/30 h Übung</td><td>Selbst-studium
a) 90 h
b) 90 h</td><td colspan="2">geplante Gruppengröße
- Seminaristischer Unter-richt: 60 Studierende
- Übung: 30 Studierende</td></tr>
<tr><td>2</td><td colspan="6">Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen
Das Modul vermittelt Grundkenntnisse der Terminologie und Methoden der Informatik sowie deren Anwendung. Der Studierende wird befähigt, Techniken des Datenmanagements, der automatischen Datenanalyse und des Datenim- bzw. -exports anzuwenden. Weiterhin lernt er Abläufe zu analysieren, zu strukturieren, formal zu beschreiben und zu implementieren.
Die Veranstaltung umfasst einen hohen Anteil selbstständigen Arbeitens, in dem die Studierenden für betriebs-wirtschaftliche Beispielaufgaben Lösungen erarbeiten müssen.</td></tr>
<tr><td>3</td><td colspan="6">Inhalte
Datenmodellierung, Datenbanksysteme, Datenmanagement, Algorithmen, Programmierung.</td></tr>
<tr><td>4</td><td colspan="6">Lehrformen
Die Veranstaltung besteht aus Vorlesung und Übungen.</td></tr>
<tr><td>5</td><td colspan="6">Teilnahmevoraussetzungen
Das Modul "Wirtschaftsinformatik" setzt grundlegende Kenntnisse im Bereich der Mathematik voraus.</td></tr>
<tr><td>6</td><td colspan="6">Prüfungsformen
Open-Book-Prüfung (180 Min.) ODER Klausurarbeit (180 Min., elektronisch gestützt, in der Hochschule)</td></tr>
<tr><td>7</td><td colspan="6">Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung</td></tr>
<tr><td>8</td><td colspan="6">Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)
BA-Betriebswirtschaftslehre
BA-International Business and Management
BA-Wirtschaftsingenieurwesen</td></tr>
<tr><td>9</td><td colspan="6">Stellenwert der Note für die Endnote
10/225</td></tr>
<tr><td>10</td><td colspan="6">Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende
Prof. Dr. Blümel; Prof. Dr. Bockermann, Prof. Dr. Klingspor</td></tr>
<tr><td>11</td><td colspan="6">Sonstige Informationen
Literaturempfehlung (in der jeweils aktuellsten Auflage):
• Eigenes Skript
• Gennick, J. SQL kurz und gur
• Held, B.: „Anwendungen entwickeln mit“
• Held, B.: „VBA-Entwicklung“
• Kline, K.E. et. al. SQL in a Nutshell.
• Kofler, M.: „Excel-VBA programmieren“
• Martin, R.: „VBA-Programmierung unter Excel und Word“
• Steiner, R.: „Theorie und Praxis relationaler Datenbanken: eine grundlegende Einführung für Studenten und Datenbankentwickler“
• van der Lans, R.: „Das SQL-Lehrbuch“</td></tr>
</table>

Wirtschaftsstatistik

Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
2031	225 h	7,5	3. Semester	Jedes Semester	1 Sem.

1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
	Wirtschaftsstatistik	6 SWS / 90 h	135 h	60 Studierende

2 Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, wirtschaftliche Sachverhalte statistisch zu beschreiben. Sie lernen, Daten zu erheben und aufzubereiten sowie die daraus resultierenden Ergebnisse zu interpretieren (Deskriptive Statistik). Darüber hinaus werden sie befähigt, auf der Grundlage vorliegenden Datenmaterials Rückschlüsse über wirtschaftliche Zusammenhänge oder Gesetzmäßigkeiten zu ziehen (Induktive Statistik). Insgesamt sollen sie die statistische Auswertung von wirtschaftlichen Sachverhalten und die statistische Analyse und Beurteilung von wirtschaftlichen Problemen sowohl quantitativ, als auch grafisch und nach den erforderlichen statistischen Argumentationsschritten beherrschen. Da statistische Fragestellungen in der beruflichen Praxis meist mit statistischer Software bearbeitet werden, werden Grundkenntnisse von weit verbreiteter Statistiksoftware (SPSS, Excel) vermittelt.

3 Inhalte

- Merkmalstypen und Skalen
- Aufbereitung des erhobenen Datenmaterials
- Parameter von Häufigkeitsverteilungen
  - Lageparameter
  - Streuungsparameter
- Weitere Verteilungsmaße
  - Boxplots
  - Schiefe und Wölbung
  - Konzentrationsmaße
- Zweidimensionale deskriptive Statistik
  - Kovarianz, Korrelation
  - Lineare Regression
  - Chi-Quadrat-Analyse
- Verhältniszahlen
- Indexzahlen
  - Preisindizes, Mengenindizes, Umsatzindizes
  - Umbasierung, Verknüpfung
  - Preisbereinigung, Kaufkraftparitäten
- Zeitreihenanalyse
- Wahrscheinlichkeitsrechnung und Kombinatorik
- Wahrscheinlichkeitsfunktionen
- Dichtefunktionen
- Verteilungsfunktionen
- Binomialverteilung, hypergeometrische Verteilung, Poisson-Verteilung
- Gleichverteilung, Exponentialverteilung
- Normalverteilung
- Verteilungsapproximationen
- Konfidenzintervalle
- Notwendiger Stichprobenumfang
- Hypothesentests
  - Einführungsbeispiel: Test auf Mittelwertunterschiede
  - Bestandteile von Hypothesentests
  - Hypothesentest für den Erwartungswert
  - Hypothesentest für den Anteilswert

4 Lehrformen

Integrierte Vorlesung mit Übungsanteilen

5 Teilnahmevoraussetzungen

Es wird vorausgesetzt, dass folgende Inhalte aus der Wirtschaftsmathematik angewandt werden können:

- Operation mit Mengen
- Abbildungen
- Funktionen mehrerer Veränderlicher
- Extremwertbestimmung von Funktionen mehrerer Veränderlicher
- Integralrechnung

6	**Prüfungsform** Klausurarbeit (90 Min., elektronisch gestützt, in der Hochschule) 10% freiwillige Vorleistung. Jedes Teilgebiet muss separat bestanden werden. Die aus den teilgebietsspezifischen erzielten Bonuspunkte wer-den zur Verbesserung der Ergebnisse der Teilgebiete verwendet sofern der Mindestanteil überschritten ist.
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten** Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
8	**Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen) BA-Betriebswirtschaftslehre BA-International Business and Management
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** 7,5/225
10	**Modulbeauftragte;** hauptamtlich Lehrende **Prof. Dr. Moos;** Prof. Dr. Skill, Prof. Dr. Wolik,
11	**Sonstige Informationen** 1) Veranstaltungsbegleitendes Skript oder Buch mit Übungsaufgaben Deskriptive Statistik • Pinnekamp, H.-J.; Siegmann, F.: Deskriptive Statistik, Oldenbourg Verlag, 2) Allgemeine Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Bleymüller, J,; Gehlert,G.;Gülicher, H.: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, WiSt Studienkurs, Verlag Vahlen • Bourier, G.: Beschreibende Statistik, Gabler Verlag • Bourier, G.: Wahrscheinlichkeitsrechnung und schließende Statistik, Gabler • Fahrmeier et. al: Statistik, Der Weg zur Datenanalyse, Springer • Schira, J.: Statistische Methoden der VWL und BWL, Pearson • Weigand, C.: Statistik mit und ohne Zufall, eine anwendungsorientierte Einführung, Physika 2009 • Zwerenz, K.: Statistik, Einführung in die computergestützte Datenanalyse, DeGruyter Oldenbourg Verlag

3. Studienjahr

Arbeitsrecht						
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**		**Dauer**
4011	150 h	5	5. o. 6. Sem.	Mind. einmal jährlich		1 Semester
1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**		
	Arbeitsrecht	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende		
2	**Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen** Das Vertiefungsmodul vermittelt die wesentlichen Grundkenntnisse des individuellen und kollektiven Arbeitsrechts. Die Studierenden werden befähigt, die arbeitsrechtlichen Rahmenbedingungen des Human Ressource Managements zu beurteilen und praxisrelevante juristische Aufgabestellungen personalwirtschaftlicher Prozesse zu analysieren und einer rechtmäßigen und nachhaltigen Lösung zuzuführen.					
3	**Inhalte:** • Begriff und Rechtsquellen des Arbeitsrechts • Aufbau und Aufgaben der Arbeitsgerichtsbarkeit • Begründung von Arbeitsverhältnissen • Rechte und Pflichten von Arbeitgeber und Arbeitnehmer • Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz in der betrieblichen Praxis • Datenschutz und Mitarbeiterüberwachung • Arbeitnehmererfindungen • Grundlagen der Beendigung von Arbeitsverhältnissen • Grundzüge des Tarifvertragsrechts • Rechte und Pflichten des Betriebsrats • Der Sozialplan • Arbeitsrechtliche Rahmenbedingungen bei Betriebsübergang • Rechtliche Rahmenbedingungen bei Arbeitsverhältnissen mit Auslandsbezug					
4	**Lehrformen** Seminar					
5	**Teilnahmevoraussetzungen** keine					
6	**Prüfungsformen** Referat (30 Min. Vortragszeit) nebst Handout ODER mdl. Prüfung (20 Min.) ODER Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule)					
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten** Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung					
8	**Verwendung des Moduls** BA-Betriebswirtschaftslehre BA-International Business and Management					
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** 5/225					
10	**Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende **NN**					
11	**Sonstige Informationen** Literaturempfehlung (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Brox/Rüthers/Henssler Arbeitsrecht • Dütz Arbeitsrecht • Fitting/Engels/Schmidt/ua. Betriebsverfassungsgesetz • Hanau/Adomeit Arbeitsrecht • Hoffmann/Thorn Internationales Privatrecht • Junker/Kamanabrou Vertragsgestaltung • Rolfs (Hrsg.) Studienkommentar Arbeitsrecht • Schaub Arbeitsrechtshandbuch • Wörlen/ Kokemoor Arbeitsrecht Weitere Literaturhinweise werden in der Veranstaltung gegeben.					

Ausgewählte Fragen des Gesundheitsmanagements					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
	150 h	5	5./6. Sem.	Jedes Semester	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen** Wahl aus verschiedenen Lehrveranstaltungen des Departments für Ökonomie und Nachhaltigkeit im Gesundheitswesen (DÖNG)	**Kontaktzeit** 4 SWS / 60 h	**Selbststudium** 90 h	**geplante Gruppengröße** in Abhängigkeit vom Angebot

2 **Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen**

Aus dem Modulhandbuch des Bachelorstudienganges Gesundheitsökonomie des Departments für Ökonomie und Nachhaltigkeit im Gesundheitswesen (DÖNG) am Gesundheitscampus können die Studierenden eine der folgenden Veranstaltungen wählen:

- Jeweils im Sommersemester
  - Public Health
  - Gesundheitsökonomische Evaluation & Outcome Research
  - Versorgungsmanagement
- Jeweils im Wintersemester
  - Gesundheitswesen und Gesundheitswirtschaft
  - Angewandte Unternehmensführung

Auf das Modulhandbuch des Bachelorstudienganges Gesundheitsökonomie des Departments für Ökonomie und Nachhaltigkeit im Gesundheitswesen (DÖNG) am Gesundheitscampus, erhältlich unter https://www.hs-gesundheit.de/fileadmin/user_upload/Studieren_an_der_hsg/MHB_Verlaufsplaene/MHB_GOE_2023.pdf, wird Bezug genommen.

3 **Inhalte:**

Auf das Modulhandbuch des Bachelorstudienganges Gesundheitsökonomie des Departments für Ökonomie und Nachhaltigkeit im Gesundheitswesen (DÖNG) am Gesundheitscampus, erhältlich unter https://www.hs-gesundheit.de/fileadmin/user_upload/Studieren_an_der_hsg/MHB_Verlaufsplaene/MHB_GOE_2023.pdf, wird Bezug genommen.

4 **Lehrformen**

Auf das Modulhandbuch des Bachelorstudienganges Gesundheitsökonomie des Departments für Ökonomie und Nachhaltigkeit im Gesundheitswesen (DÖNG) am Gesundheitscampus, erhältlich unter https://www.hs-gesundheit.de/fileadmin/user_upload/Studieren_an_der_hsg/MHB_Verlaufsplaene/MHB_GOE_2023.pdf, wird Bezug genommen.

5 **Teilnahmevoraussetzungen**

Siehe jeweilige Kursbeschreibung aus dem Modulhandbuch des Bachelorstudienganges Gesundheitsökonomie des Departments für Ökonomie und Nachhaltigkeit im Gesundheitswesen (DÖNG) am Gesundheitscampus, erhältlich unter https://www.hs-gesundheit.de/fileadmin/user_upload/Studieren_an_der_hsg/MHB_Verlaufsplaene/MHB_GOE_2023.pdf.

Eine Anmeldung zum Sommersemester ist bis zum 01.03. und zum Wintersemester bis zum 01.09. bei Frau Bambal erforderlich.

6 **Prüfungsform**

Siehe jeweilige Kursbeschreibung aus dem Modulhandbuch des Bachelorstudienganges Gesundheitsökonomie des Departments für Ökonomie und Nachhaltigkeit im Gesundheitswesen (DÖNG) am Gesundheitscampus, erhältlich unter https://www.hs-gesundheit.de/fileadmin/user_upload/Studieren_an_der_hsg/MHB_Verlaufsplaene/MHB_GOE_2023.pdf.

7 **Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten**

Aktive Teilnahme und eine mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 **Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)**

BA-International Business and Management

B.Sc. Gesundheitsökonomie

9 **Stellenwert der Note für die Endnote**

5/225

10 **Modulbeauftragte/r**

Der/die Studiendekan/Studiendekanin in Kooperation mit dem Department für Ökonomie und Nachhaltigkeit im Gesundheitswesen (DÖNG) am Gesundheitscampus

11 **Sonstige Informationen**

Studierende können sich bei Fragen zu diesem Modul an die Studiengangsmanagerin BWL – Emine Bambal - wenden.

B2B-Marketing					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
4031	150 h	5	5. u. 6. Sem.	Mind. einmal jährlich	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	B2B-Marketing	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

In Business-to-Business-Märkten sieht sich das Unternehmen gewerblichen Kunden gegenüber, die ein im Vergleich zum Endverbraucher deutlich unterschiedliches Kaufverhalten aufweisen. Diese Tatsache sowie weitere Besonderheiten auf B2B-Märkten implizieren sehr spezifische Anforderungen an die Vermarktung industrieller Leistungen. Vor diesem Hintergrund erlernen die Studierenden zunächst diese Besonderheiten von B2B-Märkten, die Mechanismen industriellen Kaufverhaltens sowie die unterschiedlichen Voraussetzungen für das Marketing gemäß dem Geschäftstypenansatz. Auf dieser Basis werden sie befähigt, Marketing-Programme für diese spezifischen Marktbedingungen zu entwickeln und somit die Marketinginstrumente kunden- und geschäftstypenspezifisch einzusetzen.

3 Inhalte

Wie erfolgt ein effektives Marketing von Unternehmen zu Unternehmen, wie es im Industriegüterbereich die Regel ist?

- Besonderheiten von B2B-Märkten
- Analyse organisationalen Kaufverhaltens
- Geschäftstypenansatz (Anlagen-, Produkt-, System-, Zuliefergeschäft)
- Entwicklung von Marketingprogrammen, die jeweils für diese bestimmten Typen von B2B-Märkten geeignet sind

4 Lehrformen

Seminaristische Vorlesung, gestützt auf Fallstudien- und Gruppenarbeiten sowie praxisbezogenen Workshop

5 Teilnahmevoraussetzungen

Grundlegende Kenntnisse in „Grundlagen Marketing“

6 Prüfungsformen

Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule oder unter Fernaufsicht) ODER mündliche Prü-fung (30 Min.)

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre
BA-International Business and Management
BA-Wirtschaftsingenieurwesen

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10 Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende

Prof. Dr. Ritzerfeld-Zell

11 Sonstige Informationen

Literaturempfehlung (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Backhaus, K. / Voeth, M.: Industriegütermarketing
- Godefroid, P. / Pförtsch, W. A.: Business-to-Business-Marketing

Beratungskompetenz und Leitung von Gruppen					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
	150 h	5	5. o. 6. Sem.	Jedes Semester	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Beratungskompetenz und Leitung von Gruppen	4 SWS / 60 h	90 h	15 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Sozialkommunikative Kompetenzen in Einzel- und Gruppensettings stellen eine zentrale Anforderung an Hochschulabsolvent*innen dar, unabhängig von der fachlichen Disziplin. Die Entwicklung dieser Kompetenzen erfordert einen anwendungsorientierten Rahmen, der Studierenden ermöglicht, sich in unterschiedlichen Gesprächsformaten (Moderation, Präsentation, Beratung, …) zu üben. Das Mentorenprogramm am Fachbereich Wirtschaft bietet einen idealen Lernkontext für Studierende, Führungs- und Sozialkompetenzen in der Rolle von Mentor*innen zu entwickeln. Vor dem Hintergrund heterogener Gruppen mit Mentees verschiedener Kulturen fördert das Modul zudem die Fähigkeit, kulturbedingte Unterschiede im Denken, Fühlen und Handeln zu verstehen, zu respektieren und das eigene Verhalten danach auszurichten.

Fachliche Kompetenzen

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- die Grundstruktur von Mentoring-Programmen verstehen und situativ ausgestalten
- Teamentwicklungsprozesse analysieren und gestalten
- Grundlegende Gesprächsformate des Coachings lösungsorientiert anwenden

Überfachliche Kompetenzen

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- Gruppenveranstaltungen strukturiert planen und effektiv moderieren
- Gruppendynamische Prozesse verstehen und konstruktiv beeinflussen
- Eigenes Verhalten kompetenzorientiert reflektieren und Entwicklungsfelder definieren

Als Ausdruck hochschulinternen Engagements bereichert die Mentorentätigkeit das Persönlichkeitsprofil von Studierenden beim Übergang vom Studium in die Berufspraxis und belegt Verantwortungs-übernahme und Leitungskompetenz.

3 Inhalte

Für zwei Semester unterstützen die Studierenden Studienanfänger*innen bei deren sozialem, räumlichem und organisatorischem Einfinden an der Hochschule. In einem 3-tägigen Workshop entwickeln die Studierenden in der Gruppe ein eigenes Rollenverständnis ihrer Mentorentätigkeit und erleben gleichzeitig, wie aus einzelnen Studierenden ein Team werden kann. Zu Semesterbeginn werden jedem Studierenden ca. 15 Mentees zugeordnet, die über ein Semester begleitet werden. Die Studierenden erarbeiten und vereinbaren gemeinsam in der Gruppe die inhaltliche Ausgestaltung des Mentorings. Fertigkeiten der Gesprächsführung (Aktives Zuhören, Prozess- und Expertenberatung) und Moderation werden in kurzen Trainingsphasen eingeübt und im Mentoring weiter gefestigt.

4 Lehrformen

- Blockveranstaltungen vor Semesterbeginn, März (SoSe), September (WiSe)
- Reflexionstreffen im Semesterverlauf / Moderierte Peer-Coachings
- Seminaristische Veranstaltungen für die Wissensvermittlung und zum Methodentraining

5 Teilnahmevoraussetzungen

Erfolgreiche Bewerbung (Bewerbungsunterlagen + Kurzinterview)

6 Prüfungsform:

Portfolioprüfung (Elemente: Präsentation [50 %] + Lernprozess-Reflektion [50 %])

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung.

8 Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management

BA-International Business and Management

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10 Modulbeauftragter

Dipl.-Kfm. Andreas Schmidt

11 Literaturempfehlung: Studierende erhalten methodenorientierte Handouts im Semesterverlauf

Beschaffung und Logistik 1					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
3111	150 h	5	5. Sem.	einmal jährlich	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Beschaffung und Logistik 1	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 **Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen**

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- den Systemcharakter von Beschaffungs- und Logistikaufgaben erläutern
- Methoden und Modelle zur Analyse, Optimierung und zur Bewertung von Logistiksystemen auf praktische Problemstellungen anwenden
- Neuste Entwicklungen im Beschaffungs- und Logistikmanagement benennen und zu den bislang erworbenen Grundlagen in Beziehung setzen

Fachübergreifende Kompetenzen:

- Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten
- sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz)
- Zielkonflikte und Synergien zwischen Beschaffung, Logistik und Nachhaltigkeit identifizieren, bewerten und Maßnahmen ableiten

3 **Inhalte**

- Logistikstrategien
- Warehousemanagement
- Standortplanung
- Transportsysteme
- Tourenplanung
- Beschaffungsmanagement
- Kreislauflogistik

4 **Lehrformen**

Seminaristischer Unterricht

5 **Teilnahmevoraussetzungen**

keine

6 **Prüfungsformen**

Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) ODER mündliche Prüfung (20 Min.)

7 **Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten**

Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 **Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre
BA-International Business and Management
BA-Wirtschaftsingenieurwesen

9 **Stellenwert der Note für die Endnote**

5/225

10 **Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende
Prof. Dr. Schröter

11 **Sonstige Informationen**

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Hohmann, S.: Logistik- und Supply Chain Management. Grundlagen, Theorien und quantitative Aufgaben. Springer Gabler, Wiesbaden 2022
- Pfohl, Hans-Christian (2021) Logistikmanagement: Konzeption und Funktionen.
- Pfohl, Hans-Christian (2018) Logistiksysteme : Betriebswirtschaftliche Grundlagen.
- Wellbrock, W.; Ludin, D. (Hrsg.): Nachhaltiges Beschaffungsmanagement: Strategien – Praxisbeispiele – Digitalisierung, Berlin 2019

Beschaffung und Logistik 2					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
3511	150 h	5	6. Sem.	einmal jährlich	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Beschaffung und Logistik 2	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 **Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen**

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- den Systemcharakter integrierter Lieferketten erkennen und verstehen
- logistische Systeme formal beschreiben und betriebswirtschaftlich analysieren
- die Potenziale moderner informations- und kommunikationstechnischer Systeme in der logischen Systemgestaltung erläutern und können diese in einem praktischen Kontext zur Wirkung bringen

Fachübergreifende Kompetenzen:

- Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten
- Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren

3 **Inhalte**

- Branchenbezogene Logistiksysteme
- Beschaffungs- und Logistikmanagement im Kontext der Nachhaltigen Entwicklung
- moderne informations- und kommunikationstechnischer Systeme in der logischen Systemgestaltung

4 **Lehrformen**

Seminaristischer Unterricht

5 **Teilnahmevoraussetzungen**

keine

6 **Prüfungsformen**

Referat mit Handout oder Hausarbeit (12 Seiten) mit Präsentation

7 **Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten**

Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 **Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre

BA-International Business and Management

BA-Wirtschaftsingenieurwesen

9 **Stellenwert der Note für die Endnote**

5/225

10 **Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende

Prof. Dr. Schröter

11 **Sonstige Informationen**

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Hohmann, S.: Logistik- und Supply Chain Management. Grundlagen, Theorien und quantitative Aufgaben. Springer Gabler, Wiesbaden 2022
- Pfohl, Hans-Christian (2021) Logistikmanagement: Konzeption und Funktionen.
- Pfohl, Hans-Christian (2018) Logistiksysteme : Betriebswirtschaftliche Grundlagen.
- Wellbrock, W.; Ludin, D. (Hrsg.): Nachhaltiges Beschaffungsmanagement: Strategien – Praxisbeispiele – Digitalisierung, Berlin 2019

Bewertung von Finanzinstrumenten					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
3171	150 h	5	5. oder 6. Sem.	einmal jährlich	1 Sem.

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Bewertung von Finanzinstrumenten	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 **Lernergebnisse / Kompetenzen**

Die Studierenden vertiefen die mathematische Analyse und Bewertung von Finanzprodukten und können in Excel (teils mit VBA) oder Python DV-technisch umzusetzen. Dieses Modul ergänzt die Module „Finanzmanagement 1", „Quantitative Methoden - Mathematische Planungsverfahren", „Quantitative Methoden – Statistische und ökonometrische Planungsverfahren", „Recht der Unternehmensfinanzierungen", „Rechnungslegung", und „Wirtschaftsinformatik" um mathematische und DV-technische Kompetenzen.

3 **Inhalte**

Einfache Zinsgeschäfte

1. Kuponanleihen
2. Floating Rate Notes
3. Zinsswaps
4. Forward Rate Agreements
5. Bestimmung Zinsstruktur

Forwards und Futures

1. Funktionsweise
2. Bewertung von Forward-Kontrakten
3. Bewertung von Futures-Kontrakten

Optionen

1. Funktionsweise
2. Zeitdiskrete Bewertung
3. Zeitkontinuierliche Bewertung

Value at Risk

1. Risikomaße
2. Historische Simulation
3. Varianz-Kovarianz-Ansatz
4. Monte Carlo
5. Weitere Ansätze

4 **Lehrformen**

Seminaristischer Unterricht, Programmierübungen

5 **Teilnahmevoraussetzungen**

Kenntnisse aus den Modulen „Investition und Finanzierung", „Wirtschaftsmathematik" und „Wirtschaftsstatistik"

6 **Prüfungsform**

Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) ODER mündliche Prüfung

7 **Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten**

Mit mindestens „ausreichend" bewertete Prüfungsleistung

8 **Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre

BA-International Business and Management

9 **Stellenwert der Note für die Endnote**

5/225

10 **Modulbeauftragte;** hauptamtlich Lehrende

Prof. Dr. Skill, Prof. Dr. Moos; Prof. Dr. Wolik,

11 **Sonstige Informationen**

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

1) Heitmann D., Skill, Th., Weiß, Ch.: Finanzmathematik, Springer-Gabler
2) Hull, J.: Optionen, Futures und andere Derivate

Controlling 1						
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**	
3131	150 h	5	5. Sem.	einmal jährlich	1 Semester	
1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**		
	Controlling	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende		
2	**Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen** Der Student erlernt im Rahmen des operativen Controllings die wesentlichen Techniken der Kostenplanung und des Controllings sowie des Gemeinkostenmanagements kennen. Zur operativen Unternehmenssteuerung werden ferner die Elemente der Erlös-, Erfolgs- und Finanzplanung bzw. des entsprechenden Controllings eingeübt. Im zweiten Themenschwerpunkt erlernt er die Techniken des wertorientierten Controllings, wozu die wertorientierte Unternehmenssteuerung, die Unternehmensdiagnose sowie das Risikocontrolling zählen. Der dritte Themenschwerpunkt thematisiert das strategische Controlling. Hier werden ihm die wesentlichen strategischen Instrumente nebst ihren Implikationen für eine controllinggerechte Anwendung nahegebracht. Nur so wird eine nachhaltige Unternehmenssicherung möglich.						
3	**Inhalte** 1. Operatives Controlling • Kostenplanung und -controlling • Techniken des Gemeinkostenmanagements • Erlös- und Erfolgsplanung und –controlling • Finanzplanung und –controlling 2. Wertorientiertes Controlling • Wertorientierte Unternehmenssteuerung • Unternehmensdiagnose • Risikocontrolling 3. Strategisches Controlling • Produktlebenszyklus, Kostenerfahrungskurve und Portfoliosteuerung • Szenario-Orientierung und GAP-Analyse • SWOT-Analyse • Balanced score card						
4	**Lehrformen** Vorlesung, Übung, seminaristische Gestaltung durch Referatseinbringungen und Fallstudienbearbeitung						
5	**Teilnahmevoraussetzungen** Das Modul setzt grundlegende Kenntnisse in „Jahresabschluss“ und „Kostenrechnung“ voraus						
6	**Prüfungsformen** Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule)						
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten** Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung						
8	**Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen) BA-Betriebswirtschaftslehre BA-International Business and Management BA-Wirtschaftsingenieurwesen						
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** 5/225						
10	**Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende **Prof. Dr. Sturm; Prof Dr. Wiesmann**						
11	**Sonstige Informationen** Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Coenenberg, A.G., Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse • Hoitsch, H-J./Lerignau, V., Kosten- und Erlösrechnung • Kaplan, R.S./Norton, B.P., Balanced Scorcard • Kütung, K./Weber, C.P., Die Bilanzanalyse • Mensch, G., Finanz-Controlling • Munch, M., Weiß, B., Externes Rating • Peemöller, V.H., Controlling • Rappaport, A., Shareholder Value • Reichmann, T., Controlling mit Kennzahlen und Management-Tools • Rüth, D., Kostenrechnung II • Schröder, E.F., Modernes Unternehmens-Controlling						

	• Weiß, B./Bolik, J., Finanzwirtschaftliche Performance-Kriterien zur Unterstützung branchenbezogener Jahresabschlussanalyse – Ein Beitrag zur Unternehmensdiagnose, in: N. Neumerkel/I. Schmider-Naessen u.a., Das Credit-Management

Controlling 2					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
3531	150 h	5	6. Sem.	einmal jährlich	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Controlling	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Im zweiten Studienabschnitt werden die wesentlichen Fragestellungen des ersten Studienjahres als Referatsthemen wieder aufgegriffen. Der Student soll hier zeigen, dass er die fachliche Kompetenz besitzt, die vorzustellende Fragestellung auch einem breiten Publikum zu vermitteln. Neben der fachlichen Kompetenz dient dieses Semester auch der Vermittlung sprachlicher (power point-Präsentation) sowie sozialer Kompetenzen (Erstellung einer Fallstudie/Übungsunterlagen als Fallstudie).

3 Inhalte

1. Operatives Controlling
   - Kostenplanung und –controlling
   - Techniken des Gemeinkostenmanagements
   - Erlös- und Erfolgsplanung und –controlling
   - Finanzplanung und –controlling
2. Wertorientiertes Controlling
   - Wertorientierte Unternehmenssteuerung
   - Unternehmensdiagnose
   - Risikocontrolling
3. Strategisches Controlling
   - Produktlebenszyklus, Kostenerfahrungskurve und Portfoliosteuerung
   - Szenario-Orientierung und GAP-Analyse
   - SWOT-Analyse
   - Balanced score card

4 Lehrformen

Vorlesung, Übung, seminaristische Gestaltung durch Referatseinbringungen und Fallstudienbearbeitung

5 Teilnahmevoraussetzungen

Das Modul setzt grundlegende Kenntnisse in „Jahresabschluss“ und „Kostenrechnung“ voraus

6 Prüfungsformen

Hausarbeit (15 Seiten) mit Präsentation

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre
BA-International Business and Management
BA-Wirtschaftsingenieurwesen

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10 Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende

Prof. Dr. Sturm; Prof Dr. Wiesmann

11 Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Coenenberg, A.G., Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse
- Hoitsch, H-J./Lerignau, V., Kosten- und Erlösrechnung
- Kaplan, R.S./Norton, B.P., Balanced Scorcard
- Kütung, K./Weber, C.P., Die Bilanzanalyse
- Mensch, G., Finanz-Controlling
- Munch, M., Weiß, B., Externes Rating
- Peemöller, V.H., Controlling
- Rappaport, A., Shareholder Value
- Reichmann, T., Controlling mit Kennzahlen und Management-Tools
- Rüth, D., Kostenrechnung II
- Schröder, E.F., Modernes Unternehmens-Controlling
- Weiß, B./Bolik, J., Finanzwirtschaftliche Performance-Kriterien zur Unterstützung branchenbezogener Jahresabschlussanalyse – Ein Beitrag zur Unternehmensdiagnose, in: N. Neumerkel/I. Schmider-Naessen u.a., Das Credit-Management

Current Topics of Marketing					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
	150 h	5	5./6. Sem.	zweimal jährlich	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Current Topics of Marketing	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2	**Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen** Die Studierenden lernen, sich im seminaristischen Unterricht intensiv mit aktuellen Fragen des Marketings auseinanderzusetzen und eigenständig Lösungsvorschläge zu spezifischen Problemstellungen zu erarbeiten. Die Studierenden sind in der Lage, Entwicklungen der Marketing-praxis nachzuvollziehen und Trends einzuschätzen. Sie wissen um neue Ansätze der Marketingwissenschaft und ihre Praxisbedeutung. Zusätzlich erlangen die Studierenden weitere Kompetenzen im Umgang mit Fallstudienarbeit.
3	**Inhalte** Das englischsprachige Seminar lebt vom inhaltlichen Wechsel, aktuelle Fälle, Entwicklungen und Trends in der Marketingwissenschaft und –praxis werden aufgegriffen und dargestellt. Das Seminar versteht sich als Ergänzung und Bereicherung der grundständigen Lehre in den anderen Marketing & Sales Modulen durch die vertiefte Diskussion ausgewählter Sachverhalte. Die Inhalte können sich wahlweise stärker an Wissenschaft oder Praxis orientieren, Wert wird auf die Umsetzung in Fallstudienarbeit gelegt.
4	**Lehrformen** Seminaristischer Unterricht, Vortrag, Diskussion, Fallstudien Englischsprachig / Online-Format
5	**Teilnahmevoraussetzungen** keine
6	**Prüfungsformen** Hausarbeit (Seitenzahl abhängig von der Gruppengröße) und mündliche Prüfung (max. 20 Minuten) ODER Klausur-arbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule)
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten** Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
8	**Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen) BA-Betriebswirtschaftslehre BA-International Business and Management BA-Wirtschaftsingenieurwesen
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** 5/225
10	**Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende **Prof. Dr. Riegermann**
11	**Sonstige Informationen** Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): Wird im Seminar bekannt gegeben

Data Science 1					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
	150 h	5	5. Sem.	einmal jährlich	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Data Science 1	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Das Modul Data Science vermittelt einen Überblick über theoretische und praktische Grundlagen der Datenanalyse. Den Studierenden wird ein Überblick über Aufgaben, Methoden und Möglichkeiten der Datenanalyse mit Bezug zu realen Anwendungen vermittelt. Die Studierenden werden befähigt Lernaufgaben in Anwendungen zu identifizieren und die Schritte von der Datenvorbereitung zur (prediktiven) Analyse durchzuführen und die Ergebnisse von Analysen zu evaluieren. Darüber hinaus befähigt das Modul die Studierenden, die erlernten Fähigkeiten praktisch anzuwenden und Prototypen für analytische Prozesse eigenständig zu erstellen.

Begleitet werden die vermittelten Inhalte von einer ethischen und sicherheitsorientierten Diskussion der Methodiken im gesellschaftlichen Kontext. Hier lernen die Studierenden die Auswirkungen von Datenanalysen und deren gesellschaftlichen Bedeutung kritisch einzuordnen und zu beurteilen.

3 Inhalte

Der Kurs Data Science 1 vermittelt die Grundlagen zur Datenanalyse. Neben einem Überblick über Aufgaben und Methoden werden hier auch Tools und Prozesse zur Datenvorverarbeitung, dem Feature-Engineering und der Anwendung von maschinellen Lernverfahren vorgestellt und erlernt.

- Überblick Datenanalyse, maschinelles Lernen, künstliche Intelligenz
- Vorgehen der Datenanalyse (u.a. CRISP), klassische Lernaufgaben
- Datenexploration und Visualisierungen
- Data Pre-Processing, Feature Engineering
- Verfahren zur Klassifikation
- Verfahren zur Regression
- Unüberwachtes Lernen (u.a. Clustering, Outlier-/Anomalie-Erkennung)
- Datensicherheit (u.a. DSGVO) / Datenethik

4 Lehrformen

seminaristischer Unterricht

5 Teilnahmevoraussetzungen

Kenntnisse in den Bereichen Datenmodellierung, Datenmanagement von Vorteil (vgl. Wirtschaftsinformatik)

6 Prüfungsformen

Hausarbeit (12 Seiten)

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre

BA-International Business and Management

BA-Wirtschaftsingenieurwesen

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10 Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende

Prof. Dr. Bockermann

11 Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- McKinney, Wes: Datenanalyse mit Python
- Apaydin, Ethem: Maschinelles Lernen
- Hastie, Trevor; Tibshirani, Robert; Friedman, Jerome: The Elements of Statistical Learning

Weitere aktuelle Literatur wird vom Dozenten ggf. während der Veranstaltung bekannt gegeben.

Data Science 2					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
	150 h	5	6. Sem.	einmal jährlich	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Data Science 2	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Das Modul Data Science vermittelt einen Überblick über theoretische und praktische Grundlagen der Datenanalyse. Den Studierenden wird ein Überblick über Aufgaben, Methoden und Möglichkeiten der Datenanalyse mit Bezug zu realen Anwendungen vermittelt. Die Studierenden werden befähigt Lernaufgaben in Anwendungen zu identifizieren und die Schritte von der Datenvorbereitung zur (prediktiven) Analyse durchzuführen und die Ergebnisse von Analysen zu evaluieren. Darüber hinaus befähigt das Modul die Studierenden, die erlernten Fähigkeiten praktisch anzuwenden und Prototypen für analytische Prozesse eigenständig zu erstellen.

Begleitet werden die vermittelten Inhalte von einer ethischen und sicherheitsorientierten Diskussion der Methodiken im gesellschaftlichen Kontext. Hier lernen die Studierenden die Auswirkungen von Datenanalysen und deren gesellschaftlichen Bedeutung kritisch einzuordnen und zu beurteilen.

3 Inhalte

Das Modul Data Science 2 vertieft die Grundlagen aus dem Modul Data Science 1 anhand von kleinen Projektarbeiten, in denen Methoden aus dem Modul Data Science 1 in ausführlicher Tiefe behandelt werden. Der Fokus liegt hier sowohl in der Identifikation von Einsatzmöglichkeiten der Datenanalyse in realen Anwendungen, als auch in der tatsächlichen Implementierung von Prototypen durch die Studierenden. Grundlagen sind auch hier die im Modul Data Science 1 vermittelten Tools.

Beispiele für Themengebiete für Projektarbeiten sind u.a.

- Optimierung im Kontext der Industrie 4.0
- Datengetriebenes (Online-)Marketing
- Datenanalyse in der Medizin
- Datenanalyse im Sport

4 Lehrformen

seminaristischer Unterricht

5 Teilnahmevoraussetzungen

Inhalte von “Data Science 1”

6 Prüfungsformen

Hausarbeit (8 Seiten) mit Präsentation

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre
BA-International Business and Management
BA-Wirtschaftsingenieurwesen

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10 Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende

Prof. Dr. Bockermann

11 Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- McKinney, Wes: Datenanalyse mit Python
- Apaydin, Ethem: Maschinelles Lernen
- Hastie, Trevor; Tibshirani, Robert; Friedman, Jerome: The Elements of Statistical Learning

Weitere aktuelle Literatur wird vom Dozenten ggf. während der Veranstaltung bekannt gegeben.

<table>
<tr><th colspan="7">Datengestützte Entscheidungsfindung in den Wirtschaftswissenschaften</th></tr>
<tr><th colspan="2">Kennnummer</th><th>Workload</th><th>Credits</th><th>Studiensemester</th><th>Häufigkeit des Angebots</th><th>Dauer</th></tr>
<tr><td colspan="2"></td><td>150 h</td><td>5</td><td>5. Sem.</td><td>Wintersemester</td><td>1 Semester</td></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">Lehrveranstaltungen
Datengestützte Entscheidungsfindung in den Wirtschaftswissenschaften</td><td colspan="2">Kontaktzeit
4 SWS / 60 h</td><td>Selbststudium
90 h</td><td>geplante Gruppengröße
25 Studierende</td></tr>
<tr><td>2</td><td colspan="6">Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen
Fachliche Kompetenzen:
Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:
• das Zusammenspiel zwischen Statistik, Ökonomik und Informatik erfassen und anwenden
• mit Hilfe von statistischen Methoden Daten über das wirtschaftliche (sowohl betriebs- als auch volkswirtschaftliche) Geschehen analysieren
• zu gegebenen Datensätzen Fragestellungen entwickeln, methodisch korrekt bearbeiten und Ergebnisse interpretieren
• vorgelegte Studien auf verwendete Methoden analysieren, in einfachen Fällen die Untersuchung replizieren und sich kritisch mit der Studie auseinandersetzen
Fachübergreifende Kompetenzen:
Kommunikationsfähigkeit
• eine empirische Studie auf ihre Methoden analysieren, ihre Inhalte beschreiben und sich (fach-)sprachlich sowohl schriftlich als auch korrekt mündlich ausdrücken
• sich im Dialog mit Anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln</td></tr>
<tr><td>3</td><td colspan="6">Inhalte
• Analyse des wirtschaftlichen Geschehens (volks- und betriebswirtschaftlich)
• Ethische und wissenschaftstheoretische Aspekte empirischer Arbeit
• Statistische Methoden zur Datenanalyse
• Big Data, Machine Learning
• Business Analytics</td></tr>
<tr><td>4</td><td colspan="6">Lehrformen
Seminaristischer Unterricht</td></tr>
<tr><td>5</td><td colspan="6">Teilnahmevoraussetzungen
Kenntnisse der Module Volkswirtschaftslehre 1 und 2, Wirtschaftsinformatik und Wirtschaftsstatistik</td></tr>
<tr><td>6</td><td colspan="6">Prüfungsformen
Portfolioprüfung (Elemente: Fallstudienbearbeitung [40 %], Hausarbeit 10 Seiten [30 %], Referat mit 30 Minuten Vortragszeit [30 %] + Lernprozess-Reflektion [unbewertet]/Resümee)</td></tr>
<tr><td>7</td><td colspan="6">Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung</td></tr>
<tr><td>8</td><td colspan="6">Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)
BA-Betriebswirtschaftslehre
BA-International Business and Management
BA-Wirtschaftsingenieurwesen</td></tr>
<tr><td>9</td><td colspan="6">Stellenwert der Note für die Endnote
5/225</td></tr>
<tr><td>10</td><td colspan="6">Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende
Prof. Dr. Sommer; Prof. Dr. Bockermann, Prof. Dr. Skill</td></tr>
<tr><td>11</td><td colspan="6">Sonstige Informationen
Veranstaltungsbegleitendes Skript wird zur Verfügung gestellt. Literaturempfehlungen werden in der Veranstaltung gegeben.</td></tr>
</table>

Digital Business Transformation					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
3261	150 h	5	5. u. 6. Sem.	Mind. einmal jährlich	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Digital Business Transformation	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- die mit der digitalen Transformation verbundenen Chancen und Herausforderungen nachvollziehen
- die zentralen Vorgehensweisen, ausgewählte Technologien und Prinzipien der Digitalen Transformation und deren Einfluss auf Strukturen, Prozesse, Informations- und Kommunikationssysteme, Kultur, Führung, Strategie und Geschäftsmodelle von Unternehmen verstehen
- selbstständig mit diversen Aspekten digitaler Transformationsprojekte umgehen
- eigene Digitalisierungsansätze entwickeln und bewerten
- an der Entwicklung von unternehmensspezifischen Digitalisierungsstrategien mitwirken sowie förderliche Strukturen, Prozesse und Kulturen für die nachhaltige digitale Transformation eines Unternehmens gestalten

Fachübergreifende Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- ein Gruppenarbeitsprojekt organisieren, planen und durchführen
- eine Präsentation zu einem Themengebiet mit geeigneten Präsentationsmedien (digitale und analoge) visuell gestalten
- ihr persönliches Verhalten und Auftreten bei Präsentationen verbessern

3 Inhalte

In Kleingruppen bearbeiten die Studierenden ein eigenes Digitalisierungsprojekt. Unterstützt und ergänzt wird die Projektarbeit durch die inhaltliche Auseinandersetzung mit Fragen zu technischen Innovationen und den daraus resultierenden Kundennutzen sowie strukturellen und kulturellen Herausforderungen, die mit der digitalen Transformation in der Unternehmenspraxis verbunden sind.

4 Lehrformen

Begleitete Projektarbeit / seminaristischer Unterricht / Rollenspiel

5 Teilnahmevoraussetzungen

keine

6 Prüfungsformen

Portfolioprüfung (Elemente: Projektentwurf [45 %], Referat [45 %] + Lernprozess-Reflektion [10 %])

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre

BA-International Business and Management

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10 Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende

Prof. Dr. Tappe, **Prof. Dr. Gieselmann**

11 Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Botzkowski, Tim (2018): Digitale Transformation von Geschäftsmodellen im Mittelstand, Wiesbaden.
- Creusen, Utho et. Al (2017): Digital Leadership. Führung in Zeiten des Digitalen Wandels, Wiesbaden
- Gerdenitsch, Cornelia und Korunka, Christian (2019): Digitale Transformation der Arbeitswelt, Berlin
- Keuper, Frank et. Al (2018): Disruption und Transformation Management; Digital Leadership - Digitales Mindset - Digitale Strategie, Wiesbaden.
- Schallmö et al. (2018): Digitale Transformation von Geschäftsmodellen erfolgreich gestalten. Trends, Auswirkungen und Roadmap, Wiesbaden.
- Wallmüller, Ernst (2017): Praxiswissen digitale Transformation: den Wandel verstehen, Lösungen entwickeln, Wertschöpfung steigern, München.

Weitere aktuelle Literatur wird vom Dozenten ggf. während der Veranstaltung bekannt gegeben.

DV-gestützte Steuerplanung					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
4051	150 h	5	5. Sem.	Mind. einmal jährlich	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	DV-gestützte Steuerplanung	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2	**Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen** Die Studierenden sollen befähigt werden, Jahresabschlüsse und Steuererklärungen mit Hilfe von DATEV-Software zu erstellen.
3	**Inhalte** • Finanzbuchführung, Berechnung der Steuerrückstellungen und Erstellung des Jahresabschlusses; • Erstellung von Körperschaftsteuer-, Gewerbesteuer- und Einkommensteuererklärungen; • Einheitliche und gesonderte Gewinnfeststellung bei Personengesellschaften; • Rechtsformbelastungsvergleich.
4	**Lehrformen** Seminaristische Veranstaltung
5	**Teilnahmevoraussetzungen** Das Modul setzt grundlegende Kenntnisse von „Ertragssteuern“ sowie „Buchhaltung“, und „Jahresabschluss“ voraus.
6	**Prüfungsformen** Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) ODER Portfolioprüfung (Elemente: Lösen von Aufgaben [50 %] + Fallstudienbearbeitung [50 %] + Lernprozess-Reflektion [unbewertet]/Resümee)
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten** Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
8	**Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen) BA-Betriebswirtschaftslehre BA-International Business and Management
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** 5/225
10	**Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende **Prof. Dr. Rauenbusch**, Prof. Dr. Thönnes
11	**Sonstige Informationen** ---

Energie & Umwelt 1					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
3141	150 h	5	5. u. 6. Sem.	Zum Wintersemester	1 Sem.

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Energieökonomik und -politik	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2	**Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen** In der Veranstaltung Energieökonomik und -politik werden die Studierenden befähigt, die Marktstrukturen und Preisbildungsmechanismen in den relevanten Energiemärkten (Öl, Gas, Kohle, Uran, erneuerbare Energien, Strom) zu verstehen und maßgebliche Techniken zur operativen und strategischen Entscheidungsfindung in Energieunternehmen einzuschätzen und anzuwenden. Darüber hinaus erhalten die Studierenden das Rüstzeug, Ziele und Mittel der Energiepolitik hinsichtlich ihrer Begründungen und Effizienz zu analysieren und zu beurteilen. Dabei wird ihnen auch der sparsame Einsatz von Ressourcen im Sinne einer nachhaltigen Umweltpolitik verdeutlicht.
3	**Inhalte** • Einführung: Energieträger und -systeme, Energiebilanzen, Geschichte der Energiewirtschaft • Grundlagen der Ressourcenökonomik • Marktstrukturen und Preisbildung I: konventionelle Primärenergieträger (Öl, Kohlen, Gas, Uran) • Regenerative Energieträger: Potentiale und Wirtschaftlichkeit • Marktstrukturen und Preisbildung II: Strommarkt • Ziele und Mittel der Energiepolitik
4	**Lehrformen** Vorlesung und Übung
5	**Teilnahmevoraussetzungen** Die Veranstaltung Energieökonomik und -politik setzt grundlegende Kenntnisse in „Volkswirtschaftslehre 1“ und „Volkswirtschaftslehre 2“ voraus
6	**Prüfungsformen** Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule)
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten** Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
8	**Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen) BA-Betriebswirtschaftslehre BA-International Business and Management BA-Wirtschaftsingenieurwesen
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** 5/225
10	**Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende **Prof. Dr. Häder;** Prof. Dr. Kronenberg, Prof. Dr. Lienhoop, Prof. Dr. Sommer, Prof. Dr. Vogt
11	**Sonstige Informationen** Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Häder, M.: Energiepolitik in Deutschland • Panos, K.: Praxisbuch Energiewirtschaft • Schiffer, H.-W.: Energiemarkt Deutschland • Ströbele, W./ Pfaffenberger, W./ Heuterkes, M.: Energiewirtschaft

Energie & Umwelt 2					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
3541	150 h	5	5. u. 6. Sem.	Zum Sommersemester	1 Sem.

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Umweltökonomik und -politik	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 **Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen**

In der Veranstaltung Umweltökonomik und -politik lernen die Studierenden die maßgeblichen Ziele, Methoden und Instrumente im Umgang mit Umweltressourcen kennen. Damit wird konkreten Forderungen einer nachhaltigen Umweltpolitik entsprochen.

3 **Inhalte**

- Einführung: Umweltleistungen und Umweltprobleme
- Ökonomische Besonderheiten von Umweltgütern
- Umweltoptimum und Bewertung von Umweltleistungen
- Instrumente zum Schutz der natürlichen Umwelt

4 **Lehrformen**

Vorlesung und Übung

5 **Teilnahmevoraussetzungen**

Die Veranstaltung Energieökonomik und -politik setzt grundlegende Kenntnisse in „Volkswirtschaftslehre 1“ und „Volkswirtschaftslehre 2“ voraus

6 **Prüfungsformen**

Hausarbeit (15 Seiten) mit Präsentation (30-45 Min. Vortragszeit)

7 **Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten**

Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 **Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre
BA-International Business and Management
BA-Wirtschaftsingenieurwesen

9 **Stellenwert der Note für die Endnote**

5/225

10 **Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende
Prof. Dr. Häder; Prof. Dr. Kronenberg, Prof. Dr. Lienhoop, Prof. Dr. Sommer, Prof. Dr. Vogt

11 **Sonstige Informationen**

Das Lösen von Aufgaben erfolgt auch im Rahmen der Präsenzlehre.
Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Endres, A.: Umweltökonomie
- Hartwig, K.-H.: Umweltökonomik, in: Apolte, T. u.a.: Vahlens Kompendium der Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik
- Sturm, B./ Vogt, C.: Umweltökonomik
- Weimann, J.: Umweltökonomik

Existenzgründung

Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
4081	150 h	5	5. u. 6. Sem.	Mind. einmal jährlich	1 Semester

1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
	Existenzgründung	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Im Mittelpunkt einer tragfähigen Geschäftsidee steht eine Problemlösung. Erst ein Produkt oder eine Dienstleistung zu entwickeln und dann dafür ein geeignetes Problem zu suchen, ist ein wenig erfolgversprechender Ansatz. Die Idee sollte also vor der Gründung bereits gut durchdacht und auf die Bedürfnisse der Kunden ausgerichtet sein. Dies gilt es auch bei der Erstellung des Businessplans zu beachten. Um eine Geschäftsidee und ein Produkt / eine Dienstleitung trennscharf, überzeugend und nachvollziehbar darstellen zu können, brauchen die Gründer Kenntnis dessen, was der Markt verlangt, welches Problem sie lösen, welcher Nutzen daraus entsteht, für wen dieser Nutzen einen Wert hat und wer daher letztlich bereit ist, für den Nutzen zu zahlen. Auf Basis dieses Verständnisses lassen sich auch Businessplanabschnitte wie Marketing oder Chancen und Risiken fundiert argumentativ darstellen und die Tragfähigkeit eines nachhaltigen Unternehmenskonzeptes begründen.

3 Inhalte

1. Diskussion: Business Administration = Entrepreneurship?
2. Was steckt eigentlich hinter einer „Geschäftsidee“ und wie finde ich eine Idee?
   - durch „Augen auf“,
   - durch gesunden Menschenverstand,
   - durch das in Frage stellen von Konventionen (siehe Faltin-Prinzip „Funktion statt Konvention“ und sein Ansatz „Gründen mit Komponenten“, die anhand der Teekampagne und weiterer Unternehmen wie eBuero, RatioDrink etc. veranschaulicht werden können),
   - durch die Adaption von Geschäftsideen aus anderen geografischen Märkten (Beispiele wie ebay) oder der Übertragung von „Offline-Geschäftsmodell“ in die Online-Welt (z.B. amazon). Diese Ansatzpunkte für Gründungen sind vor allem im IT und Medienbereich weit verbreitet.
3. Entwicklung eines eigenen Ideenpapiers der Teilnehmer (ca. 2-3 Seiten) auf Basis von Leitfragen nach den unter 1. genannten Prinzipien (d.h. noch ohne Finanzplanung)
   - Möglicherweise an dieser Stelle bereits Vorstellung & Verteidigung der eigenen Idee bzw. Diskussion in der Gruppe (s. 6. Prüfungsformen)
4. Was ist ein Businessplan?
   - Bedeutung, Adressaten & deren Informationsbedürfnis, Inhalte, Vorgehensweise bei der Erstellung, formale Anforderungen etc.
5. Weitere mögliche Themen: Unternehmertypen, Finanzierungsmöglichkeiten in der Gründungsphase etc. (dies kann aber auch „hands-on“ in Modul 2 vermittelt werden)

4 Lehrformen

Seminar, Gruppenarbeit (z.B. Analyse von Artikeln/Fachbeiträgen), Projektarbeit (Erstellung eines Ideenpapiers, s.o.), Ausschnitte aus Filmen, Dokumentationen, Hörbüchern sind möglich

5 Teilnahmevoraussetzungen

Entwicklung eines Ideenpapiers

6 Prüfungsformen

Portfolioprüfung (Elemente: Erstellen eines schriftlichen Businessplans mit Finanzteil [90 %], Online-Test [10 %] + Lernprozess-Reflektion [unbewertet]/Resümee)

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre

BA-International Business and Management

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10 Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende

Prof. Dr. Renner

11 Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Faltin, G.: Kopf schlägt Kapital. Die ganz andere Art, ein Unternehmen zu gründen. Von der Lust, ein Entrepreneur zu sein
- Fischl, B.; Wagner, Stefan: Der perfekte Businessplan
- Fueglistaller, U.; Müller, C.; Volery, T.; Entrepreneurship: Modelle - Umsetzung - Perspektiven. Mit Fallbeispielen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz

	• Grichnik, D. et.al.: Entrepreneurship: Unternehmerisches Denken, Entscheiden und Handeln in innovativen und technologieorientierten Unternehmungen • Kailer, N.; Weiß, G.; Gruber-Mücke, T.: Gründungsmanagement kompakt

Finanzmanagement 1						
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**		**Dauer**
3151	150 h	5	5. o. 6. Sem.	einmal jährlich		1 Sem.
1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**		
	Finanzielle Unternehmensführung	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende		
2	**Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen** In dieser Lehrveranstaltung werden die im Grundstudium erworbenen Vorkenntnisse der betrieblichen Finanzwirtschaft und der Wirtschaftlichkeitsrechnung führungsorientiert anhand von sieben inhaltlichen Blöcken vertieft. Teilnehmer lernen das Instrumentarium der finanziellen Unternehmensführung kennen und werden in die Lage versetzt, komplexere finanzwirtschaftliche Planungs- und Kontrollrechnungen zu erstellen sowie verfeinerte Wirtschaftlichkeitsrechnungen durchzuführen.						
3	**Inhalte** • Block 1: Finanzielle Unternehmensführung; • Block 2: Außenfinanzierung; • Block 3: Derivate; • Block 4: Jahresabschlussanalyse: • Block 5: Wirtschaftlichkeitsrechnung unter Berücksichtigung von Steuern; • Block 6: Wirtschaftlichkeitsrechnung unter Berücksichtigung von Unsicherheit; • Block 7: Unternehmensbewertung					
4	**Lehrformen** Seminaristische Lehrveranstaltung mit Schwerpunkt auf Vorlesung und Übung					
5	**Teilnahmevoraussetzungen** Inhalte der Veranstaltung „Investition und Finanzierung“					
6	**Prüfungsformen** Klausurarbeit (120 Min., schriftliche Form, in der Hochschule)					
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten** Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung					
8	**Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen) BA-Betriebswirtschaftslehre BA-International Business and Management BA-Wirtschaftsingenieurwesen					
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** 5/225					
10	**Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende **Prof. Dr. Kaiser**					
11	**Sonstige Informationen** Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Beike, R. / Barckow, A.: Risk-Management mit Finanzderivaten: Steuerung von Zins- und Währungsrisiken • Kaiser, D.: Treasury Management. Betriebswirtschaftliche Grundlagen der Finanzierung und Investition					

Finanzmanagement 2						
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**		**Dauer**
3551	150 h	5	6. Sem.	jedes Semester		1 Sem.
1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**		
	Banken und Versicherungen	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende		
2	**Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen** In dieser Lehrveranstaltung lernen die Teilnehmer (die die Finanzierungsfunktion in Finanzmanagement I bereits vertieft haben) die institutionelle Seite der Unternehmensfinanzierung kennen, indem die beiden Grundtypen von Finanzintermediären, die unsere Rechtsordnung in Form von Kreditinstituten bzw. Versicherungsunternehmen bereitstellt, anhand von drei inhaltlichen Blöcken untersucht werden. Teilnehmer erkennen die Bedeutung von Finanzintermediären für die finanzielle Unternehmensführung. Auch auf aktuelle Fragen des Wirtschaftslebens wird fortlaufend eingegangen, sodass die Teilnehmer ihr Verständnis für das wirtschaftliche Tagesgeschehen vertiefen. Die Wertentwicklung des von den Studierenden gebildeten Aktienportfolios wird fortlaufend verfolgt. Methodisch treten neben Vorlesung und Übung Elemente des Seminars; insbesondere erstellen die Teilnehmer eigenständig schriftlichen wirtschaftswissenschaftlichen Output.					
3	**Inhalte** • Block 1: Theorie der Finanzintermediation; • Block 2: Rechnungswesen und Jahresabschluss; • Block 3: Hoheitliche Beaufsichtigung					
4	**Lehrformen** Seminaristische Lehrveranstaltung					
5	**Teilnahmevoraussetzungen** Kenntnisse in Finanzmanagement 1					
6	**Prüfungsformen** Portfolioprüfung (Elemente: Hausarbeit (40%), Lösen von Aufgaben (20%), schriftlicher Test (40%) + Lernprozess-Reflektion (unbewertet)/Resümee)					
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten** Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung					
8	**Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen) BA-Betriebswirtschaftslehre BA-International Business and Management BA-Wirtschaftsingenieurwesen					
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** 5/225					
10	**Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende **Prof. Dr. Kaiser**					
11	**Sonstige Informationen** Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Peppmeier, A. / Kurz, G.: Bankbetriebslehre • Bieg, H.: Bankbilanzierung nach HGB und IFRS • Farny, D.: Versicherungsbetriebslehre • Farny, D.: Buchführung und Periodenrechnung im Versicherungsunternehmen • Fischer, R. / Boos, K.-H. / Schulte-Mattler, H. (Hrsg.): Kreditwesengesetz, Kommentar • Führer, C. / Grimmer, A., Versicherungsbetriebslehre • Führer, C. / Grimmer, A.: Einführung in die Lebensversicherungsmathematik • Hartmann-Wendels, T. / Pfingsten, A. / Weber, M.: Bankbetriebslehre • Kaiser, D.: Finanzintermediation durch Banken und Versicherungen. Die theoretischen Grundlagen der Bankassurance • Prölls, E. R.: Versicherungsaufsichtsgesetz mit europäischem Gemeinschaftsrecht und Recht der Bundesländer, Kommentar					

Geld- und Finanzpolitik					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
5021	150 h	5	5. Sem.	In der Regel im Sommersemester	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Geld- und Finanzpolitik	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Die Studierenden lernen, Probleme der Geld- und Finanzpolitik mit Hilfe von theoretischen Modellen und empirischer Arbeit zu analysieren. Sie verstehen die Funktionsweise der Finanzpolitik in einem föderalen System wie der Bundesrepublik, die Rolle der Zentralbanken in modernen Währungssystemen und die speziellen Bedingungen, die durch die Einführung des Euro entstanden sind.

Zusätzlich zur Vertiefung der inhaltlichen Kompetenzen stärken die Studierenden ihre Fähigkeit zum kritischen Denken. Durch die Analyse von Texten aus verschiedenen Quellen lernen sie, Quelltexte im Hinblick auf deren Qualität und Glaubwürdigkeit einzuschätzen. Nach Abschluss des Moduls sind sie in der Lage, konkrete Forschungsfragen präzise zu formulieren, eine eigene Meinung zu Fragen der Geld- und Finanzpolitik zu entwickeln und diese Meinung sowohl schriftlich als auch in der mündlichen Diskussion zu vertreten.

3 Inhalte

- Fallstudien aus der Wirtschaftsgeschichte: Weltwirtschaftskrise der 1930er Jahre, Hyperinflation in der Weimarer Republik, Wirtschaftswunder
- Finanzpolitik in einem föderalen System: finanzpolitische Kompetenzen von Bund, Ländern und Kommunen; Wirkungen von ausgewählten Steuern (Energiesteuer, Vermögenssteuer u.v.m.)
- Fiskalpolitik: Konjunkturprogramme, Schuldenbremse, Generationengerechtigkeit
- Geldpolitik: Geldschöpfung durch Zentralbank und Geschäftsbanken, geldpolitische Instrumente, Preisstabilität, Liquiditätsfalle
- Die europäische Währungsunion: Vorgänger, Entstehung der Währungsunion, Maastricht-Kriterien, Krise der Währungsunion seit 2010

4 Lehrformen

seminaristischer Unterricht, Projektarbeit

5 Teilnahmevoraussetzungen

Grundkenntnisse der Volkswirtschaftslehre, Fähigkeit zum wissenschaftlichen Schreiben und Präsentieren. Eine erfolgreiche Teilnahme an den Modulen VWL1, VWL2 und Wissenschaftliche Arbeitstechniken wird empfohlen.

6 Prüfungsformen

Hausarbeit (15 S.) mit Präsentation ODER Hausarbeit (15 S.) mit mündl. Prüfung (15 Min.)

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre

BA-International Business and Management

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10 Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende

Prof. Dr. Kronenberg

11 Sonstige Informationen

Zu Beginn des Semesters wird eine Liste mit ausgewählten Literaturhinweisen für die einzelnen Vortragsthemen zur Verfügung gestellt.

Gesellschaftsrecht					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
4091	150 h	5	5. u. 6. Sem.	Mind. einmal jährlich	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Gesellschaftsrecht	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2	**Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen** Basierend auf den Kenntnissen des Moduls "Wirtschaftsrecht" sollen Kompetenzen entwickelt werden, die in die Lage versetzen, sachgerechte Entscheidungen in Fragen der Rechtsformwahl für ein Unternehmen zu treffen, und entsprechende Handlungsmöglichkeiten sinnvoll einzusetzen.
3	**Inhalte** Das Modul befasst sich mit den wichtigsten privatrechtlichen Unternehmensrechtsformen GbR, OHG, KG, GmbH und Aktiengesellschaft und behandelt Fragen der Gründung, der Finanzverfassung, Der Geschäftsführung, der Vertretung, der Haftung und der Auflösung und Liquidation, ferner Fragen der Umwandlung. Thematisiert werden auch Rechtsformen von Rechtsordnungen anderer Industrienationen.
4	**Lehrformen** Seminar
5	**Teilnahmevoraussetzungen** keine
6	**Prüfungsformen** Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) ODER Referat (30 Min. Vortragszeit, Handout) ODER mündliche Prüfung (20 Min.)
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten** Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
8	**Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen) BA-Betriebswirtschaftslehre BA-International Business and Management
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** 5/225
10	**Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende **Prof. Dr. Kohl**
11	**Sonstige Informationen** Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Eisenhardt: Gesellschaftsrecht • Hueck/Windbichler: Gesellschaftsrecht • Karsten Schmidt: Gesellschaftsrecht

Informations- und Kommunikationssysteme 1					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
3161	150 h	5	5. u. 6. Sem.	einmal jährlich	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen** Informations- und Kommunikationssysteme	**Kontaktzeit** 4 SWS / 60 h	**Selbststudium** 90 h	**geplante Gruppengröße** 25 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Das Modul vermittelt einführende Kenntnisse über Konstruktion und Aufbau unternehmensweiter und -übergreifender Anwendungssysteme. Ebenso wird die Integration und Kommunikation solcher Systeme behandelt. Die Teilnehmer lernen die Programmierung und Konzepte von Internetanwendungen kennen.

3 Inhalte

Aufbau von Internetanwendungen; Webseiten-Gestaltung; Client-Programmierung; Server-Programmierung; Analyse, Design und Implementierung von Anwendungen

4 Lehrformen

Seminar mit Übung

5 Teilnahmevoraussetzungen

Das Modul setzt grundlegende Kenntnisse der Mathematik und die im Modul "Wirtschaftsinformatik" vermittelten Inhalte voraus.

6 Prüfungsformen

Klausurarbeit (120 Min., elektronisch gestützt, in der Hochschule)

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre
BA-International Business and Management
BA-Wirtschaftsinformatik

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10 Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende

Prof. Dr. Klingspor

11 Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Allweyer, T.: „BPMN 2.0, Business Process Model and Notation : Einführung in den Standard für die Geschäftsprozessmodellierung“
- Eigenes Skript
- Flanagan, D.: JavaScript
- Freund, J.: „Vom Geschäftsprozess zum Workflow: ein Leitfaden für die Praxis“
- Mahemoff, M.: Ajax Design Patterns
- Meyer, A. CSS the definitive Guide
- Müller, J.: „Workflow-based Integration: Grundlagen, Technologien, Management“
- Stobart, S. et. al.: Dynamic Web Application Development

Informations- und Kommunikationssysteme 2						
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**		**Dauer**
3561	150 h	5	6. Sem.	einmal jährlich		1 Semester
1	**Lehrveranstaltungen** Informations- und Kommunikationssysteme		**Kontaktzeit** 4 SWS / 60 h	**Selbststudium** 90 h	**geplante Gruppengröße** 25 Studierende	
2	**Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen** Das Modul vertieft Kenntnisse über Konstruktion und Aufbau unternehmensweiter und -übergreifender Anwendungssysteme. Ebenso wird die Integration und Kommunikation solcher Systeme behandelt. Die Studierenden lernen selbstständig betriebliche Aufgabenstellungen zu analysieren, Anwendungssysteme zu entwerfen und zu implementieren. Zusätzlich erlernen Sie die Grundlagen der Durchführung komplexer Projekte.					
3	**Inhalte** Analyse, Entwurf und Umsetzung von Internetanwendungen, Projektdurchführung					
4	**Lehrformen** Projektarbeit					
5	**Teilnahmevoraussetzungen** Das Modul setzt die in Informations- und Kommunikationssysteme 1 vermittelten Kenntnisse voraus.					
6	**Prüfungsformen** Hausarbeit (10 Seiten) mit mündlicher Prüfung (15min)					
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten** Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung					
8	**Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen) BA-Betriebswirtschaftslehre BA-International Business and Management BA-Wirtschaftsinformatik					
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** 5/225					
10	**Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende **Prof. Dr. Klingspor; Brockmann, Dipl.-Ing. (FH), Dipl.-Wirtsch.-Ing., B.Eng. (Hons.); Schennonek, B.Eng.**					
11	**Sonstige Informationen** Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Allweyer, T.: „BPMN 2.0, Business Process Model and Notation : Einführung in den Standard für die Geschäftsprozessmodellierung“ • Eigenes Skript • Flanagan, D.: JavaScript • Freund, J.: „Vom Geschäftsprozess zum Workflow: ein Leitfaden für die Praxis“ • Mahemoff, M.: Ajax Design Patterns • Meyer, A. CSS the definitive Guide • Müller, J.: „Workflow-based Integration: Grundlagen, Technologien, Management“ • Stobart, S. et. al.: Dynamic Web Application Development					

Innovationsmanagement 1						
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**		**Dauer**
3291	150 h	5	5. Sem.	Mind. einmal jährlich		1 Semester
1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**		
	Innovationsmanagement	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende		
2	**Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen** Die Studierenden kennen und verstehen die zentralen Prinzipien des Innovationsmanagements und können darüber hinaus ausgewählte Methoden und Instrumente des Innovationsmanagements anwenden. Neben der Betrachtung des klassischen Innovationsmanagements lernen die Studierenden insbesondere aktuelle Trends und Methoden des Innovationsmanagements kennen, wie z.B. Design Thinking, Business Model Innovation und Lean Start-up und wenden diese in Gruppenübungen an. Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, effektiv an der Entwicklung von Innovationsstrategien mitzuwirken sowie innovationsförderliche Strukturen, Prozesse und Kulturen in Unternehmensbereichen mitzugestalten. Die Studierenden sind in der Lage, ihre im Kurs erlangten Kenntnisse so einzusetzen, dass das Erkennen von Innovationsmöglichkeiten systematisch gefördert, bewertete Innovationsalternativen zielorientiert ausgewählt und effektive Mechanismen zur Umsetzung von Innovationen etabliert werden.					
4	**Lehrformen** Seminaristischer Unterricht (mit Übungen, Fallstudien und Gastvorträgen)					
3	**Inhalte** I Innovationsmanagement als Basis einer erfolgreichen strategischen Positionierung eines Unternehmens ● Grundlagen des Innovationsmanagements: Bedeutung, Arten, Merkmale, Diffusion & Adaption ● Neue Technologien: Treiber von Innovationen bzw. gesellschaftlichen und sozio-kulturellen Veränderungen ● Innovationsstrategien: Technology-Push (Kompetenzbasiert) vs. Market-Pull (Market- und Kundenbasiert) II Gestaltung eines effektiven Innovationsprozesses ● (Neue) Methoden und Ansätze der Ideengewinnung (Design Thinking, Customer Journey, Empathy-Map) ● Ablauf & Organisation des Innovationsprozesses: klassisch (Wasserfall) vs. agil/adaptiv (Lean Startup) ● Kultur: Klassische Führungskultur vs. Autarkie & Selbstmanagement ● Digitale Transformation & Change Management: etablierte Unternehmen auf dem Weg zum Start-up? III Aktuelle gesellschaftliche und technologische Innovationen & Trends und deren Anwendung in der Praxis ● Sharing Economy, Plattform- und Netzwerkökonomie ● Cyber-Physische Systeme, Internet der Dinge, Blockchain, Virtual/Augmented Reality ● Open Innovation, Crowd-Sourcing und das Management von Innovations-Partnerschaften VI Geschäftsmodellinnovationen als besondere Disziplin eines erfolgreichen Innovationsmanagements ● Beschreibung von Geschäftsmodellen (Business Model Canvas) ● Analyse vergangener Geschäftsmodellinnovation mittels Fallstudien ● Methodische Entwicklung eigener Ideen zur Innovation von Geschäftsmodellen					
5	**Teilnahmevoraussetzungen** Keine					
6	**Prüfungsformen** Klausurarbeit (90 Min., elektronisch gestützt, in der Hochschule)					
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten** Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung					
8	**Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen) ● BA-Betriebswirtschaftslehre ● BA-International Business and Management					
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** 5/225					
11	**Sonstige Informationen** Literaturempfehlungen ● **Albers, Sönke; Gassmann, Oliver:** Handbuch Technologie- und Innovationsmanagement. Wiesbaden 2015. ● **Disselkamp, Markus:** Innovationsmanagement. 2. Auflage. Wiesbaden 2012. ● **Hauschildt, Jürgen et al.**: Innovationsmanagement. 6. Auflage. 2016.					

	• **Kägi, Martin:** Innovationsmanagement: Orientierung im Gebirge der modernen Methoden. buch & netz 2017. • **Dietmar Vahs; Alexander Brem**: Innovationsmanagement **-** Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung. 5. Auflage. Stuttgart 2015. Weitere aktuelle Literatur wird vom Dozenten während der Veranstaltung bekanntgegeben.
10	**Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende **Prof. Dr. Rolf Tappe**
11	**Sonstige Informationen** **---**

Innovationsmanagement 2					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
3691	150 h	5	6. Sem.	Mind. einmal jährlich	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Innovationsmanagement 2	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 **Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen**

Aufbauend auf der Veranstaltung „Innovationsmanagement 1“ wenden die Studierenden in kleinen Gruppen (ca. 3-5 Personen) ihr erlangtes Wissen bzw. ihre Kompetenzen in einem konkreten Praxisprojekt an. Hierzu wählen sie in Abstimmung mit dem beteiligten Unternehmen einen Bereich bzw. Thema aus, für welches es eine Innovation bzw. Innovationsansätze zu entwickeln gilt. Anschließend entwickeln die Studierenden mit Hilfe der im Vertiefungsmodul A erlernten Methoden und Prozesse konkrete Innovationsansätze, die im weiteren Verlauf des Kurses validiert und weiterentwickelt werden. Als Projektergebnis soll eine relevante, validierte und wirtschaftlich belastbare Innovationsidee und ein korrespondierender Implementierungsplan entwickelt werden.

Die Studierenden haben entsprechend relevante Methoden und Instrumente des Innovationsmanagements erfolgreich angewendet. Dabei haben sie typische Unwägbarkeiten und Hindernisse eines Innovationsprozesses kennengerlernt und erfolgreiche Strategien und Maßnahmen zur erfolgreichen Bewältigung derselben entwickelt und umgesetzt.

4 **Lehrformen**

Projektarbeit

3 **Inhalte**

- Entwicklung und Validierung von konkreten Innovationsideen (ggf. inkl. eines Prototypen)
- Steuerung und Management des Innovationsprozesses mittels innovativer und agiler Methoden
- Entwicklung eines Markteinführungskonzeptes und Erstellung eines Business Plans
- Präsentation der Innovationsidee vor den relevanten Entscheidungsträgern des Auftragsgebers

5 **Teilnahmevoraussetzungen**

Kenntnisse des Moduls „Innovationsmanagement 1“

6 **Prüfungsformen**

Portfolioprüfung (Elemente: Hausarbeit (10 Seiten) mit Präsentation (80%), + Lernprozess-Reflektion (20 %)/Resümee)

7 **Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten**

Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 **Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen)

- BA-Betriebswirtschaftslehre
- BA-International Business and Management

9 **Stellenwert der Note für die Endnote**

5/225

11 **Sonstige Informationen**

Literaturempfehlungen

- **Albers, Sönke; Gassmann, Oliver:** Handbuch Technologie- und Innovationsmanagement. Wiesbaden 2015.
- **Disselkamp, Markus:** Innovationsmanagement. 2. Auflage. Wiesbaden 2012.
- **Hauschildt, Jürgen et al.**: Innovationsmanagement. 6. Auflage. 2016.
- **Kägi, Martin:** Innovationsmanagement: Orientierung im Gebirge der modernen Methoden. buch & netz 2017.
- **Dietmar Vahs; Alexander Brem**: Innovationsmanagement **-** Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung. 5. Auflage. Stuttgart 2015.

Weitere aktuelle Literatur wird vom Dozenten während der Veranstaltung bekanntgegeben.

10 **Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende

Prof. Dr. Rolf Tappe

11 **Sonstige Informationen**

Innovationspolitik

Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
5031	150 h	5	5. oder 6. Semester	ein- bis zweimal jährlich	1 Semester

1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
	Innovationspolitik (kann sowohl auf Deutsch als auch auf Englisch angeboten werden)	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Die allgemeinen Kenntnisse aus den beiden grundlegenden Modulen der Volkswirtschaftslehre werden themenspezifisch für den Bereich „Innovationspolitik" vertieft. Die Studierenden lernen einerseits ökonomisch relevante Besonderheiten von Innovationen und Innovationsprozessen (bspw. Sicherung von Eigentumsrechten, Unsicherheit und Zeitbedarf, Ablehnung von Innovationen und die grundlegende Problematik von Informationsasymmetrien bei Interessenkollision) kennen. Andererseits werden sie mit den Herausforderungen, die eine innovationsanreizverträgliche und -fördernde Politik mit sich bringt, vertraut gemacht. Aufbauend auf einer innovationsbezogenen theoretischen Erweiterung der Mikro- und Makroökonomie werden die im Modul „Makroökonomie und Wirtschaftspolitik" vermittelten wirtschaftspolitischen Grundlagen anhand aktueller Themen vertieft. Die Studierenden werden so einerseits in die Lage versetzt, die grundsätzliche Notwendigkeit innovationspolitischer Maßnahmen zu erkennen. Andererseits wird ihnen aber auch deutlich, dass verschiedene Wege zur Förderung und Unterstützung und Anreizsetzung von Innovationen und Innovationsprozessen möglich sind, mit denen sich aber sehr unterschiedliche Folgen für den Innovationserfolg von Unternehmen und Volkswirtschaften verbinden. Insbesondere sollen Innovationen auch unter dem Aspekt der nachhaltigen Unternehmens- und Umweltentwicklung im globalen Wettbewerbsstreben um Standards aufgegriffen werden. So können innovationspolitische Steuerungsmaßnahmen im Vertiefungsmodul im Hinblick auf ihre nachhaltige Wirkung auch anhand von Beispielen zugänglich gemacht und unter Anwendung geeigneter Literaturquellen einer kritischen Bewertung unterzogen werden.

3 Inhalte

Regelmäßig: Innovationspolitische Grundlagen

- Innovationsprozess und Innovationsprozessmanagement
- institutionelle Rahmenbedingungen und angrenzende Politikbereiche
- Ökonomische Besonderheiten von Forschung und Entwicklung in neueren Forschungsbereichen
- Staatliche Innovationsförderung versus Anreizkompatibilität
- Nachhaltige Wettbewerbsstrategien für innovationspolitische Zielsetzungen
- Patentschutz, Patentmanagement und Corporate Governance
- Position Deutschlands im internationalen Wettbewerb
- Räumliche Innovationsunterschiede

Wechselnde Vertiefung und Konkretisierung anhand ausgewählter Themengebiete.
Im Sommersemester 2021 waren dies u.a.

- Anreizsetzungen und Anreizverträglichkeit für die Innovationspolitik
- Technische Innovationen, Diffusionsprozesse und Plagiate
- Netzprodukte und soziale Innovationen
- Der Wissenstransfer zwischen Wissenschaft und Wirtschaft
- Innovationskooperationen von Unternehmen
- Innovationswiderstände in Unternehmen und in der Gesellschaft
- Nanotechnologie-, HDTV-, LTE-, 4K- Technologie-Standards als Beispiele für das Zusammenwirken technischer und sozialer Innovationen
- Elektroflottenmobilität und Ladeinfrastruktur
- Softwareplattformen als Industrie-Digital-Standard technischer und sozialer Innovationen
- Finanzielle Innovationen
- Weltraumforschung : Weltraumtourismus, Entsorgungssysteme von Satelliten, Asteroidenabwehrsysteme und ihre Nutzung zur Rohstoffgewinnung im Weltraum.

4 Lehrformen

Seminaristischer Unterricht mit Vorträgen der Teilnehmenden

5 Teilnahmevoraussetzungen

Vorkenntnisse aus den Modulen „Mikroökonomie" sowie „Makroökonomie und Wirtschaftspolitik" sind unentbehrlich.

6 Prüfungsformen

Hausarbeit (15 S.) mit Präsentation ODER Hausarbeit (15 S.) mit mündl. Prüfung (15 Min.)

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

	Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
8	**Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen) BA-Betriebswirtschaftslehre BA-International Business and Management
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** 5/225
10	**Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende **Prof. Dr. Kronenberg**
11	**Sonstige Informationen** Als grundlegende Literatur werden regelmäßig verwendet (in der jeweils aktuellsten Aufgabe): • Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) (Hrsg.): Bundesbericht Forschung und Innovation • Gassmann, O. / Bader, M.A.: Patentmanagement. Innovationen erfolgreich nutzen und schützen • Hauschildt, J. / Salomo, S.: Innovationsmanagement • Welsch, J.: Innovationspolitik, Wiesbaden. Dazu kommen aktuelle Beiträge vorwiegend ausfolgenden Zeitschriften • Wirtschaftsdienst • Ifo Schnelldienst • Wochenbericht des DIW • ZfB, Zeitschrift für Betriebswirtschaft • DB, Der Betrieb • CP, Corporate Finance biz Als Grundlage für Hausarbeiten u.a. • Albach, H. (1989): Innovationstrategien zur ‘Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit, in ZfB 59.Jhg (1989), Heft 12, Seite 1338 - 1359 • Albach, H. (1999) [Hrsg.]: Innovation und Absatz, ZfB - Ergänzungsheft 2/1999, Wiesbaden, aus dem Inhalt: Widerstands - Marken-Erfolgs- und Glaubwürdigkeitsfaktoren von Innovationen • Eickelpasch, A.: Das industrielle Innovationspotential der Regionen: Stuttgart und München weiter vorn, in: Wochenbericht des DIW • Erber, G. / Heitzler, S.: HDTV in Deutschland: Fehlendes Innovationsmanagement führt zu Marktversagen, in: Wochenbericht des DIW • Hauff von, M (2012) Globale Wertschöpfung und Nachhaltigkeit, in: Zink, K /Fischer, K. /Hobelsberger, Chr. [Hrsg.], Nachhaltige Gestaltung internationaler Wertschöpfungsketten, Akteure und Governance-Systeme, Seite 27 42, Reihe Nachhaltige Entwicklung Band 2, Baden-Baden • Kaiser, D. (2018): Theorie der Tauschverträge, Wiesbaden • Kaiser, D. (2020) : Economic Theory in the 21st Century, Wiesbaden • Ketzler, R. / Schäfer, D.: Drohende Finanzierungsklemme bei Innovationen, in: Wochenbericht des DIW • Krelle, W. / Gabisch, G..(1972) Wachstumstheorie, in: Beckmann / Künzi [Hrsg.]: Lecture Notes in Economics and Mathematical Systems, Berlin Heidelberg New York • Koppel, O.: Patente – unverzichtbarer Schutz geistigen Eigentums, in: Wirtschaftsdienst • Kronenberg, T. (2013) Nachhaltige Stabilisierungspolitik, in: Hauff von, M../Nguyen, T [Hrsg.], Nachhaltige Wirtschaftspolitik, Seite 129 – 152, Reihe Nachhaltige Entwicklung Band 5, Baden-Baden • Nusser, M. (2008): Internationale Wettbewerbsfähigkeit forschungs- und wissensintensiver Unternehmen, in: Wirtschaftsdienst • Pavel, F. / Leitzke, M. / Costard, J.: Staatliche Innovationsförderung: In Sachen Effektivität lohnt ein zweiter Blick, in: Wochenbericht des DIW • Porter, Michael E. (neueste Auflage.) Wettbewerbsvorteile, Fft./M. / competetive advantages • Porter, Michael E. (neueste Auflage) Wettbewerbsstrategie, Fft./M. / competetive strategy • Sabel, H./ Weiser, Chr. (2008): Dynamik im Marketing, Wiesbaden • Sedlacek, T. (2013): Die Ökonomie von Gut und Böse • Sedlacek, T. (2011): Economics of Good and Evil, Oxford Dazu kommen je nach Schwerpunktwahl im Seminar aktuelle Beiträge aus Sammelwerken, Monografien, weiteren Zeitschriften und anderen Quellen. • Die Bundesregierung: Nationaler Entwicklungsplan Elektromobilität der Bundesregierung • Hauff von, M./Nguyen, T. [Hrsg.] (2013), Nachhaltige Wirtschaftspolitik, Baden-Baden

	• Luther, W.: Nanotechnologie als wirtschaftlicher Wachstumsmarkt, in: Gazsó, A. / Greßler, S. / Schimer, F. (Hrsg.): Nano. Chancen und Risiken aktueller Technologien • Renn, O: Wie aufgeschlossen sind die Deutschen gegenüber der Technik? in: Rektorat der Universität Stuttgart (Hrsg.): Themenheft Forschung Kultur und Technik • Wildemann, H. u.a.: Plagiatschutz - Handlungsspielräume der produzierenden Industrie gegen Produktpiraterie, München. • Wissenschaftsrat: Empfehlungen zur Interaktion von Wissenschaft und Wirtschaft, Oldenburg. • Gomber, P. / Pujo, G. / Wranik, A. (2011). Best-Execution - Umsetzung der regulatorischen Anforderungen im Zeitablauf, in: Corporate Finance biz ,2.Jg. (2011) Heft 01/2011, Seite 24 -37 . Die angegebenen Literaturverweise bieten eine adäquate und hinreichende Vorbereitung auf das Modul. Literarische Vertiefungen sind bei der gestellten Themenbelegung für die Anfertigung einer Hausarbeit notwendig.

Insolvenzrecht					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
4101	150 h	5	5. o. 6.Sem.	Jedes Wintersemester	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Insolvenzrecht	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Das Modul vermittelt die wesentlichen Grundkenntnisse des Insolvenzrechts. Die Studierenden werden befähigt, die juristischen Rahmenbedingungen von Insolvenzfällen zu beurteilen und die für sie praxisrelevanten juristischen Aufgabenstellungen zu analysieren und zu lösen.

3 Inhalte

- Wirtschaftliche Relevanz, Ziel und Einordnung des Insolvenzrechts
- Insolvenzfähigkeit und Insolvenzgründe
- Ablauf des Insolvenzverfahren
- Rechte und Pflichten des Insolvenzverwalters
- Rechte und Pflichten des Insolvenzschuldners
- Rechte und Pflichten der Insolvenzgläubiger
- Grundzüge des Insolvenzplanverfahren
- Arbeitsverhältnisse im Insolvenzverfahren
- Grundzüge der Verbraucherinsolvenz
- Grundzüge des internationalen Insolvenzrechts
- Grundzüge des Insolvenzstrafrechts

4 Lehrformen

Seminar

5 Teilnahmevoraussetzungen

keine

6 Prüfungsformen

Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) ODER Referat (30 Min. Vortragszeit, Handout) ODER mündliche Prüfung (20 Min.)

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Mit mindestens „ausreichend" bewertete Prüfungsleistung

8 Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre

BA-International Business and Management

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10 Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende

Prof. Dr. Renner

11 Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Bork: Einführung in das Insolvenzrecht
- Ehricke /Biehl /Damerius: Insolvenzrecht
- Runkel: Anwaltshandbuch Insolvenzrecht
- Schulz/Ulrich/Lessing: Handbuch Insolvenz

Weitere Literaturhinweise werden in der Veranstaltung gegeben.

International Economic Policy					
Kennnummer 5071	**Workload** 150 h	**Credits** 5	**Studiensemester** 5. o. 6. Sem.	**Häufigkeit des Angebots** In der Regel im Wintersemester	**Dauer** 1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	International Economic Policy	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Die Studierenden werden in die Lage versetzt, Fragen der internationalen Wirtschaftspolitik mit Hilfe der volkswirtschaftlichen Theorie (v.a. Mikro- und Makroökonomie) zu beantworten. Die Schwerpunktthemen „Globalisierung" und „europäische Integration" werden anhand von Fallstudien zu einzelnen politischen Maßnahmen und Entscheidungen bearbeitet. Neben grundsätzlichen Fragen des internationalen Handels werden aktuelle Themen (z.B. TTIP) diskutiert. Dadurch lernen die Studierenden, die Bedeutung der internationalen Verflechtungen für Wirtschaft und Gesellschaft in Deutschland und Europa einzuschätzen. Zusätzlich entwickeln sie ein besseres Verständnis für andere Kulturen, die Notwendigkeit zur internationalen Zusammenarbeit und die Rolle von internationalen Organisationen (Weltbank, IWF, EU, G8 etc.).
Um ein den Inhalten angemessenes internationales Umfeld zu schaffen, findet die Veranstaltung in englischer Sprache statt.

3 Inhalte

- Internationaler Handel
- Währungen und Wechselkurse
- Wirtschaftliche Aspekte der Globalisierung
- Wirtschaftliche Aspekte der europäischen Integration

4 Lehrformen

Seminaristischer Unterricht, Projektarbeit

5 Teilnahmevoraussetzungen

Grundlegende Kenntnisse aus den Modulen „VWL 1", „VWL 2" und Fähigkeit zum wissenschaftlichen Schreiben und Präsentieren wird empfohlen.

6 Prüfungsform

Hausarbeit (15 S.) mit Präsentation ODER Hausarbeit (15 S.) mit mündl. Prüfung (15 Min.)

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Mit mindestens „ausreichend" bewertete Prüfungsleistung

8 Verwendung des Moduls

BA-Betriebswirtschaftslehre
BA-International Business and Management

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10 Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende
Prof. Dr. Kronenberg; Prof. Dr. Sommer

11 Sonstige Informationen

Als grundlegende Literatur werden regelmäßig verwendet (in der jeweils aktuellsten Aufgabe):

- Krugman, P.R.; M. Obstfeld; M.J. Melitz (2012), International Economics: Theory & Policy, 9th global edition. Boston et al.: Pearson.
- Pelkman, J.; European Integration: Methods and Economic Analysis, 2nd edition. Harlow et al.: Pearson.

Dazu kommen themenbezogene aktuelle Beiträge aus internationalen Fachzeitschriften.

Internationales Management 1					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
3181	150 h	5	5. Sem.	einmal jährlich	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Internationales Management 1	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 **Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen**

Die Veranstaltung vermittelt Wissen in einem gesamtwirtschaftlich-globalen Kontext. Die Studierenden lernen Umfeld, Abläufe und Wirkungen des internationalen Wirtschaftsgeschehens zu begreifen, außenwirtschaftlich relevante Begriffe, Zusammenhänge und Entwicklungen zu erklären und zu interpretieren und die verschiedenen betriebswirtschaftlichen Funktionen unter dem Aspekt grenzüberschreitender Faktorströme im Rahmen einer nachhaltigen Gesamtbetrachtung zu analysieren.

3 **Inhalte**

Folgende Schwerpunkte werden behandelt*:*

- Internationalisierung der Wirtschaft
- Der außenwirtschaftliche Ordnungsrahmen
- Auswirkungen der Globalisierung
- Freihandelsabkommen / Zollunion
- Gemeinsamer Markt
- Wirtschafts- und Währungsunion
- High Speed Management
- Internationale Markteintrittsbarrieren (politisch-rechtlich, ökonomisch, verhaltensbedingt)
- Tarifäre und nicht-tarifäre Handelsbeschränkungen
- Marktauswahl und Markterschließung (Blue- und Red- Ocean-Modelle)
- Timing des Markteintritts
- Formen des Markteintritts (exportbezogen, intermediär, hierarchisch)
- Zollwirkungen
- Internationale Kundentypen

4 **Lehrformen**

Seminar - Fallstudien und Projektarbeiten

5 **Teilnahmevoraussetzungen**

keine

6 **Prüfungsformen**

Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) ODER Hausarbeit (Seitenzahl abhängig von der Gruppengröße) mit mündlicher Prüfung (max. 20 Min.)

7 **Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten**

Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 **Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre
BA-International Business and Management
BA-Wirtschaftsingenieurwesen

9 **Stellenwert der Note für die Endnote**

5/225

10 **Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende
Prof. Dr. Riegermann

11 **Sonstige Informationen**

1) Arbeitsunterlagen und spezielle Literaturempfehlungen, die zu Beginn des Semesters bekannt gegeben werden
2) allgemeine Literatur (in der jeweils aktuellsten Auflage):
   - Büter, C.: Grundlagen globaler und innergemeinschaftlicher Handelsbeziehungen
   - Dülfer, E. u.a.: Internationales Management in unterschiedlichen Kulturbereichen
   - Hollensen, S. : Essentials of Global Marketing
   - Krugman, P., u.a. Internationale Wirtschaft, Theorie und Politik der Außenwirtschaft

Internationales Management 2					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
3581	150 h	5	6. Sem.	einmal jährlich	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Internationales Management 2	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Aufbauend auf der Veranstaltung „Internationales Management 1" sollen die Studierenden in diesem Seminar befähigt werden Investitions-, Beschaffungs- und Absatzentscheidungen im internationalen Kontext zu treffen. Sie sollen vorbereitet werden

- mit Kunden und Lieferanten im Ausland zu arbeiten,
- in internationalen Unternehmen zu arbeiten,
- im Ausland zu arbeiten
- mit Chancen und Risiken im internationalen Geschäft umzugehen.

3 Inhalte

Folgende Schwerpunkte werden behandelt*:*

- Internationale Kaufmotive
- Internationale Kaufverträge
- Internationale Lieferbedingungen
- Internationale Zahlungsbedingungen
- Zollabwicklung / Zollverfahren / Zollrechtliche Bestimmungen
- Internationale Besteuerung
- Finanzierung des Auslandsengagements
- Kommerzieller, industrieller und finanzieller Countertrade
- Internationale Personalpolitik
- Haftung im internationalen Management
- Risiken im internationalen Management und Umgang mit Risiken
- Interkulturelle Absicherung des internationalen Markteintritts

4 Lehrformen

Seminar - Fallstudien und Projektarbeiten

5 Teilnahmevoraussetzungen

Inhalte von „Internationales Management 1"

6 Prüfungsformen

Hausarbeit (Seitenanzahl abhängig von der Gruppengöße) mit mündlicher Prüfung (max. 20 Min.) ODER Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule)

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Mit mindestens „ausreichend" bewertete Prüfungsleistung

8 Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)

BA-Wirtschaftswissenschaften
BA-International Business and Management
BA-Wirtschaftsingenieurwesen

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10 Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende

Prof. Dr. Riegermann

11 Sonstige Informationen

1) Arbeitsunterlagen und spezielle Literaturempfehlungen, die zu Beginn des Semesters bekannt gegeben werden
2) allgemeine Literatur (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Dülfer, Eberhard u.a.: Internationales Management in unterschiedlichen Kulturbereichen
- Hollensen, Svend: Essentials of Global Marketing
- Kutschker,Michael., Schmid, Stefan.: Internationales Management
- Meckl, Reinhard, Internationales Management
- Welge, Martin, u.a.: Internationales Management: Theorien, Funktionen, Fallstudien
- Zentes J., Swoboda B.: Fallstudien zum Internationalen Management

Jahresabschluss: Ausgewählte Fragen der nationalen und internationalen Rechnungslegung					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
4121	150 h	5	5. u. 6. Sem.	Mind. einmal jährlich	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen** Jahresabschluss: Ausgewählte Fragen der nationalen und internationalen Rechnungslegung	**Kontaktzeit** 4 SWS / 60 h	**Selbststudium** 90 h	**geplante Gruppengröße** 25 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Die Studierenden lernen aufbauend auf den Kenntnissen aus dem Fach Jahresabschluss, eigenständig ausgewählte Fragen der nationalen und internationalen Rechnungslegung zu be- und erarbeiten. Zunächst werden die ausgewählten Fragestellungen in der ganzen Gruppe fachlich aufgearbeitet. Die Lehrenden geben dabei die Rahmenbedingungen vor, die Studierenden agieren als Forscher auf ihrem Gebiet. Den Studierenden wird ein Umfeld geboten, in welchem sie aktiv und selbstbestimmt lernen und wissenschaftliche Erfahrungen sammeln können.

Anschließend erarbeiten die Studierenden in Kleingruppen ein Konzept, wie Dritten die Antwort auf die Fragestellung vor allem auf Basis digitaler Medien in angemessener Zeit vermittelt werden kann, sie wechseln somit vom Lernen zum Lehren. Die Studierenden erwerben dabei die wichtige Kompetenz, schwierige Sachverhalte einfach darzustellen und zu vermitteln, eine Kernkompetenz für eine erfolgreiche Karriere.

3 Inhalte

- Bilanzierung des Goodwill nach HGB und IFRS im Vergleich
- Der Eigenkapitalspiegel im Abschluss nach IFRS.
- Überleitung vom erwarteten zum ausgewiesenen Steueraufwand – die Königsdisziplin?
- Darstellung und Interpretation der Währungsumrechnung im Einzel- und Konzernabschluss.
- Imparitätsprinzip - Die Vorschriften des HGB und IFRS im Vergleich
- Zahlenfriedhof oder Informationsquelle? - Bilanzanalyse am Beispiel eines Konzernabschlusses
- Hedge Accounting - Die Abbildung von Sicherungsbeziehungen im Abschluss nach HGB und IFRS.
- Bilanzierung von Sachanlagen im internationalen Kontext.
- Finanzinstrumente im Abschluss nach HGB und IFRS.

4 Lehrformen

Seminaristischer Unterricht und Gruppenarbeit

5 Teilnahmevoraussetzungen

Solide Kenntnisse in Buchhaltung(stechnik) und Jahresabschluss sind unerlässlich. Zudem sind grundlegende Kenntnisse in den Bereichen Controlling, Kostenrechnung und betrieblicher Steuerlehre erforderlich.

6 Prüfungsformen

Portfolioprüfung (Elemente: Fallstudienbearbeitung [40 %], Referat [40 %] + Lernprozess-Reflektion [20 %]/Resümee)

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre

BA-International Business and Management

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10 Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende

Prof. Dr. Hendler; Prof. Dr. Theile

11 Sonstige Informationen

Die erstellten digitalen Lehrmedien mit entsprechender Qualität können künftig in einer digitalen Bibliothek erfasst und über die Hochschule allen künftigen Studierenden zur Verfügung gestellt werden.

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Baetge/Kirsch/Thiele, Bilanzen
- Coenenberg/Haller/Schultze, Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse
- Meyer/Theile, Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht
- Zülch/Hendler, Bilanzierung nach International Financial Reporting Standards (IFRS)

Konsumentenverhalten					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
	150 h	5	5. u. 6. Sem.	Sommersemester	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Konsumentenverhalten	4 SWS / 60 h	90 h	20 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- sich mit aktuellen Fragen des Marketings und Vertriebs auseinandersetzen und eigenständig Lösungsvorschläge zu spezifischen Problemstellungen erarbeiten
- Ansätze der Marketing- und Vertriebswissenschaft und ihre Praxisbedeutung erläutern

Fachübergreifende Kompetenzen:

- Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren, lesen und verstehen
- eine Präsentation zu einem Themengebiet mit geeigneten Präsentationsmedien visuell gestalten
- sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz)
- Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten

3 Inhalte

- Grundlage des Moduls ist das Neobehavioristische SOR-Modell (Stimulus-Organismus-Response) anhand dessen aktivierende und kognitive Prozesse von Konsumenten erklärt und nachvollzogen werden können
- Die vermittelten Inhalte schaffen ein grundlegendes Verständnis der Mechanismen relevanter Modelle und Theorien im Bereich der Konsumentenpsychologie, Marketing sowie Vertrieb
- Dieses Verständnis bildet die Basis für Marketing- und Vertriebsentscheidungen z.B. in der Kommunikationspolitik oder bei der Entwicklung von Verkaufsstrategien, um diese wirkungsvoller zu gestalten
- Erlernte Modelle und Theorien werden anhand von Praxisbeispielen, Fallstudien, Übungen und der Diskussion von Experimenten aus der Forschung in die Anwendung überführt.

4 Lehrformen

Seminaristischer Unterricht

5 Teilnahmevoraussetzungen

Grundlegende Kenntnisse in „Grundlagen Marketing“

6 Prüfungsformen

Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) ODER Hausarbeit (10 Seiten) mit Präsentation

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre

BA-International Business and Management

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10 Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende

Prof. Dr. Riegermann

11 Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Foscht, T., Swoboda, B., Schramm-Klein, H.: Käuferverhalten: Grundlagen- Perspektiven – Anwendungen, Springer Gabler.
- Kroeber-Riel, W., Gröppel-Klein, A.: Konsumentenverhalten, Vahlen.

Weitere Literaturempfehlungen werden in der Veranstaltung bekanntgegeben.

Kostenmanagement 1					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
3191	150 h	5	5. Sem.	einmal jährlich	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Kostenmanagement	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Der Studierende erlernt die wesentlichen Techniken eines modernen Kostenmanagements zur Unternehmenssteuerung. Hierzu zählt zunächst die Abkehr von der Istkostenrechnung auf Vollkostenbasis auf die zur Vereinfachung mit bereits planerischen Elementen behafteten Zuwendung zur Normalkostenrechnung. Mit dieser einführenden Betrachtung erlernt er ferner typische Abrechungselemente der sich anschließenden Plankostenrechnung kennen. Neben den allgemeinen Voraussetzungen wird dem Studierenden im Rahmen der Plankostenrechnung insbesondere der auf die Wirtschaftlichkeitskontrolle ausgerichtete Soll-Ist-Vergleich vermittelt. Er lernt die wesentlichen Möglichkeiten der produktorientierten Abweichungen kennen, um somit echte Unwirtschaftlichkeitsabweichungen beurteilen zu können. Im Mittelpunkt der Teilkostenrechnung steht die break-even-Analyse und insbesondere die Deckungsbeitragsrechnung als wichtiges Instrument der operativen Entscheidung. Dem Studierenden werden die möglichen Entscheidungsansätze bei der Ein- und Mehrproduktunternehmung, bei Engpässen, der Verfahrenswahl oder des make or buy-Problems aufgezeigt. Abschließend lernt er die wesentlichen Ausprägungen ergebnisspezifischer Ausgestaltungsmöglichkeiten der Teilkostenrechnung kennen.

Im Rahmen des vierten Themenschwerpunktes des Kostenmanagements stehen Aspekte neuerer Ansätze. Dem Studierenden werden die Grundzüge der Prozesskostenrechnung, der Zielkostenrechnung, der Produktlebenszykluskostenrechnung sowie der konstruktionsbegleitenden Kalkulation vermittelt. Er erlernt die hier anzuwendenden Techniken und weiß diese adäquat einzuordnen und einzusetzen.

3 Inhalte

1. Normalkostenrechnung
- Lernziele / Einführung
- die Sekundärkostenrechnung in der Normalkostenrechnung
- die (Haupt-)kostenstellen- und Kostenträgerrechnung in der Normalkostenrechnung

2. Plankostenrechnung
- Lernziel / Einführung
- System der Plankostenrechnung
- allgemeine Voraussetzungen
- Planung und Kontrolle der Kosten
- Plankalkulation

3. Teilkostenrechnung
- Lernziele /Einführung
- Methoden der Kostenauflösung
- break-even-Analyse im Ein- und Mehrproduktunternehmen
- die Deckungsbeitragsrechnung als Entscheidungshilfe
- Ergebnisvarianten der Deckungsbeitragsrechnung

4. Neuere Ansätze
- Prozesskostenrechnung
- Zielkostenrechnung
- Produktlebenszykluskostenrechnung
- konstruktionsbegleitende Kalkulation

4 Lehrformen

Vorlesung, Übung, seminaristische Gestaltung durch Referatseinbringung und Fallstudienbearbeitung

5 Teilnahmevoraussetzungen

Das Modul setzt grundlegende Kenntnisse in „Kostenrechnung“ voraus

6 Prüfungsformen

Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule)

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre
BA-International Business and Management
BA-Wirtschaftsingenieurwesen

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10	**Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende **Prof. Dr. Wiesmann**
11	**Sonstige Informationen** Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Brecht, U., Kostenmanagement, Wiesbaden 2005 • Coenenberg, A.G., Kostenrechnung und Kostenanalyse • Däumler, K.D./ Grabe, J., Kostenrechnung 2, Deckungsbeitragsrechnung, Kostenrechnung 3, Plankostenrechnung • Ehrlenspiel, K., Integrierte Produktentwicklung • Haberstock, L., Kostenrechnung II, bearb. von Breithecker, V. • Joos-Sachse, Tk., Controlling • Kilger, W., Flexible Plankostenrechnung und Deckungsbeitragsrechnung • Michel, R. / Torspeken, H.D. / Jandt, J., Neuere Formen der Kostenrechnung, Kostenrechnung II • Rechenfelderbäumler, M., Entwicklungsstand und Perspektiven der Prozesskostenrechnung • Remer, D., Einführen der Prozesskostenrechnung • Rüth, D., Kostenrechnung, Band I • Rüth, D., Kostenrechnung II • Schmidt, A., Kostenrechnung

Kostenmanagement 2

Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
3591	150 h	5	6. Sem.	einmal jährlich	1 Semester

1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
	Kostenmanagement	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Im zweiten Studienabschnitt werden die wesentlichen Fragestellungen des ersten Studienabschnittes als Referatsthemen wieder aufgegriffen. Der Student soll hier zeigen, dass er die fachliche Kompetenz besitzt, die vorzustellende Fragestellung auch einem breiteren Publikum zu vermitteln. Neben der fachlichen Kompetenz dient der zweite Studienabschnitt auch der Vermittlung sprachlicher (power point-Präsentation) sowie sozialer Kompetenzen (Erstellung von gruppenbezogenen Fallstudien / Übungsaufgaben).

3 Inhalte

1. Normalkostenrechnung
- Lernziele / Einführung
- die Sekundärkostenrechnung in der Normalkostenrechnung
- die (Haupt-)kostenstellen- und Kostenträgerrechnung in der Normalkostenrechnung

2. Plankostenrechnung
- Lernziel / Einführung
- System der Plankostenrechnung
- allgemeine Voraussetzungen
- Planung und Kontrolle der Kosten
- Plankalkulation

3. Teilkostenrechnung
- Lernziele /Einführung
- Methoden der Kostenauflösung
- break-even-Analyse im Ein- und Mehrproduktunternehmen
- die Deckungsbeitragsrechnung als Entscheidungshilfe
- Ergebnisvarianten der Deckungsbeitragsrechnung

4. Neuere Ansätze
- Prozesskostenrechnung
- Zielkostenrechnung
- Produktlebenszykluskostenrechnung
- konstruktionsbegleitende Kalkulation

4 Lehrformen

Vorlesung, Übung, seminaristische Gestaltung durch Referatseinbringung und Fallstudienbearbeitung

5 Teilnahmevoraussetzungen

Inhalte von „Kostenrechnung 1“

6 Prüfungsformen

Hausarbeit (15 Seiten) mit Präsentation

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre
BA-International Business and Management
BA-Wirtschaftsingenieurwesen

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10 Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende
Prof. Dr. Wiesmann

11 Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):
- Brecht, U., Kostenmanagement
- Coenenberg, A.G., Kostenrechnung und Kostenanalyse
- Däumler, K.D./ Grabe, J., Kostenrechnung 2, Deckungsbeitragsrechnung, Kostenrechnung 3, Plankostenrechnung
- Ehrlenspiel, K., Integrierte Produktentwicklung
- Haberstock, L., Kostenrechnung II, bearb. von Breithecker, V.
- Joos-Sachse, Tk., Controlling

	• Kilger, W., Flexible Plankostenrechnung und Deckungsbeitragsrechnung • Michel, R. / Torspeken, H.D. / Jandt, J., Neuere Formen der Kostenrechnung, Kostenrechnung II • Rechenfelderbäumler, M., Entwicklungsstand und Perspektiven der Prozesskostenrechnung • Remer, D., Einführen der Prozesskostenrechnung • Rüth, D., Kostenrechnung, Band • Rüth, D., Kostenrechnung II • Schmidt, A., Kostenrechnung

Lean Management und Logistikinnovationen					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
4161	150 h	5	5. Semester	Mind. einmal jährlich	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Lean Management und Logistikinnovationen	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 **Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen**

Die Studierenden kennen und verstehen die zentralen Prinzipien und Methoden des Lean Managements. Sie sind in der Lage, schlanke und effiziente organisatorische Strukturen und Prozesse zu entwickeln sowie diese auf unterschiedliche Unternehmensbereiche (z. B. Produktion, Verwaltung, Vertrieb, Logistik etc.) anzuwenden. Dies gilt als Basis für die Erarbeitung von weitergehenden Konzepten für eine zukunftsfähige Produktion und Logistik

3 **Inhalte**

I Lean Management als Basis für schlanke und effiziente Organisationen/Prozesse

- Von der Prozessoptimierung zu innovativen Prozessen
- Grundlagen des Lean Managements – KAIZEN und Verschwendung minimieren
- Prinzipien einer schlanken und effizienten Organisation
- Qualitätsmanagement als Basis für effiziente Abläufe
- Das Toyota Produktionssystem als Erfolgsbeispiel
- Transfer von Lean Management auf unterschiedliche Branchen/Unternehmensbereiche

II Lean Management Fallstudie

- Anwendung der Methodik „Wertstromdesign“ auf eine konkrete Fallstudie.
- Mehrwöchige betreute Gruppenarbeit im Rahmen der Veranstaltungstermine
- Anwendung der Lean-Methodenkompetenz auf die Fallstudie
- Entwicklung eines Masterplans für die Umsetzung inkl. Change Management

III Aktuelle Trends in Produktion und Logistik: Industrie 4.0

- Beschreibung des Übergangs zur 4. Industriellen Revolution
- Cyber-Physische Systeme und das Internet der Dinge
- Die Digitale Transformation
- Die Rolle des Menschen in Industrie 4.0
- Übertragung von Industrie 4.0 Paradigmen auf andere Unternehmensbereiche

VI Zukünftige Entwicklungen in Produktion und Logistik

- Morgenstadt/Demografischer Wandel: Versorgung der Stadt der Zukunft
- Dienstleistungsinnovationen: Digitalisierung und Hybride Produkte
- Mobilität der Zukunft: Elektromobilität und die Folgen
- Smart Services in Produktion und Logistik

4 **Lehrformen**

Seminaristischer Unterricht

5 **Teilnahmevoraussetzungen**

keine

6 **Prüfungsformen**

Hausarbeit (12 Seiten) mit Präsentation

7 **Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten**

Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 **Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre

BA-International Business and Management

9 **Stellenwert der Note für die Endnote**

5/225

10 **Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende

Prof. Dr.-Ing. Michael Toth

11 **Sonstige Informationen**

Literaturempfehlungen (aktuelle Literatur wird vom Dozenten zu Beginn der Veranstaltung bekanntgegeben)

Marketing 1: Strategisches Marketing						
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**		**Dauer**
3211	150 h	5	5. Sem.	einmal jährlich		1 Semester
1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**		
	Strategisches Marketing	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende		
2	**Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen** Ziel des Moduls ist es, Marketingkenntnisse aus dem Grundstudium zu vertiefen und in den strategischen Zusammenhang zu stellen, um damit die Studierenden zu einer marktorientierten Unternehmensführung zu befähigen. Die Studierenden begreifen das Wesen des Strategischen Marketing als übergreifende Klammer zur operativen Ebene, die im Grundstudium vermittelt wurde.					
3	**Inhalte** Techniken zur Situationsanalyse als Ausgangsbasis für die Entwicklung einer Marketingkonzeption werden vermittelt. Die Studierenden lernen die komplexen Zielbündel des Marketings im ökonomischen und vor-ökonomischen Spannungsfeld kennen. Die darauf aufbauende Systematik und die Handlungsoptionen strategischer Entscheidungen werden erarbeitet. Die Studierenden werden befähigt, strategische Methoden zur Strategieentwicklung anzuwenden (Produkt-Markt-Matrix; Scoringmodelle; Segmentierungsansätze; GAP-Analysen; Portfoliomethode etc.) Die notwendige Praxisorientierung im Modul wird durch (Gruppen)Arbeiten mit Fallbeispielen - ergänzt durch Praktikervorträge und Diskussionen - erreicht.					
4	**Lehrformen** Seminar, Übungen, Fallbeispiele					
5	**Teilnahmevoraussetzungen** Grundlegende Kenntnisse in „Grundlagen Marketing“					
6	**Prüfungsformen** Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule oder unter Fernaufsicht)					
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten** Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung					
8	**Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen) BA-Betriebswirtschaftslehre BA-International Business and Management BA-Wirtschaftsingenieurwesen					
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** 5/225					
10	**Modulbeauftragte;** hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Ritzerfeld-Zell; Prof. Dr. Schlottmann; Prof. Dr. Stark					
11	**Sonstige Informationen** Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Becker, J.: „Marketing-Konzeption“ • Bruhn, „Marketing – Grundlagen für Studium und Praxis“ • Kotler, P./Keller, K./Bliemel, F.: „Marketing-Management“ • Meffert, H.: „Internationales Marketing-Management“ • Winkelmann, P.: „Marketing und Vertrieb“					

Marketing 2: Branchenorientierung und Spezialgebiete des Marketing					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
3611	150 h	5	6. Sem.	einmal jährlich	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Branchenorientierung und Spezialgebiete des Marketing	4 SWS / 60 h	100 h	25 Studierende

2 **Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen**

Die Adaption des Marketingprinzips auf spezifische Branchen sowie Einzelfragen des Marketingmix werden von den Studierenden erarbeitet und in Form von Referaten zur Diskussion gestellt. Dadurch lernen die Studierenden u.a. die Besonderheiten des Handels-, Dienstleistungs- und Industriegütermarketing sowie das Non-Profit-Marketing kennen. Ziel ist es, die Studierenden im Sinne einer fokussierten Berufsorientierung zu befähigen, strategische und operative Marketingentscheidungen angepasst an die Besonderheiten spezifischer Branchen und an neueste Methoden zu treffen.

3 **Inhalte**

Die branchenabhängigen Besonderheiten des Marketings, dargestellt an Praxisbeispielen, bilden den inhaltlichen Schwerpunkt. Zudem werden die Grundlagen des operativen Marketings aus dem Grundstudium aufgegriffen und auf dieser Basis ausgewählte Fragen zu den Marketinginstrumenten vor allem hinsichtlich aktueller Trends und neu entwickelter Methoden diskutiert.

Einen eigenen inhaltlichen Schwerpunkt stellt die Auseinandersetzung mit Vertriebsprozessen dar. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, strategische wie auch operative Entscheidungen im Rahmen des Vertriebsmanagements und des Multi Channel Marketing treffen zu können.

4 **Lehrformen**

Referate, Diskussionsrunden, Gastvorträge

5 **Teilnahmevoraussetzungen**

Inhalte von „Marketing 1“

6 **Prüfungsformen**

Portfolioprüfung (Elemente: Erarbeitung eines empirischen Cases einschließlich Präsentation (30%), schriftlicher Test 60 Min. (70%), Lernprozessreflektion (unbewertet))

7 **Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten**

Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 **Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre
BA-International Business and Management
BA-Wirtschaftsingenieurwesen

9 **Stellenwert der Note für die Endnote**

5/225

10 **Modulbeauftragte;** hauptamtlich Lehrende

Prof. Dr. Ritzerfeld-Zell; Prof. Dr. Schlottmann; Prof. Dr. Stark

11 **Sonstige Informationen**

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Wechselnd, je nach Auswahl der Referatsthemen

Marktforschung					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
4171	150 h	5	5. o. 6. Sem.	Wintersemester	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Marktforschung	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2	**Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen** Marktforschung als Ausgangsbasis für die marktorientierte Führung eines Unternehmens wird systematisch erarbeitet. Von der Entwicklung einer Marktforschungskonzeption, über die Stichprobenfestlegung, Methodenauswahl bis zur Berichtlegung und Ergebnispräsentation einer Marktstudie lernen die Studierenden alle Schritte im Vorgehen von Marktforschungsprojekten kennen. Die Studierenden werden befähigt, Methoden der Primär- und Sekundärforschung erfolgreich einzusetzen, um die notwendigen Kenntnisse über Markt und Trends für ein Unternehmen zu erkennen und somit die Basis für eine nachhaltige Unternehmenssicherung zu legen.
3	**Inhalte** Vom Kennenlernen der Marktforschungsinstitute über Vorstellung und Erläuterung der gängigen Methoden (Befragung, Beobachtung, Experiment) werden aktuelle Forschungsansätze der Ad hoc – Forschung, der Testmarktforschung oder des Social Media Monitoring besprochen. Notwendige statistische Grundlagen (bspw. Repräsentativität, Stichprobenverfahren, Prognosemethoden) sind ebenso Inhalte wie Beispielstudien aus der (internationalen) Marktforschungspraxis.
4	**Lehrformen** Seminar, Übungen, Fallbeispiele
5	**Teilnahmevoraussetzungen** Grundlegende Kenntnisse in „Grundlagen Marketing“
6	**Prüfungsformen** Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) ODER Hausarbeit (10 Seiten) mit Präsentation
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten** Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
8	**Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen) BA-Betriebswirtschaftslehre BA-International Business and Management
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** 5/225
10	**Modulbeauftragte;** hauptamtlich Lehrende **Prof. Dr. Stark**
11	**Sonstige Informationen** Literaturempfehlung (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Berekoven /Eckert /Ellenrieder: Marktforschung – methodische Grundlagen und praktische Anwendung • Lutz, B.: Effiziente Marktforschung auf internationalen Märkten

Methoden in der Erwachsenenbildung					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
4181	150 h	5	5. o. 6. Sem.	Mind. einmal jährlich	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Methoden in der Erwachsenenbildung	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2	**Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen** • Die Vermittlung aktueller Ausbildungsmethoden (u.a. Unterweisungsmethoden, 4-Stufen-Methode, Juniorenfirma…). • Einsatz gezielter Methoden zur Gestaltung der kaufmännischen, technischen und gewerblichen Ausbildung unter Berücksichtigung des BBiG. • Vermittlung von Kreativitätstechniken, strategischen und technischen Methoden.
3	**Inhalte** • Unterweisungsmethoden in Anlehnung der IHK (BBiG, • Berufsbild, Ausbildungsrahmenplan…) • 6-3-5 Methode, Szenariotechnik, Methoden im Bereich Ideenmanagement… • Open-Space • Six Sigma, Problemlösetechnik nach Kepner-Tregoe, FME… • Entscheidungsanalyse • Methoden im Bereich I-Learning
4	**Lehrformen** Seminaristische Veranstaltung
5	**Teilnahmevoraussetzungen** Grundlegende BWL-Kenntnisse
6	**Prüfungsformen** Hausarbeit (10 Seiten) mit mdl. Prüfung (30 Min.)
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten** Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
8	**Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen) BA-Betriebswirtschaftslehre BA-International Business and Management BA-Wirtschaftsingenieurwesen
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** 5/225
10	**Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende **Prof. Dr. Geiger**
11	**Sonstige Informationen** Literatur (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Berufsbildungsgesetz • Handreichungen der IHK Bochum • Jung, Hans: Personalwirtschaft

Mitarbeiterführung					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
3011	150 h	5	5. Sem.	einmal jährlich	1 Sem.

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Mitarbeiterführung	4 SWS / 60 h	90 h	60 Studierende

2 **Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen**

Nach Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über grundlegende Kenntnisse des Verhaltens von Menschen in Organisationen. Die Teilnehmer sind mit der Rolle der Führungskraft vertraut. Sie sind in der Lage, das erworbene Wissen zur Mitarbeiterführung und zum Verhalten in Organisationen auf konkrete Praxissituationen anzuwenden. Dies schließt Elemente des eigenen Verhaltens (Wahrnehmung, Arbeitszufriedenheit, Motivation etc.) als auch das Agieren in Gruppen (Führung, Gesprächsführung, Moderation, Konfliktmanagement etc.) ein. Ebenso wurden unternehmensethische Grundlagen vermittelt und die ethische Reflexion des Verhaltens gefördert.

3 **Inhalte**

- Organisationspsychologische Grundlagen (z.B. Wahrnehmung, Arbeitszufriedenheit, Teamarbeit)
- Führungstheorien
- Führungsinstrumente (z.B. Mitarbeitergespräch, Zielvereinbarung, Balanced Scorecard)
- Motivationstheorien
- Kommunikation
- Konflikt & Verhandlung
- Kultur, Ethik, Compliance

4 **Lehrformen**

Vorlesung, Übung, Moodle

5 **Teilnahmevoraussetzungen**

Keine

6 **Prüfungsformen**

Portfolioprüfung (Online-Tests [20-50%], Fallstudienbearbeitung [20-50%], Simulationsprotokoll [20-50%] + Lernprozess-Reflektion [unbewertet)/Resümee])

7 **Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten**

Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 **Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre

9 **Stellenwert der Note für die Endnote**

5/225

10 **Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende

Prof. Dr. Roland Böttcher, Prof. Dr. Astrid Gieselmann, Prof. Dr. Heinz Siebenbrock

11 **Sonstige Informationen**

Literaturempfehlungen (jeweils neueste Auflage):

- Böttcher, R. /Fechtner, H. (2024): Mitarbeiterführung
- Nerdinger, F. W., Blickle, G., Schaper, N.: Arbeits- und Organisationspsychologie
- Plate, M.: Grundlagen der Kommunikation, Gespräche effektiv gestalten
- Robbins, S.P.: Organizational Behavior
- Weibler, J.: Personalführung
- Wunderer, R.: Führung und Zusammenarbeit: Eine unternehmerische Führungslehre

Mittelstandspolitik

Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
5041	150 h	5	5. u. 6. Sem.	einmal jährlich	1 Semester

1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
	Mittelstandspolitik	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Die allgemeinen Kenntnisse aus den beiden grundlegenden volkswirtschaftlichen Modulen werden themenspezifisch für den Bereich „Mittelstandspolitik" vertieft. Die Studierenden lernen einerseits ökonomisch relevante Besonderheiten des Mittelstands kennen. Andererseits werden sie mit den Herausforderungen, die eine mittelstandsorientierte Politik mit sich bringt, vertraut gemacht. Aufbauend auf der Mikro- und Makroökonomie werden die im Modul „Makroökonomie und Wirtschaftspolitik" vermittelten wirtschaftspolitischen Grundlagen anhand aktueller mittelstandsbezogener Themen vertieft. Die Studierenden werden so einerseits in die Lage versetzt, die Bedeutung des Mittelstands für die deutsche Volkswirtschaft zu erkennen. Andererseits wird ihnen aber auch deutlich, dass verschiedene Wege zur Förderung und Unterstützung mittelständischer Unternehmen möglich sind, mit denen sich aber sehr unterschiedliche Folgen für deren wirtschaftlichen Erfolg verbinden und nicht immer eine nachhaltige Unternehmensentwicklung gewährleistet ist.

3 Inhalte

Grundlegend:

- Empirische Daten zur Bedeutung des Mittelstandes
- Ansätze zur theoretischen Erklärung der Größe von Unternehmen (insb. Transaktionskostentheorie)

Ordnungspolitische Themen der Mittelstandspolitik:

- Hier werden aktuelle ordnungspolitische Themen, die für den Mittelstand von besonderer Relevanz sind, thematisiert, wie z.B. Föderalismusreform, Reform des Sozialversicherungsystems, Bürokratieabbau, Arbeitsmarktpolitik, Wettbewerbspolitik, Steuerpolitik, Lobbying.

Spezielle Themen der Mittelstandspolitik:

- Hier werden spezifisch mittelstandsrelevante Themen erörtert, wie z.B. Mittelstandsfinanzierung, Existenzgründung, wirtschaftliche Betätigung der öffentlichen Hand, öffentliches Vergabewesen, Unternehmensnachfolge.

4 Lehrformen

Seminaristischer Unterricht mit Übungen

5 Teilnahmevoraussetzungen

Vorkenntnisse aus den Modulen Volkswirtschaftslehre 1 und 2 sind unentbehrlich.

6 Prüfungsformen

Hausarbeit (15 S.) mit Präsentation ODER Hausarbeit (15 S.) mit mündl. Prüfung (15 Min.)

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Mit mindestens „ausreichend" bewertete Prüfungsleistung

8 Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre

BA-International Business and Management

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10 Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende

Prof. Dr. Häder

11 Sonstige Informationen

Als grundlegende Literatur werden regelmäßig verwendet (in der jeweils aktuellsten Aufgabe):

- Berg, H. / Cassel, D./ Hartwig K.-H.: Theorie der Wirtschaftspolitik, in: Vahlens Kompendium der Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik
- Röhl, K.-H.: Mittelstandspolitik: eine wirtschaftspolitische Agenda zur Stärkung mittelständischer Unternehmen, Köln.
- Williamson, O. E.: Die ökonomischen Institutionen des Kapitalismus, Berlin.

Dazu kommen je nach Schwerpunktwahl aktuelle Beiträge vorwiegend aus folgenden Zeitschriften

- Ifo schnelldienst
- Perspektiven der Wirtschaftspolitik
- Wirtschaftsdienst

Als Grundlage für Hausarbeiten u.a.

- Berthold, N.: Mehr Effizienz und Gerechtigkeit: Wege zur Entflechtung des Sozialstaates, in: Perspektiven der Wirtschaftspolitik
- Berthold, N. / Fricke, H.: Blockaden beseitigen und den institutionellen Wettbewerb stärken, in: Wirtschaftsdienst

	• Dietze, D. / Kranen, D.H.: Programm der Bundesregierung zum Bürokratieabbau – Erwartungen erfüllt? In: Wirtschaftsdienst • Henke, K.-D. / Richter, W. F.: Zur Zukunft des Gesundheitsfonds, in: Wirtschaftsdienst • Neumann, D. u.a.: Die Steuerreformpläne der neuen Bundesregierung und Bürgergeld, in: Wirtschaftsdienst Dazu kommen je nach Schwerpunktwahl im Seminar aktuelle Beiträge aus Sammelwerken, Monografien und weiteren Zeitschriften. Als Grundlage für Hausarbeiten u.a. • Bizer, K. u.a.: Volkswirtschaftliche Nutzen und Kosten des Handwerkskammersystems. Berlin . • Bizer, K.: Mittelstandspolitik im Wettbewerb der Bundesländer, in: Wolf Schäfer (Hrsg.): Wirtschaftspolitik im Systemwettbewerb. Schriften des Vereins für Socialpolitik Die angegebenen Literaturverweise bieten eine adäquate und hinreichende Vorbereitung auf das Modul.

Modellbildung und Simulation					
Kennnummer 4191	**Workload** 150 h	**Credits** 5	**Studiensemester** 5. u. 6. Sem.	**Häufigkeit des Angebots** Mind. einmal jährlich	**Dauer** 1 Sem.

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Modellbildung und Simulation	60 h	90 h	25 Studierende

2 **Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen**

Die Studierenden lernen die Möglichkeiten und Grenzen des Einsatzes der Modellbildung und Simulation bei Fragestellungen der Nachhaltigkeit kennen. Sie verstehen die Konzepte und Werkzeuge der Methodik System Dynamics, wozu etwa Kausal- sowie Bestands- und Flussdiagramme gehören.

Die Studierenden können die Methodik System Dynamics zur Modellierung und Simulation von dynamischen Problemstellungen der Nachhaltigkeit aus der Praxis anwenden und zur Lösungsfindung nutzen.

3 **Inhalte**

- Aufgaben und Ansatz der Modellbildung und Simulation
- Modellbildung und Simulation im Kontext der Nachhaltigkeit
- Ziele, Werkzeuge und Konzepte von System Dynamics
- Systemmodellierung mit Kausaldiagrammen
- Quantitative Modellierung und Simulation
- Einführung in die System Dynamics Software Vensim
- Erarbeitung, Modellierung und Simulation von Fallbeispielen, z.B. aus den Bereichen Nachhaltige Wertschöpfungsketten, alternative Antriebe und Verkehrskonzepte, Weltmodelle

4 **Lehrformen**

Vorlesung und Übung teilweise mit Computerunterstützung sowie Fallstudien

5 **Teilnahmevoraussetzungen**

Inhaltlich:

6 **Prüfungsformen**

Portfolioprüfung (Elemente: Lösen von Aufgaben zur Modellierung und Simulation [20%], Fallstudienbearbeitung [60%], mdl. Rücksprache [20%])

7 **Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten**

Mit mindestens „ausreichend“ bestandene Prüfungsleistung

8 **Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre
BA-International Business and Management
BA-Wirtschaftsingenieurwesen

9 **Stellenwert der Note für die Endnote**

5/225

10 **Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende**

Prof. Dr. Schröter

11 **Sonstige Informationen**

Literatur (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Sterman, J.: Business Dynamics: Systems Thinking and Modeling for a Complex World. Boston; London: Irwin/McGraw-Hill.
- Morecroft, J.: Strategic Modelling and Busines Dynamics. Chichester: Wiley
- Dörner, D.: Die Logik des Misslingens – Strategisches Denken in komplexen Situationen
- Bossel, H.: Systeme, Dynamik, Simulation – Modellbildung, Analyse und Simulation komplexer Systeme.
- Meadows, D.L.; Meadows D. & Randers, J.: Grenzen des Wachstums, das 30-Jahre-Update. Signal zum Kurswechsel.

Online Marketing					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
4201	150 h	5	5. o. 6. Sem.	einmal jährlich	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Online Marketing	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Das Internet hat unser bisheriges Marketingverständnis verändert. Mit dem Durchbruch der Digitalisierung stehen Unternehmen vor der Herausforderung eines dynamischen Wettbewerbs- und Kommunikationsumfeldes. Ziel dieser Veranstaltung ist es, die Besonderheiten des Online Marketings zu vermitteln und die Studierenden an einen sicheren Umgang mit den entsprechenden Marketinginstrumenten heranzuführen. Dabei werden den Studierenden zunächst die wachsende Bedeutung der Internet-Ökonomie sowie die Rahmenbedingungen des Online Marketings näher gebracht. Die Studierenden werden dazu befähigt, Konzeptionen des Online Marketings zu planen und anzuwenden, um den Einsatz innovativer Online Marketing Instrumente verstehen und organisieren zu können. Zudem wird die erforderliche Fähigkeit vermittelt, die Potenziale des Internets, die zum Aufbau und Erhalt von Kundenbeziehungen beitragen, zu erkennen und auszuschöpfen.

3 Inhalte

- Betriebswirtschaftliche Grundlagen des Online Marketing
- Rahmenbedingungen des Online Marketing
- Konzeptionen des Online Marketing
- Instrumente des Online Marketing (Corporate Website, Suchmaschinenmarketing, Onlinewerbung und –PR, Affiliate Marketing, Social Media Marketing, Mobile Marketing, Virales Marketing)
- Erfolgskontrolle des Online Marketing

4 Lehrformen

Seminaristische Vorlesung, gestützt auf Fallstudien- und Gruppenarbeiten sowie praxisbezogene Beispiele

5 Teilnahmevoraussetzungen

Grundlegende Kenntnisse in „Grundlagen Marketing“

6 Prüfungsformen

Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule oder unter Fernaufsicht) ODER mündliche Prüfung (30 Min.)

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 Verwendung des Moduls

BA-Betriebswirtschaftslehre
BA-International Business and Management

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10 Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende
Prof. Dr. Ritzerfeld-Zell

11 Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Bernecker, M.; Beilharz, F.: Online-Marketing: Tipps und Hilfen für die Praxis
- Kreutzer, Ralf T.: Praxisorientiertes Online Marketing
- Lammenett, E.: Praxiswissen Online-Marketing

Organisation 1					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
3221	150 h	5	5. Sem.	einmal jährlich	1 Sem.

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Organisation 1	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Der Student erlernt neben der wissenschaftlichen Einordnung der Organisationslehre diejenigen Aufgaben kennen, die an die moderne Organisationsgestaltung zu stellen ist. Im Mittelpunkt steht dabei die nachhaltige Organisationsgestaltung innerhalb des Unternehmens.

3 Inhalte

- Organisationswissenschaftliche Grundlagen: Systemtheorie, Organizational Behavior und die Hilfswissenschaften der Organisationsgestaltung
- Organisation als Managementaufgabe
- Organisationsgestaltung innerhalb des Unternehmens
- Organisationsentwicklung: Change Management und Wissensmanagement
- Fallstudien zur unternehmensinternen Organisationsarbeit
- Vertiefung eines Spezialthemas im Rahmen eines Referates

4 Lehrformen

Seminar

5 Teilnahmevoraussetzungen

keine

6 Prüfungsformen

Hausarbeit (15 Seiten) mit Präsentation oder Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) oder Klausurarbeit (90 Min., elektronisch gestützt, in der Hochschule)

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Mit mindestens „ausreichend" bewertete Prüfungsleistung

8 Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre
BA-International Business and Management
BA-Wirtschaftsingenieurwesen

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10 Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende

Prof. Dr. Siebenbrock

11 Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Bleicher, K.: Organisation
- Kieser, A. : Walgenbach, Peter, Organisation
- Schreyögg, G.: Organisation
- Schulte-Zurhausen: Organisation
- Siebenbrock, H.: Grundlagen der Organisationsgestaltung und –entwicklung
- Siebenbrock, H.: Materialien zur Veranstaltung, abrufbar: http://www.7brock.de/skript
- Vahs, D.: Organisation
- Zeitschrift Führung + Organisation (zfo)

Organisation 2					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
3621	150 h	5	6. Sem.	einmal jährlich	1 Sem.

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Organisation 2	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 **Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen**

Der Student erlernt neben der wissenschaftlichen Einordnung der Organisationslehre diejenigen Aufgaben kennen, die an die moderne Organisationsgestaltung zu stellen ist. Im Mittelpunkt steht dabei die nachhaltige Organisationsgestaltung zwischen den Unternehmen.

3 **Inhalte**

- Organisationsgestaltung zwischen Unternehmen: Basistechnologien aus der IT, Netzwerkmanagement
- Multiprojektmanagement
- Fallstudien zur unternehmensübergreifenden Organsationsarbeit
- Vertiefung Prozessmanagement im Rahmen von Gruppenarbeit

4 **Lehrformen**

Seminar

5 **Teilnahmevoraussetzungen**

keine

6 **Prüfungsformen**

Open-Book-Prüfung (120 Min.) oder Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule)
oder Klausurarbeit (90 Min., elektronisch gestützt, in der Hochschule)

7 **Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten**

Mit mindestens „ausreichend" bewertete Prüfungsleistung

8 **Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre
BA-International Business and Management
BA-Wirtschaftsingenieurwesen

9 **Stellenwert der Note für die Endnote**

5/225

10 **Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende
Prof. Dr. Siebenbrock

11 **Sonstige Informationen**

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Bleicher, K.: Organisation
- Kieser, A. : Walgenbach, Peter, Organisation
- Schreyögg, G.: Organisation
- Schulte-Zurhausen: Organisation
- Siebenbrock, H.: Grundlagen der Organisationsgestaltung und –entwicklung
- Siebenbrock, H.: Materialien zur Veranstaltung, abrufbar: http://www.7brock.de/skript
- Vahs, D.: Organisation
  Zeitschrift Führung + Organisation (zfo)

Personalmanagement 1						
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**		**Dauer**
3231	150 h	5	5. Sem.	einmal jährlich		1 Semester
1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**		
	Personalmanagement	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende		
2	**Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen** Die Studierenden können aus der Unternehmens- und Personalstrategie Handlungsfelder für das Personalmanagement ableiten. Sie sind in der Lage, zeitgemäße Instrumente des Perso-nalmanagements zu bewerten, anzuwenden und teilweise eigenständig zu konzipieren.					
3	**Inhalte** Grundlegende Bearbeitung der folgenden Themenbereiche (Auszug): • Arbeitswelt 4.0 • Vertiefung theoretischer Grundlagen des Personalmanagements • Personalplanung (Personalcontrolling) • Recruiting 4.0 • Employer-Branding, Personalmarketing • Personalentwicklung, Führungskräfteentwicklung • Anreizsysteme, Vergütung • Ethik					
4	**Lehrformen** Vorlesung, Vortrag/Präsentation, Gruppenarbeit/Exkursionen, Interaktion mit Praktika, Unternehmensfallstudien					
5	**Teilnahmevoraussetzungen** keine					
6	**Prüfungsformen** Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) mit freiwilligen Vorleistungen ODER Hausarbeit (15 Seiten) mit Präsentation (30 Min. Vortragszeit)					
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten** Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung					
8	**Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen) BA-Betriebswirtschaftslehre BA-International Business and Management BA-Wirtschaftsingenieurwesen					
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** 5/225					
10	**Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende **Prof. Dr. Geiger;** Prof. Dr. Gieselmann					
11	**Sonstige Informationen** Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage) • Berthel, J./Becker, F.G.: Personalmanagement – Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit, Schäffer Poeschel Verlag Stuttgart • Holtbrügge, D.: Personalmanagement, Springer Gabler Verlag Berlin • Jung, H.: Personalwirtschaft, Oldenbourg Wissenschaftsverlag München • Kauffeld, S. (Hrsg.): Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor, Springer Verlag Berlin • Nerdinger, F./Blickle, G./Schaper, N.: Arbeits- und Organisationspsychologie, Springer Verlag Berlin • Scherm, E./Süß, S.: Personalmanagement, Verlag Franz Vahlen München • Scholz, C./Scholz, T.: Grundzüge des Personalmanagements, Verlag Franz Vahlen München					

Personalmanagement 2					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
3631	150 h	5	6. Sem.	einmal jährlich	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Personalmanagement	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 **Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen**

Mit zunehmender Digitalisierung sind Unternehmen gefordert, ihre Strukturen und Prozesse zu überdenken. Veränderungen von Geschäftsfeldern und Kundenerwartungen erfordern schnelle Anpassungen in den Organisationen. Dies gelingt mit einem professionellen HR-Management. Agile Strukturen lösen teilweise traditionelle Aufbauorganisationen ab. Die Studierenden sind in der Lage, HR-Instrumente, -Methoden und -Konzepte im Zusammenhang agiler Organisationen eigenständig zu analysieren.

3 **Inhalte**

Neue Arbeitswelten - HR im Spannungsfeld agiler Organisationen, z.B.

- Welche tarif- und/oder betriebsverfassungsrechtlichen Fragestellungen stellen sich [Arbeitszeitmodelle, Vergütungsstrukturen/Leistungszulagen, …]?
- Welche Potenziale bieten digitale Technologien für die verschiedenen HR-Instrumente, -Methoden und -Konzepte [People Analytics, KI, Crowdworking]?
- Welche Anforderungen stellen agile Organisationen an die Kompetenzen und das Verhalten von Führungskräften und Mitarbeitenden?
- Wie verändern sich Arbeits- und Führungskultur [Flexibilisierung, Generationenunterschiede, Diversity]?
- Wie müssen sich Karrieremodelle, Führungslaufbahnen bzw. Weiterentwicklungsperspektiven für Führungskräfte und Mitarbeitende in agilen Unternehmen verändern?

4 **Lehrformen**

Vorlesung, Vortrag/Präsentation, Gruppenarbeit/Exkursionen, Interaktion mit Praktika, Unternehmensfallstudien

5 **Teilnahmevoraussetzungen**

Inhalte von „Personalmanagement 1“

6 **Prüfungsformen**

Hausarbeit (15 Seiten) mit Präsentation (30 Min. Vortragszeit)

7 **Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten**

Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 **Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre
BA-International Business and Management
BA-Wirtschaftsingenieurwesen

9 **Stellenwert der Note für die Endnote**

5/225

10 **Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende
Prof. Dr. Geiger; Prof. Dr. Gieselmann

11 **Sonstige Informationen**

Literaturempfehlung (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Berthel, J./Becker, F.G.: Personalmanagement – Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit, Schäffer Poeschel Verlag Stuttgart
- Gerdenitsch, C./Korunka, C.: Digitale Transformation der Arbeitswelt – Psychologische Erkenntnisse zur Gestaltung von aktuellen und zukünftigen Arbeitswelten, Springer Verlag Berlin
- Holtbrügge, D.: Personalmanagement, Springer Gabler Verlag Berlin
- Jung, H.: Personalwirtschaft, Oldenbourg Wissenschaftsverlag München
- Kauffeld, S. (Hrsg.): Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor, Springer Verlag Berlin
- Nerdinger, F./Blickle, G./Schaper, N.: Arbeits- und Organisationspsychologie, Springer Verlag Berlin
- Scherm, E./Süß, S.: Personalmanagement, Verlag Franz Vahlen München
- Scholz, C./Scholz, T.: Grundzüge des Personalmanagements, Verlag Franz Vahlen München
- Werther, S./Bruckner, L. (Hrsg.): Arbeit 4.0 aktiv gestalten – Die Zukunft der Arbeit zwischen Agilität, People Analytics und Digitalisierung, Springer Verlag Berlin

Prozess- und System-Analyse 1					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
	150 h	5	5. u. 6. Sem.	Mind. einmal jährlich	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Prozess- und System-Analyse	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 **Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen**

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- Prozesse analysieren, modellieren und mit Standardmethoden dokumentieren
- Anwendungs- und Geschäftsprozesse modellieren
- Prozesse analysieren und modellieren

Fachübergreifende Kompetenzen:

- Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten
- sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz)
- sich selbst reflektieren und Leistungen anderer bewerten
- ein komplexes Arbeitsergebnis vor Publikum zu präsentieren

3 **Inhalte**

- Vorgehens- und Referenzmodelle
- Anwendungs- und Geschäftsprozessmodellierung (Methodik: UML)
- Prozessanalyse und –modellierung
- Projektmanagement

4 **Lehrformen**

Projektarbeit

5 **Teilnahmevoraussetzungen**

Das Modul setzt grundlegende Kenntnisse im Modul "Wirtschaftsinformatik" vermittelten Inhalte oder grundlegende Kenntnisse der Programmierung voraus.

6 **Prüfungsform**

Hausarbeit (15 Seiten) mit Referat (20 Min. Vortragszeit)

7 **Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten**

Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 **Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre

BA-International Business and Management

9 **Stellenwert der Note für die Endnote**

5/225

10 **Modulbeauftragte/r**

Prof. Dr. Blümel

11 **Sonstige Informationen**

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Cockburn, A.: “Writing effective Use Cases”
- Larman, C.: „Applying UML and Patterns“

Prozess- und System-Analyse 2					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
	150 h	5	5. u. 6. Sem.	Mind. einmal jährlich	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Prozess- und System-Analyse	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 **Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen**

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- für Unternehmen Datenmodelle entwickeln und notieren sowie den Datenfluss im Unternehmen beschreiben
- Vor- und Nachteile unterschiedlicher Modelle erkennen und bewerten
- Faktoren, wie Daten und ihre Modellierung die Digitalisierung unterstützt bzw. beeinflusst erkennen
- technische Schnittstellen zwischen Systemen, die dem Austausch von Daten dienen, erkennen

3 **Inhalte**

- Vorgehensmodelle
- Datenmodellierung und Notationen zur Modellierung
- Schnittstellen/Datenformate
- Projektmanagement

4 **Lehrformen**

Projektarbeit

5 **Teilnahmevoraussetzungen**

keine

6 **Prüfungsform**

Hausarbeit (15 Seiten) mit Referat (20 Min. Vortragszeit)

7 **Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten**

Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 **Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre

BA-International Business and Management

9 **Stellenwert der Note für die Endnote**

5/225

10 **Modulbeauftragte/r**

Prof. Dr. Klingspor

11 **Sonstige Informationen**

Literaturempfehlungen werden in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Quantitative Methoden: Mathematische Planungsverfahren					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
4221	150 h	5	5. Sem.	einmal jährlich	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Mathematische Planungsverfahren	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Die Studierenden sollen befähigt werden, Problemstellungen aus der Unternehmensplanung in mathematische Modelle zu übertragen und ein breites Spektrum an mathematischen Methoden zur Problemlösung einzusetzen. Darüber hinaus lernen die Studierenden die Rückübertragung der mathematischen Lösung auf die wirtschaftliche Ebene sowie deren allgemeinverständliche Vermittlung.

Die Studierenden sollen mathematische Methodenkompetenz erlangen. Darüber hinaus sollen sie Management-Kompetenz erlangen, da die Fähigkeit, quantitative Analysen in der betriebswirtschaftlichen Praxis vorzunehmen, eine Schlüsselkompetenz für Berufsfelder darstellt, die an strategischer Stelle mit der Entscheidungsvorbereitung und – findung im Unternehmen zu tun haben.

3 Inhalte

- Lineare Gleichungssysteme und ihre Anwendung in der BWL und VWL
- Innerbetriebliche Leistungsverrechnung
- Input-Output-Analyse mit dem Leontief-Modell
- Lineare Optimierungsaufgaben
  - Grafische Verfahren
  - Transportprobleme
  - Produktionsprobleme
  - Bestellmengenoptimierung
- Unternehmerische Entscheidungsmodelle

4 Lehrformen

Vorlesung und selbstständige Bearbeitung von mathematischen Planungsfragestellungen am Computer mit Hilfe von Excel:

Sämtliche Inhalte werden zuerst theoretisch präsentiert. Danach wird den Studierenden eine Möglichkeit aufgezeigt, die resultierenden Problemstellungen am Computer mit Hilfe von geeigneter Software zu bearbeiten. Die Studierenden sollen danach eigenständig quantitative Fragestellungen am Computer bearbeiten, lösen und interpretieren.

5 Teilnahmevoraussetzungen

Kenntnisse der Linearen Algebra und der Analysis

6 Prüfungsformen

Klausurarbeit (90 Min., elektronisch gestützt, in der Hochschule)

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Mit mindestens „ausreichend" bewertete Prüfungsleistung

8 Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre

BA-International Business and Management

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10 Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende

Prof. Dr. Moos; Prof. Dr. Wolik

11 Sonstige Informationen

- Veranstaltungsbegleitendes Skript: Mathematische Planungsverfahren
- Allgemeine Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):
  - Sydsaeter, Knut und Hammond Peter: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler.
  - Hauke, Wolfgang und Opitz, Otto: Mathematische Unternehmensplanung, 2. Auflage, Norderstett 2003.
  - Laux, Helmut: Entscheidungstheorie, 7. Auflage, Berlin, Heidelberg, New York 2007.
  - Zweifel, Georg und Schäfer, Thomas: Mathematik als Sachbearbeitungsinstrument, Strategien zur linearen Optimierung, Aarau 1999.
  - Zweifel, Georg und Schäfer, Thomas: Mathematik als Sachbearbeitungsinstrument, Mit dem Excel-Solver zur optimalen Lösung, Aarau 1999.

Quantitative Methoden: Multivariate Methoden in der BWL und VWL					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
	150 h	5	5. und 6. Semester	einmal jährlich	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Multivariate Methoden in der BWL und VWL	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 **Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen**

Das Wissen um die Durchführung von praxisgerechten Untersuchungen und die Anwendung statistischer Methoden in der empirischen Forschung ist für jegliches wissenschaftliche Vorgehen in Studium und Beruf unerlässlich. Die Studierenden sollen eine berufsbefähigende Qualifikation in Berufsfeldern mit einem Anforderungsprofil erlangen, das quantitative Methodenkompetenz fordert, z.B. für Analysen, Prognosen und Simulationen ökonomischer Zusammenhänge, insbesondere im Umfeld der Marktforschung.

Insgesamt sollen sie die statistische Auswertung von wirtschaftlichen Sachverhalten und die multivariate statistische Analyse und Beurteilung von wirtschaftlichen Problemen sowohl quantitativ, als auch grafisch und nach den erforderlichen statistischen Argumentationsschritten beherrschen.

Da statistische Fragestellungen in der beruflichen Praxis meist mit Software bearbeitet werden, ist die aktive Beherrschung einer in der Industrie als auch Hochschullandschaft weit verbreiteten Software eine geeignete Vertiefungsmöglichkeit für die gelernten theoretischen Kenntnisse. Hier sind die Einsätze von R oder SPSS denkbar.

Zusammengefasst soll der Studierende folgende Kenntnisse und Fertigkeiten erwerben:

- Planung einer empirischen Untersuchung
- Durchführung einer empirischen Untersuchung
  - Statistische Auswertung der Ergebnisse
  - Interpretation der Ergebnisse im Hinblick auf die Forschungsfrage
- Schriftliche Abfassung der Ergebnisse
- Mündliche Präsentation und Diskussion der Ergebnisse

3 **Inhalte**

Das Modul umfasst eine Auswahl aus den folgenden vier Lehreinheiten. Die Studierenden können ihre Wünsche und Ideen bei der schwerpunktmäßigen Ausgestaltung der behandelten Themen einbringen.

1. Grundlagen:
   - Wiederholung einiger Grundlagen der deskriptiven und induktiven Statistik
   - Einführung in eine Statistiksoftware
   - Einführung in die Fragebogenerstellung
2. Kontingenz- und Korrelationsanalyse:
   - Korrelationshypothesen
   - Vergleich von zwei Stichproben
3. Erweiterte Regressionsansätze:
   - Einfaktorielle Varianzanalyse
   - Logistische Regression
   - Quantilsregression
4. Multivariate Methoden der Datenreduktion:
   - Distanz- und Ähnlichkeitsmaße
   - Clusteranalyse
   - Faktoranalyse

4 **Lehrformen**

Seminaristischer Unterricht

5 **Teilnahmevoraussetzungen**

Kenntnisse der deskriptiven und induktiven Statistik, wie sie beispielsweise in der Vorlesung „Wirtschaftsstatistik“ oder „Statistik für Wirtschaftsinformatiker“ vermittelt werden.

Vorkenntnisse einer Statistiksoftware sind nicht erforderlich.

6 **Prüfungsformen**

Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) ODER Hausarbeit (15 Seiten) mit Präsentation

7 **Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten**

Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 **Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre

BA-International Business and Management

	BA-Wirtschaftsingenieurwesen
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** 5/225
10	**Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende **Prof. Dr. Skill**, Dr. Grote
11	**Sonstige Informationen** • Veranstaltungsbegleitendes Skript mit Übungsaufgaben wird zur Verfügung gestellt • Allgemeine Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): – Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W., Weiber, R..: Multivariate Analysemethoden. Springer. 2016. – Chatterjee, S., Simonov, J..: Handbook of Regression Analysis. Wiley. 2013. – Hedderich, J., Sachs, L.: Angewandte Statistik. Methodensammlung mit R. Springer. 2016. – Galata, R., Wessler, M., Schaud, S., Augustin, R.: Empirische Wirtschaftsforschung. Hanser. 2013. – Müller, W.: Marketing Analytics - Clusteranalyse. Studienmanuskript Band 10. Wintersemester 2015. – Porst, R.: Fragebogen. Springer. 2014. Weitere Literaturempfehlungen werden in der Veranstaltung gegeben.

Quantitative Methoden: Statistische und ökonometrische Verfahren						
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**		**Dauer**
4231	150 h	5	5. Sem.	einmal jährlich		1 Semester
1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**		
	Statistische Analyse und Entscheidung	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende		
2	**Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen** Die Studierenden sollen statistische und ökonometrische Methodenkompetenz erlangen. Darüber hinaus sollen sie eine berufsbefähigende Qualifikation in Berufsfeldern mit einem Anforderungsprofil erlangen, das quantitative Methodenkompetenz fordert, z.B. für Analysen, Prognosen und Simulationen ökonomischer Zusammenhänge. Insgesamt sollen sie die statistische Auswertung von wirtschaftlichen Sachverhalten und die statistische Analyse und Beurteilung von wirtschaftlichen Problemen sowohl quantitativ, als auch grafisch und nach den erforderlichen statistischen Argumentationsschritten beherrschen.						
3	**Inhalte** • Univariate und multiple Regression • Lineares Regressionsmodell mit Normalverteilung • Nichtlineare Regressionsmodelle • Hypothesentests mit der Student-t-Verteilung • Konfidenzintervalle für Prognosen • Tests mit der Chi-Quadrat- und F-Verteilung • Stochastische Prozesse und Zeitreihenmodelle • Anwendungsbeispiele von multiplen Regressionsmodellen und Zeitreihenmodellen in der BWL und VWL						
4	**Lehrformen** Vorlesung und Bearbeitung von statistischen Analysen am Computer mit Excel und ggfls. anderen statistischen Softwarepaketen. Sämtliche Inhalte werden zuerst theoretisch präsentiert. Danach wird den Studierenden eine Möglichkeit aufgezeigt, die resultierenden Problemstellungen am Computer zu bearbeiten. Die Studierenden sollen eigenständig statistische Fragestellungen am Computer bearbeiten und lösen.						
5	**Teilnahmevoraussetzungen** Kenntnisse der Wirtschaftsstatistik						
6	**Prüfungsformen** Klausurarbeit (90 Min., elektronisch gestützt, in der Hochschule)						
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten** Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung						
8	**Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen) BA-Betriebswirtschaftslehre BA-International Business and Management						
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** 5/225						
10	**Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende **Prof. Dr. Moos**; Prof. Dr. Wolik						
11	**Sonstige Informationen** • Veranstaltungsbegleitendes Skript mit Übungsaufgaben • Allgemeine Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): – Brase, Charles Henry, Pellillo Brase, Corrinne: Statistics, Conepts and Methods, 10th Edition, Boston 2012. – Fahrmeir, Ludwig, Künstler, Rita, Pigeot, Iris und Tutz, Gerhard: Statistik, 6. Auflage, Berlin, Heidelberg, New York 2007. – Gujarati, Damodar N.: Basic Econometrics, 4. Edition, Boston 2003. – Schira, Josef: Statistische Methoden der VWL und BWL, Theorie und Praxis, 2. Auflage, München 2005.						

Rechnungslegung 1

Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
3241	150 h	5	5. Sem.	einmal jährlich	1 Sem.

1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
	Rechnungslegung 1	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Im Modul „Rechnungslegung 1" werden Kenntnisse über die internationale Rechnungslegung (International Financial Reporting Standards (IFRS)) auf Ebene des Einzelabschlusses vermittelt und die wesentlichen Unterschiede zur Rechnungslegung nach HGB herausgearbeitet. Zur internationalen Rechnungslegung sind kapitalmarktorientierte Mutterunternehmen unmittelbar auf Grund rechtlicher Vorschriften verpflichtet. Zahlreiche andere Unternehmen wenden IFRS auf Grund von Anforderungen von Kunden und/oder Kapitalgebern an (faktischer Zwang). In diesem Modul werden die Ziele der Rechnungslegung unter Principal-Agent-Gesichtspunkten herausgearbeitet und der institutionelle Rahmen der Rechnungslegung inkl. seiner Akteure vorgestellt. Die Studierenden lernen anschließend, besondere Problembereiche der internationalen Rechnungslegung zu erkennen und zu bearbeiten. Dabei werden auch die bilanzpolitischen Gestaltungsspielräume der internationalen Rechnungslegung dargestellt.

3 Inhalte

Internationale Rechnungslegung

1. Grundlagen der Bilanzierung nach IFRS
2. Elemente eines IFRS-Abschlusses
3. Bilanzierungsfelder im Detail
   - Immaterielle Vermögenswerte
   - Sachanlagen
   - Investment Properties
   - Leasing
   - Impairment
   - Vorräte
   - Finanzinstrumente
   - Rückstellungen
   - Umsatzrealisierung
   - Zuschüsse
   - Latente Steuern

4 Lehrformen

Vorlesung und Übung

5 Teilnahmevoraussetzungen

Vorkenntnisse aus den Modulen: „Jahresabschluss", „Kostenrechnung und Controlling", „Ertragsteuern", „Wirtschaftsmathematik" und „Wirtschaftsrecht"

6 Prüfungsformen

- Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule)
- Referat (30 Min. Vortragszeit, Handout)
- Portfolioprüfung (Elemente: Lösungen von Aufgaben bzw. Fallstudien [30%], Klausur [70%], Lernpro-zess-Reflektion [unbewertet])

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Mit mindestens „ausreichend" bewertete Prüfungsleistung

8 Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre
BA-International Business and Management
BA-Wirtschaftsingenieurwesen

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10 Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende
Prof. Dr. Hendler; Prof. Dr. Theile

11 Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Heuser, P.J./Theile, C. (Hrsg.): IFRS-Handbuch
- Theile, C.: Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz
- Theile, C.: Übungsbuch IFRS
- Zülch, H./ Hendler, M.: Bilanzierung nach IFRS

Rechnungslegung 2					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
3641	150 h	5	6. Sem.	einmal jährlich	1 Sem.

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Rechnungslegung 2	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 **Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen**

Der Konzernabschluss ist der Abschluss der wirtschaftlichen Einheit „Konzern". Die Studierenden lernen in diesem Modul, welche Unternehmen einen Konzernabschluss zu erstellen haben und welche Konzernabschlüsse nach HGB und welche nach den IFRS zu erstellen sind. Ausgehend von der Frage, welche Unternehmen in den Konzernabschluss einzubeziehen sind, wird erarbeitet, wie aus den Einzelabschlüssen der einzubeziehenden Unternehmen der Konzernabschluss zu erstellen ist. Entscheidend ist dabei, dass Transaktionen zwischen den in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen möglichst weit zu eliminieren. In der Veranstaltung wird sowohl auf die HGB- als auch auf die IFRS-Vorschriften zum Konzernabschluss eingegangen

3 **Inhalte**

Konzernrechnungslegung

- Grundlagen des Konzernabschlusses
- Aufstellungspflicht
- Abgrenzung des Konsolidierungskreises
- Grundsatz der Einheitlichkeit (Stichtag, Rechnungslegungsmethoden und Währung)
- Abbildung von Unternehmenszusammenschlüssen
- Kapitalkonsolidierung
- Schuldenkonsolidierung
- Zwischenergebniskonsolidierung
- Aufwands- und Ertragskonsolidierung
- Konsolidierung von Gemeinschaftsunternehmen und assoziierten Unternehmen
- Goodwill-Impairmenttest
- Sonderfragen beim Wechsel von Beteiligungsverhältnissen
- Offenlegungsvorschriften

4 **Lehrformen**

Vorlesung und Übung

5 **Teilnahmevoraussetzungen**

Inhalte von „Rechnungslegung 1"

6 **Prüfungsformen**

- Portfolioprüfung (Elemente: Fallstudienbearbeitung [40 %], Referat [40 %] + Lernprozess-Reflektion [20 %]/Resümee)
- Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule)
- Referat (30 Min. Vortragszeit, Handout)

7 **Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten**

Mit mindestens „ausreichend" bewertete Prüfungsleistung

8 **Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre
BA-International Business and Management
BA-Wirtschaftsingenieurwesen

9 **Stellenwert der Note für die Endnote**

5/225

10 **Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende
Prof. Dr. Hendler; Prof. Dr. Theile

11 **Sonstige Informationen**

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Baetge, J./Kirsch, H.-J. /Thiele, S.: Konzernbilanzen
- Busse von Colbe u.a.: Konzernabschlüsse
- Heuser, P. J./Theile, C.(Hrsg.): IFRS-Handbuch
- Hommel, M.: Konzernbilanzierung case by case : Lösungen nach HGB und IFRS
- Theile, C.: Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz
- Theile, C.: Übungsbuch IFRS

Recht der Unternehmensfinanzierung					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
4241	150 h	5	5. o. 6. Sem.	Mind. einmal jährlich	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Recht der Unternehmensfinanzierung	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 **Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen**

Die Studierenden erlernen und vertiefen die Funktionsweisen der verschiedensten Maßnahmen einer Unternehmensfinanzierung. Sie sind in der Lage, die für eine Finanzierung möglichen Maßnahmen zu erkennen und jeweilige Vor- und Nachteile gegeneinander abzuwägen. Dabei erhalten die Studierenden auch Kenntnisse über die Rahmenbedingungen der Unternehmensfinanzierung am Kapitalmarkt einschließlich der Folgepflichten (z.B. Ad-hoc-Publizität). Das für die Unternehmensfinanzierung relevante Zusammenspiel mit Finanzdienstleistern wird ebenfalls analysiert, insbesondere unter Berücksichtigung der maßgeblichen Rahmenbedingungen der Bankenaufsicht.

3 **Inhalte**

A. Außenfinanzierung
   1. Einleitung
   2. Eigenfinanzierung
      - Überblick: Rechtsformen unternehmerischer Tätigkeit
      - Eigenkapitalfinanzierung bei der AG
      - Eigenkapitalfinanzierung bei der KGaA
      - Eigenkapitalfinanzierung bei der GmbH
      - Eigenkapitalfinanzierung bei der UG (haftungsbeschränkt)
      - Eigenfinanzierung bei Personengesellschaften
   3. Fremdfinanzierung
      - Finanzierung durch Kredit eines Dritten
      - Anleihen
      - Einzelne Kreditsicherheiten (z.B. Bürgschaft, Grundpfandrechte)
      - Fremdfinanzierung durch Gesellschafter
   4. Mezzanine Finanzierung
      - Atypisch stille Beteiligung
      - Wandelanleihen / Optionsanleihen

B. Innenfinanzierung
   1. Finanzierung von Anlagevermögen (Leasing, Factoring)
   2. Rechtliche Grundlagen des Forderungsmanagements

C. Unternehmensfinanzierung am Kapitalmarkt
   1. Überblick: Finanzmarkt und Kapitalmarkt
   2. Aktienemission
      - Börsengang (IPO)
      - Emissionsgeschäft
      - Konsortium
      - Übernahmevertrag
      - Börsenzulassungsverfahren
      - Wertpapierprospekt
      - Kapitalmarktrechtliche Zulassungsfolgepflichten (z.B. Ad-hoc-Publizität)
      - Stellung der Bank
      - Börsenrückzug (Delisting)
   3. Fremdfinanzierung
      - Überblick: Finanzinstrumente
      - Anleiheemission
      - Finanzdienstleistungsaufsicht

D. Finanzdienstleister und Unternehmensfinanzierung
   1. Kreditinstitute und Finanzdienstleister
   2. Finanzdienstleistungsrechtliche Rahmenbedingungen bei einer Unternehmensfinanzierung

4 **Lehrformen**

Vorlesung / Übung / Seminar

5 **Teilnahmevoraussetzungen**

	keine
6	**Prüfungsformen** Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) ODER Referat (30 Min. Vortragszeit, Handout) ODER mündliche Prüfung (20 Min.)
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten** Mit mindestens „ausreichend" bewertete Prüfungsleistung
8	**Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen) BA-Betriebswirtschaftslehre BA-International Business and Management BA-Wirtschaftsingenieurwesen
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** 5/225
10	**Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende **Prof. Dr. jur. Renner**
11	**Sonstige Informationen** Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Eilers /Rödding /Schmalenbach (Hrsg.), Unternehmensfinanzierung • Habersack /Mülbert /Schlitt (Hrsg.), Unternehmensfinanzierung am Kapitalmarkt Weitere Literaturempfehlungen erfolgen in der Vorlesung

Sales Management 1

Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
3251	150 h	5	5. o. 6. Sem.	einmal jährlich	1 Semester

1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
	Sales Management 1	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Die Veranstaltung wird alternierend in Deutsch (a) oder Englisch (b) gehalten.

a) Das Vertriebsmanagement ist vergleichbar mit der „Pipeline" des Marketings, die notwendig ist, damit die angebotenen Produkte bzw. Leistungen die anvisierten Kunden bzw. Zielgruppen tatsächlich erreichen. Eine Kernaufgabe in diesem Zusammenhang ist die Gestaltung der Absatzwege, die heute immer stärker in Form eines Mehrkanalvertriebs (Multi Channel Marketing) implementiert wird. Zunächst wird den Studierenden das Verständnis der zugrundeliegenden Entwicklungen (das Internet als Instrument des Direktvertriebs, veränderte Konsumgewohnheiten wie hybrides Käuferverhalten oder Convenience-Orientierung, zunehmende Dynamik der Betriebsformen) vermittelt. Auf diesem Weg werden sie zu einem erfolgreichen Management des Multi Channel Marketing befähigt. Auch die Ansätze zur Steuerung des Absatzkanalsystems (Supply Chain Management, Efficient Consumer Response Management) werden ihnen vermittelt. Darüber hinaus werden sie in die operative Aufgabe der Absatzorganisation (Kundenattraktivitätsbewertung, Wahl geeigneter Verkaufspersonen und deren Steuerung etc.) eingeführt.

b) For a coordinated and successful sales and marketing approach strategic planning is essential. This encompasses three key areas: first managing company's businesses as an investment portfolio. Secondly each business is assessed by considering the market attractiveness and the company's position and fit in that market. Thirdly from this analysis a strategy is developed which takes account of both, sales and marketing.

The students will examine these strategic skills and apply them to real business situations by group work on case studies. In this context students will also integrate these skills with their knowledge of tactical marketing activities which they acquired in their basic studies.

Further practical orientation in this module is achieved by guest lectures of successful professionals and discussions.

3 Inhalte

a) Vertriebsorganisation und Vertriebsprozesse sowohl im B2C- als auch im B2B-Geschäft sind Thema. Inhalte sind u.a. die Ziele und Aufgaben der Vertriebspolitik, Key Account Management, CRM-Systeme, Efficient Consumer Response, Kundenbewertungsverfahren und das Vertriebscontrolling.

b) Strategic planning process, in particular relevance and challenges of a situation analysis
System of corporate and marketing targets
Levels and types of marketing strategies
Sales channel strategies
Cooperation models with sales partners
Strategic planning tools, e.g. product-market growth, scoring models, segmentation approaches, GAP analysis, portfolio method etc.

4 Lehrformen

a) Seminar, Übungen, Fallbeispiele

b) Seminar, Exercises, Case Studies

5 Teilnahmevoraussetzungen

Grundlegende Kenntnisse von „Grundlagen Marketing". Knowledge of „Basic Marketing"

6 Prüfungsformen

Exam (90 Min., written form at Hochschule Bochum)

There is the possibility of taking into account an improvement of the grade by 5% when holding a short presentation acc. to § 9 of BRPO. The demands to the presentation will be defined within the first 3 lecture weeks.

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Mit mindestens „ausreichend" bewertete Prüfungsleistung/Pass of the exam with at least „sufficient"

8 Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre

BA-International Business and Management

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10 Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende

Prof. Dr. Schlottmann

11 Sonstige Informationen

Literatur/Literature (in der jeweils aktuellsten Auflage):

	a) Winkelmann, P.: Vertriebskonzeption und – steuerung. Die Instrumente des integrierten Kundenmanagements (CRM) b) Kotler, P., Keller, K.L.: Marketing Management Homburg, Ch., Schäfer, H., Schneider, J.: Sales Excellence

Sales Management 2					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
3651	150 h	5	5. o. 6. Sem.	einmal jährlich	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Sales Management 2	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2	**Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen** Selected current topics in sales and marketing will be examined by the students in detail and presented to the groups for discussion. Objective is the application of the tools and skills from the courses "Basic Marketing" and "Sales Management 1" to practice.
3	**Inhalte** To achieve this objective, current marketing and sales issues will be analyzed. The content therefore depends very much on current trends in marketing and sales. A focus area is the critical comparison of different approaches to international business. Multi-Channel Management plays in increasingly important role in business, and will therefore also be part of the module. In addition to current topics, structures and marketing and sales approaches in different industries will be compared and evaluated.
4	**Lehrformen** Seminar, Exercises, Case Studies
5	**Teilnahmevoraussetzungen** Knowledge of "Basic Marketing 1"
6	**Prüfungsformen** Referat (length 30 minutes, handout)
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten** Pass of the exam with at least „sufficient"
8	**Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen) BA-Betriebswirtschaftslehre BA-International Business and Management
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** 5/225
10	**Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende **Prof. Dr. Schlottmann**
11	**Sonstige Informationen** Literatur/Literature (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Winkelmann, P.: Vertriebskonzeption und – steuerung. Die Instrumente des integrierten Kundenmanagements (CRM) • Kotler, P., Keller, K.L.: Marketing Management Homburg, Ch., Schäfer, H., Schneider, J.: Sales Excellence

SAP S/4HANA®					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
4251	150 h	5	5. Sem.	Mind. einmal jährlich	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	SAP S/4HANA	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- kennen die Studierenden die grundlgenden Komponenten von SAP S/4HANA und deren Basisfunktionen
- spezifische Kenntnisse über die dv-gestützte Arbeitsweise auf der Basis des Programmsystems SAP S/4HANA im betrieblichen Kosten- und Erlöscontrolling wiedergeben
- wesentliche CO-Funktionen, die Integration innerhalb CO sowie mit anderen Teilmodulen anwenden, typische Kostenrechnungsverfahren inkl. integrierter Planung und den Periodenabschluss abbilden, Reportingwerkzeuge für aussagefähige Analysen anwenden
- konkrete Anwendungsfälle aus der betrieblichen Praxis theoretisch und praktisch darstellen sowie Lösungsvorschläge erarbeiten

Fachübergreifende Kompetenzen:

- sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz)
- Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten

3 Inhalte

- Vorstellung des Programmsystems mit den Möglichkeiten der Anpassung an die Unternehmensbedingungen (Customizing)
- Einführung in die notwendigen Teilmodule insbesondere eines effizienten Kosten- und Erlöscontrollings
- die Vermittlung des Grundgedankens einer integrierten Planung im Zusammenspiel mit den betrieblichen Funktionsbereichen
- auf Basis konkreter Buchungsfälle im Controlling wird die Integration mit anderen Teilmodulen aufgezeigt und der grundlegende Gedanke der vorgangsbezogenen Buchung verdeutlicht

4 Lehrformen

Seminar – Übungen/ Projektarbeit

5 Teilnahmevoraussetzungen

Das Modul setzt grundlegende theoretische Kenntnisse des Rechnungswesens und des betrieblichen Controllings voraus.

6 Prüfungsformen

Klausurarbeit (120 Min., schriftliche Form, in der Hochschule)

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Mit mindestens „ausreichend" bewertete Prüfungsleistung

8 Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre

BA-International Business and Management

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10 Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende

Prof. Dr. Klönne

11 Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Brück, U.: Praxishandbuch SAP-Controlling
- Gadatsch, A.; Frick, D.: SAP® gestütztes Rechnungswesen
- Fitzner, W., Fitzner, D.: SAP S/4HANA: Der Grundkurs für Einsteiger und Anwender
- Heuser, R., et. al.: Integrierte Planung mit SAP
- Kaiser, B.-U.: Unternehmensinformation mit SAP®-EIS
- Klenger, F.: Falk-Kalms, E.: Kostenstellenrechnung mit SAP®
- Löw, I.: Finanzwesen in SAP S/4HANA
- Lebefromm, U. et al: Operatives Controlling Und Kostenrechnung
- Mehrwald, C.: SAP Business Information Warehouse 3

Sozialpolitik					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
5051	150 h	5	5. oder 6. Semester	ein- bis zweimal jährlich	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Sozialpolitik	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Die allgemeinen Kenntnisse aus den beiden grundlegenden volkswirtschaftlichen Modulen werden themenspezifisch für ausgewählte Felder der Sozialpolitik vertieft. Die Studierenden lernen einerseits ökonomische Besonderheiten einzelner Bereiche (bspw. Krankenversicherung, Rentenversicherung) kennen. Andererseits werden sie mit den Herausforderungen, die Sozialpolitik in einer Marktwirtschaft mit sich bringt, vertraut gemacht. Aufbauend auf einer theoretischen Erweiterung der Mikro- und Makroökonomie hin zu Besonderheiten der sozialen Sicherung (wie bspw. Versicherungsmärkte, Kapitaldeckung vs. Umlageverfahren) werden die im Modul „Makroökonomie und Wirtschaftspolitik" vermittelten wirtschaftspolitischen Grundlagen anhand aktueller sozialpolitischer Themen vertieft. Die Studierenden werden so einerseits in die Lage versetzt, die grundsätzliche Notwendigkeit sozialpolitischer Maßnahmen in einer Marktwirtschaft zu erkennen. Andererseits wird ihnen aber auch deutlich, dass verschiedene Wege zur Absicherung von Risiken oder zur Umverteilung möglich sind, mit denen sich aber sehr unterschiedliche Folgen für Unternehmen, Haushalte und ganze Volkswirtschaften verbinden, die nicht a priori zu einer volkswirtschaftlich nachhaltigen Entwicklung führen müssen.

3 Inhalte

Probleme der sozialen Grundsicherung, Kapitaldeckungs- und Umlageverfahren in der Alterssicherung, Finanzierungsprobleme der GRV vor dem Hintergrund demografischen Wandels, Reformoptionen in der Rentenpolitik, asymmetrische Information auf Krankenversicherungsmärkten, Finanzierungs- und Anreizprobleme in der GKV, Reformoptionen der Gesundheitspolitik

4 Lehrformen

Seminar

5 Teilnahmevoraussetzungen

Vorkenntnisse aus den Modulen Volkswirtschaftslehre 1 und 2 sind unentbehrlich.

6 Prüfungsformen

Hausarbeit (15 S.) mit Präsentation ODER Hausarbeit (15 S.) mit mündl. Prüfung (15 Min.)

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Mit mindestens „ausreichend" bewertete Prüfungsleistung

8 Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre
BA-International Business and Management

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10 Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende
Prof. Dr. Vogt;

11 Sonstige Informationen

Literaturempfehlung (in der jeweils aktuellsten Aufgabe):

- Blanchard, O. / Illing, G.: Makroökonomie, 5., aktual. u. erw. Aufl., München.
- Breyer, F.: Kapitaldeckungs- vs. Umlageverfahren, in: Perspektiven der Wirtschaftspolitik
- Breyer, F. / Buchholz, W.: Ökonomie des Sozialstaats
- Breyer, F. / Zweifel, P. / Kifmann, M.: Gesundheitsökonomik
- Graf von der Schulenburg, J.-H. / Greiner, W.: Gesundheitsökonomie, Tübingen.
- Lampert, H. / Althammer, J.: Lehrbuch der Sozialpolitik
- Sinn, H.-W. / Holzner, C. / Meister, W. / Ochel, W. / Werding, M.: Aktivierende Sozialhilfe: Das Kombilohn-Modell des ifo Instituts, ifo Schnelldienst
- Weimann, J. / Schöb, R.: Arbeit ist machbar. Die Magdeburger Alternative. Eine sanfte Therapie für Deutschland.
- Wissenschaftlicher Beirat beim Bundesministerium für Wirtschaft (BMWi): Mehr Wettbewerb im System der Gesetzlichen Krankenversicherung

Die angegebenen Literaturverweise bieten eine adäquate und hinreichende Vorbereitung auf das Modul.

Strategisches Management 1					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
3271	150 h	5	5. Sem.	Jedes Semester	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Strategisches Management 1	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 **Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen**

Ziel des Moduls ist die Vermittlung inhaltlicher und methodischer Grundlagen, die für die Formulierung von erfolgreichen Unternehmensstrategien notwendig sind. Studierende lernen verschiedene Instrumente des strategischen Managements und der strategischen Positionierung kennen, kritisch zu beurteilen und praktisch anzuwenden. Sie werden in die Lage versetzt die strategische Ausgangslage in Verbindung mit relevanten Entwicklungen der externen Umwelt aus diversen Perspektiven zu betrachten und zu reflektieren.

3 **Inhalte**

- Systematik der Strategieentwicklung
- Vision/Leitbild
- Umweltanalyse
- Unternehmensanalyse
- Typologien von Normstrategien auf der Ebene von Geschäftsbereichen
- Typologien von Normstrategien auf der Ebene der Gesamtunternehmung
- Entwicklung von Geschäftsmodellen
- Analysewerkzeuge im praktischen Einsatz
- Methoden und Tools in der Strategie-Umsetzung

4 **Lehrformen**

Seminar

5 **Teilnahmevoraussetzungen**

keine

6 **Prüfungsformen**

Portfolioprüfung (Online-Tests [20-50%], Fallstudienbearbeitung [20-50%], Vorträge [20-50%] + Lernprozess-Reflektion [unbewertet]/Resümee])

7 **Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten**

Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 **Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre

BA-International Business and Management

9 **Stellenwert der Note für die Endnote**

5/225

10 **Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende

Prof. Dr. Böttcher

11 **Sonstige Informationen**

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Lombriser, R./Abplanalp, P.A.: Strategisches Management, Versus Zürich verwendet.
- Kerth, K. et al.: Die besten Strategietools in der Praxis, Hanser
- Paul,H./Wolny, V.: Instrumente des strategischen Managements, Oldenburg München
- Reisinger, S. et al.: Strategisches Management, Pearson
- Hungerberg, H.: Strategisches Management in Unternehmen: Ziele - Prozesse - Verfahren, Springer-Gabler
- Bergmann, Rainer/ Bungert, Michael: Strategische Unternehmensführung, Springer

Strategisches Management 2					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
3671	150 h	5	6. Sem.	Jedes Semester	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Strategisches Management 2	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 **Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen**

Das Modul vermittelt den Studierenden die notwendigen Kenntnisse zur praktischen Durchführung einer strategischen Analyse unter Anwendung relevanter strategischer Konzepte und Methoden an einem definierten Fall.

3 **Inhalte**

- Erstellung und Präsentation einer Strategieanalyse
- Ziel- und Leitbildanalyse
- Entwicklung relevanter Umweltszenarien
- Kunden- und Marktanalysen
- Identifikation von Kernkompetenzen und Erfolgsfaktoren
- Strategische Positionierung
- Entwicklung von Geschäftsmodellalternativen
- Szenarioanalyse

4 **Lehrformen**

Seminar

5 **Teilnahmevoraussetzungen**

Inhalte von Strategisches Management 1

6 **Prüfungsformen**

Portfolioprüfung (Online-Tests [20-50%], Fallstudienbearbeitung [20-50%], Vorträge [20-50%] + Lernprozess-Reflektion [unbewertet]/Resümee])

7 **Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten**

Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 **Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre

BA-International Business and Management

9 **Stellenwert der Note für die Endnote**

5/225

10 **Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende

Prof. Dr. Böttcher

11 **Sonstige Informationen**

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Lombriser, R./Abplanalp, P.A.: Strategisches Management, Versus Zürich verwendet.
- Kerth, K. et al.: Die besten Strategietools in der Praxis, Hanser
- Paul,H./Wolny, V.: Instrumente des strategischen Managements, Oldenburg München
- Reisinger, S. et al.: Strategisches Management, Pearson
- Hungerberg, H.: Strategisches Management in Unternehmen: Ziele - Prozesse - Verfahren, Springer-Gabler
- Bergmann, R./ Bungert, M.: Strategische Unternehmensführung, Springer

Strategisches Unternehmensplanspiel					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
4291	150 h	5	5. o. 6. Sem.	Mind. einmal jährlich	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Strategisches Unternehmensplan-spiel	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2	**Lernergebnisse Kompetenzen** Die Studierenden erwerben vertiefte Einsichten in die Interdependenzen betriebswirtschaftlicher Entscheidungen. Insbesondere die Implikationen strategischer Entscheidungen des Aufbaus, des Erwerbs und der Kooperation mit Produktions- und Vertriebseinheiten im Rahmen einer expansiven Unternehmenspolitik. Sie denken in Systemzusammenhängen und treffen gesamtunternehmerische Entscheidungen im Team. Das Spielmodell gestattet es jedem Teilnehmer, alle typischen Merkmale unternehmerischer Funktionen, ihre Verbindung zu den Märkten und die Folgen von Entscheidungen im Hinblick auf die Ziele des Unternehmens unter Einfluss des Störverhaltens der Umwelt kennenzulernen.
3	**Inhalte** Das Unternehmensplanspiel umfasst alle Teilbereiche der BWL. Der Focus liegt auf der strategischen Unternehmensführung und konzentriert sich im Wesentlichen auf die Konsequenzen expansiver Unternehmensentscheidungen.
4	**Lehrformen** Durchführung der Planspiele „BO-FOUNDER“ und „TOPSIM-EURO“ unter kontinuierlicher Moderation. Gruppenarbeit. Seminaristischer Unterricht und Präsentationsphasen der Teams wechseln sich ab. Ergänzend gibt es Rollenspiele e.g. die Simulation einer Bilanzpressekonferenz. Exkursionen.
5	**Teilnahmevoraussetzungen** Kenntnisse aus „Unternehmensplanspiel“
6	**Prüfungsformen** mündliche Prüfung (20 Min.)
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten** Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
8	**Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen) BA-Betriebswirtschaftslehre BA-International Business and Management
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** 5/225
10	**Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende **Prof. Dr. Wolik**
11	**Sonstige Informationen** Keine besonderen Literaturhinweise.

Studium PLUS					
Kennnummer	**Workload** 150 h	**Credits** 5	**Studiensemester** 5./6. Sem.	**Häufigkeit des Angebots** Jedes Semester	**Dauer** 1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen** Wahl aus verschiedenen Lehrveranstaltungen	**Kontaktzeit** 4 SWS / 60 h	**Selbststudium** 90 h	**geplante Gruppengröße** in Abhängigkeit vom Angebot

2 **Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen**

Studierende setzten sich mit fachübergreifenden Inhalten auseinander.

3 **Inhalte:**

Aus dem Veranstaltungskatalog der BO Akademie können die Studierenden ein Seminar à 5 ECTS oder 2 Seminare à 2,5 ECTS aus den folgenden Bereichen wählen:

- Horizonte eröffnen
  - Aspekte der Nachhaltigkeit
  - Gesellschaftliche Aspekte
  - Kreativwerkstatt
- Personale Kompetenzen erweitern
  - Diversity Kompetenzen
  - Methodenkompetenzen
  - Soziale Kompetenzen
- Sprachen (Englisch ausgenommen)

Das aktuelle Kursangebot inkl. Kursbeschreibung wird auf der Homepage der BO Akademie veröffentlicht.

4 **Lehrformen**

Siehe jeweilige Kursbeschreibung aus dem ausgewählten Angebot der BO Akademie

5 **Teilnahmevoraussetzungen**

Siehe jeweilige Kursbeschreibung aus dem ausgewählten Angebot der BO Akademie

6 **Prüfungsformen**

Siehe jeweilige Kursbeschreibung aus dem ausgewählten Angebot der BO Akademie

7 **Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten**

Aktive Teilnahme und eine mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 **Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen)

BA-International Business and Management

9 **Stellenwert der Note für die Endnote**

5/225

10 **Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende

Der/die Studiendekan/Studiendekanin in Kooperation mit der BO Akademie

11 **Literaturempfehlungen**

Je nach Wahl der Veranstaltung aktuelle spezifische Empfehlungen.

Studierende können sich bei Fragen zu diesem Modul an die Studiengangsmanagerin BWL – Emine Bambal - wenden.

Supply Chain Management

Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
4301	150 h	5	5. u. 6. Sem.	Mind. einmal jährlich	1 Sem.

1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
	Supply Chain Management	60 h	90 h	25 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Die Studierenden lernen die Aufgaben des Supply Chain Managements kennen und verstehen die Disziplin als unternehmensübergreifende Aufgabe mit strategischem, taktischem und operativen Planungshorizont.
Die Veranstaltung startet mit einem Planspiel, welches die grundlegenden Herausforderungen im SCM spielerisch vermittelt. Darauf aufbauend werden die Studierenden aus der Sicht eines Beratungs- und Umsetzungsprojektes durch die verschiedenen Dimensionen des SCM geführt und lernen praktische Methoden sowie den notwendigen theoretischen Hintergrund für die Gestaltung, Planung und Optimierung einer Supply Chain.

3 Inhalte

Supply Chain Planspiel (SCM-Game)
- Der Bullwhip-Effekt
- Kollaboration in der Supply Chain spielerisch verstehen

Supply Chain Management
- Grundlagen, Planungshorizonte und Typologien
- SCM-Zielsysteme
- SCM-Strategie: Reaktionsfähigkeit Vs. Effizienz
- SCM als im Rahmen des Dienstleistungsmanagements (Beratung)

Gestaltung von Liefernetzwerken
- Gestaltung von Beschaffungs- und Distributionsnetzwerken
- Make-or-Buy Entscheidungen
- Sourcing-Strategien, Lieferantenentwicklung
- Standortplanung
- Vorgehensmodelle des Supply Chain Design

Netzwerkplanung
- Prozesskettenmanagement (von der Prozessgestaltung bis zum Masterplan)
- Bedarfs- und Absatzplanung (Prognosen)
- Netzwerkplanung (Heuristiken, Capable-to-Match)
- Order Promising

Steuerung von Supply Chains
- Operative Steuerungskonzepte
- Transparenz in der Supply Chain
- Identifikation, Tracking & Tracing
- Supply Chain Monitoring (SCMo)
- Supply Chain Event Management (SCEM)

Global Supply Chain Management
- Risiken und Vorteile des Global Sourcing
- Incoterms: Rahmenbedingungen des internationalen Handels
- Global Available-to-Promise / Capable-to-Promise

Risikomanagement in der Supply Chain
- Proaktives und Reaktives Risikomanagement

4 Lehrformen

Vorlesung und Übung teilweise mit Computerunterstützung sowie Fallstudien

5 Teilnahmevoraussetzungen

keine

6 Prüfungsformen

Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) ODER mündliche Prüfung (20 Min.)

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Mit mindestens „ausreichend“ bestandene Prüfungsleistung

8 Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre
BA-International Business and Management
BA-Wirtschaftsingenieurwesen

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10	**Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende** **Prof. Dr. Toth**
11	**Sonstige Informationen** Literaturempfehlung (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Alicke, K.: Planung und Betrieb von Logistiknetzwerken • Simchi-Levi, D. et al.: Designing and Managing the Supply Chain • Chopra, M.: Supply Chain Management • Pfohl, H.-Chr.: Logistiksysteme – Betriebswirtschaftliche Grundlagen • Stadler, H.; Kilger, C.; Meyr, H. (Hrsg.): Supply Chain Management and Advanced Planning Concepts, Models, Software and Case Studies

Umwelt- und Wirtschaftsethik

Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
5081	150 h	5	5. u. 6. Sem.	einmal jährlich	1 Semester

1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
	Umwelt- und Wirtschaftsethik	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Die Studierenden können

- wirtschafts- und umweltethische Texte selbständig analysieren, ihre Argumentationskette erfassen und reflektieren,
- wirtschafts- und umweltethische Konzepte bewerten und selbständig darstellen,
- Probleme der Nachhaltigkeit (mit Schwerpunkt Umwelt und Wirtethik) im Kontext wirtschaftlichen und unternehmerischen Handelns erfassen und strukturieren,
- ethische Entscheidungen begründen und dazu Problemlösungsansätze entwickeln,
- Fragestellungen aus einer interdisziplinären Perspektiven erfassen sowie
- ihre Handlungskompetenz und Selbstwirksamkeit aus Perspektive der Verantwortung bewerten

3 Inhalte

Die Entwürfe von Wirtschafts- und Umweltethik sind entscheidend bedingt durch das Konzept von Ethik und das Verständnis von Natur und Wirtschaft, welche ihm zu Grunde liegen. Das Seminar will die Fähigkeit vermitteln, diesen Umstand zu erkennen und aktuelle wirtschafts- und umweltethische Entwürfe in dieser Hinsicht reflektieren und beurteilen zu können. Hierzu wird zunächst in die philosophische Ethik eingeführt. Anhand exemplarischer Autoren und Texte werden zentrale Ethikkonzepte der Philosophie vorgestellt. In einem zweiten Schritt werden ebenso wirtschafts- und umweltphilosophische Konzepte diskutiert, welche ganz unterschiedliche Antworten auf die Frage Was ist Natur? Was ist Wirtschaft? aufzeigen. Vor diesem Hintergrund werden in einem dritten Schritt exemplarisch ausgewählte wirtschafts- und umweltethische Entwürfe diskutiert und auf das ihnen jeweils zu Grunde liegende Verständnis von Ethik, Natur und Wirtschaft hin untersucht. Abschließend sollen allgemeine Folgerungen hinsichtlich der Grundlegung einer Wirtschafts- und Umweltethik gezogen werden. Als ein spezieller Aspekt soll die Frage nach einer Synthese von Wirtschafts- und Umweltethik im Kontext der Nachhaltigkeitsdebatte diskutiert werden.

4 Lehrformen

Seminaristischer Unterricht mit Übungen

5 Teilnahmevoraussetzungen

keine

6 Prüfungsformen

Hausarbeit (15 S.) mit Präsentation ODER Hausarbeit (15 S.) mit mündl. Prüfung (15 Min.)

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre

BA-International Business and Management

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10 Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende

Prof. Dr. Becker

11 Sonstige Informationen

Als grundlegende Literatur werden regelmäßig verwendet (in der jeweils aktuellsten Aufgabe):

M. Aßländer (2011): Handbuch Wirtschaftsethik, Metzler, Stuttgart.

Faber, Malte / Manstetten, Reiner (2003): Mensch - Natur – Wissen, Grundlagen der Umweltbildung, Vandenhoeck Ruprecht Verlag, Göttingen.

Faber, Malte / Manstetten, Reiner (2007): Was ist Wirtschaft? Von der Politischen zur Ökologischen Ökonomie, Alber Verlag, Freiburg.

Grunwald, Armin / Kofpmüller, Jürgen (2012): Nachhaltigkeit: 2., aktualisierte Auflage Campus Verlag, Frankfurt am Main.

Harari, Yuval (2017): *Homo Deus. Eine kurze Geschichte von Morgen. Aus dem Englischen von Andreas Wirthensohn. C.H. Beck, München*

Höffe, O. (2008): Einführung in die utilitaristische Ethik. Utb, Stuttgart.

Holzmann, Robert (2018): Wirtschaftsethik, Studienwissen kompakt, Springer, Heidelberg.

Homann, Karl (2001): Ökonomik: Fortsetzung der Ethik mit anderen Mitteln, in: Georg Siebeck (Hrsg.): Artibus ingenuis, Tübingen 2001: 85-110.

Homann, Karl (2002): Vorteile und Anreize: Zur Grundlegung einer Ethik der Zukunft, Tübingen.

Manstetten, Reiner (2000): Das Menschenbild der Ökonomie. Der homo oeconomicus und die Anthropologie von Adam Smith, Alber, Freiburg/München.

Manstetten, Reiner (2018): Die dunkle Seit der Wirtschaft: Philosophische Perspektiven: Irrwege, Auswege, Alber, Freiburg/München.

Mieth, Dietmar / Olaf J. Schumann / Peter Ulrich (2004): Reflexionsfelder integrativer Wirtschaftsethik (Ethik in den Wissenschaften 16), Tübingen.

Ott, K. und Döring, R.: Theorie und Praxis starker Nachhaltigkeit, Metropolis, Marburg 2004Sen, Amartya (2003): On Ethics and Economics, Oxford.

Sen, Amartya (1998): On Ethics and Economics, Wiley-Blackwell; Hoboken N.J.

	Sen, Amartya (2005): Ökonomie für den Menschen, München Smith, Adam (1978) Der Wohlstand der Nationen, übers. und eingel. von H. Recktenwald, München. Ulrich, Peter (2001): Integrative Wirtschaftsethik: Grundlagen einer lebensdienlichen Ökonomie, Bern.

Umwelpolitik

Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
5061	150 h	5	5. oder 6. Sem.	ein- bis zweimal jährlich	1 Semester

1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
	Umweltpolitik	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Die allgemeinen Kenntnisse aus den beiden grundlegenden volkswirtschaftlichen Modulen werden themenspezifisch für den Bereich „Umweltpolitik“ vertieft. Die Studierenden lernen einerseits die besondere Bedeutung der natürlichen Umwelt für langfristig ausgerichtetes wirtschaftliches Handeln kennen. Andererseits werden sie mit den Herausforderungen, die eine Bewirtschaftung von Umweltressourcen mit sich bringt, vertraut gemacht. Aufbauend auf einer umweltbezogenen theoretischen Erweiterung der Mikro- und Makroökonomie (bspw. um externe Effekte oder um die Diskussion gesamtwirtschaftlicher Wachstumsgrenzen) werden die in den grundlegenden volkswirtschaftlichen Modulen vermittelten wirtschaftspolitischen Kenntnisse anhand aktueller Themen umweltpolitisch vertieft. Die Studierenden werden so einerseits in die Lage versetzt, die Notwendigkeit umweltpolitischer Maßnahmen zu erkennen. Andererseits wird ihnen aber auch deutlich, dass verschiedene Wege zum Schutz der Umwelt möglich sind, mit denen sich sehr unterschiedliche Folgen für Unternehmen, Haushalte und ganze Volkswirtschaften verbinden und nicht a priori zu nachhaltigen volkswirtschaftlichen Entwicklungen führen müssen.

3 Inhalte

- Regelmäßig: Umweltökonomische Grundlagen (bspw. externe Effekte, umweltpolitische Instrumente, Umweltoptimum)
- Wechselnde Vertiefung und Konkretisierung an ausgewählten Themengebieten. Im Wintersemester 2010 waren das:
- Wasserwirtschaft (u.a. Diskussion um „virtuelles“ Wasser, Privatisierung und Liberalisierung, Wasserkonflikte zwischen Staaten)
- Klimapolitik (u.a. Klimaschutz durch Emissionsbegrenzungen, Einsatz regenerativer Energien, Diskussion um die Abscheidung und Speicherung von CO_2, Anpassung an Klimawandelfolgen)

4 Lehrformen

Seminaristischer Unterricht mit Übungen

5 Teilnahmevoraussetzungen

Vorkenntnisse aus den Modulen „Volkswirtschaftslehre 1 und 2“ sind unentbehrlich.

6 Prüfungsformen

Hausarbeit (15 S.) mit Präsentation ODER Hausarbeit (15 S.) mit mündl. Prüfung (15 Min.)

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre

BA-International Business and Management

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10 Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende

Prof. Dr. Lienhoop; Prof. Dr. Häder, Prof. Dr. Kronenberg, Prof. Dr. Vogt

11 Sonstige Informationen

Als grundlegende Literatur werden regelmäßig verwendet (in der jeweils aktuellsten Aufgabe):

- Endres, A.: Umweltökonomie
- Fritsch, M.: Marktversagen und Wirtschaftspolitik. Mikroökonomische Grundlagen staatlichen Handelns
- Hartwig, K.-H.: Umweltökonomik, in: Apolte, T. u.a.: Vahlens Kompendium der Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik
- Marggraf, R. u.a. (Hrsg.): Ökonomische Bewertung bei umweltrelevanten Entscheidungen. Einsatzmöglichkeiten von Zahlungsbereitschaftsanalysen in Politik und Verwaltung, Marburg.
- Pindyck, R. / Rubinfeld, D.: Mikroökonomie, 7. aktual. Aufl., München.
- Sturm, B. / Vogt, C.: Umweltökonomik. Eine anwendungsorientierte Einführung, Berlin u.a.O. (im Erscheinen).

Dazu kommen je nach Schwerpunktwahl aktuelle Beiträge vorwiegend aus folgenden Zeitschriften

- Wirtschaftsdienst
- Ifo schnelldienst
- Wochenbericht des DIW
- Zeitschrift für Umweltpolitik und Umweltrecht
- Zeitschrift für angewandte Umweltforschung

	Als Grundlage für Hausarbeiten u.a. • Blazejczak, J. / Braun, F. / Edler, D.: Weltweite Nachfrage nach Umwelt- und Klimaschutzgütern steigt: Gute Wachstumschancen für deutsche Anbieter, in: Wochenbericht des DIW • Cassel, D. Rüttgers, C.: Gemeinsame Netznutzung: ein Konzept für mehr Wettbewerb in der Wasserwirtschaft, in: Wirtschaftsdienst • Ketterer, J. / Wackerbauer, J.: Die Kraftfahrzeugsteuer als Instrument der Klimaschutzpolitik, in: ifo Schnelldienst • Schulze, S.: Anpassung an den Klimawandel von zunehmender Bedeutung, in: Wirtschaftsdienst Dazu kommen je nach Schwerpunktwahl im Seminar aktuelle Beiträge aus Sammelwerken, Monografien, weiteren Zeitschriften und anderen Quellen. Als Grundlage für Hausarbeiten u.a. • Brehme, J.: Privatisierung und Regulierung der öffentlichen Wasserversorgung, Tübingen. • Kunzmann, K.: Wasser und Frieden. Zwischenstaatliche Konflikte um die nicht-navigatorische Nutzung internationaler Binnengewässer im System der kollektiven Sicherheit der Vereinten Nationen, Baden-Baden. • Schwarze, R. / Wagner, G.C. : Naturgefahrenversicherung in Europa – Unterschiedliche Antworten auf den Klimawandel, in: DIW Berlin: Stürme, Fluten Erdbeben. Wie sich Europa gegen Naturkatastrophen versichern kann (= Vierteljahreshefte zur Wirtschaftsforschung) Die angegebenen Literaturverweise bieten eine adäquate und hinreichende Vorbereitung auf das Modul.

Unternehmensbesteuerung 1						
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**	
3281	150 h	5	5. Sem.	einmal jährlich	1 Sem.	
1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**		
	Unternehmensbesteuerung 1	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende		
2	**Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen** Befähigung zur selbstständigen Bearbeitung komplexer steuerlicher Fragestellungen betreffend Unternehmen verschiedener Rechtsform und die Inhaber/Gesellschafter dieser Unternehmen					
3	**Inhalte** • Steuerlicher Privatbereich des Unternehmers/Gesellschafters • Steuerliche Gewinnermittlung • Besteuerung von Mitunternehmerschaften • Besteuerung von Kapitalgesellschaften • Grundlagen des internationalen Steuerrechts					
4	**Lehrformen** Seminaristische Veranstaltung					
5	**Teilnahmevoraussetzungen** Grundlegende Kenntnisse von „Ertragssteuern“					
6	**Prüfungsformen** Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule)					
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten** Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung					
8	**Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen) BA-Betriebswirtschaftslehre BA-International Business and Management BA-Wirtschaftsingenieurwesen					
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** 5/225					
10	**Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende **Prof. Dr.Thönnes**					
11	**Sonstige Informationen** Literaturempfehlungen (jeweils neueste Auflage): • Grefe: Unternehmenssteuern • Niehus/Wilke: Besteuerung von Personengesellschaften • Niehus/Wilke: Besteuerung von Kapitalgesellschaften • Brähler: Internationales Steuerrecht					

Unternehmensbesteuerung 2					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
3681	150 h	5	6. Sem.	einmal jährlich	1 Sem.

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Unternehmensbesteuerung 2	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2	**Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen** Befähigung zur selbstständigen Bearbeitung komplexer steuerlicher Fragestellungen betreffend Unternehmen verschiedener Rechtsform und die Inhaber/Gesellschafter dieser Unternehmen
3	**Inhalte** • Steuerliche Rechtsformwahl • Grundlagen des Besteuerungsverfahrens (AO) • Spezielle Aspekte der Unternehmensbesteuerung
4	**Lehrformen** Seminaristische Veranstaltung
5	**Teilnahmevoraussetzungen** Inhaltlich: Veranstaltung Unternehmensbesteuerung 1
6	**Prüfungsformen** Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) ODER Hausarbeit (15 Seiten) mit Präsentation der wesentlichen Inhalte
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten** Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
8	**Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen) BA-Betriebswirtschaftslehre BA-International Business and Management BA-Wirtschaftsingenieurwesen
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** 5/225
10	**Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende **Prof. Dr.Thönnes**
11	**Sonstige Informationen** Literaturempfehlungen (jeweils neueste Auflage): • König: Besteuerung und Rechtsformwahl • Ax/Große/Melchior: Abgabenordnung und Finanzgerichtsordnung • Literaturempfehlungen zu den jeweiligen Referatsthemen werden themenabhängig gegeben

Verkehrs- und Substanzsteuern					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
4311	150 h	5	5. u. 6. Sem.	Mind. einmal jährlich	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Verkehrs- und Substanzsteuern	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2	**Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen** Die Studierenden sollen befähigt werden, verkehrssteuerliche Problemstellungen unter Berücksichtigung der Zusammenhänge zwischen den verschiedenen Steuerarten selbständig und sachgerecht zu lösen.
3	**Inhalte** • Umsatzsteuer • Grunderwerbsteuer • Erbschaft- und Schenkungsteuer
4	**Lehrformen** Seminaristische Veranstaltung
5	**Teilnahmevoraussetzungen** Grundlegende Kenntnisse aus dem Modul „Ertragsteuern“
6	**Prüfungsformen** Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) ODER mündliche Prüfung (20 Min.)
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten** Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
8	**Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen) BA-Betriebswirtschaftslehre BA-International Business and Management
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** 5/225
10	**Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende **Prof. Dr. Hannemann**
11	**Sonstige Informationen** Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Grefe: Unternehmensteuern, Ludwighafen. • Hahn: Lehrbuch Umsatzsteuer, Herne/Berlin. • Stobbe, T.: Steuern kompakt, Sternenfels.

Wettbewerbsrecht					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
4341	150 h	5	5. u. 6. Sem.	Mind. einmal jährlich	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Wettbewerbsrecht	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende
2	**Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen** Es sollen einerseits vertiefte Kenntnisse für die sachgerechte Beurteilung unternehmensstrategischer Entscheidungen auf dem Gebiet der Kooperation und der Unternehmenszusammenschlüsse, andererseits Kenntnisse über rechtliche Risiken im Wettbewerbshandeln vermittelt werden.			
3	**Inhalte** Gegenstand des Moduls sind die Rechtsmaterien, die in Deutschland durch das GWB einerseits und durch das UWG andererseits repräsentiert werden, mithin die Themen Kartellverbot und -erlaubnisse, Vertikalvereinbarungen, Missbrauchsaufsicht und Fusionskontrolle, jeweils auch in ihrer europarechtlichen Ausprägung; ferner Fragen des Handelns im Wettbewerb unter dem Gesichtspunkt der Unlauterkeit, insbesondere Fragen der Werbung des Direktverkaufs, der Sonderveranstaltungen, jeweils auch im Hinblick auf das Rechtsschutzverfahren.			
4	**Lehrformen** Seminar – Übungen			
5	**Teilnahmevoraussetzungen** keine			
6	**Prüfungsformen** Referat (30 Min.) nebst Handout ODER Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) ODER mündliche Prüfung (20 Min.)			
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten** Mit mindestens „ausreichend" bewertete Prüfungsleistung			
8	**Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen) BA-Betriebswirtschaftslehre BA-International Business and Management			
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** 5/225			
10	**Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende **Prof. Dr. Kohl**			
11	**Sonstige Informationen** Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Lemler: Kommentar zum Wettbewerbsrecht (UWG) • Berlit: Wettbewerbstrecht • Kling/ Thomas: Kartellrecht • Immenga/ Mestmäcker: Wettbewerbsrecht, Kommentar			

Wirtschaftsdeutsch für Incomings – Einführung					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
	150 h	5	5. Sem.	Zum Wintersemester	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Wirtschaftsdeutsch	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

In Wirtschaftsdeutsch werden die vorhandenen, guten Deutschkenntnisse der Gaststudenten nivelliert und deren Fachsprachkenntnisse vertieft. Die für das Studium der Betriebswirtschaft relevanten Termini und Strukturen werden eingeführt und geübt und die besonderen wirtschaftssprachlichen Anforderungen eingeübt und bis zum Ende des ersten Semesters ausgebaut und verfestigt. Dazu gehört die Ausbildung eines grundlegenden Wortschatzes Wirtschaftsdeutsch und eine intensive Beschäftigung mit wesentlichen volkswirtschaftlichen, unternehmensbezogenen und fachrelevanten Themen in der Zielsprache.

Der Entwicklung und Verbesserung der vor allem mündlichen, fachwissenschaftlichen Kommunikationsfähigkeit wird besonderes Gewicht beigemessen, um die Akkulturation und den Studienerfolg zu unterstützen. Die Bearbeitung von kurzen, wirtschaftlich orientierten Texten als Grundlage für Fachdiskussion auf dem Niveau von informierten Laien, das Erörtern und Diskutieren über grundlegende Fragen der betrieblichen Theorie und Praxis und die für Referate nötigen Kenntnisse und Fertigkeiten sind zentral im Wirtschaftsdeutschunterricht (Hörverständnis für den Vorlesungsbetrieb, Leseverständnis zur eigenständigen Erarbeitung von Wissen, Schreibfähigkeit zur Seminararbeitserstellung, Diskussionskompetenz beim Sprechen).

Flankierend besteht ein Großteil der Kontaktzeit in der sprachlichen Arbeit (Grammatik, Fachtermini, Kollokationen und Standardstrukturen).

Ziel ist die Erreichung des europäischen Referenzrahmens der Stufe B2 im passiven und aktiven Sprachgebrauch:

Die Studierenden können sich zu einem deutlich umrissenen Themenspektrum klar ausdrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage darlegen und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten aufzeigen.

3 Inhalte

- Grammatikübungen
- Sprachmittel für Referate
- Wortschatzübungen
- Starke Differenzierung des Fachwortschatzes
- Grafiken
- Aktuelle Artikel der Wirtschaftspresse werden gelesen, diskutiert und schriftlich bearbeitet, die auf die auf Deutsch gelehrten Fächern abzielen.

4 Lehrformen

Seminaristischer Unterricht

5 Teilnahmevoraussetzungen

keine

6 Prüfungsformen

Referat (30 Min. Vortragszeit) ODER mdl. Prüfung (30 Min.) ODER Hausarbeit (12 Seiten)

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre

BA-International Business and Management

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10 Modulbeauftragter

OSt.R. Sodmann

11 Sonstige Informationen

Literaturempfehlung (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Bolten, J.; Gehrke, E.:Marktchance Wirtschaftsdeutsch. Mittelstufe 1.
- Buhlmann, R.; Fearns, A. und Leimbacher, E.: Wirtschaftsdeutsch von A bis Z: Lehr- und Arbeitsbuch.

Wirtschaftsdeutsch für Incomings – Vertiefung					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
	150 h	5	6. Sem.	Zum Sommersemester	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Wirtschaftsdeutsch	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2	**Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen** Im Vertiefungsmodul werden die Grundlagen der mündlichen und schriftlichen Kommunikation in der Wirtschaftsfremdsprache weiter vertieft. Besonderes Augenmerk gilt der Vertiefung, insbesondere der Präzisierung der Sprachkompetenz, um in die Lage versetzt zu werden, detailliert und differenzierend höchstanspruchsvolle Wirtschaftstexte und komplexe Grafiken zu bearbeiten und zu besprechen. Der Weiterentwicklung und Verbesserung der vor allem mündlichen, fachwissenschaftlichen Kommunikationsfähigkeit wird besonderes Gewicht beigemessen. Ziel ist die Erreichung des europäischen Referenzrahmens der Stufe C1 im passiven Sprachgebrauch und bezüglich des begrenzten Bereichs der Fachsprache auch im aktiven Gebrauch: Die Studierenden können sich klar, strukturiert und ausführlich zu komplexen Sachverhalten äußern und dabei verschiedene Mittel zur Textverknüpfung angemessen verwenden.
3	**Inhalte** • Schwerpunktthemen der globalisierten Wirtschaft • Aktuelle Artikel der Wirtschaftspresse werden gelesen, diskutiert und schriftlich bearbeitet, die auf die auf Deutsch gelehrten Fächern abzielen.
4	**Lehrformen** Seminaristischer Unterricht
5	**Teilnahmevoraussetzungen** keine
6	**Prüfungsformen** Referat (30 Min. Vortragszeit) ODER mdl. Prüfung (30 Min.) ODER Hausarbeit (12 Seiten)
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten** Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
8	**Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen) BA-Betriebswirtschaftslehre BA-International Business and Management
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** 5/225
10	**Modulbeauftragter** **OSt.R. Sodmann**
11	**Sonstige Informationen** Literaturempfehlung (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Bolten, J.; Gehrke, E.: Marktchance Wirtschaftsdeutsch. Mittelstufe 1. • Buhlmann, R.; Fearns, A.; Leimbacher, A.; Wirtschaftsdeutsch von A bis Z: Lehr- und Arbeitsbuch.

Wirtschaftsenglisch

Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
4351	a) 75 h b) 75 h	5	a) 5. Sem. b) 6. Sem.	a) Wintersemester b) Sommersemester	2 Sem.

1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
	Wirtschaftsenglisch	a) 2 SWS / 30 h b) 2 SWS / 30 h	a) 45 h b) 45 h	25 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Im Vertiefungsmodul Wirtschaftsenglisch werden die vorhandenen Kenntnisse weiter perfektioniert, wobei der Entwicklung und Verbesserung des Verstehens (Hören und Lesen) von höchst komplexen Wirtschaftstexten und Videosequenzen besonders unterstützt werden muss. In der mündlichen Kommunikationsfähigkeit wird auf präzisen Ausdruck und die Kompetenz des steuernden Dialogs geachtet.

Ziel ist die Vervollkommnung des bisher erreichten Sprachniveaus C1 des Europäischen Referenzrahmens

Sprachliche Kompetenzbildung:

- Fachvokabular erreicht fast muttersprachliches Niveau
- Sprachstrukturen sind sehr fortgeschritten
- Hörverständnis funktioniert auch bei nicht-native-speaker Audio-Sequenzen
- Leseverständnis und Texterarbeitung reicht für das Studium in englischsprachigen Ländern
- Schreibfähigkeit wird flüssig und unterstützt Studierfähigkeit im Ausland

Fachliche Kompetenzbildung:

- Weitere Spezialisierung der Wirtschaftsthemen (Anlehnung an spätere Hauptmodule)
- Interkulturelle Wahrnehmung und Kompetenz wird verfeinert
- Kommunikationsformen sind verfestigt

Außersprachliche Kompetenzbildung:

- Kommunikationsfähigkeit ist flüssig und komplex
- Verhandlungsgeschick ist exzellent
- Präsentationsfähigkeiten stehen native speakern in nichts nach

3 Inhalte

- Schwerpunktthemen der betrieblichen Praxis
- Aktuelle komplexe Texte werden gelesen und diskutiert, die auf das Wissen der Studierenden über das wirtschaftliche Tagesgeschehen abzielen.
- Fachgespräche zu thematischen Schwerpunkten
- Berufliche Modellsituationen
- Die Erweiterung sowie Vertiefung des Fachwortschatzes

4 Lehrformen

Seminar

5 Teilnahmevoraussetzungen

keine

6 Prüfungsformen

Referat (30 Min. Vortragszeit) ODER mdl. Prüfung (30 Min.) ODER Hausarbeit (12 Seiten)

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10 Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende

OSt. R. Sodmann

11 Sonstige Informationen

Literaturempfehlung (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Emerald Group Journals (z.B. Management Decision)
- Hamblock, D.; Wessels, D.: Wörterbuch Wirtschaftsenglisch: Deutsch-Englisch: Englisch-Deutsch.
- Harvard Business Review
- Skript mit längeren, akademischen Texten, Video (Internet)
- u.a.

Wirtschaftsprüfung					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
	150 h	5	5. Sem.	Mind. einmal jährlich	1 Sem.

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Wirtschaftsprüfung	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 **Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen**

In der Veranstaltung wird die Fähigkeit vermittelt, Probleme in praxisbezogenen Fällen aus dem Bereich des Prüfungswesens zu erkennen, in das erworbene Fachwissen einzuordnen und im Zusammenhang wiederzugeben.

3 **Inhalte**

Vermittelt werden neben einführenden berufsrechtlichen Kenntnissen zum Berufsbild des Wirtschaftsprüfers die Grundlagen der Abschlussprüfung. Die Kenntnisse werden anhand von Fallbeispielen vermittelt und vertieft.

Es werden u.a. folgende Aspekte vermittelt:

- Berufsrechtliches Rahmengerüst eines Wirtschaftsprüfers (Rechtsgrundlagen, Berufspflichten, Berufsgrundsätze, Institutionen des Berufsstandes)
- Prüfungspflicht
- Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung, risikoorientierter Prüfungsansatz, Jahresabschlussaussagen und Prüfungsziele, Prüfungshandlungen, die einzelnen Schritte im Prüfungsprozess
- Prüfungstechniken anhand ausgewählter Prüffelder

4 **Lehrformen**

seminaristischer Unterricht, Projektarbeiten, Gruppenarbeiten, Vortrag, Übungen

5 **Teilnahmevoraussetzungen**

Grundwissen in Buchhaltung, im Steuerrecht und der HGB Rechnungslegung. Vorkenntnisse aus den Modulen „Grundlagen der Ertragsbesteuerung“ sowie „Jahresabschluss“ sind unentbehrlich.
Die angegebenen Literaturverweise ermöglichen eine angemessene Vorbereitung auf das Modul.

6 **Prüfungsformen**

Klausurarbeit (120 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) ODER mdl. Prüfung (20 Min.) ODER Hausar-beit (15 Seiten) mit Referat (15 Min. Vortragszeit, Handout)

7 **Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten**

Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung

8 **Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre
BA-International Business and Management
BA-Wirtschaftsingenieurwesen

9 **Stellenwert der Note für die Endnote**

5/225

10 **Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende
Prof. Dr. Hannemann

11 **Sonstige Informationen**

Literaturempfehlung (in der jeweils aktuellsten Aufgabe):

- Graumann: Wirtschaftliches Prüfungswesen.
- Marten / Quick / Ruhnke: Wirtschaftsprüfung
- IDW (Hrsg.): Praxishandbuch zur Qualitätssicherung

Verwandte Arbeitsmittel

- Wirtschaftsgesetze
- Textsammlung zur Wirtschaftsprüferordnung
- IDW Verlautbarungen

7. Semester

Praxisphase					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
	480 h	15	7. Sem.	Jedes Semester	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Praxisphase			

2	**Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen** Sie dient der praktischen Anwendung vom im Studium erworbener theoretischer Erkenntnisse, der Vermittlung betriebswirtschaftlich praktischer und sozialer Kompetenzen, der Motivation und Orientierung und erleichtert insofern den Übergang der Hochschulabsolventen/innen in die Berufspraxis. Nicht zuletzt sollte die Praxisphase als ein Ansatzpunkt zur Verbesserung der Zusammenarbeit zwischen der Praxis und der Hochschule betrachtet werden. Personelle Kontakte und ein laufender Informationsaustausch können zu wertvollen Anregungen für Lehre und Forschung führen.
3	**Inhalte** Die Praktikantin/der Praktikant ist verpflichtet, einen schriftlichen Bericht über die Praxisphase anzufertigen. Neben einem Überblick, der den zeitlichen Ablauf, die ausgeübten Tätigkeiten und die erhaltenen Informationen in wöchentlichen Abständen erhält, ist eine kritische Reflektion in Hinblick auf die theoretisch erworbenen Kenntnisse erwünscht.
4	**Lehrformen** praktische Tätigkeit im Betrieb
5	**Teilnahmevoraussetzungen** Die Praxisphase ist frühestens nach erfolgreichem Abschluss der ersten zwei Studienjahre und in der Regel im siebten Semester zu erbringen. Fehlen einer/einem Studierenden Prüfungsleistungen zum Abschluss der ersten beiden Studienjahre, so ist es zulässig, die Praxisphase dennoch unter Vorbehalt zu beginnen, wenn die fehlenden Prüfungsleistungen noch vor Beendigung der Praxisphase erbracht werden. Werden die fehlenden Prüfungsleistungen nicht in dieser Zeit erbracht, wird die Praxisphase nicht anerkannt.
6	**Prüfungsformen** Praxisphasenbericht
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten** Erfüllen der Anforderungen laut der Ordnung zur Praxisphase (PPO)
8	**Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen) BA-Betriebswirtschaftslehre
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** unbenotet
10	**Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Schlottmann und Prof. Dr. Sturm
11	**Sonstige Informationen** ---

Bachelorarbeit					
Kennnummer	**Workload** 360 h	**Credits** 12	**Studiensemester** 7. Sem.	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer** 9 Wochen

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium** 360 h	**geplante Gruppengröße**
2	**Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen** Die Bachelorarbeit umfasst den Nachweis der Erlangung wissenschaftlicher und fachlicher Kompetenz. Studierende sollen eigenständig demonstrieren, dass sie in der Lage sind, ein fachbezogenes Thema nach wissenschaftlichen Kriterien darzulegen (methodische Kompetenz). Darüber hinaus gilt es, fachspezifische Fragestellungen einer tragfähigen Lösung zuzuführen (fachliche Kompetenz). Ferner wird von den Studierenden erwartet, dass sie diesen Ansprüchen eigenständig und gemäß eines vorgegebenen Zeitrasters erfüllen können (persönliche Kompetenz).			
3	**Inhalte** Mit der Bachelorarbeit sollen Studierende zeigen, dass sie in der Lage sind, ein spezielles Problem aus einem entsprechenden Fachgebiet auf wissenschaftlicher Grundlage in einer vorgegebenen Zeit selbstständig einer Lösung zuzuführen.			
4	**Lehrformen** **---**			
5	**Teilnahmevoraussetzungen** Zur Bachelorarbeit kann nach schriftlichem Antrag an den Prüfungsausschuss zugelassen werden, wer 1. die Leistungspunkte der Module des ersten und zweiten Studienjahres vollständig und 2. mindestens 30 Leistungspunkte des dritten Studienjahres erbracht hat.			
6	**Prüfungsformen** Schriftliche Ausarbeitung mit einem Textteil von ca. 50 Textseiten.			
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten** Die Bachelorarbeit gilt als bestanden, wenn diese mit mindestens 50 % bewertet wurde.			
8	**Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen) ---			
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** 36/225			
10	**Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende Der/die Studiendekan/Studiendekanin			
11	**Sonstige Informationen** **---**			

Kolloquium					
Kennnummer	**Workload** 90 h	**Credits** 3	**Studiensemester** 7. Sem.	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium** 90 h	**geplante Gruppengröße**

2	**Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen** Das Kolloquium ist der abschließende Akt eines wirtschaftswissenschaftlichen Studiums. Die Studierenden sollen nachweisen, dass sie in wissenschaftlicher und fachlicher Hinsicht den Ansprüchen einer Bachelorarbeit genüge geleistet haben und dieses auch in einem fachlichen Diskurs belegen können (sprachliche Kompetenz). Die Vorgehensweise und Methodik der Bachelorarbeit sollten sie hinreichend belegen können und das Ziel ihrer Untersuchung und deren Ergebnisse darlegen können (fachliche Kompetenz). Auch sollten Studierende zeigen, dass sie in der Lage sind, ihr Spezialproblem in den gesamten Kontext ihres wirtschaftswissenschaftlichen Studiums einzuordnen und dies in allgemeiner und gesellschaftlicher Hinsicht reflektieren können (persönliche Kompetenz).
3	**Inhalte** Das Kolloquium dient der Feststellung, ob die/der Studierende in der Lage ist, die Ergebnisse der Bachelorarbeit mündlich darzustellen, selbstständig zu vertreten und ihre Bedeutung einzuschätzen sowie in ihre interdisziplinären Zusammenhänge einzuordnen und fachliche sowie außerfachliche Bezüge herzustellen.
4	**Lehrformen** **---**
5	**Teilnahmevoraussetzungen** Alle Prüfungen des in Frage kommenden Studienganges müssen erfolgreich bestanden worden sein, sowie die Bachelorarbeit wurde mit mindestens 4,0 beurteilt.
6	**Prüfungsformen** Bachelorarbeit und Kolloquium
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten** Sowohl die Bachelorarbeit als auch das Kolloquium müssen mit mindestens 4,0 bestanden sein.
8	**Verwendung des Moduls** (in anderen Studiengängen) ---
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** 9/225
10	**Modulbeauftragte/r;** hauptamtlich Lehrende Der/die Studiendekan/Studiendekanin
11	**Sonstige Informationen** **---**