Hochschule Bochum
Bochum University
of Applied Sciences

Fachbereich Wirtschaft

Modulhandbuch „Betriebswirtschaftslehre“

(Studiengangprüfungsordnung vom 20. Dezember 2021)

Stand: 04.11.2024

Inhaltsverzeichnis

1. Studienjahr

Grundlagen Beschaffung und Logistik 1
Grundlagen des BWL-Studiums 2
Grundlagen Marketing 4
Grundlagen Personalmanagement + Organisation 5
Investition und Finanzierung 7
Produktionsmanagement 8
Wirtschaftsenglisch 1 9
Wirtschaftsmathematik 10
Wirtschaftsrecht 12

2. Studienjahr

Buchhaltung + Kostenrechnung 13
Grundlagen der Ertragsbesteuerung 15
Jahresabschluss 16
Unternehmensplanspiel + Controlling 18
Volkswirtschaftslehre 1 20
Volkswirtschaftslehre 2 21
Wirtschaftsenglisch 2 22
Wirtschaftsinformatik 23
Wirtschaftspolitik + Grundlagen Nachhaltigkeit 24
Wirtschaftsstatistik 26

3. Studienjahr

Arbeitsrecht 27
Ausgewählte Fragen des Gesundheitsmanagements 28
B2B-Marketing 29
Beratungskompetenz und Leitung von Gruppen 30
Beschaffung und Logistik 1 31
Beschaffung und Logistik 2 32
Bewertung von Finanzinstrumenten 33
Business Case Studies, englisch/deutsch 34
Controlling 1 35
Controlling 2 36
Current Topics of Marketing 37
Data Science 1 38
Data Science 2 39
Datengestützte Entscheidungsfindung in den Wirtschaftswissenschaften 40
Digital Business Transformation 1 41
Digital Business Transformation 2 42
DV-gestützte Steuerplanung 43
Energie & Umwelt 1 44
Energie & Umwelt 2 45
Existenzgründung 46
Finanzmanagement 1 47
Finanzmanagement 2 48
Geld- und Finanzpolitik 49
Gesellschaftsrecht 50
Informations- und Kommunikationssysteme 1 51
Informations- und Kommunikationssysteme 2 52
Innovationsmanagement 1 53
Innovationsmanagement 2 55
Innovationspolitik 57
Insolvenzrecht 60
International Economic Policy 61
Internationales Management 1 62
Internationales Management 2 63
Jahresabschluss: Ausgewählte Fragen der nationalen und internationalen Rechnungslegung 64
Konsumentenverhalten 65
Kostenmanagement 1 66
Kostenmanagement 2 67
Lean Management und Logistikinnovationen 68
Marketing 1: Strategisches Marketing 69
Marketing 2: Branchenorientierung und Spezialgebiete des Marketing 70
Marktforschung 71
Methoden in der Erwachsenenbildung 72
Mitarbeiterführung 73
Mittelstandspolitik 74
Modellbildung und Simulation 75
Online Marketing 76
Organisation 1 77
Organisation 2 79
Personalmanagement 1 80
Personalmanagement 2 81
Prozess- und System-Analyse 1 83
Prozess- und System-Analyse 2 84
Quantitative Methoden: Mathematische Planungsverfahren 85
Quantitative Methoden: Multivariate Methoden in der BWL und VWL 86
Quantitative Methoden: Statistische und ökonometrische Verfahren 88
Rechnungslegung 1 89
Rechnungslegung 2 90
Recht der Unternehmensfinanzierung 91
Sales Management 1 92
Sales Management 2 94
SAP S/4HANA® 95
Sozialpolitik 96
Steuergestaltungen 98
Strategisches Management 1 99
Strategisches Management 2 101
Strategisches Unternehmensplanspiel 103
Studium PLUS 104
Supply Chain Management 105
Umwelt- und Wirtschaftsethik 107
Umweltpolitik 109
Unternehmensbesteuerung 1 111
Unternehmensbesteuerung 2 112
Verkehr- und Substanzsteuern 113
Wettbewerbsrecht 114
Wirtschaftsdeutsch für Incomings – Einführung 115
Wirtschaftsdeutsch für Incomings – Vertiefung 116
Wirtschaftsenglisch 117
Wirtschaftsprüfung 118

7. Semester

Praxisphase 119
Bachelorarbeit 120
Kolloquium 121

1. Studienjahr

Grundlagen Beschaffung und Logistik						
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**		**Dauer**
	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 Abschluss des Moduls können die Studierenden* *Fachliche Kompetenzen:* • die grundlegenden Methoden zur Gestaltung, Organisation und Steuerung von Beschaffungs- und Logistiksystemen anwenden und erläutern sowie aus den zum Teil gegenläufigen Zielsetzungen im Industriekontext operative Handlungsoptionen ableiten • die Prozesse im Einkauf und der operativen/ strategischen Logistik erläutern • die Beschaffungs- und Logistikkonzepte aus den unterschiedlichen Zielsetzungen der Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit diskutieren und beurteilen *Fachübergreifende Kompetenzen:* • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten und Ergebnisse aufbereiten und präsentieren • sich im Dialog mit anderen über Problemstellungen im Einkauf/ Beschaffung und der Logistik austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) • Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren						
3	**Inhalte** • Grundlagen Beschaffung und Logistik • Einkauf und Supply Management • Lagerhausstrukturen und -prozesse • Bestandsmanagement • Transportlogistik und logistische Netzwerke • Nachhaltigkeitskonzepte in der Logistik						
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**						
11	**Sonstige Informationen** Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): Arnolds H., Heege F., Röh C., Tussing W.: Materialwirtschaft und Einkauf Deckert C. (eds): CSR und Logistik. Management-Reihe Corporate Social Responsibility Kummer, Sebastian et al.: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik Lasch, R.: Strategisches und Operatives Logistikmanagement: Prozesse van Weele A.J., Eßig M.: Strategische Beschaffung						

Grundlagen des BWL-Studiums

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

	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
1	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

a) Einführung in die BWL

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- erläutern, wie ein Unternehmen funktionsfähig aufgebaut und betrieben werden kann
- erläutern, wie Unternehmen und Betriebe grundsätzlich funktionieren
- betriebswirtschaftliche Problemstellungen analysieren und Lösungsvorschläge entwickeln

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
- Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren

b) Wissenschaftliche Arbeitstechniken

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- Hausarbeiten nach wissenschaftlichen Kriterien anfertigen
- Daten in einfacher Form statistisch aufbereiten und in entsprechenden Diagrammen darstellen
- Inhalte strukturiert aufarbeiten und verständlich vortragen

Fachübergreifende Kompetenzen:

- eine Präsentation zu einem Themengebiet mit geeigneten Präsentationsmedien (digitale und analoge) visuell gestalten
- ihr persönliches Verhalten und Auftreten bei Präsentationen verbessern
- ein Teilgebiet der Betriebswirtschaft in einer Hausarbeit mit wissenschaftlichen Methoden darstellen

3 Inhalte

a) Im Mittelpunkt stehen Fragen der Betriebswirtschaftslehre in Form

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

Grundlagen Marketing					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
	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

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- Marketing als Unternehmensführungsprinzip nachvollziehen
- durch die Grundlagen der Marktforschung und die Kenntnis wesentlicher Marktforschungsmethoden den Status quo und die Entwicklung der Märkte begreifen
- Abhängigkeiten zwischen den Bestandteilen der Marketing-Konzeption erkennen
- die Ausgestaltung des Marketings auf operativer Ebene im betrieblichen Alltag umzusetzen
- Verfahren zur Preisbildung erfolgreich anwenden, Reaktionen des Markts auf Preise einschätzen sowie den strategischen Einsatz von Preisen beurteilen
- Chancen und Risiken von direktem und indirektem Vertrieb sowie unterschiedliche Absatzwegesysteme erläutern
- die Relevanz und Ausgestaltungsmöglichkeiten erfolgreicher Produkt- und –programmpolitik erfassen
- die unterschiedlichen kommunikationspolitischen Instrumente abgrenzen und entscheidungsrelevante Fragen zu ihrem jeweiligen Einsatz beantworten

Fachübergreifende Kompetenzen:

- die notwendige Literatur recherchieren, lesen und verstehen
- sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz)

3 Inhalte

- Marktorientiertes Unternehmensführungsprinzip
- Marktabgrenzung und –segmentierung als Grundlage einer kundenorientierten Marktbearbeitung
- Aufgaben der, Anforderungen an und Methoden zur Erhebung entscheidungsrelevanter Marktinformationen im Rahmen der Marktforschung
- Ziele, Aufgaben und Methoden der Marketinginstrumente (Produktpolitik, Preispolitik, Distributionspolitik und Kommunikationspolitik) sowie einer zielkonformen Planung des Marketing-Mix

4 Lehrformen

Vorlesung/Seminaristischer Unterricht

5 Teilnahmevoraussetzungen

Grundlegende Kenntnisse in „Wirtschaftsmathematik“ und den betriebswirtschaftlichen Grundbegriffen

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. Schlottmann

11 Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Homburg, C.: Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung
- Meffert, H., Burmann, C., Kirchgeorg, M., Eisenbeiß, M.: Marketing - Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung Konzepte - Instrumente - Praxisbeispiele

<table>
<tr><th colspan="7">Grundlagen Personalmanagement + Organisation</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>a) 150 h
b) 75 h</td><td>7,5</td><td>1. Sem.</td><td>Jedes Semester</td><td>1 Semester</td></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">Lehrveranstaltungen
a) Grundlagen Personalmanagement
b) Organisation</td><td colspan="2">Kontaktzeit
a) 4 SWS / 60 h
b) 2 SWS / 30 h</td><td>Selbststudium
a) 90 h
b) 45 h</td><td>geplante Gruppengröße
60 Studierende</td></tr>
<tr><td>2</td><td colspan="6">Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen
a) Grundlagen Personalmanagement
Fachliche Kompetenzen:
Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:
• die Grundlagen des Personalmanagements erläutern
• die Aufgabenfelder und Themenbereiche Personalplanung, Personalbeschaffung, Personalentwicklung, Personalfreisetzung und Personalgrundsatzfragen definieren
• durch praxisnahe Konzepte und Instrumente die zentrale Bedeutung von HR für eine erfolgreiche und nachhaltige Unternehmensführung nachvollziehen
Fachübergreifende Kompetenzen:
Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:
• sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz)
• Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten
• Erlerntes Fachwissen reflektiert auf konkrete Fallbeispiele anwenden

b) Organisation
Fachliche Kompetenzen:
Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:
• die wesentlichen Ziele, Methoden und Ausgestaltungsmöglichkeiten der Organisationsgestaltung erläutern
• die unterschiedlichen Methoden der Organisationsgestaltung nachvollziehen
• verstehen, welche Auswirkungen Eingriffe in die Prozess- und in die Aufbauorganisation mit sich bringe
Fachübergreifende Kompetenzen:
• Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten
• Die Notwendigkeit von (hierarchischen) Strukturen erkennen und bewerten
• Informationen zu einem Fachthema recherchieren</td></tr>
<tr><td>3</td><td colspan="6">Inhalte (Auszug)
a) Grundlagen Personalmanagement
• (Arbeitsrechtliche) Rahmenbedingungen und Grundlagen des Personalmanagements
• Personalplanung
• Personalbeschaffung und -auswahl
• Personalentwicklung
• Personalfreisetzung
• Anreizsysteme (Vergütung, …)
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
• Zusammenhang zwischen Führung und Organisation (Grundzüge)</td></tr>
</table>

	• 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 **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

Investition und Finanzierung					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
	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**

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- die zentralen Zahlungsmittelströme der betrieblichen Finanzwirtschaft (Innenfinanzierung, Investivsaldo, Außenfinanzierung) und die grundlegenden Verfahren der Wirtschaftlichkeitsrechnung (insbesondere Kapitalwert und interner Zinsfuß) erläutern
- finanzwirtschaftliche Planungs- und Kontrollrechnungen erstellen und Wirtschaftlichkeitsrechnungen durchführen

Fachübergreifende Kompetenzen:

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

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	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
	150 h	5	1. Semester	Jedes Semester	1 Semester

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

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

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden

Fachliche Kompetenzen:

- die grundlegenden Methoden zur Gestaltung, Organisation und Steuerung von Produktionssystemen anwenden und erläutern sowie aus den zum Teil gegenläufigen Zielsetzungen im Produktionsbetrieb operative Handlungsoptionen ableiten
- die Konzepte und Methoden der Produktentwicklung, der Produktionsorganisation, -planung und -steuerung erläutern
- die Prinzipien der „Schlanken Produktion“ und der „Nachhaltigen Produktion“ im Kontext kundenorientierter Wertschöpfungssysteme verorten sowie deren Ergebnisbeitrag einschätzen

Fachübergreifende Kompetenzen:

- sich im Dialog mit anderen über Problemstellungen im Produktionsumfeld austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz)
- Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten
- Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren

3 **Inhalte**

- Wert und Wertschöpfung als Gestaltungsziel
- Product-Lifecycle Management
- Getaltung der Produktion
- Planung und Steuerung in der Produktion
- Prinzipien und Methoden der Schlanken Produktion
- IT-Systeme in der Produktion/ 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

11 **Sonstige Informationen**

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

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**
	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**

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- Aufbau eines wirtschaftlich-orientierten Fachvokabulars
- Ausbau und Festigung englischer Sprachstrukturen
- Hörverständnis gezielt verbessern
- Leseverständnis schulen
- Schreibfähigkeit in beschränktem Maß ausbauen
- Firmeninterne Abteilungen und Funktionen kennen lernen
- Fremderfahrung mit Hilfe von Gruppenerfahrung in der Zielsprache erleichtern

Fachübergreifende Kompetenzen:

- Interkulturelle Wahrnehmung und Kompetenz erwerben
- Kommunikationsfähigkeit steigern
- Verhandlungsgeschick fördern
- Präsentationsfähigkeiten ausbauen

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**

Kursbuch/Skript wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben

Wirtschaftsmathematik					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
	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

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- mathematische Symbole, Aussagen und Zusammenhänge verbalisieren und wiedergeben.
- Aufgaben lösen, indem sie mathematische Konzepte anwenden.
- (ökonomische) Sachverhalte mathematisch modellieren.
- mit Computereinsatz Aufgaben lösen und die Ergebnisse interpretieren.
- mathematische Texte (ggf. mit ökonomischen Hintergrund) selbstständig nachvollziehen und auf einen Sachverhalt anwenden.

Fachübergreifende Kompetenzen:

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

3 Inhalte

- **Teilgebiet Analysis:**
  - Aussagenlogik, Mengenlehre, Abbildungen
  - Funktionen in einer und mehreren Variablen, ökonomisch relevante Funktionen
  - Differenzialrechnung in einer Variablen und mehreren Variablen und ökonomische Anwendungen
- **Teilgebiet Lineare Algebra:**
  - Vektoren, Matrizen und Determinanten
  - Lineare Gleichungssysteme und ökonomische Anwendungen
  - Lineare Optimierung
- **Teilgebiet Finanzmathematik:**
  - Bewertung von Zahlungsströmen mit linearer, exponentieller und stetiger Verzinsung
  - 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

11	**Sonstige Informationen** 1) Veranstaltungsbegleitendes Skript oder Buch mit Übungsaufgaben 2) Allgemeine Literaturempfehlungen: • Sydsaeter, H.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Pearson • Wolik, N.: Wirtschaftsmathematik, Schäffer Poeschel **Spezielle Empfehlungen** (in der jeweils aktuellsten Auflage): **Finanzmathematik:** • Heitmann, D./Skil, Th./Weiß, C.: Finanzmathematik - Einführung für Mathematik, Wirtschaftswissenschaften und Praxis. Springer Gabler Berlin, Heidelberg. **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**
	a) 150 h b) 150 h	10	1. u. 2. Sem.	Jedes Semester	2 Semester

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

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- die wirtschaftlichen Handlungen rechtlich zu würdigen und Handlungsempfehlungen in den routinemäßigen Fällen des Tagesgeschäfts selbstständig zu entwickeln
- in anspruchsvolleren Rechtsfällen mit Personen sachgerecht zusammenzuarbeiten, die in der Unternehmenspraxis die Rechtsberatungsfunktion wahrnehmen (Rechtsabteilung, Hausanwalt)
- neue rechtliche Problemfelder selbstständig erarbeiten

Fachübergreifende Kompetenzen:

- Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten
- Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren
- Erlernen und Anwendung von Argumentationstechniken

3 Inhalte

Teilmodul Wirtschaftsrecht I

- Grundlegende Funktionsweisen des Rechts
- Grundprinzipien des Wirtschaftsprivatrechts
- Rechtssubjekte (Rechtsformen) und Rechtsobjekte
- Rechtsgeschäftslehre (Willenserklärung, Vertrag, Stellvertretung, Wirksamkeit)
- Allgemeine Geschäftsbedingungen

Teilmodul Wirtschaftsrecht II

- Allgemeine Regeln über Schuldverhältnisse und Leistungsstörungen
- Besondere Schuldverhältnisse (insbesondere Kaufrecht)
- Kreditsicherungsrecht
- Deliktsrecht
- Sonderregeln des Handelsrechts

4 Lehrformen

Vorlesung und Übung

5 Teilnahmevoraussetzungen

keine

6 Prüfungsform

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. Renner; Prof. Dr. Ünsal

11 Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Deckenbrock, C./Höpfner C., Bürgerliches Vermögensrecht
- Führich, Wirtschaftsprivatrecht
- Führich, E./Werdan I., Wirtschaftsprivatrecht in Fällen und Fragen
- Gildeggen, R. /Lorinser, B./Willburger, A., Wirtschaftsprivatrecht
- Müssig, P.: Wirtschaftsprivatrecht
- 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 colspan="2">Kennnummer</td><td>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 colspan="2">Kontaktzeit
a) 2 SWS / 30 h
b) 4 SWS / 60 h</td><td>Selbststudium
a) 45 h
b) 90 h</td><td>geplante Gruppengröße
60 Studierende</td></tr>
<tr><td>2</td><td colspan="6">Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen
a) Buchhaltung
Fachliche Kompetenzen:
Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:
• die grundlegenden Prinzipien und die systemischen Zusammenhänge der doppelten Buchführung im Kontext betriebswirtschaftlicher Prozesse als Hilfsdisziplin der Unternehmensführung erläutern
• für eine Vielzahl von Geschäftsvorfällen adäquate Buchungssätze entwickeln und somit die Buchführung für die wesentlichen Funktionsbereiche in Unternehmen selbständig durchführen
• die Auswirkungen von Geschäftsvorfällen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage analysieren und beurteilen
Fachübergreifende Kompetenzen:
• die notwendige Literatur – einschließlich der Rechtsvorschriften - recherchieren, lesen und verstehen
• sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz)
• Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten

b) Kostenrechnung
Fachliche Kompetenzen:
Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:
• Grundbegriffe des betrieblichen Rechnungswesens definieren
• Aufgaben der Kostenrechnung zur Entscheidungsunterstützung im Unternehmen erläutern und im Unternehmenskontext einordnen
• die Struktur der Kostenrechnung nach ihren Teilsystemen Kostenarten-, Kostenstellen und Kostenträgerrechnung beschreiben
• unterschiedliche Methoden der Teilsysteme der Kostenrechnung beurteilen und anwenden, um Problemstellungen des betrieblichen Rechnungswesens zu lösen
Fachübergreifende Kompetenzen:
• die notwendige Literatur recherchieren, lesen und verstehen
• sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz)
• Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten</td></tr>
<tr><td>3</td><td colspan="6">Inhalte
a) Im Teil „Buchhaltung“ werden die Grundlagen der doppelten Buchführung vermittelt. Anschließend wird erarbeitet, wie diese Technik genutzt wird, um Geschäftsvorfälle im Rechnungswesen abzubilden. Dazu zählen u.a. Geschäftsvorfälle aus dem Beschaffungs- und Absatzbereich, der Produktion, der Finanzierung und des Personalwesens. Diese werden zu einfachen Jahresabschlüssen verdichtet. Dabei wird erarbeitet, wie aus den so erstellten Jahresabschlüssen Informationen über die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Unternehmens gewonnen werden können.

b) Im Teil „Kostenrechnung“ werden zunächst die grundlegenden Begriffe des betrieblichen Rechnungswesens bestimmt. Danach werden die Aufgaben der Kostenrechnung dargestellt und anhand von Entscheidungsproblemen aus verschiedenen Unternehmensbereichen wie Einkauf, Lagerwirtschaft, Produktion, Marketing und Vertrieb veranschaulicht. Entlang der aufeinander aufbauenden Teilsysteme der Kostenrechnung (Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung) werden Methoden vermittelt und genutzt, um entscheidungsrelevante Informationen für das Management im Unternehmen aufzubereiten.</td></tr>
<tr><td>4</td><td colspan="6">Lehrformen
Vorlesung und Übung</td></tr>
<tr><td>5</td><td colspan="6">Teilnahmevoraussetzungen
Keine</td></tr>
<tr><td>6</td><td colspan="6">Prüfungsform</td></tr>
</table>

	Klausurarbeit (135 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;** **a) Prof. Dr. Hendler** **b) Prof. Dr. Wiesmann**
11	**Sonstige Informationen** Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): a) Buchhaltung: allgemeine Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Bieg/Waschbusch, Buchführung • Döring/Buchholz, Buchhaltung und Jahresabschluss • Endriss (Hrsg.), Bilanzbuchhalter-Handbuch • Engelhardt/Raffee/Wischermann, Grundzüge der doppelten Buchführung • Wöhe/Kußmaul, Grundzüge der Buchführung und Bilanztechnik b) Kostenrechnung: • Coenenberg/Fischer/Günther, Kostenrechnung und Kostenanalyse • Rüth, Kostenrechnung Band I • Friedl/Hofmann/Pedell, Kostenrechnung • Jórasz/Baltzer, Kosten- und Leistungsrechnung • Däumler, K. D./Grabe, I., Kostenrechnung 1 • Haberstock, Kostenrechnung 1

Grundlagen der Ertragsbesteuerung					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
	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**

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- Grundzüge des deutschen Ertragsteuerrechts erläutern
- ertragsteuerliche Sachverhalte systemisch beurteilen und quantifizieren
- in Abhängigkeit von der Situation entsprechende Vor- und Nachteile wirtschaftlichen Handelns im Hinblick auf die Besteuerung aufzeigen

Fachübergreifende Kompetenzen:

- die notwendige Literatur recherchieren, lesen und verstehen
- 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**

- Einkommensteuer (Steuerpflicht, Einkünfte, Bemessungsgrundlage, Steuertarif)
- Körperschaftsteuer (Steuerpflicht, Bemessungsgrundlage, Steuertarif, Verbindung zur ESt)
- Gewerbesteuer (Gewerbeertrag, Gewerbesteuerberechnung, Verbindungen zu ESt/KSt)
- Grundzüge des Internationalen Steuerrechts (national sowie Doppelbesteuerungsabkommen)

4 **Lehrformen**

Vorlesung + Übung

5 **Teilnahmevoraussetzungen**

Grundkenntnisse im Bereich der Buchführung und der Rechtsformen

6 **Prüfungsform**

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**

Prof. Dr. Rauenbusch

11 **Sonstige Informationen**

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Freichel/Brähler/Lösel: Ertragsteuern
- Schweizer: Steuerlehre
- Hubert: Unternehmenssteuern

Jahresabschluss					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
	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

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- verstehen, aus welchen Elementen mit welchem Umfang der Jahresabschluss und der Lagebericht von Unternehmen unterschiedlicher Rechtsform und Größe besteht
- die Nützlichkeit der mit dem Jahresabschluss und dem Lagebericht transportierten Informationen für Entscheidungen unterschiedlicher Stakeholder begründen; insbesondere können sie begründen, wie der Jahresabschluss zur Unternehmenssteuerung, Informationsgewinnung und Gewinnzurechnung genutzt wird
- analysieren, welche Unternehmensprozesse und Sachverhalte im Jahresabschluss abzubilden sind
- ausgewählte Unternehmensprozesse und Sachverhalte im handelsrechtlichen Jahresabschluss abbilden und dabei die bilanzpolitischen Möglichkeiten erkennen und analysieren
- erläutern, wie Unternehmen im Abschluss über Nachhaltigkeitsaspekte zu berichten haben.

Fachübergreifende Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- die notwendige Literatur einschließlich der Rechtsgrundlagen und grundlegender Rechtsprechung recherchieren, lesen und verstehen
- 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

- Das Modul Jahresabschluss befasst sich mit den rechtlichen Grundlagen der Erstellung sowie der Analyse des Jahresabschlusses und des Lageberichts, wobei der Schwerpunkt auf der Erstellung des Jahresabschlusses liegt.
- Im Bereich rechtliche Grundlagen wird erarbeitet, welche Unternehmen einen Jahresabschluss und Lagebericht zu erstellen haben, aus welchen Bestandteilen diese abhängig von der Unternehmensform und Größe bestehen.
- Im Rahmen der Erstellung des Jahresabschlusses wird analysiert, ob und welche Auswirkungen Unternehmensprozesse und sonstige Sachverhalte auf den Jahresabschluss haben. Zu den Unternehmensprozessen zählen u.a. der Kauf und Verkauf von Handelswaren, die Produktion und der Verkauf von Erzeugnissen, der Investitionsprozess und der Finanzierungsprozess (Eigenfinanzierung sowie Fremdfinanzierung). Dabei wird auf mögliche bilanzpolitische Maßnahmen eingegangen.
- Im Bereich Jahresabschlussanalyse werden Abschlüsse anhand ausgewählter Kennzahlen analysiert. Ebenso wird diskutiert, wie bilanzpolitische Maßnahmen durch intelligente Kennzahlenbildung neutralisiert werden können.

Alle Themenbereiche werden anhand von zahlreichen Aufgaben und Fallstudien inhaltlich vertieft.

4 Lehrformen

Vorlesung mit seminaristischen Anteilen

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 Prüfungsform

- Klausurarbeit (135 Min., schriftliche Form, in der Hochschule)
- Portfolioprüfung (Elemente: Lösungen von Aufgaben bzw. Fallstudien [30%], Klausur [70%], Lernprozess-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** **Prof. Dr. Hendler**
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

<table>
<tr><th colspan="7">Unternehmensplanspiel + Controlling</th></tr>
<tr><th>Kennnummer</th><th>Workload</th><th>Credits</th><th>Studiensemester</th><th>Häufigkeit des Angebots</th><th>Dauer</th></tr>
<tr><td></td><td>a) 75 h
b) 75 h</td><td>5</td><td>a) 4. Sem.
b) 4. Sem.</td><td>Jedes Semester</td><td>a) 1 Sem.
b) 1 Sem.</td></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">Lehrveranstaltungen
a) Unternehmensplanspiel
b) Controlling</td><td>Kontaktzeit
a) 2 SWS / 30 h
b) 2 SWS / 30 h</td><td>Selbststudium
a) 45 h
b) 45 h</td><td colspan="2">geplante Gruppengröße
60 Studierende</td></tr>
<tr><td>2</td><td colspan="6">Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen
a) Unternehmensplanspiel
Fachliche Kompetenzen:
Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:
• das Basiswissen der Betriebswirtschaftslehre die Konsequenzen verschiedener Instrumente des Controllings und des Rechnungswesens wiedergeben und erläutern
• die Interdependenzen betriebswirtschaftlicher Entscheidungen erfassen
• Systemzusammenhänge erfassen und gesamtunternehmerische Entscheidungen im Team treffen
• 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 wiedergeben und erläutern
Fachübergreifende Kompetenzen:
• die notwendige Literatur recherchieren, lesen und verstehen
• sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz)
• Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten

b) Controlling
Fachliche Kompetenzen:
Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:
• die Ziele, Aufgaben und Funktionen, die notwendigen Begrifflichkeiten und insbesondere das Wesen und die Bedeutung des Controllings wiedergeben und erläutern
• grundlegende Controlling-Ansätze anwenden und deren Ausgestaltung in der Praxis beobachten und bewerten
• die Möglichkeiten und Grenzen einer Unternehmenssteuerung mit Kennzahlen erkennen
• ausgewählte Kennzahlen zur Unternehmenssteuerung ermitteln und interpretieren
• grundlegende Bausteine des Finanzcontrollings erläutern und unternehmensbezogen anwenden
Fachübergreifende Kompetenzen:
• zielgruppenadäquate Kommunikation von Ergebnissen beobachten und erlernen
• die notwendige Literatur recherchieren, lesen und verstehen
• Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten
• Zeitmanagement optimieren</td></tr>
<tr><td>3</td><td colspan="6">Lerninhalte
a) Unternehmensplanspiel
• Teilbereiche der BWL: Kostenrechnung, Rechnungswesen und Controlling
• Schwerpunkt: Erfahrung der zeitlichen Divergenz von auslösendem Geschäftsvorfall, Erfolgswirksamkeit und Liquidität
• Quantifizierung der Resultate
• Informationssystem (Marktbericht, Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Finanzstatus, Maschinenbelegungsbericht, Personaleinsatz, Lagerbericht)
b) Der Veranstaltungsteil Controlling befasst sich mit den Grundlagen des Fachgebietes. Nach einem ersten Überblick liegt ein Schwerpunkt auf den Elementen des Controlling-Zyklus (Ermittlung von Ist-Werten und Plan-Werte, Erstellung von Abweichungsanalysen und Ableitung von Maßnahmen zur Optimierung sowie der Berichterstattung auch unter Nachhaltigkeitsaspekten). Zusätzlich werden Ausgestaltungen und Anwendungsmöglichkeiten von Kennzahlen thematisiert. Im Bereich des Finanzcontrollings werden zudem bedeutsame Ansätze zur kurz- und langfristigen Liquiditätssicherung erarbeitet.</td></tr>
<tr><td>4</td><td colspan="6">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</td></tr>
<tr><td>5</td><td colspan="6">Teilnahmevoraussetzungen</td></tr>
</table>

	Kenntnisse in Kostenrechnung und Buchführung
6	**Prüfungsform** 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** **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 – Hubert, B.: Grundlagen des operativen und strategischen Controllings: Konzeptionen, Instrumente und ihre Anwendung – Küting, K. / Weber, C.-P.: Die Bilanzanalyse. – Reichmann, T./ Kißler, M. / Baumöl, U.: Controlling mit Kennzahlen – Weber, J. / Schäffer, U.: Einführung in das Controlling – Ziegenbein, K.: Controlling

Volkswirtschaftslehre 1					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
	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

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- grundlegende Informationen über volkswirtschaftliche Fragestellungen, Begriffe und Methoden wiedergeben
- Funktionsweise von Märkten, Voraussetzungen für eine Marktkoordination und mögliche Marktversagenstatbestände beschreiben und analysieren
- zentrale Koordinationsverfahren unserer Wirtschaftsordnung – den Markt – hinsichtlich seiner Stärken und Schwächen erläutern

Fachübergreifende Kompetenzen:

- die notwendige Literatur recherchieren, lesen und verstehen sowie wissenschaftlich darstellen
- 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

- 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 Prüfungsform

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

Prof. Dr. C. J. Vogt

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
- Sturm, B. / Vogt, C.: Mikroökonomik. Eine anwendungsorientierte Einführung
- 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**
	150 h	5	4. Sem.	in jedem Semester	1 Semester

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

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- aufbauend auf Ergebnissen der Mikroökonomie gesamtwirtschaftliche Phänomene analysieren
- Grundlagen der Konjunktur- und Wachstumstheorie sowie außenwirtschaftlicher Zusammenhänge erarbeiten
- die Bedeutung der Geldwertstabilität in einer Volkswirtschaft identifizieren
- Beschäftigungsaspekte und Arbeitslosigkeit analysieren

Fachübergreifende Kompetenzen:

- Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren
- Inhalte aus dieser Fachliteratur für andere verständlich darstellen und zitieren
- sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz)

3 Inhalte

- Makroökonomische Daten
- Konjunktur- und Wachstumstheorie
- Das monetäre System
- Inflation
- Beschäftigung und Arbeitslosigkeit

4 Lehrformen

Vorlesungen

5 Teilnahmevoraussetzungen

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

6 Prüfungsform

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

Prof. Dr. Sommer

11 Sonstige Informationen

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

- Blanchard, O. / Illing, G.: Makroökonomie
- Mankiw, N.G.: Makroökonomik
- Mankiw, N.G. / Taylor, M.P.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre
- Krugman, P. / Wells, R.: Volkswirtschaftslehre

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

Wirtschaftsenglisch 2					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
	150 h	5	3. Sem.	Jedes Semester	1 Sem.

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Wirtschaftsenglisch 2	4 SWS / 60 h	90 h	20 Studierende

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

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

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

Fachübergreifende Kompetenzen:

- Spezialisierung der Wirtschaftsthemen (Anlehnung an spätere Hauptmodule)
- Interkulturelle Wahrnehmung und Kompetenz stark ausbauen
- Kommunikationsfähigkeit aktivieren
- Verhandlungsgeschick optimieren
- Präsentationsfähigkeiten perfektionieren

3 **Inhalte**

- 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

4 **Lehrformen**

Seminaristischer Unterricht

5 **Teilnahmevoraussetzungen**

Das Modul „Wirtschaftsenglisch 2“ kann nur belegt werden, wenn „Wirtschaftsenglisch 1“ mit mindestens 50 % bestanden wurde.

6 **Prüfungsform**

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**

Simonovis, M.A.

11 **Sonstige Informationen**

Kursbuch/Skript wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben

<table>
<tr><th colspan="7">Wirtschaftsinformatik</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>a) 150 h
b) 150 h</td><td>10</td><td>2. u. 3. Sem.</td><td>Jedes Semester</td><td>2 Semester</td></tr>
<tr><td>1</td><td>Lehrveranstaltungen
Wirtschaftsinformatik</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>Selbststudium
a) 90 h
b) 90 h</td><td colspan="2">geplante Gruppengröße
- Seminaristischer Unterricht: 60 Studierende
- Übung: 30 Studierende</td></tr>
<tr><td>2</td><td colspan="6">Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen
Fachliche Kompetenzen:
Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:
• Grundlegende Terminologie der Informatik verstehen
• Methoden der Informatik anwenden
• Einfache Programme zu definierten Aufgabenstellungen erstellen
• Programme zur Validierung, Auswertung und Visualisierung von Daten erstellen
• Daten strukturieren, speichern, sicher übertragen und auswerten
• Gelernte Techniken der Informatik im betriebswirtschaftlichen Umfeld einsetzen
Fachübergreifende Kompetenzen:
• Probleme unter Hinzuziehung weiterer Quellen lösen
• sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz)
• Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten</td></tr>
<tr><td>3</td><td colspan="6">Inhalte
• Algorithmen
• Programmierung
• Datenmodellierung
• Datenbanksysteme
• Informationssicherheit</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">Prüfungsform
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
Prof. Dr. Blümel</td></tr>
<tr><td>11</td><td colspan="6">Sonstige Informationen
Literaturempfehlung (in der jeweils aktuellsten Auflage):
• Eigenes Skript/Folien
• Weitere Quellen werden in den Folien zu den Lehrveranstaltungen genannt</td></tr>
</table>

Wirtschaftspolitik + Grundlagen Nachhaltigkeit					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
	a) 75 h b) 75 h	a) 2,5 b) 2,5	4. Sem.	in jedem Semester	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	a) Wirtschaftspolitik b) Grundlagen Nachhaltigkeit	a) 2 SWS / 30 h b) 2 SWS / 30 h	a) 45 h b) 45 h	60 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- politisch gesetzte Ziele und Rahmenbedingungen für wirtschaftliches Handeln sowie Instrumente und die Träger der Wirtschaftspolitik analysieren
- die Verzahnung von Politik, Wirtschaft und Wissenschaft beschreiben und die allgemeinen Möglichkeiten und Grenzen einer politischen Gestaltung wirtschaftlicher Abläufe auf Märkten und in der Gesamtwirtschaft beurteilen
- das Leitbild der Nachhaltigen Entwicklung wiedergeben, unterschiedliche Paradigmen der Nachhaltigkeit erläutern und einordnen
- Konzepte der Nachhaltigkeit auf zentrale Handlungsfelder einer zukunftsfähigen Gesellschaft anwenden und diskutieren
- die politischen Instrumente und deren Wirkungsweise zur Initiierung von Veränderungsprozessen bearbeiten

Fachübergreifende Kompetenzen:

- die notwendige Literatur recherchieren, lesen und verstehen
- sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz)

3 Inhalte

a) Wirtschaftspolitik

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

b) Grundlagen Nachhaltigkeit

- Leitbild der nachhaltigen Entwicklung
- Nachhaltigkeitsmodelle und -konzepte (Drei-Säulen-Modell, starke vs. schwache Nachhaltigkeit, integrative Konzepte)
- Probleme einer nachhaltigen Entwicklung insbesondere aus ökonomischer Sicht, vor allem Anreizdefekte bei Umweltgütern
- Instrumente zur Förderung ökologischer/ sozialer/ ökonomischer Nachhaltigkeit

4 Lehrformen

Vorlesungen mit Übungen

5 Teilnahmevoraussetzungen

Vorkenntnisse aus dem Modul Volkswirtschaftslehre 1

6 Prüfungsform

2 Teil-Klausuren (à 45 Minuten schriftliche Form, in der Hochschule) ODER 2 Teil-Klausuren (à 45 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

Prof. Dr. Sommer

11 Sonstige Informationen

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

c) Wirtschaftspolitik

- Fritsch, M.: Marktversagen und Wirtschaftspolitik. Mikroökonomische Grundlagen staatlichen Handelns
- Klump, R.: Wirtschaftspolitik

	○ Weimann, J.: Wirtschaftspolitik. Allokation und kollektive Entscheidung d) Nachhaltige Entwicklung ○ v. Hauff, M./Kleine, A.: Nachhaltige Entwicklung - Grundlagen und Umsetzung ○ Rogall, H./ Gapp-Schmeling, K.: Nachhaltige Ökonomie ○ Sturm, B./Vogt, C. : Umweltökonomik Für beide Teilmodule 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.

Wirtschaftsstatistik

Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	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

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- Symbole, Aussagen und Zusammenhänge aus der Statistik verbalisieren und wiedergeben.
- gegebene Daten (ggf. mit Hilfe von Software) mit geeigneten Methoden vorbereiten
- auf eine Fragestellung Daten computergestützt erheben und bearbeiten (s. 2. Punkt) und Unsicherheiten in Schlussfolgerungen aufgrund von Variationen quantifizieren.
- die Anwendung statistischer Auswertungen in Fachveröffentlichungen verstehen und einordnen,

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
- Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren

3 Inhalte

- **Teilgebiet Deskriptive Statistik:**
  - Grundlagen der Datenbeschreibung und -erhebung
  - Aufbereitung des erhobenen Datenmaterials
  - Datenanalyse uni- und bivariater Verteilungen und Visualisierungen
  - Verhältniszahlen und Indexzahlen
- **Teilgebiet Induktive Statistik:**
  - Wahrscheinlichkeitsrechnung und W-verteilungen
  - Konfidenzintervalle und Hypothesentests
  - Uni- und multivariate Regressionsmodelle

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

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 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

9 Stellenwert der Note für die Endnote

7,5/225

10 Modulbeauftragte/r

Prof. Dr. Moos

11 Sonstige Informationen

Veranstaltungsbegleitendes Skript oder Buch mit Übungsaufgaben

- Mittag, H. /Schüller, K.: Statistik: Eine Einführung mit interaktiven Elementen, Springer Spektrum

3. Studienjahr

Arbeitsrecht						
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**	
	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** *Fachliche Kompetenzen:* *Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:* • arbeitsrechtliche Problemfelder identifizieren und eigene Positionen auf der Grundlage der einschlägigen Rechtsquellen entwickeln • die arbeitsrechtlichen Rahmenbedingungen des Human Ressource Managements beurteilen und auf der Grundlage der gewonnenen Kenntnisse im Individual- und Kollektivarbeitsrecht Handlungsempfehlungen ableiten *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 • Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren • Präsentationstechnik ausbauen • Argumentationsfähigkeit stärken						
3	**Inhalte:** • Begriff und Rechtsquellen des Arbeitsrechts • Aufbau und Aufgaben der Arbeitsgerichtsbarkeit • Anbahnung, Begründung und Grundlagen der Beendigung von Arbeitsverhältnissen • Rechte und Pflichten von Arbeitgeber und Arbeitnehmer • Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz in der betrieblichen Praxis • Arbeitsrechtliche Rahmenbedingungen bei Betriebsübergang • Grundzüge der betrieblichen Mitbestimmung und des Tarifvertragsrechts						
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 **Prof. Dr. Ünsal**						
11	**Sonstige Informationen** Literaturempfehlung (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Brox/Rüthers/Henssler: Arbeitsrecht • Dütz/Thüsing: Arbeitsrecht • Fitting/Engels/Schmidt/ua: Betriebsverfassungsgesetz • Hanau/Adomeit: Arbeitsrecht • Junker Grundkurs ArbeitsrechtJunker: Fälle zum Arbeitsrecht•Kocher Europäisches Arbeitsrecht • Richardi / Bayreuther: Kollektives Arbeitsrecht • Schaub: Arbeitsrechtshandbuch Weitere Literaturhinweise werden in der Veranstaltung gegeben.						

<table>
<tr><th colspan="7">Ausgewählte Fragen des Gesundheitsmanagements</th></tr>
<tr><th colspan="2">Kennnummer</th><th>Workload
150 h</th><th>Credits
5</th><th>Studiensemester
5./6. Sem.</th><th>Häufigkeit des Angebots
Jedes Semester</th><th>Dauer
1 Semester</th></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">Lehrveranstaltungen
Wahl aus verschiedenen Lehrveranstaltungen des Departments für Ökonomie und Nachhaltigkeit im Gesundheitswesen (DÖNG)</td><td>Kontaktzeit
4 SWS / 60 h</td><td>Selbststudium
90 h</td><td colspan="2">geplante Gruppengröße
in Abhängigkeit vom Angebot</td></tr>
<tr><td>2</td><td colspan="6">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://gesundheitscampus.hochschule-bochum.de/fileadmin/user_upload/Studieren_am_Standort_Gesundheitscampus/MHB_Verlaufsplaene/MHB_GOE_2025_02_13.pdf , wird Bezug genommen.</td></tr>
<tr><td>3</td><td colspan="6">Inhalte:
Auf das Modulhandbuch des Bachelorstudienganges Gesundheitsökonomie des Departments für Ökonomie und Nachhaltigkeit im Gesundheitswesen (DÖNG) am Gesundheitscampus, erhältlich unter https://gesundheitscampus.hochschule-bochum.de/fileadmin/user_upload/Studieren_am_Standort_Gesundheitscampus/MHB_Verlaufsplaene/MHB_GOE_2025_02_13.pdf , wird Bezug genommen.</td></tr>
<tr><td>4</td><td colspan="6">Lehrformen
Auf das Modulhandbuch des Bachelorstudienganges Gesundheitsökonomie des Departments für Ökonomie und Nachhaltigkeit im Gesundheitswesen (DÖNG) am Gesundheitscampus, erhältlich unter https://gesundheitscampus.hochschule-bochum.de/fileadmin/user_upload/Studieren_am_Standort_Gesundheitscampus/MHB_Verlaufsplaene/MHB_GOE_2025_02_13.pdf , wird Bezug genommen.</td></tr>
<tr><td>5</td><td colspan="6">Teilnahmevoraussetzungen
Siehe jeweilige Kursbeschreibung aus dem Modulhandbuch des Bachelorstudienganges Gesundheitsökonomie des Departments für Ökonomie und Nachhaltigkeit im Gesundheitswesen (DÖNG) am Gesundheitscampus, erhältlich unter https://gesundheitscampus.hochschule-bochum.de/fileadmin/user_upload/Studieren_am_Standort_Gesundheitscampus/MHB_Verlaufsplaene/MHB_GOE_2025_02_13.pdf .
Eine Anmeldung zum Sommersemester ist bis zum 01.03. und zum Wintersemester bis zum 01.09. bei Frau Bambal erforderlich.</td></tr>
<tr><td>6</td><td colspan="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://gesundheitscampus.hochschule-bochum.de/fileadmin/user_upload/Studieren_am_Standort_Gesundheitscampus/MHB_Verlaufsplaene/MHB_GOE_2025_02_13.pdf</td></tr>
<tr><td>7</td><td colspan="6">Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
Aktive Teilnahme und eine mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung</td></tr>
<tr><td>8</td><td colspan="6">Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)
BA-International Business and Management
B.Sc. Gesundheitsökonomie</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
Der/die Studiendekan/Studiendekanin in Kooperation mit dem Department für Ökonomie und Nachhaltigkeit im Gesundheitswesen (DÖNG) am Gesundheitscampus</td></tr>
<tr><td>11</td><td colspan="6">Literaturempfehlungen
Je nach Wahl der Veranstaltung aktuelle spezifische Empfehlungen.
Studierende können sich bei Fragen zu diesem Modul an die Studiengangsmanagerin BWL – Emine Bambal - wenden.</td></tr>
</table>

B2B-Marketing					
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**
	B2B-Marketing	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- die Besonderheiten von B2B-Märkten, die Mechanismen industriellen Kaufverhaltens sowie die unterschiedlichen Voraussetzungen für das Marketing gemäß dem Geschäftstypenansatz erläutern
- Marketing-Programme für diese spezifischen Marktbedingungen entwickeln und somit die Marketinginstrumente kunden- und geschäftstypenspezifisch einsetzen

Fachübergreifende Kompetenzen:

- strukturiertes und selbständiges Erarbeiten von Lösungen für relevante praxisbezogene Aufgabenstellungen auf Basis erlernter wissenschaftlicher Sachverhalte
- sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz)

3 Inhalte

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

4 Lehrformen

Seminaristische Vorlesung, gestützt auf Fallstudien- und Gruppenarbeiten sowie im Einzelfall Case Study Workshops

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 (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre
BA-International Business andManagement
BA-Wirtschaftsingenieurwesen

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10 Modulbeauftragte

Prof. Dr. Ritzerfeld-Zell

11 Sonstige Informationen

Literaturempfehlung (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Backhaus, K. / Voeth, M.: Industriegütermarketing
- Pförtsch, W., Manowicz, A.-A., Preikschas, M: Business-to-Business-Marketing
- Kleinaltenkamp, M., Saab, S.: Technischer Vertrieb – Eine praxisorientierte Einführung in das B2B-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**
	150 h	5	5. Sem.	mind. 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**
	150 h	5	6. Sem.	mind. 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**
	150 h	5	5. oder 6. Sem.	mind. einmal jährlich	1 Sem.

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

2 **Lernergebnisse / Kompetenzen**

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- die Funktionsweise und den Einsatz von Finanzinstrumenten beschreiben.
- die zur Bewertung erforderlichen mathematischen Überlegungen wiedergeben.
- geeignete Finanzinstrumente (ggf. computergestützt) auf einen ökonomischen Sachverhalt anwenden.
- Risiken durch Ermittlung geeigneter Kennzahlen quantifizieren und den Einsatz damit beurteilen.
- auf eine angemessene Situation geeignete Finanzinstrumente auswählen, dadurch bewerten und beurteilen.

Fachübergreifende Kompetenzen:

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

3 **Inhalte**

- Einfache Zinsgeschäfte
- Forwards und Futures
- Optionen
- Value at Risk

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

11 **Sonstige Informationen**

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

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

<table>
<tr><th colspan="7">Business Case Studies, englisch/deutsch</th></tr>
<tr><th colspan="2">Kennnummer</th><th>Workload
150 h</th><th>Credits
5</th><th>Studiensemester
5. o. 6. Sem.</th><th>Häufigkeit des Angebots
Mind. einmal jährlich</th><th>Dauer
1 Semester</th></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">Lehrveranstaltungen
Business Case Studies, englisch/deutsch</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:
• im Rahmen der Veranstaltung eigenständig betriebswirtschaftliche Problemstellungen in englischer und/oder deutscher Sprache in Form von Fallstudien aus der Unternehmenspraxis unter Anleitung der Lehrenden bearbeiten
• durch Anwendung ihrer betriebswirtschaftlichen Methoden- und Analysekompetenz Lösungen und Handlungsempfehlungen für praxisorientierte Fragestellungen im Team entwickeln und schriftlich dokumentieren
Fachübergreifende Kompetenzen:
• Allgemein anwendbare Methoden zur anwendungsorientierten Analyse und Präsentation
• Entwicklung von Fähigkeiten zur strukturierten Präsentation der Arbeitsergebnisse vor den Seminarteilnehmern</td></tr>
<tr><td>3</td><td colspan="6">Inhalte
• Die Fallstudien berücksichtigen aktuelle Fragestellungen von Unternehmen mit unterschiedlichem Branchenkontext und Internationalisierungsgrad.
• Die in den Fallstudien vorgestellten Unternehmen stehen vor unterschiedlichen Herausforderungen, die in verschiedenen betriebswirtschaftlichen Funktionsbereichen angesiedelt sind</td></tr>
<tr><td>4</td><td colspan="6">Lehrformen
Seminar im interdisziplinären Ansatz (geleitet durch 2 Professoren aus Marketing & Vertrieb und Kostenmanagement & Controlling), Übungen, Bearbeitung von Fallstudien und Präsentation</td></tr>
<tr><td>5</td><td colspan="6">Teilnahmevoraussetzungen
Hinreichende Englischkenntnisse sind sinnvoll und wünschenswert.</td></tr>
<tr><td>6</td><td colspan="6">Prüfungsformen
Referat (30 Min. Vortragszeit, Handout)</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. Sturm, Prof. Dr. Schlottmann</td></tr>
<tr><td>11</td><td colspan="6">Sonstige Informationen</td></tr>
</table>

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

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

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

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- die Aufgaben des Controllings erläutern sowie in den Controlling-Regelkreis und die Unternehmensprozesse einordnen
- ausgewählte Instrumente des strategischen und operativen Controllings für die Unternehmensplanung und -kontrolle anwenden
- traditionelle Kennzahlen zur Unternehmenssteuerung ermitteln, in Kennzahlensystemen miteinander verknüpfen und interpretieren
- das Konzept der wertorientierten Unternehmensführung erläutern, entsprechende Kennzahlen ermitteln und interpretieren

Fachübergreifende Kompetenzen:

- Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten
- Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren, lesen und verstehen
- sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz)

3 **Lerninhalte**

Das Modul befasst sich mit den Aufgaben des Controllings im Rahmen des Controlling-Regelkreises aus Planung, Kontrolle und Steuerung. Nach einem ersten Überblick liegt der Schwerpunkt des Moduls auf den strategischen und operativen Controllinginstrumenten. Im Bereich der strategischen Controllinginstrumente stehen die SWOT-Analyse sowie Portfolio-Konzepte im Vordergrund. Im Bereich der operativen Controllinginstrumente geht es vor allem darum, die strategischen Zielsetzungen in verschiedenen Controllingbereichen wie Investitionscontrolling, Prozess- und Liquiditätsmanagement sowie Budgetierung zu konkretisieren. Darüber hinaus werden operative Entscheidungsrechnungen erstellt. Im Bereich zur Unternehmenssteuerung liegt der Fokus auf den traditionellen und wertorientierten Kennzahlen(systemen). Nach der Aufbereitung von entscheidungsrelevanten Informationen wird deren Berichterstattung an das Management thematisiert.

4 **Lehrformen**

Vorlesung und Übung

5 **Teilnahmevoraussetzungen**

Das Modul setzt grundlegende Kenntnisse in „Jahresabschluss“, „Kostenrechnung“ und „Controlling“ 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. Stefan Sturm, Prof. Dr. Wolfgang Wiesmann

11 **Sonstige Informationen**

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Weber/Schäffer, Einführung in das Controlling
- Fischer/Möller/Schultze, Controlling
- Horváth/Gleich/Seiter, Controlling
- Reichmann/Kißler/Baumöl, Controlling mit Kennzahlen
- Müller, Investitionsrechnung und Investitionscontrolling
- Britzelmaier, Controlling

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

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

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- bedeutende Instrumente und Konzepte des Controllings fallorientiert auswählen und darstellen sowie auf Anwendungsfälle beziehen
- einschätzen und erläutern, welche Bedeutung diese Instrumente und Konzepte in der Unternehmenspraxis haben

Fachübergreifende Kompetenzen:

- eine konkrete Fragestellung innerhalb einer Hausarbeit strukturiert und unter Anwendung der Regeln des wissenschaftlichen Arbeitens bearbeiten
- eine Präsentationsunterlage zu einem Themengebiet mit geeigneten Präsentationsmedien (digitale und analoge) erstellen
- eine zielgruppenadäquate Präsentation zu einem Themengebiet unter Nutzung der erstellten Unterlage halten

3 Lerninhalte

Das Modul vertieft Themen des Controllings aus im Studium vorgelagerten Modulen, ergänzt diese um weitere (zuvor nicht besprochene) aktuelle Themen und deren jeweilige Ausgestaltung in der Unternehmenspraxis. Hierbei sind auch Fragestellungen des Bereichscontrollings, wie beispielsweise das Finanz-, IT-, Personal- und Marketing- und Vertriebscontrolling von Relevanz.

4 Lehrformen

Seminar

5 Teilnahmevoraussetzungen

Das Modul setzt die in im Studium zeitlich vorgelagerten Controlling-Veranstaltungen erlangten Kenntnisse 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. Wolfgang Wiesmann, Prof. Dr. Stefan Sturm

11 Sonstige Informationen

Allgemeine Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Weber/Schäffer, Einführung in das Controlling
- Fischer/Möller/Schultze, Controlling
- Horváth/Gleich/Seiter, Controlling
- Reichmann/Kißler/Baumöl, Controlling mit Kennzahlen
- Müller, Investitionsrechnung und Investitionscontrolling
- Britzelmaier, Controlling

Zur Erstellung der Hausarbeiten ist themenspezifische Literatur von den Studierenden zu sichten und zu verwenden. Im Rahmen der Präsentationen werden die wichtigsten Quellen von den jeweils vortragenden Studierenden dargelegt.

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

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

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

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- sich mit den aktuellen Fragen des Marketings auseinandersetzen und eigenständig Lösungsvorschläge zu spezifischen Problemstellungen erarbeiten
- die Entwicklungen der Marketing-praxis nachzuvollziehen und Trends einschätzen
- neue Ansätze der Marketingwissenschaft und ihre Praxisbedeutung erläutern

Fachübergreifende Kompetenzen:

- Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren
- eine Präsentation zu einem Themengebiet mit geeigneten Präsentationsmedien (digitale und analoge) visuell gestalten
- Fallstudienbearbeitung

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**

Vorlesung/ Seminaristischer Unterricht, Übungen, Vortrag, Diskussion, Fallstudien, Gastvorträge
Englischsprachig

5 **Teilnahmevoraussetzungen**

Grundlegende Kenntnisse in „Grundlagen Marketing“, hinreichende Englischkenntnisse

6 **Prüfungsformen**

Hausarbeit (Seitenzahl abhängig von der Gruppengröße) und mündliche Prüfung (max. 20 Minuten) 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
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** 150 h	**Credits** 5	**Studiensemester** 5. Sem.	**Häufigkeit des Angebots** mind. einmal jährlich	**Dauer** 1 Semester

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

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

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- die Aufgaben, Methoden und Möglichkeiten der Datenanalyse mit Bezug zu realen Anwendungen erläutern
- die Lernaufgaben in Anwendungen identifizieren und die Schritte von der Datenvorbereitung zur (prediktiven) Analyse durchführen und die Ergebnisse von Analysen evaluieren
- die erlernten Fähigkeiten praktisch anwenden und Prototypen für analytische Prozesse eigenständig erstellen
- die Auswirkungen von Datenanalysen und deren gesellschaftlichen Bedeutung kritisch einordnen und beurteilen

Fachübergreifende Kompetenzen:

- sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz)
- Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren

3 **Inhalte**

- 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

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** 150 h	**Credits** 5	**Studiensemester** 6. Sem.	**Häufigkeit des Angebots** mind. einmal jährlich	**Dauer** 1 Semester

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

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- die Aufgaben, Methoden und Möglichkeiten der Datenanalyse mit Bezug zu realen Anwendungen erläutern
- Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren
- in fachbezogenen Anwendungsfällen eigene Fragestellungen in Gruppenarbeit erarbeiten
- erforderliche Schritte der Datenanalyse in Anwendungsfällen identifizieren
- Daten eines Fallbeispiels aufbereiten und analysieren
- die Auswirkungen von Datenanalysen und deren gesellschaftlichen Bedeutung kritisch einordnen und beurteilen

Fachübergreifende Kompetenzen:

- sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz)

3 Inhalte

- Machine Learning Ansätze: Regression, Zeitreihenanalyse, Clustering und Warenkorbanalyse
- Verfahren zur Regression
- Unüberwachtes Lernen (u.a. Clustering, Outlier-/Anomalie-Erkennung)
- Datensicherheit (u.a. DSGVO) / Datenethik
- Design Thinking und Data Driven Story Telling
- Optimierung im Kontext u.a. der Industrie 4.0, (Online-)Marketing, Medizin, Sport uvm.

4 Lehrformen

seminaristischer Unterricht, Projektarbeit in Gruppen

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.

Datengestützte Entscheidungsfindung in den Wirtschaftswissenschaften					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
	150 h	5	5. Sem.	Wintersemester	1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen**	**Kontaktzeit**	**Selbststudium**	**geplante Gruppengröße**
	Datengestützte Entscheidungsfindung in den Wirtschaftswissenschaften	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 **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

3 **Inhalte**

- Analyse des wirtschaftlichen Geschehens (volks- und betriebswirtschaftlich)
- Ethische und wissenschaftstheoretische Aspekte empirischer Arbeit
- Statistische Methoden zur Datenanalyse
- Big Data, Machine Learning
- Business Analytics

4 **Lehrformen**

Seminaristischer Unterricht

5 **Teilnahmevoraussetzungen**

Kenntnisse der Module Volkswirtschaftslehre 1 und 2, Wirtschaftsinformatik und Wirtschaftsstatistik

6 **Prüfungsformen**

Portfolioprüfung (Elemente: Fallstudienbearbeitung [40 %], Hausarbeit 10 Seiten [30 %], Referat mit 30 Minuten Vortragszeit [30 %] + 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. Sommer; Prof. Dr. Bockermann, Prof. Dr. Skill

11 **Sonstige Informationen**

Veranstaltungsbegleitendes Skript wird zur Verfügung gestellt. Literaturempfehlungen werden in der Veranstaltung gegeben.

Digital Business Transformation 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**
	Digital Business Transformation 1	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.

Digital Business Transformation 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
	Digital Business Transformation 2	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- die technischen Grundlagen von generativer KI, einschließlich neuronaler Netze, Sprachmodelle sowie deren Fähigkeiten und Limitationen verstehen
- durch Prompting effektive KI-basierte Lösungen erstellen und kritisch reflektieren
- einschätzen, inwieweit generative KI zur Problemlösung, Entscheidungsfindung und Automatisierung bestimmter Aufgaben geeignet ist
- gesellschaftliche und wirtschaftliche Auswirkungen von KI und deren Rolle in der digitalen Transformation diskutieren

Fachübergreifende Kompetenzen

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- Projekte durchführen, dokumentieren und präsentieren.
- die im Rahmen der Projektarbeit gewonnenen Erfahrungen auf reale Arbeitssituationen übertragen.

3 Inhalte

- Einführung in die Welt der KI, einschließlich neuronaler Netze, Sprachmodelle, Datenanalyse und Prompting.
- Theoretische Inputs zu KI im Kontext wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Transformation.
- Einführung in zentrale Tools generativer KI (z.B: OpenAI, ElevenLabs, Notebooks, Idiogram oder Midjourney).
- Eigenständiges Prompting, Dokumentation und Reflexion verschiedener – im Vorfeld definierter - Arbeitspakete im Umgang mit KI (Text-, Bild- und Videogeneration, Datenanalyse, Chatbots, Programmierung).
- Erstellung von Laborberichte zur Dokumentation der Projekte und kritische Reflexion über das Vorgehen, die Ergebnisse sowie die Limitationen der genutzten Prompts/KI-Ansätze.
- Diskussion, Reflexion und Einordung der Projektergebnisses im Rahmen der (betriebswirtschaftlichen) Diskussion.

4 Lehrformen

Begleitete Projektarbeit / Laborarbeit / seminaristischer Unterricht

5 Teilnahmevoraussetzungen

Inhalte von Digital Business Transformation 1

6 Prüfungsformen

Hausarbeit 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

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):

- Haleem, A., Javaid, M., Qadri, M. A., Singh, R. P., & Suman, R. (2022). Artificial intelligence (AI) applications for marketing: A literature-based study. *International Journal of Intelligent Networks*, *3*, 119-132
- Kanbach, D. K., Heiduk, L., Blueher, G., Schreiter, M., & Lahmann, A. (2024). The GenAI is out of the bottle: generative artificial intelligence from a business model innovation perspective. *Review of Managerial Science*, *18*(4), 1189-1220.
- Pearson, D (2024). AI Unleashed: Prompt Engineering and Development for Business Transformation. Everand Publishing
- Suleyman, M. (2023). The coming wave: technology, power, and the twenty-first century's greatest dilemma. Crown.

Weitere einführende Literaturhinweise werden in Abhängigkeit der jeweiligen Projektthemen gegeben.

DV-gestützte Steuerplanung					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
	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	14 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- Finanzbuchführungen, Jahresabschlüsse und Steuererklärungen mit Hilfe von DATEV-Software erstellen
- Unternehmensdaten analysieren
- anhand eines Steuergestaltungsfalls verschiedene Gestaltungsalternativen unter Anwendung der DATEV-Software vergleichen und bewerten

Fachübergreifende Kompetenzen:

- Einsatzmöglichkeiten der EDV in Unternehmen nutzen
- Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten
- Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren
- Daten systematisch auswerten und beurteilen
- Analysetools bei der Lösung von Entscheidungsproblemen nutzen

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 „Grundlagen der Ertragsbesteuerung“ 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. Thönnes

11 Sonstige Informationen

Energie & Umwelt 1					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
	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**

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- die Marktstrukturen und Preisbildungsmechanismen in den relevanten Energiemärkten (Öl, Gas, Kohle, Uran, erneuerbare Energien, Strom) verstehen und maßgebliche Techniken zur operativen und strategischen Entscheidungsfindung in Energieunternehmen einzuschätzen und anwenden
- die Ziele und Mittel der Energiepolitik hinsichtlich ihrer Begründungen und Effizienz analysieren und beurteilen

Fachübergreifende Kompetenzen:

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

3 **Inhalte**

- Das Modul „Energie & Umwelt 1“ befasst sich mit den Grundlagen der Energieökonomik und -politik. Aufbauend auf der Ressourcenökonomik und der Marktversagenstheorie werden die Marktstrukturen und Preisbildungsmechanismen auf den wesentlichen Energiemärkten der Gegenwart behandelt.
- Der Fokus liegt dabei auf der Transformation der Energiemärkte hin zu einer nachhaltigen Energieversorgung. Dazu werden die politischen Ziele der Energiewende auf internationaler, europäischer und nationaler Ebene sowie die Strategien und Instrumente zu deren Umsetzung analysiert und deren Wirkungen auf die Akteure in den Energiemärkten diskutiert.
- Mithilfe von Fallstudien, Praxisbeispielen und der Diskussion von aktuellen Entwicklungen in der Energiepolitik werden die Herausforderungen der Transformation der Energiewirtschaft inhaltlich vertieft und eigenständig erarbeitet.

4 **Lehrformen**

Seminaristische Vorlesung

5 **Teilnahmevoraussetzungen**

Die Veranstaltung Energieökonomik und -politik setzt grundlegende Kenntnisse in „Mikroökonomie“ und „Makroökonomie“ 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
BA Nachhaltigkeit

9 **Stellenwert der Note für die Endnote**

5/225

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

11 **Sonstige Informationen**

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Häder, M.: Energiepolitik in Deutschland, Bochum.
- Löschel, A. et. al.: Energiewirtschaft, Berlin.
- Panos, K.: Praxisbuch Energiewirtschaft, Berlin.
- Seeliger, A.: Energiepolitik, München.

Energie & Umwelt 2					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
	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

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- die wirtschaftstheoretischen Grundlagen zur Analyse umweltökonomischer Probleme widergeben
- die wesentlichen Strategien zur Internalisierung externer Effekte erläutern
- die in der Praxis relevantesten Typen von umweltpolitischen Instrumenten hinsichtlich ihrer ökologischen, ökonomischen und sozialen Wirkungen analysieren,
- die erworbenen theoretischen Kenntnisse zum Umgang mit Umweltressourcen auf aktuelle internationale und nationale umweltpolitische Probleme anwenden

Fachübergreifende Kompetenzen:

- eine Präsentation zu einem aktuellen politischen Thema unter Verwendung geeigneter Medien erarbeiten und vor einem Plenum halten
- Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren und darauf aufbauend eine wissenschaftliche Hausarbeit selbstständig verfassen
- sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz)

3 Inhalte

- Das Modul „Energie & Umwelt 2“ befasst sich mit den Grundlagen der Umweltökonomik (Theorie externer Effekte, Internalisierungsstrategien, Instrumente der Umweltpolitik) und deren Anwendung und Vertiefung auf relevante Umweltprobleme.
- An ausgewählten aktuellen Problemen wie z.B. der (internationalen, europäischen und nationalen) Klimaschutzpolitik, der Energiepolitik, Abfallpolitik, Naturschutzpolitik wird die Vielschichtigkeit der Herausforderungen im Umgang mit Umweltressourcen verdeutlicht.

4 Lehrformen

Seminaristischer Unterricht mit Übungen

5 Teilnahmevoraussetzungen

Die Veranstaltung Umweltökonomik und -politik setzt grundlegende Kenntnisse in „Mikroökonomie“ und „Makroökonomie“ 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
BA Nachhaltigkeit

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10 Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende

Prof. Dr. Häder

11 Sonstige Informationen

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**
	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**

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- eine Geschäftsidee und ein Produkt / eine Dienstleitung trennscharf, überzeugend und nachvollziehbar darstellen
- nachvollziehen 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
- die Bedeutung, Adressaten & deren Informationsbedürfnis, Inhalte, Vorgehensweise bei der Erstellung, formale Anforderungen nachvollziehen und einen Businessplan für eine eigene Geschäftsidee erstellen

Fachübergreifende Kompetenzen:

- die notwendige Literatur recherchieren, lesen und verstehen
- Präsentationsfähigkeiten perfektionieren

3 **Inhalte**

- Diskussion: Business Administration = Entrepreneurship?
- Was steckt eigentlich hinter einer „Geschäftsidee" und wie finde ich eine Idee?
- Entwicklung eines eigenen Ideenpapiers der Teilnehmer (ca. 2-3 Seiten) auf Basis von Leitfragen
- Was ist ein Businessplan?
- Weitere mögliche Themen: Unternehmertypen & Finanzierungsmöglichkeiten in der Gründungsphase

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**

Referat (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

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**
	150 h	5	5. o. 6. Sem.	mind. 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**

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- die im Grundstudium erworbenen Vorkenntnisse der betrieblichen Finanzwirtschaft und der Wirtschaftlichkeitsrechnung führungsorientiert anhand von vier inhaltlichen Blöcken vertiefen
- das Instrumentarium der finanziellen Unternehmensführung kennenlernen
- komplexere finanzwirtschaftliche Planungs- und Kontrollrechnungen erstellen sowie verfeinerte Wirtschaftlichkeitsrechnungen durchführen

Fachübergreifende Kompetenzen:

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

3 **Inhalte**

- Block 1: Von der Planung zur Kontrolle und zurück (Treasury Management im engeren Sinne);
- Block 2: Hoher Beitrag zur Rentabilität des Unternehmens (Theorie der Kapitalkosten, Jahresabschlussanalyse, Rating, Wandelanleihen);
- Block 3: Hohe Liquidität zwecks Sicherung der Zahlungsfähigkeit (Duration, Zinsstrukturkurve, Derivate);
- Block 4: Steuerung von Risiken (Wirtschaftlichkeitsrechnung unter Berücksichtigung von Unsicherheit, Wirtschaftlichkeitsrechnung unter Berücksichtigung von Steuern, 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):

- Kaiser, D.: Treasury Management. Betriebswirtschaftliche Grundlagen der Finanzierung und Investition
- Kaiser, D.: Advanced Treasury Management. Finanzierung und Investition für Fortgeschrittene

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

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

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- die institutionelle Seite der Unternehmensfinanzierung nachvollziehen
- die Bedeutung von Finanzintermediären für die finanzielle Unternehmensführung nachvollziehen
- ihr Verständnis für das wirtschaftliche Tagesgeschehen vertiefen

Fachübergreifende Kompetenzen:

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

3 Inhalte

- Block 1: Rechnungswesen und Jahresabschluss;
- Block 2: Theorie der Finanzintermediation;
- 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

Das Lösen von Aufgaben erfolgt auch im Rahmen der Präsenzlehre.
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** 150 h	**Credits** 5	**Studiensemester** 5. Sem.	**Häufigkeit des Angebots** In der Regel im Sommersemester	**Dauer** 1 Semester

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

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

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- Die Probleme der Geld- und Finanzpolitik mit Hilfe von theoretischen Modellen und empirischer Arbeit analysieren
- 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 nachvollziehen
- die eigene Meinung zu Fragen der Geld- und Finanzpolitik entwickeln und diese Meinung sowohl schriftlich als auch in der mündlichen Diskussion vertreten

Fachübergreifende Kompetenzen:

- die Analyse von Texten aus verschiedenen Quellen lernen
- Quelltexte im Hinblick auf deren Qualität und Glaubwürdigkeit einschätzen
- konkrete Forschungsfragen präzise formulieren

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, aktueller Zustand der Währungsunion

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**
	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**

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- Gesellschaftsrechtliche Problemfelder identifizieren und eigene Positionen auf der Grundlage der einschlägigen Rechtsquellen entwickeln
- die gewonnenen Kenntnisse über das Personen-, Kapitalgesellschaftsrecht und Konzernrecht auf unternehmerische Zusammenhänge anwenden und juristische Konsequenzen von betriebswirtschaftlichen Entscheidungen rechtlich werten und Handlungsempfehlungen ableiten
- sachgerechte Entscheidungen in Fragen der Rechtsformwahl für ein Unternehmen treffen und entsprechende Handlungsmöglichkeiten sinnvoll einsetzen

Fachübergreifende Kompetenzen:

- Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten
- Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren
- Präsentationsfähigkeiten perfektionieren
- Stärkung der Argumentationsfähigkeit

3 **Inhalte**

- Personengesellschaften (GbR, OHG, KG, Partnerschaft)
- Kapitalgesellschaften (AG, SE, KGaA, GmbH, UG (haftungsbeschränkt)
- Gründung, Finanzverfassung, Geschäftsführung, Vertretung, Haftung, Auflösung und Liquidation der wichtigsten privatrechtlichen Unternehmensrechtsformen
- Umstrukturierungen und Umwandlungen
- Unternehmenskauf
- Konzernrecht

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):

- Bitter, G. / Schumacher, F., Gesellschaftsrecht
- Grunewald, B., Gesellschaftsrecht
- Emmerich, V. / Habersack, M, / Lüdeking, M. Konzernrecht
- Kindler, P., Grundkurs Handels- und Gesellschaftsrecht
- Langenbucher, K., Aktien- und Kapitalmarktrecht
- Saenger, I., Gesellschaftsrecht
- Schmidt, K., Gesellschaftsrecht
- Windbichler, C., Gesellschaftsrecht

Informations- und Kommunikationssysteme 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**
	Informations- und Kommunikationssysteme	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

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

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- Konstruktion und Aufbau sowie die Integration und Kommunikation unternehmensweiter und -übergreifender Anwendungssysteme erläutern
- die Programmierung und Konzepte von Internetanwendungen nachvollziehen

Fachübergreifende Kompetenzen:

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

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 BSc-Wirtschaftsinformatik
BSc-Wirtschaftsingenieurwesen Bau
BSc-Wirtschaftsingenieurwesen Elektrotechnik
BSc-Wirtschaftsingenieurwesen Maschinenbau

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:

- Eigenes Skript (aktuelle Ausgabe)
- Onlinerecherche
- Weitere aktuelle Empfehlungen werden zu Beginn der Veranstaltung gegeben

Informations- und Kommunikationssysteme 2					
Kennnummer	**Workload** 150 h	**Credits** 5	**Studiensemester** 6. Sem.	**Häufigkeit des Angebots** mind. einmal jährlich	**Dauer** 1 Semester

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

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- selbstständig betriebliche Aufgabenstellungen analysieren, Anwendungssysteme entwerfen und implementieren
- die Grundlagen der Durchführung komplexer Projekte beherrschen

Fachübergreifende Kompetenzen:

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

3 Inhalte

- Analyse, Entwurf und Umsetzung von Internetanwendungen
- Projektdurchführung

4 Lehrformen

Projektarbeit in Gruppen

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
BSc-Wirtschaftsinformatik
BSc-Wirtschaftsingenieurwesen Bau
BSc-Wirtschaftsingenieurwesen Elektrotechnik
BSc-Wirtschaftsingenieurwesen Maschinenbau

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:

- Eigenes Skript (aktuelle Ausgabe)
- Onlinerecherche
- Weitere aktuelle Empfehlungen werden zu Beginn der Veranstaltung gegeben

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

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

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- die zentralen Elemente eines Innovationsmanagements und deren Rolle und Bedeutung für Unternehmen beschreiben und einordnen
- die mit einem systematischen Innovationsmanagement verbundenen Chancen und Herausforderungen nachvollziehen und entsprechende Gestaltungsansätze anwenden und bewerten
- relevante Innovationsmethoden und Instrumente des Innovationsmanagements wiedergeben, situationsgerecht auswählen und anwenden
- neueste Entwicklungen im Innovationsmanagement benennen und bewerten und mit den bislang erworbenen Grundlagen in Beziehung setzen
- effektiv an der Entwicklung und Umsetzung von Innovationen mitwirken sowie innovationsförderliche Strukturen, Prozesse und Kulturen im Unternehmen gestalten
- Innovationsmöglichkeiten erkennen und systematisch fördern, zielorientiert bewerten und auswählen und effektive Mechanismen zur Umsetzung von Innovationen etablieren

Fachübergreifende Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- sich im Dialog mit anderen über Informationen, Problemstellungen und Chancen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Sozial- und Kommunikationskompetenz)
- eine Präsentation zu einem Themengebiet mit geeigneten Präsentationsmedien (digitale und analoge) visuell gestalten (Selbstkompetenz)
- Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten (Selbstkompetenz)

3 Inhalte

Die Studierenden befassen sich mit den grundlegenden Inhalten des Innovationsmanagements. Neben der Erörterung relevanter Innovationsprozesse und -strukturen, lernen die Teilnehmer klassische und moderne Innovationsmethoden kennen und wenden Sie praktisch in Kleingruppen an. Dabei werden die theoretischen und konzeptionellen Inhalte an Hand praktischer Beispiele diskutiert und in ihrer Relevanz veranschaulicht. Im Rahmen der Konzeptionierung, Einführung und Weiterentwicklung eines effektiven Innovationsmanagements werden die strukturellen und kulturellen Herausforderungen, die mit der Etablierung und kontinuierlichen Weiterentwicklung eines effektiven Innovationsmanagements einhergehen, behandelt.

4 Lehrformen

Seminaristischer Unterricht, Gruppenübungen

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
- BA-Wirtschaftsingenieurwesen

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10 Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende

Prof. Dr. Tappe

11 Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Albers, Sönke; Gassmann, Oliver: Handbuch Technologie- und Innovationsmanagement. Wiesbaden 2015.
- Disselkamp, Markus: Innovationsmanagement. 2. Auflage. Wiesbaden 2012.
- Hauschildt, Jürgen et al.: Innovationsmanagement. 7. Auflage. 2023.

	• Kägi, Martin: Innovationsmanagement: Orientierung im Gebirge der modernen Methoden. 2. Auflage. buch & netz 2020. • Dietmar Vahs; Alexander Brem: Innovationsmanagement - Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung. 6. Auflage. Stuttgart 2023. Weitere aktuelle Literatur wird vom Dozenten ggf. während der Veranstaltung bekannt gegeben.

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

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

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

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- aktuelle unternehmerische Herausforderungen, Opportunitäten und Fragestellungen erkennen, bewerten und strukturieren
- verschiedene Methoden und Instrumente des Innovationsmanagements praktisch und zielgerichtet anwenden, um unternehmensrelevante Problemstellungen und Chancen zu erkennen und zu verstehen
- effektive Gestaltungsansätze für unternehmerische Entscheidungen ableiten, plausibilisieren, bewerten und auswählen
- hinsichtlich der priorisierten Strategieempfehlung konkrete Umsetzungsmaßnahmen definieren

Fachübergreifende Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- Ein Gruppenarbeitsprojekt organisieren, planen und durchführen (Sozial- und Organisationskompetenz)
- Informationen, Probleme und Lösungsansätze im Dialog mit anderen austauschen und gemeinsam Lösungen entwickeln (Sozial- und Kommunikationskompetenz)
- Die entwickelten Lösungen vor Unternehmensvertretern präsentieren und verteidigen (Kommunikationskompetenz)
- Strategien und Maßnahmen zur erfolgreichen Bewältigung typischer Unwägbarkeiten und Hindernisse eines Innovationsprozesses entwickeln und umsetzen (Selbstkompetenz)
- Lern- und Arbeitsprozesse selbstständig planen und vorbereiten (Selbstkompetenz)
- eine Präsentation zu einem Themengebiet mit geeigneten Präsentationsmedien (digitale und analoge) visuell gestalten (Selbstkompetenz)

3 **Inhalte**

Die Studierenden vertiefen die Beschäftigung mit dem Thema „Innovationen und Innovationsmanagement", indem sie die im Kurs „Innovationsmanagement 1" erlernten Inhalte und Methoden auf ein real existierendes Unternehmen im Rahmen eines Praxisprojektes anwenden. Hierbei durchlaufen die Teilnehmer die typischen Phasen eines Innovationsprojekts (Analyse der Ausgangssituation, Entwicklung und Validierung der Innovationsansätze und Erstellung eines Umsetzungskonzeptes inkl. Business Plan). Die Studierenden haben während des Projektes und Semesters mehrere Berührungspunkte mit dem Praxisunternehmen, um Ihre Analyseergebnisse und Innovationsideen bzw. Gestaltungs- und Umsetzungsideen zu präsentieren und zu verteidigen. Anschließend erhalten die Studierenden konkretes Feedback, um im weiteren Semesterverlauf die vorgestellte Innovationsidee weiter auszuarbeiten, mit dem Ziel, eine in der Praxis verwertbare Innovation zu implementieren.

Wird in einem Semester kein Praxispartner gefunden, kann das Projekt auch im Rahmen einer semesterbegleitenden Fallstudie durchgeführt werden.

4 **Lehrformen**

Seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeit

5 **Teilnahmevoraussetzungen**

Inhalte von 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
- BA-Wirtschaftsingenieurwesen

9 **Stellenwert der Note für die Endnote**

5/225

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

11	**Sonstige Informationen** Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Albers, Sönke; Gassmann, Oliver: Handbuch Technologie- und Innovationsmanagement. Wiesbaden 2015. • Disselkamp, Markus: Innovationsmanagement. 2. Auflage. Wiesbaden 2012. • Hauschildt, Jürgen et al.: Innovationsmanagement. 7. Auflage. 2023. • Kägi, Martin: Innovationsmanagement: Orientierung im Gebirge der modernen Methoden. 2. Auflage. buch & netz 2020. • Stöhler, Claudia: Projektmanagement im Studium. 2. Auflage. Wiesbaden 2026. • Dietmar Vahs; Alexander Brem: Innovationsmanagement - Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung. 6. Auflage. Stuttgart 2023. Weitere aktuelle Literatur wird vom Dozenten ggf. während der Veranstaltung bekannt gegeben.

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

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

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

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- 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) erläutern
- die grundsätzliche Notwendigkeit innovationspolitischer Maßnahmen erkennen und verschiedene Wege zur Förderung und Unterstützung und Anreizsetzung von Innovationen und Innovationsprozessen definieren
- innovationspolitische Steuerungsmaßnahmen im Hinblick auf ihre nachhaltige Wirkung unter Anwendung geeigneter Literaturquellen kritisch bewerten

Fachübergreifende Kompetenzen:

- die notwendige Literatur recherchieren, lesen und verstehen
- sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz)

3 **Inhalte**

- 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
- 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 aus folgenden 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**
	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**

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- die juristischen Rahmenbedingungen von Insolvenzfällen beurteilen und die für sie praxisrelevanten juristischen Aufgabenstellungen analysieren und lösen
- die gewonnenen Kenntnisse über die Auswirkungen der Eröffnung eines Insolvenzverfahrens auf unternehmerische Zusammenhänge anwenden und juristische Konsequenzen von betriebswirtschaftlichen Entscheidungen rechtlich werten und Handlungsempfehlungen ableiten

Fachübergreifende Kompetenzen:

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

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 **Prüfungsform**

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, Insolvenzrecht
- Foerste, Insolvenzrecht
- Keller, Insolvenzrecht
- Reischl, Insolvenzrecht
- Schulz/Ulrich/Lessing, Handbuch Insolvenz

Weitere Literaturhinweise werden in der Veranstaltung gegeben.

International Economic Policy					
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**
	International Economic Policy	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- Fragen der internationalen Wirtschaftspolitik mit Hilfe der volkswirtschaftlichen Theorie (v.a. Mikro- und Makroökonomie) beantworten
- die Bedeutung der internationalen Verflechtungen für Wirtschaft und Gesellschaft in Deutschland und Europa einschätzen
- ein besseres Verständnis für andere Kulturen, die Notwendigkeit zur internationalen Zusammenarbeit und die Rolle von internationalen Organisationen (Weltbank, IWF, EU, G8 etc.) aufbauen und nachvollziehen

Fachübergreifende Kompetenzen:

- Kommunikationsfähigkeit aktivieren
- sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz)
- Fremdsprachenkenntnisse (die Unterrichtssprache ist Englisch)

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

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.

<table>
<tr><th colspan="7">Internationales Management 1</th></tr>
<tr><td colspan="2">Kennnummer</td><td>Workload
150 h</td><td>Credits
5</td><td>Studiensemester
5. Sem.</td><td>Häufigkeit des Angebots
Mind. einmal jährlich</td><td>Dauer
1 Semester</td></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">Lehrveranstaltungen
Internationales Management 1
Deutsch /Englisch</td><td>Kontaktzeit
4 SWS / 60 h</td><td>Selbststudium
90 h</td><td colspan="2">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:
• sich Wissen in einem gesamtwirtschaftlich-globalen Kontext aneignen
• Umfeld, Abläufe und Wirkungen des internationalen Wirtschaftsgeschehens begreifen
• außenwirtschaftlich relevante Begriffe, Zusammenhänge und Entwicklungen erklären und interpretieren
Fachübergreifende Kompetenzen:
• Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten
• Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren</td></tr>
<tr><td>3</td><td colspan="6">Inhalte
• Internationalisierung der Wirtschaft und Auswirkungen der Globalisierung
• Freihandelsabkommen / Zollunion
• Strategieentwicklung im internationalen Umfeld
• Verfahren und Methoden der Marktanalyse, -auswahl und -erschließung
• Internationale Markteintrittsbarrieren (politisch-rechtlich, ökonomisch, verhaltensbedingt)
• Arten und Timing des Markteintritts
• Leistungsstrategien: Standardisierung vs. Differenzierung
• Interkulturelle Absicherung des internationalen Markteintritts
• Definition von Marktsegmenten und internationaler Kundentypen
• Internationales Marketingmanagement</td></tr>
<tr><td>4</td><td colspan="6">Lehrformen
Vorlesung/Seminaristischer Unterricht, Übungen, Fallstudien, Gastvorträge</td></tr>
<tr><td>5</td><td colspan="6">Teilnahmevoraussetzungen
keine</td></tr>
<tr><td>6</td><td colspan="6">Prüfungsform
Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) ODER Hausarbeit (Seitenzahl abhängig von der Gruppengröße) mit mündlicher Prüfung (max. 20 Min.)</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. Riegermann</td></tr>
<tr><td>11</td><td colspan="6">Sonstige Informationen
1) Arbeitsunterlagen und spezielle Literaturempfehlungen, die zu Beginn des Semesters bekannt gegeben werden
2) allgemeine Literatur (in der jeweils aktuellsten Auflage):
• Kutschker, M., Schmid, S.: Internationales Management
• Rothlauf, J.: Interkulturelles Management
• Hollensen, S. : Essentials of Global Marketing</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th colspan="7">Internationales Management 2</th></tr>
<tr><td colspan="2">Kennnummer</td><td>Workload
150 h</td><td>Credits
5</td><td>Studiensemester
6. Sem.</td><td>Häufigkeit des Angebots
Mind. einmal jährlich</td><td>Dauer
1 Semester</td></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">Lehrveranstaltungen
Internationales Management 2,
Deutsch/ Englisch</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:
• Investitions-, Beschaffungs- und Absatzentscheidungen im internationalen Kontext treffen
• mit Kunden und Lieferanten im Ausland arbeiten
• in internationalen Unternehmen arbeiten
• im Ausland arbeiten
• mit Chancen und Risiken im internationalen Geschäft umgehen.
Fachübergreifende Kompetenzen:
• die notwendige Literatur recherchieren, lesen und verstehen
• sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz)
• eine Präsentation zu einem Themengebiet mit geeigneten Präsentationsmedien (digitale und analoge) visuell gestalten</td></tr>
<tr><td>3</td><td colspan="6">Inhalte
• Inhalte „Internationales Management 1“
• Internationales Kundenbeziehungsmanagement
• Internationales Forschungs- und Entwicklungsmanagement
• Internationales Personalmanagement
• Unternehmenskommunikation und Corporate Social Responsibility</td></tr>
<tr><td>4</td><td colspan="6">Lehrformen
Seminar - Fallstudien und Projektarbeiten</td></tr>
<tr><td>5</td><td colspan="6">Teilnahmevoraussetzungen
Inhalte „Internationales Management 1“</td></tr>
<tr><td>6</td><td colspan="6">Prüfungsform
Hausarbeit (Seitenanzahl abhängig von der Gruppengöße) mit mündlicher Prüfung (max. 20 Min.) ODER Klausurarbeit (90 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)
BA-Wirtschaftswissenschaften
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. Riegermann</td></tr>
<tr><td>11</td><td colspan="6">Sonstige Informationen
1) Arbeitsunterlagen und spezielle Literaturempfehlungen, die zu Beginn des Semesters bekannt gegeben werden
2) allgemeine Literatur (in der jeweils aktuellsten Auflage):
• Perlitz, M., Schrank, R.: Internationales Management
• Hollensen, S.: Essentials of Global Marketing
• Morschett, D., Schramm-Klein, H., Zentes, J.: Strategic International Management</td></tr>
</table>

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

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- Problemstellungen der nationalen und internationalen Rechnungslegung erkennen
- vorhandene Lösungsvorschläge recherchieren, analysieren und auf ihre zielgerichtete Zweckmäßigkeit evaluieren
- eigenständig Bilanzierungsalternativen für bestimmte Sachverhalte entwickeln und beurteilen.

Fachübergreifende Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- schwierige Sachverhalte einfach darstellen und vermitteln
- die notwendige Literatur recherchieren, lesen und verstehen
- sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz)

3 **Inhalte**

- In diesem Modul bearbeiten die Studierenden Fallstudien zu bestimmten Sachverhalten der nationalen und internationalen Rechnungslegung. Die Ergebnisse werden aufbereitet und in einem Vortrag vorgetragen. Bei der Präsentation sind unterschiedliche Medien zulässig, über die die Studierenden grds. eigenständig entscheiden.

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 **Prüfungsform**

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

11 **Sonstige Informationen**

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Baetge/Kirsch/Thiele, Bilanzen
- Coenenberg/Haller/Schultze, Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse
- Meyer/Theile, Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht
- Theile, C./ Dittmar, P. (Hrsg.): IFRS-Handbuch
- 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**
	150 h	5	5. Sem.	mind. einmal jährlich	1 Semester

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

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- die Ziele und Aufgaben des Kostenmanagements erläutern und die Systeme des Kostenmanagements strukturieren
- die wesentlichen Systeme der Plankostenrechnung anwenden sowie mit deren Hilfe Kostenabweichungen identifizieren und analysieren
- ausgewählte Techniken des Projektcontrollings anwenden, um den Kostenverlauf und den Leistungsfortschritt in Projekten zu beurteilen
- verschiedene Konzepte und Methoden des produkt-, prozess- und gemeinkostenorientierten Kostenmanagements fallbezogen anwenden und daraus Handlungsalternativen ableiten

Fachübergreifende Kompetenzen:

- Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten
- Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren, lesen und verstehen
- sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz)

3 Lerninhalte

Das Modul befasst sich mit den Aufgaben und Instrumenten des Kostenmanagements. Dabei geht es um die zukunftsorientierte Kostengestaltung in Unternehmen. Nach einem ersten Überblick über verschiedene Systeme der Plankostenrechnung liegt der Schwerpunkt des Moduls auf produkt-, prozess- und gemeinkostenorientierten Ansätze des Kostenmanagements. Im Bereich der prozessorientierten Ansätze steht das Prozesskostenmanagement im Vordergrund. Das produktorientierte Kostenmanagement befasst sich vor allem mit der frühzeitigen Gestaltung der Kostenposition von Unternehmen mit Instrumenten wie dem Life Cycle Costing und dem Target Costing. Im Bereich der gemeinkostenorientierten Ansätze liegt der Fokus auf dem Gemeinkostenmanagement mit Hilfe von Budgetierungsverfahren. Übergreifend wird das Cost Benchmarking zur Sicherstellung wettbewerbsfähiger Kosten behandelt.

4 Lehrformen

Vorlesung und Übung

5 Teilnahmevoraussetzungen

Das Modul setzt grundlegende Kenntnisse in „Kostenrechnung“ voraus

6 Prüfungsform

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):

- Coenenberg/Fischer/Günther, Kostenrechnung und Kostenanalyse
- Friedl/Hofmann/Pedell, Kostenrechnnung
- Fischer/Möller/Schultze, Controlling
- Schweitzer u.a., Systeme der Kosten- und Erlösrechnung
- Kilger/Pampel/Vikas, Flexible Plankostenrechnung und Deckungsbeitragsrechnung
- Däumler/Grabe, Kostenrechnung 3
- Joos, Controlling, Kostenrechnung und Kostenmanagement
- Schmidt, Kostenrechnung
- Friedl, Praxishandbuch Kostenmanagement
- Rüth, Kostenrechnung Band II

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

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

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- bedeutende Instrumente und Konzepte des Kostenmanagements fallorientiert auswählen, darstellen und deren praktische Anwendung verdeutlichen
- erläutern, welche Bedeutung diese Instrumente und Konzepte in der Unternehmenspraxis haben

Fachübergreifende Kompetenzen:

- eine konkrete Fragestellung innerhalb einer Hausarbeit strukturiert und unter Anwendung der Regeln des wissenschaftlichen Arbeitens eigenständig bearbeiten
- eine Präsentationsunterlage zu einem Themengebiet mit geeigneten Präsentationsmedien (digitale und analoge) erstellen
- eine zielgruppenadäquate Präsentation zu einem Themengebiet unter Nutzung der erstellten Unterlage halten

3 Lerninhalte

Das Modul vertieft die Ansätze des Kostenmanagements aus dem Modul „Kostenmanagement 1" und bezieht diese auf aktuelle Themenstellungen. Im Vordergrund steht auch die jeweilige Ausgestaltung der Ansätze des Kostenmanagements in der Unternehmenspraxis.

4 Lehrformen

Seminaristischer Unterricht

5 Teilnahmevoraussetzungen

Das Modul setzt die in den Veranstaltungen des Moduls „Kostenmanagement 1" erlangten Kenntnisse voraus.

6 Prüfungsform

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. Wolfgang Wiesmann

11 Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Coenenberg/Fischer/Günther, Kostenrechnung und Kostenanalyse
- Friedl/Hofmann/Pedell, Kostenrechnnung
- Fischer/Möller/Schultze, Controlling
- Schweitzer u.a., Systeme der Kosten- und Erlösrechnung
- Kilger/Pampel/Vikas, Flexible Plankostenrechnung und Deckungsbeitragsrechnung
- Däumler/Grabe, Kostenrechnung 3
- Joos, Controlling, Kostenrechnung und Kostenmanagement
- Schmidt, Kostenrechnung
- Friedl, Praxishandbuch Kostenmanagement
- Rüth, Kostenrechnung Band II

Lean Management und Logistikinnovationen					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
	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

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- die zentralen Prinzipien und Methoden des Lean Managements erläutern und anwenden.
- das Wertstromdesign als essentielle Methode des Lean Management auf ein Logistik- und Produktionssystem anwenden und auf andere Unternehmensbereiche übertragen (z. B. Lager, Verwaltung, Vertrieb, Logistik etc.).
- moderne Methoden der Digitalisierung und Industrie 4.0 auf das Lean Management übertragen und deren Potenziale in einer Smart Factory bewerten.

Fachübergreifende Kompetenzen:

- Verschwendung bei betrieblichen Prozessen und Strukturen eigenständig erkennen, analysieren und Verbesserungsmaßnahmen mit Hilfe von etablierten Lean Management Methoden umsetzen.
- Innovative Technologien der Industrie 4.0 in die Smart Factory der Zukunft einordnen und deren Beitrag zur Steigerung der Leistungsfähigkeit eines Unternehmens, deren Reifegrad sowie die Wirkung der neuen Technologien auf die Rolle des Menschen in der zukünftigen Arbeitswelt bewerten.
- eine Technologiestudie eigenständig durchführen und Potenziale für deren wirtschaftlichen Einsatz bestimmen.

3 Inhalte

- Grundlagen des Lean Management als Basis für schlanke und effiziente Organisationen/Prozesse
- Lean Management Methoden und Prinzipien (z. B. KAIZEN, KVP, SMED, PDCA, 5S, 5W, Poka Yoke, Visual Management, KANBAN, etc.)
- Anwendung der Methodik „Wertstromdesign“ im Rahmen einer Lean Management Fallstudie in Form einer umfassenden Gruppenarbeit.
- Aktuelle Trends in Produktion und Logistik: Digitalisierung, Industrie 4.0 und Smart Factory
- Zukünftige Entwicklungen in Produktion und Logistik sowie Übertragung der Lean Management Prinzipien auf verschiedene Unternehmensfunktionen und unterschiedliche Branchen.

4 Lehrformen

Seminaristischer Unterricht

5 Teilnahmevoraussetzungen

keine

6 Prüfungsform

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 zu Beginn der Veranstaltung bekanntgegeben)

Marketing 1: Strategisches Marketing					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
	150 h	5	5. Sem.	mind. 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

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- das Wesen des Strategischen Marketing als übergreifende Klammer zur operativen Ebene, dem Marketinginstrumentarium, begreifenkomplexe Zielbündel des Marketings im ökonomischen und vor-ökonomischen Spannungsfeld verstehen und selbst entwickeln
- auf Basis der erlernten Systematik der vielfältigen Marketingstrategien fallspezifische Problemlösungen und Marketingstrategien erarbeiten
- Methoden zur Strategieentwicklung anwenden (Scoringmodelle, GAP-Analysen, Portfoliomethode etc.)

Fachübergreifende Kompetenzen:

- strukturiertes und selbständiges Erarbeiten von Lösungen für relevante praxisbezogene Aufgabenstellungen auf Basis erlernter wissenschaftlicher Sachverhalte
- sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz)

3 Inhalte

- Relevanz und Verständnis der Strategischen Marketingplanung und des entsprechenden Planungsprozesses
- Techniken zur Situationsanalyse als Ausgangsbasis für die Entwicklung einer Marketingkonzeption
- Formulierung und Operationalisierung von Marketingzielen und Entwicklung entsprechender Zielsysteme
- Systematik und intensive inhaltliche Auseinandersetzung mit einschlägigen Marketingstrategien (z.B. Wachstums- und Markenstrategien, komplexe Markenarchitekturen etc.)
- Vorgehensweise bei der Strategiebestimmung über einschlägige Methoden des Marketingcontrollings

4 Lehrformen

Seminar, Fallstudien in Einzel- und Gruppenarbeit, Diskussion aktueller Themenstellungen, Übungen

5 Teilnahmevoraussetzungen

Grundlegende Kenntnisse in „Grundlagen Marketing“

6 Prüfungsform

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

11 Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Becker, J.: Marketing-Konzeption
- *Esch, F.-R., Strategie und Technik der Markenführung*
- *Homburg, C.*: Marketingmanagement
- Kotler, P./Keller, K./Opresnik, M.O.: Marketing-Management
- *Walsh, G., Deseniss, A., Kilian, T., Marketing*

Marketing 2: Branchenorientierung und Spezialgebiete des Marketing					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
	150 h	5	6. Sem.	mind. 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**

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- das Marketingprinzip auf spezifische Branchen entsprechend ihrer Besonderheiten sowie Einzelfragen des Marketingmix anwenden
- spezifische, jeweils aktuelle Entwicklungstendenzen aufgreifende Marketinginstrumente zielorientiert einsetzen
- im Sinne einer fokussierten Berufsorientierung strategische und operative Marketingentscheidungen angepasst an die Besonderheiten spezifischer Branchen und an neueste Methoden treffen

Fachübergreifende Kompetenzen:

- sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz)
- eine Präsentation zu einem Themengebiet mit geeigneten Präsentationsmedien visuell gestalten
- ihr persönliches Verhalten und Auftreten bei Präsentationen verbessern
- sich selbst reflektieren und Leistungen anderer bewerten
- erlernte wissenschaftliche Inhalte auf eine konkrete praxisbezogene Aufgabenstellung transferieren und anwenden können

3 **Inhalte**

- branchenspezifische Besonderheiten des Marketings
- Auseinandersetzung mit den Besonderheiten des Marketings im stationären Handel, bei der Vermarktung von Dienstleistungen u.ä. Spezialgebieten
- ausgewählte Fragen zu Marketinginstrumenten hinsichtlich aktueller Trends und neu entwickelter Methodenaktuelle Themen wie Marketing für Start-ups, Nachhaltigkeitsmarketing, interaktive Wertschöpfung etc.

4 **Lehrformen**

Seminar, Diskussionsrunden, Arbeit an empirischen Cases

5 **Teilnahmevoraussetzungen**

Inhalte von „Marketing 1“

6 **Prüfungsform**

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**

Prof. Dr. Ritzerfeld-Zell

11 **Sonstige Informationen**

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):
Wechselnd, je nach Auswahl der bearbeiteten Themen

Marktforschung					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
	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

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- Marktforschung als Ausgangsbasis für die marktorientierte Führung eines Unternehmens systematisch erarbeiten
- die Entwicklung einer Marktforschungskonzeption, über die Stichprobenfestlegung, Methodenauswahl bis zur Berichtlegung und Ergebnispräsentation einer Marktstudie erläutern und alle Schritte im Vorgehen von Marktforschungsprojekten wiedergeben
- Methoden der Primär- und Sekundärforschung erfolgreich einsetzen, um die notwendigen Kenntnisse über Markt und Trends für ein Unternehmen zu erkennen und somit die Basis für eine nachhaltige Unternehmenssicherung zu legen

Fachübergreifende Kompetenzen:

- die notwendige Literatur recherchieren, lesen, verstehen sowie wissenschaftlich darstellen und zitieren
- Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten
- eine Präsentation zu einem Themengebiet mit geeigneten Präsentationsmedien (digitale und analoge) visuell gestalten

3 Inhalte

- Marktforschungsinstitute
- Vorstellung und Erläuterung der gängigen Methoden (Befragung, Beobachtung, Experiment)
- statistische Grundlagen (bspw. Repräsentativität, Stichprobenverfahren, Prognosemethoden)
- Beispielstudien aus der (internationalen) Marktforschungspraxis

4 Lehrformen

Seminar, Übungen, Fallbeispiele

5 Teilnahmevoraussetzungen

Grundlegende Kenntnisse in „Grundlagen Marketing“

6 Prüfungsform

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

Prof. Dr. Riegermann

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**
	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**

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- aktueller Ausbildungsmethoden (u.a. Unterweisungsmethoden, 4-Stufen-Methode, Juniorenfirma…) erläutern
- gezielte Methoden zur Gestaltung der kaufmännischen, technischen und gewerblichen Ausbildung unter Berücksichtigung des BBiG einsetzen
- Kreativitätstechniken, strategischen und technischen Methoden wiedergeben

Fachübergreifende Kompetenzen:

- sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz)
- eine Präsentation zu einem Themengebiet mit geeigneten Präsentationsmedien (digitale und analoge) visuell gestalten
- ihr persönliches Verhalten und Auftreten bei Präsentationen verbessern
- ein Teilgebiet der Betriebswirtschaft in einem kurzen Essay mit wissenschaftlichen Methoden darstellen

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 **Prüfungsform**

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**

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**
	150 h	5	5. Sem.	mind. einmal jährlich	1 Sem.

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

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- grundlegende Kenntnisse des Verhaltens von Menschen in Organisationen wiedergeben
- die Rolle der Führungskraft erläutern
- erworbene Wissen unter Einbeziehung von Elementen des eigenen Verhaltens (Wahrnehmung, Arbeitszufriedenheit, Motivation etc.) als auch das Agieren in Gruppen (Führung, Gesprächsführung, Moderation, Konfliktmanagement etc.) zur Mitarbeiterführung und zum Verhalten in Organisationen auf konkrete Praxissituationen anwenden
- unternehmensethische Grundlagen erläutern und das Verhalten ethische reflektieren

Fachübergreifende Kompetenzen:

- die notwendige Literatur recherchieren, lesen, verstehen sowie wissenschaftlich darstellen und zitieren
- sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz)
- sich selbst reflektieren und Leistungen anderer bewerten

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 Prüfungsform

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

Prof. Dr. Roland Böttcher

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**
	150 h	5	5. u. 6. Sem.	i.d.R. mind. einmal jährlich	1 Semester

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

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- ökonomisch relevante Besonderheiten des Mittelstands wiedergeben
- Herausforderungen, die eine mittelstandsorientierte Politik mit sich bringt, erläutern
- die Bedeutung des Mittelstands für die deutsche Volkswirtschaft und die Möglichkeit verschiedene Wege zur Förderung und Unterstützung mittelständischer Unternehmen erläutern

Fachübergreifende Kompetenzen:

- eine Präsentation zu einem aktuellen politischen Thema erarbeiten und unter Verwendung geeigneter Medien vor einem Plenum halten
- Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren und darauf aufbauend eine wissenschaftliche Hausarbeit selbstständig verfassen
- sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz)

3 Inhalte

- Die Veranstaltung „Mittelstandspolitik" befasst sich grundlegend mit der wirtschaftlichen Bedeutung mittelständischer Unternehmen für die deutsche Wirtschaft. Anhand von Ansätzen zur theoretischen Erklärung der Größe von Unternehmen (insb. der Transaktionskostentheorie) wird zudem die branchenspezifisch unterschiedliche Relevanz von KMU dargelegt.
- Anschließend werden aktuelle ordnungspolitische Themen, die für den Mittelstand von besonderer Relevanz sind, thematisiert, wie z.B. Föderalismusreform, Sozialversicherungssysteme, Bürokratieabbau, Arbeitsmarktpolitik, Wettbewerbspolitik, Steuerpolitik, Lobbying u.a.
- In einem weiteren Schwerpunkt werden spezifisch mittelstandsrelevante Themen erörtert, wie z.B. Mittelstandsfinanzierung, Existenzgründung, wirtschaftliche Betätigung der öffentlichen Hand, öffentliches Vergabewesen, Unternehmensnachfolge u.a.

4 Lehrformen

Seminaristischer Unterricht mit Übungen

5 Teilnahmevoraussetzungen

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

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 (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre

BA-International Business and Management

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10 Modulbeauftragte/r

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

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

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

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- Möglichkeiten und Grenzen des Einsatzes der Modellbildung und Simulation bei Fragestellungen der Nachhaltigkeit erläutern
- Konzepte und Werkzeuge der Methodik System Dynamics erläutern, wozu etwa Kausal- sowie Bestands- und Flussdiagramme gehören
- die Methodik System Dynamics zur Modellierung und Simulation von dynamischen Problemstellungen der Nachhaltigkeit aus der Praxis anwenden und zur Lösungsfindung nutzen

Fachübergreifende Kompetenzen:

- 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 präsentieren

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 Prüfungsform

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

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**
	150 h	5	5. o. 6. Sem.	mind. 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

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- die Besonderheiten des Online Marketings erläutern
- Onlinemarketing-Konzeptionen planen und anwenden, um den Einsatz innovativer Online Marketing Instrumente zu verstehen und zu organisieren
- sicher mit den entsprechenden Marketinginstrumenten umgehen
- die Potenziale des Onlinemarketing zum Aufbau und Erhalt von Kundenbeziehungen erkennen und in Form von Maßnahmen umsetzen

Fachübergreifende Kompetenzen:

- sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz)
- strukturiertes und selbständiges Erarbeiten von Lösungen für relevante praxisbezogene Aufgabenstellungen auf Basis erlernter wissenschaftlicher Sachverhalte

3 Inhalte

- Veränderung von Kommunikations- und Entscheidungsmustern als Grundlage des Online Marketing
- Konzeptionen des Online Marketing auf Basis veränderter Planungsansätze (Buyer Persona, User Stories, UX-Optimierung etc.)
- Instrumente des Online Marketing (Corporate Website Gestaltung, Suchmaschinenmarketing, Onlinewerbung und –PR, Affiliate Marketing, Social Media Marketing, Mobile Marketing etc.)
- Erfolgskontrolle des Online Marketing

4 Lehrformen

Seminaristische Vorlesung, Fallstudien- und Gruppenarbeiten, Case Study Workshops

5 Teilnahmevoraussetzungen

Grundlegende Kenntnisse in „Grundlagen Marketing“

6 Prüfungsform

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
BA-Wirtschaftsingenieurwesen

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10 Modulbeauftragte

Prof. Dr. Ritzerfeld-Zell

11 Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Keßler, E., Rabsch, S., Mandic, M., Erfolgreiche Websites – SEO, SEM, Online-Marketing, Usability
- Kollmann, T.: Digital Marketing
- Kreutzer, Ralf T.: Praxisorientiertes Online Marketing
- Lammenett, E.: Praxiswissen Online-Marketing

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

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- die Organisationslehre wissenschaftlich einordnen
- organisatorische Gestaltungsspielräume aufzeigen und die Rolle der Organisation im Management einordnen
- den Zusammenhang zwischen Führung und Organisation erkennen

Fachübergreifende Kompetenzen:

- sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz)
- die notwendige Literatur recherchieren, lesen, verstehen
- ein komplexes Arbeitsergebnis vor Publikum präsentieren

3 Inhalte

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

4 Lehrformen

Seminar

5 Teilnahmevoraussetzungen

keine

6 Prüfungsform

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

Prof. Dr. Siebenbrock

11 Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Bleicher, K.: Organisation
- Carney, Brian M., Getz, Isaac, Freedom, Inc.: Free Your Employees and Let Them Lead Your Business, Crown Business 2009
- Graeber, David, Bullshit Jobs: Vom wahren Sinn der Arbeit, Klett Cotta (Stuttgart) 2018
- Laloux, Frederic,Reinventing Organizations, Ein Leitfaden zur Gestaltung sinnstiftender Formen der Zusammenarbeit, München 2015
- Schreyögg, G.: Organisation
- Schulte-Zurhausen, M., Organisation
- Siebenbrock, H., Führen Sie schon oder herrschen Sie noch, Eine Anleitung zum fairen Management, 2. Aufl., Tectum (Baden-Baden) 2021
- Siebenbrock, H.: Grundlagen der Organisationsgestaltung und –entwicklung
- Siebenbrock/Mödler/Schürkamp/Siebenbrock/Wiesen: Führen Sie schon oder herrschen Sie noch, Faires Management - Der Methodenband, Tectum (Marburg) 2016

	• Vahs, D.: Organisation

Organisation 2

Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	150 h	5	6. Sem.	mind. 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

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- die Organisationslehre wissenschaftlich einordnen
- organisatorische Gestaltungsspielräume aufzeigen und die Rolle der Organisation im Management einordnen
- den Zusammenhang zwischen Führung und Organisation erkennen

Fachübergreifende Kompetenzen:

- sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz)
- die notwendige Literatur recherchieren, lesen, verstehen
- sich selbst reflektieren und Leistungen anderer bewerten

3 Inhalte

- Organisationsgestaltung zwischen Unternehmen: Basistechnologien aus der IT, Netzwerkmanagement, Kooperation
- Multiprojektmanagement
- Fallstudien zur unternehmensübergreifenden Organisationsarbeit
- Vertiefung Prozessmanagement im Rahmen von Gruppenarbeit
- Managementkonzepte vor dem Hintergrund ausgewählter Leadership-Ansätze

4 Lehrformen

Seminar

5 Teilnahmevoraussetzungen

keine

6 Prüfungsform

Klausur als 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

Prof. Dr. Siebenbrock

11 Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Bleicher, K.: Organisation
- Carney, Brian M., Getz, Isaac, Freedom, Inc.: Free Your Employees and Let Them Lead Your Business, Crown Business 2009
- Graeber, David, Bullshit Jobs: Vom wahren Sinn der Arbeit, Klett Cotta (Stuttgart) 2018
- Laloux, Frederic,Reinventing Organizations, Ein Leitfaden zur Gestaltung sinnstiftender Formen der Zusammenarbeit, München 2015
- Schreyögg, G.: Organisation
- Schulte-Zurhausen, M., Organisation
- Siebenbrock, H., Führen Sie schon oder herrschen Sie noch, Eine Anleitung zum fairen Management, 2. Aufl., Tectum (Baden-Baden) 2021
- Siebenbrock, H.: Grundlagen der Organisationsgestaltung und –entwicklung
- Siebenbrock/Mödler/Schürkamp/Siebenbrock/Wiesen: Führen Sie schon oder herrschen Sie noch, Faires Management - Der Methodenband, Tectum (Marburg) 2016
- Vahs, D.: Organisation

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

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

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- aus der Unternehmens- und Personalstrategie Handlungsfelder für das Personalmanagement ableiten
- zeitgemäße Instrumente des Personalmanagements bewerten, anwenden und teilweise eigenständig konzipieren
- das erlangte Wissen und die praktischen Fertigkeiten hinsichtlich des Personalmanagements in der Unternehmensführung interdisziplinär umsetzen

Fachübergreifende Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- 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**

Grundlegende Bearbeitung der folgenden Themenbereiche (Auszug):

- Vertiefung theoretischer Grundlagen des Personalmanagements
- Personalplanung und Personalcontrolling
- Recruiting 4.0, Employer-Branding, Eignungsdiagnostik
- Personalentwicklung, Führungskräfteentwicklung
- Anreizsysteme, Vergütung
- Ethik

4 **Lehrformen**

Vorlesung, Vortrag/Präsentation, Gruppenarbeit, Unternehmensfallstudien

5 **Teilnahmevoraussetzungen**

keine

6 **Prüfungsform**

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**

Prof. Dr. Geiger

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
- Oechsler, W./Paul, C.: Personal und Arbeit, De Gruyter Oldenbourg Verlag, Berlin und Boston
- 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**
	150 h	5	6. Sem.	mind. einmal jährlich	1 Semester

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

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- erkennen welche Auswirkungen Digitalisierungsstrategien und agile Organisationen auf das Personalmanagement haben
- Organisationen Anpassungsvorschläge aufgrund von Veränderungen von Geschäftsfeldern und Kundenerwartungen unterbreiten
- HR-Instrumente, -Methoden und -Konzepte im Zusammenhang agiler Organisationen eigenständig analysieren

Fachübergreifende Kompetenzen:

- Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren
- Inhalte aus dieser Fachliteratur für andere verständlich darstellen und zitieren
- Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten

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, Unternehmensfallstudien

5 Teilnahmevoraussetzungen

Inhalte von „Personalmanagement 1“

6 Prüfungsform

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

Prof. Dr. Geiger

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“

<table>
<tr><th colspan="7">Prozess- und System-Analyse 2</th></tr>
<tr><td colspan="2">Kennnummer</td><td>Workload
150 h</td><td>Credits
5</td><td>Studiensemester
5. u. 6. Sem.</td><td>Häufigkeit des Angebots
Mind. einmal jährlich</td><td>Dauer
1 Semester</td></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">Lehrveranstaltungen
Prozess- und System-Analyse</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:
• 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
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</td></tr>
<tr><td>3</td><td colspan="6">Inhalte
• Vorgehensmodelle
• Datenmodellierung und Notationen zur Modellierung
• Schnittstellen/Datenformate
• Projektmanagement</td></tr>
<tr><td>4</td><td colspan="6">Lehrformen
Projektarbeit</td></tr>
<tr><td>5</td><td colspan="6">Teilnahmevoraussetzungen
keine</td></tr>
<tr><td>6</td><td colspan="6">Prüfungsform
Hausarbeit (15 Seiten) mit Referat (20 Min. Vortragszeit)</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</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
Prof. Dr. Klingspor</td></tr>
<tr><td>11</td><td colspan="6">Sonstige Informationen
Literaturempfehlungen werden in der Veranstaltung bekannt gegeben.</td></tr>
</table>

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

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

2 Lernergebnisse / Kompetenzen

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

Fachliche Kompetenzen:

- Problemstellungen aus der Unternehmensplanung in mathematische Modelle übertragen und ein breites Spektrum an mathematischen Methoden zur Problemlösung einsetzen
- quantitative Methoden anwenden, z.B. in Analysen, Prognosen und Simulationen ökonomischer Zusammenhänge
- wirtschaftlichen Sachverhalte auswerten und wirtschaftliche Probleme sowohl quantitativ, als auch grafisch und nach den erforderlichen statistischen Argumentationsschritten statistisch analysieren und beurteilen

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
- mit Computereinsatz Probleme lösen

3 Inhalte

- Lineare Gleichungssysteme und ihre Anwendung in der BWL und VWL
- Innerbetriebliche Leistungsverrechnung
- Input-Output-Analyse mit dem Leontief-Modell
- Lineare Optimierungsaufgaben (Transportkostenminimierung, optimale Produktionsstruktur, Bestellmengenoptimierung)
- Unternehmerische Entscheidungsmodelle

4 Lehrformen

Seminaristischer Unterricht

5 Teilnahmevoraussetzungen

Grundkenntnisse der wirtschaftsmathematischen Methoden

6 Prüfungsform

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

Prof. Dr. Moos

11 Sonstige Informationen

Veranstaltungsbegleitendes Skript mit Übungsaufgaben

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.

Quantitative Methoden: Multivariate Methoden in der BWL und VWL					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
	150 h	5	5. und 6. Sem.	mind. 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

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- wirtschaftliche Sachverhalte statistisch auswerten und die multivariate statistische Analyse und Beurteilung von wirtschaftlichen Problemen sowohl quantitativ, als auch grafisch und nach den erforderlichen statistischen Argumentationsschritten darstellen
- empirischen Untersuchungen planen
- empirischen Untersuchungen durchführen
    a) statistische Ergebnisse auswerten
    b) die Ergebnisse im Hinblick auf die Forschungsfrage interpretieren
- die theoretischen Kenntnisse über eine in der Industrie als auch Hochschullandschaft weit verbreitete Software anwenden

Fachübergreifende Kompetenzen:

- Ergebnisse in einem kurzen Essay mit wissenschaftlichen Methoden darstellen
- eine Präsentation zu einem Themengebiet mit geeigneten Präsentationsmedien (digitale und analoge) visuell gestalten
- sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz)

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.

- Grundlagen
    - Wiederholung einiger Grundlagen der deskriptiven und induktiven Statistik
    - Einführung in eine Statistiksoftware
    - Einführung in die Fragebogenerstellung
- Kontingenz- und Korrelationsanalyse
    - Korrelationshypothesen
    - Vergleich von zwei Stichproben
- Erweiterte Regressionsansätze
    - Einfaktorielle Varianzanalyse
    - Logistische Regression
    - Quantilsregression
- 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 Prüfungsform

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

	Prof. Dr. Skill
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** 150 h	**Credits** 5	**Studiensemester** 5. Sem.	**Häufigkeit des Angebots** mind. einmal jährlich	**Dauer** 1 Semester

1	**Lehrveranstaltungen** Quantitative Methoden: Statistische und ökonometrische Verfahren	**Kontaktzeit** 4 SWS / 60 h	**Selbststudium** 90 h	**geplante Gruppengröße** 25 Studierende

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

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- statistische und ökonometrische Methoden anwenden
- quantitative Methoden anwenden, z.B. in Analysen, Prognosen und Simulationen ökonomischer Zusammenhänge
- wirtschaftlichen Sachverhalte auswerten und wirtschaftliche Probleme sowohl quantitativ, als auch grafisch und nach den erforderlichen statistischen Argumentationsschritten statistisch analysieren und beurteilen

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
- mit Computereinsatz Probleme lösen

3 **Inhalte**

- Univariate und multiple Regression
- Lineares Regressionsmodell mit Normalverteilung
- Nichtlineare Regressionsmodelle
- Konfidenzintervalle für Prognosen
- Hypothesentests zur Beurteilung der Modellgüte
- Stochastische Prozesse und Zeitreihenmodelle
- Anwendungsbeispiele von multiplen Regressionsmodellen und Zeitreihenmodellen in der BWL und VWL

4 **Lehrformen**

Seminaristischer Unterricht

5 **Teilnahmevoraussetzungen**

Grundkenntnisse der wirtschaftsstatistischen Methoden

6 **Prüfungsform**

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**

Prof. Dr. Moos

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.
- Fahrmeir, Ludwig, Künstler, Rita, Pigeot, Iris und Tutz, Gerhard: Statistik, 9. Auflage, 2024
- Gujarati, Damodar N.: Basic Econometrics, 4. Edition, 2003.
- Schira, Josef: Statistische Methoden der VWL und BWL, Theorie und Praxis, 6. Auflage, 2021.

Rechnungslegung 1

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

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

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- die Ziele der Rechnungslegung unter Principal-Agent-Gesichtspunkten herausarbeiten und den institutionellen Rahmen der Rechnungslegung inkl. seiner Akteure erläutern
- Inhalte der internationalen Rechnungslegung (International Financial Reporting Standards (IFRS)) auf Ebene des Einzelabschlusses und die wesentlichen Unterschiede zur Rechnungslegung nach HGB wiedergeben
- ausgewählte Unternehmensprozesse und Sachverhalte im IFRS-Einzelabschluss abbilden und dabei die bilanzpolitischen Möglichkeiten erkennen und analysieren

Fachübergreifende Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz)
- Fragestellungen des Internationalen Rechnungslegung einordnen und strukturieren sowie fallbezogen unternehmerische Entscheidungen treffen
- Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten

3 Inhalte

Das Modul befasst sich mit den Grundlagen der internationalen Rechnungslegung sowie der Erstellung des Abschlusses nach den Vorschriften der IFRS. Der Schwerpunkt liegt dabei auf der Analyse von Unternehmensprozessen und sonstigen Sachverhalten und deren Auswirkungen auf den Abschluss nach IFRS. Im Bereich Grundlagen der internationalen Rechnungslegung wird vor dem historische und dem rechtlichen Hintergrund erläutert, warum und auf Basis welcher rechtlichen Vorschriften in Deutschland nach den IFRS zu bilanzieren ist bzw. bilanziert werden darf. Im Bereich Erstellung des Abschlusses werden Auswirkungen von Unternehmensprozessen auf den Abschluss analysiert. Dazu zählen, Beschaffungs-, Produktions- und Verkaufsprozesse wie auch Investitions- oder Finanzierungsprozesse sowie die Entlohnung von MitarbeiterInnen. Die Inhalte werden mit zahlreichen Aufgaben und Analysen von Geschäftsberichten bekannter Unternehmen vertieft.

4 Lehrformen

Vorlesung mit seminaristischen Anteilen

5 Teilnahmevoraussetzungen

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

6 Prüfungsform

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

Prof. Dr. Hendler

11 Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Meyer, C./Theile, C.: Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht
- Pellens u.a.: Internationale Rechnungslegung
- Theile, C./ Dittmar, P. (Hrsg.): IFRS-Handbuch
- Theile, C.: Übungsbuch IFRS
- Zülch, H./ Hendler, M.: Bilanzierung nach IFRS

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

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

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- darstellen welche Unternehmen einen Konzernabschluss zu erstellen haben und welche Konzernabschlüsse nach HGB und welche nach den IFRS zu erstellen sind
- aus den Einzelabschlüssen der einzubeziehenden Unternehmen einen Konzernabschluss erstellen
- die Unterschiede zwischen HGB- und IFRS-Vorschriften zum Konzernabschluss wiedergeben

Fachübergreifende Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz)
- Fragestellungen des Konzernabschlusses einordnen und strukturieren sowie fallbezogen unternehmerische Entscheidungen treffen
- Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten
- eine Präsentation zu einem Themengebiet mit geeigneten Präsentationsmedien (digitale und analoge) visuell gestalten

3 Inhalte

Das Modul befasst sich mit den Grundlagen der Konzernrechnungslegung sowie mit der Konzernabschlusserstellung. Im Bereich der Grundlagen der Konzernrechnungslegung wird analysiert, welche Unternehmen zur Erstellung eines Konzernabschlusses verpflichtet sind, nach welchen Vorschriften der Konzernabschluss zu erstellen ist und aus welchen Bestandteilen dieser besteht. Schwerpunkt der Veranstaltung ist die Analyse der Erstellung eines Konzernabschlusses. Dabei werden – ausgehend von einem Unternehmenserwerb in Form eines share-deals - die Abschlüsse von zwei oder mehr Unternehmen zusammengefasst und der Abschluss so dargestellt, als seien sie ein einziges Unternehmen. Daher sind die Auswirkungen innerkonzernlicher Transaktionen (Kapital- oder Schuldbeziehungen und Liefer- und Leistungsbeziehungen) zu eliminieren.

4 Lehrformen

Vorlesung und Übung

5 Teilnahmevoraussetzungen

Inhalte von „Rechnungslegung 1“

6 Prüfungsform

- 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

Prof. Dr. Hendler

11 Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Baetge, J./Kirsch, H.-J. /Thiele, S.: Konzernbilanzen
- Küting, K./Weber, C.-P: Der Konzernabschluss
- Meyer, C./Theile, C.: Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht
- Rammert, S./Hommel, M./Wüstemann, J.: Konzernbilanzierung case by case
- Theile, C./Dittmar, P. (Hrsg.): IFRS-Handbuch
- Theile, C.: Übungsbuch IFRS
- Zülch, H./ Hendler, M.: Bilanzierung nach IFRS

Recht der Unternehmensfinanzierung					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
	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

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- die Möglichkeiten der verschiedensten Maßnahmen einer Unternehmensfinanzierung erkennen und Vor- und Nachteile rechtsformspezifisch erläutern
- Rahmenbedingungen der Unternehmensfinanzierung am Kapitalmarkt einschließlich der Folgepflichten (z.B. Ad-hoc-Publizität) wiedergeben
- das für die Unternehmensfinanzierung relevante Zusammenspiel mit Finanzdienstleistern, insbesondere unter Berücksichtigung der maßgeblichen Rahmenbedingungen der Bankenaufsicht, analysieren

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
- eine Präsentation zu einem Themengebiet mit geeigneten Präsentationsmedien (digitale und analoge) visuell gestalten

3 Inhalte

- Eigenfinanzierung bei den Kapitalgesellschaften und Personengesellschaften
- Fremdfinanzierungsinstrumente
- Kreditsicherungsrecht
- Mezzanine Finanzierungsformen
- Finanzierung von Anlagevermögen (Leasing, Factoring)
- Unternehmensfinanzierung am Kapitalmarkt
- Finanzdienstleister und Unternehmensfinanzierung

4 Lehrformen

Vorlesung / Übung / Seminar

5 Teilnahmevoraussetzungen

keine

6 Prüfungsform

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

Prof. Dr. 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**
	150 h	5	5. o. 6. Sem.	mind. 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

Professional Competencies:

Upon completion of the module, students will be able to:

- develop a sales plan and conduct the necessary analysis (e.g. competitive analysis)
- select the appropriate sales channels and sales partners for different kinds of businesses while paying attention to the specific requirements resulting from multichannel management
- employ instruments for customer evaluation (e.g. customer lifetime analysis) and use these results for a differentiated customer treatment
- conduct a needs analysis and define the value proposition for the customer
- describe and use techniques for customer acquisition (e.g. Sales Cycle, SPIN concept) and negotiation (e.g. Harvard Concept)
- describe elements of customer retention and apply it to specific situations
- work in a "real-life" CRM system and apply in the CRM system concepts discussed before
- explain how an efficient and effective sales organization is set up
- make use of different incentive systems for the management of a sales force

Interdisciplinary competences:

- exchange information and problems in dialog with others and jointly develop solutions (communicative competence)
- Plan and prepare learning and work processes independently

3 Inhalte

The module Sales Management I covers the most important topics which are relevant when setting up and running a sales organization.

A. Strategic Sales Management

For this in the beginning international trends in sales will be discussed which give a framework for the following discussions. Then different options to set up a distribution system will be introduced with particular emphasis on the requirements resulting from multichannel-management. With respect to customers two main strategic decisions need to be taken:

- Which customer groups can be identified, which are for example focus customers?
- Which value can be given to the different customers groups identified before?

B. Operative customer management

The sales cycle with the different phases will be discussed with particular emphasis on the tasks of the sales person. This includes in particular the prospecting and qualifying, the pre-approach, sales presentation, negotiation and closing. Thereafter customer retention, development and winback as important sales activities are introduced. This chapter concludes with a practical application in a CRM system in which the students can log in and apply the knowledge of the sales cycle.

C. Operative management of a sales organization

Otions of sales organization specialization will be applied to different sales situations. Then two basic approaches to determine the appropriate number of sales representatives are introduced. For the management of a sales organization different incentive systems are worked out with a focus on target agreements.

4 Lehrformen

Seminar, Exercises, Case Studies

5 Teilnahmevoraussetzungen

Knowledge of „Basic Marketing"

6 Prüfungsform

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

Pass of the exam with at least „sufficient"

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** **Prof. Dr. Schlottmann**
11	**Sonstige Informationen** Literature (latest edition): a) Jobber, D.; Lancaster, G.: Selling and Sales Management b) Johnston, M.; Marshall, G.: Contemporary Selling – Building Relationships, Creating Value c) Johnston, M.; Marshall, G.: Sales Force Management

Sales Management 2					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
	150 h	5	5. o. 6. Sem.	mind. 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

Professional Competencies:

Upon completion of the module, students will be able to:

- Work independently or in a team on a specific marketing and sales challenge with strong reference to practice
- Apply the marketing and sales techniques and frameworks learned in the courses Marketing and Sales Management I to this marketing and sales challenge
- Successfully communicate the working result

Interdisciplinary competences:

- exchange information and problems in dialog with others and jointly develop solutions
- Create a presentation on a predefined topic
- Improve presentation skills

3 Inhalte

- use of techniques and frameworks to analyze a specific company's situation (internal and external analysis)
- also analyse – if given – internal company data
- discuss and evaluate different approaches which could be used to solve the marketing and sales challenge
- come to a reasoned recommendation including implementation plan
- synthesize the analysis and suggested solution in a convincing presentation

4 Lehrformen

Project work

5 Teilnahmevoraussetzungen

Knowledge of "Basic Marketing 1"

6 Prüfungsform

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

BA Wirtschaftsingenieurwesen

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10 Modulbeauftragte/r

Prof. Dr. Schlottmann

11 Sonstige Informationen

Literature (latest edition):

a) Jobber, D.; Lancaster, G.: Selling and Sales Management

b) Johnston, M.; Marshall, G.: Contemporary Selling – Building Relationships, Creating Value

c) Johnston, M.; Marshall, G.: Sales Force Management

SAP S/4HANA®					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
	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 grundlegenden 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 Prüfungsform

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

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**
	150 h	5	5. oder 6. Sem.	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

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- ökonomische Besonderheiten einzelner Bereiche (bspw. Krankenversicherung, Rentenversicherung) der Sozialpolitik wiedergeben und erläutern
- die Herausforderungen, die Sozialpolitik in einer Marktwirtschaft mit sich bringt darstellen
- die grundsätzliche Notwendigkeit sozialpolitischer Maßnahmen in einer Marktwirtschaft erkennen, sowie die Möglichkeit verschiedene Wege zur Absicherung von Risiken oder zur Umverteilung, mit sehr unterschiedliche Folgen für Unternehmen, Haushalte und ganze Volkswirtschaften, die nicht a priori zu einer volkswirtschaftlich nachhaltigen Entwicklung führen, erläutern

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
- eine Präsentation zu einem Themengebiet mit geeigneten Präsentationsmedien (digitale und analoge) visuell gestalten
- ein Spezialgebiet der Volkswirtschaftslehre in einem kurzen Essay mit wissenschaftlichen Methoden darstellen

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
- Probleme der ökonomischen und sozialen Ungleichheit

4 Lehrformen

Seminar

5 Teilnahmevoraussetzungen

Vorkenntnisse aus den Modulen Volkswirtschaftslehre 1 und 2 sind unentbehrlich.

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 (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre

BA-International Business and Management

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10 Modulbeauftragte/r

Prof. Dr. Carla J. 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
- OECD (Hg.): In it together. Why less inequality benefits all.
- Piketty, T.: Das Kapital im 21. Jahrhundert
- 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.

Steuergestaltungen					
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**
	Steuergestaltungen	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

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

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- steuerliche Gestaltungsmöglichkeiten erkennen, beurteilen sowie entsprechende Problemstellungen systematisch und selbstständig bearbeiten
- Möglichkeiten und Grenzen steuerlicher Gestaltungen diskutieren
- Auswirkungen diverser Steuergestaltungen quantitativ ermitteln und präsentieren

Fachübergreifende Kompetenzen:

- Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren
- Inhalte aus dieser Fachliteratur für andere verständlich darstellen und zitieren
- sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam fachübergreifende Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz)

3 **Inhalte**

- Möglichkeiten und Grenzen steuerlicher Gestaltungen
- Inländische Steuergestaltungen im Rahmen der laufenden Besteuerung
- Inländische Steuergestaltungen bei einmaligen Vorgängen (z.B. Gründung, Liquidation, Umstrukturierungen, Unternehmensnachfolge)
- Internationale Steuergestaltungen

4 **Lehrformen**

seminaristische Veranstaltung

5 **Teilnahmevoraussetzungen**

Kenntnisse des Moduls „Grundlagen der Ertragsbesteuerung“

6 **Prüfungsform**

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**

Prof. Dr. Rauenbusch

11 **Sonstige Informationen**

Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Veranstaltung gegeben. Die Literaturauswahl ist abhängig von den im Seminar behandelten Themenschwerpunkten

Strategisches Management 1					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
	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

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- die zentralen Elemente des Strategischen Managements und deren Rolle und Bedeutung für Unternehmen benennen und einordnen
- die mit einem systematischen strategischem Managementprozess verbundenen Vorteile und Chancen nachvollziehen und entsprechende organisationale Gestaltungsansätze zur Etablierung eines Strategischen Managements im Unternehmen darlegen
- traditionelle und moderne Methoden und Instrumente des Strategischen Managements wiedergeben, anwenden und situationsgerecht auswählen
- aktuelle Entwicklungen in der strategischen Unternehmenspraxis benennen und bewerten und mit den bislang erworbenen Grundlagen in Beziehung setzen
- effektiv an der Entwicklung von Strategien auf unterschiedlichen Ebenen (Unternehmen, Geschäftsbereiche, Funktionen) mitwirken sowie förderliche Strukturen, Prozesse und Kulturen im Unternehmen gestalten
- strategischen Handlungsbedarf und Opportunitäten erkennen, systematisch entwickeln, zielorientiert bewerten, auswählen und effektive Mechanismen zur Umsetzung von Innovationen etablieren

Fachübergreifende Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- sich im Dialog mit anderen über Informationen, Problemstellungen und Chancen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Sozial- und Kommunikationskompetenz)
- eine Präsentation zu einem Themengebiet mit geeigneten Präsentationsmedien (digitale und analoge) visuell gestalten (Selbstkompetenz)
- Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten (Selbstkompetenz)

3 Inhalte

Die Studierenden befassen sich mit den grundlegenden Inhalten des Strategischen Managements. Neben der Erörterung der Bedeutung von Unternehmensstrategien im marktwirtschaftlichen Kontext, lernen die Teilnehmer die verschiedenen Strategieebenen sowie die korrespondierenden klassischen und modernen Strategieinstrumente kennen und wenden diese praktisch in Kleingruppen an. Dabei werden die theoretischen und konzeptionellen Inhalte an Hand praktischer Beispiele diskutiert und in ihrer Relevanz veranschaulicht.

4 Lehrformen

Seminaristischer Unterricht, Gruppenübungen

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
- BA-Wirtschaftsingenieurwesen

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10 Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende

Prof. Dr. Tappe

11 Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Lombriser, R./Abplanalp, P.A.: Strategisches Management, Versus Zürich.
- 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.
- Hungenberg, H.: Strategisches Management in Unternehmen: Ziele - Prozesse - Verfahren, Springer Gabler.

	• Bergmann, Rainer/ Bungert, Michael: Strategische Unternehmensführung, Springer. Weitere aktuelle Literatur wird vom Dozenten ggf. während der Veranstaltung bekannt gegeben.

Strategisches Management 2					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
	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

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- aktuelle strategische Herausforderungen, Opportunitäten und Fragestellungen erkennen, bewerten und strukturieren
- verschiedene Methoden und Instrumente des strategischen Managements praktisch und zielgerichtet anwenden, um unternehmensrelevante Herausforderungen und Chancen zu erkennen und zu verstehen
- effektive Gestaltungsansätze/Strategieoptionen ableiten, plausibilisieren, bewerten und auswählen und hinsichtlich der priorisierten Strategieempfehlung konkrete Umsetzungsmaßnahmen definieren

Fachübergreifende Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- Ein Gruppenarbeitsprojekt organisieren, planen und durchführen (Sozial- und Organisationskompetenz)
- Informationen, Probleme und Lösungsansätze im Dialog mit anderen austauschen und gemeinsam Lösungen entwickeln (Sozial- und Kommunikationskompetenz)
- Die entwickelten Lösungen vor Unternehmensvertretern präsentieren und verteidigen (kommunikative Kompetenz)
- Lern- und Arbeitsprozesse selbstständig planen und vorbereiten und eine Präsentation zu einem Themengebiet mit geeigneten Präsentationsmedien (digitale und analoge) visuell gestalten (Selbstkompetenz)

3 Inhalte

Die Studierenden vertiefen die Beschäftigung mit dem Thema „Strategie und Strategisches Management", indem sie die im Kurs „Strategisches Management 1" erlernten Inhalte und Methoden auf ein real existierendes Unternehmen im Rahmen eines Praxisprojektes anwenden. Hierbei durchlaufen die Teilnehmer die typischen Phasen eines Strategieprojektes (Analyse der strategischen Ausgangssituation, Entwicklung und Bewertung strategischer Handlungsoptionen auf unterschiedlichen organisatorischen Ebenen). Die Studierenden haben während des Projektes und Semesters mehrere Berührungspunkte mit dem Praxisunternehmen, um Ihre Analyseergebnisse und strategischen Empfehlungen zu präsentieren und zu verteidigen. Anschließend erhalten die Studierenden ein konkretes Feedback, um im weiteren Semesterverlauf die vorgestellte strategische Handlungsempfehlung weiter auszuarbeiten.
Wird in einem Semester kein Praxispartner gefunden, kann das Projekt auch im Rahmen einer semesterbegleitenden Fallstudie durchgeführt werden.

4 Lehrformen

Seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeit

5 Teilnahmevoraussetzungen

Inhalte von Strategisches Management 1

6 Prüfungsformen

Portfolioprüfung (Online-Tests [20-50%], Fallstudienbearbeitung [20-50%], Vorträge [20-50%] + Lern-prozess-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. Tappe

11 Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Lombriser, R./Abplanalp, P.A.: Strategisches Management, Versus Zürich.
- 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.
- Hungenberg, H.: Strategisches Management in Unternehmen: Ziele - Prozesse - Verfahren, Springer Gabler.

	• Bergmann, Rainer/ Bungert, Michael: Strategische Unternehmensführung, Springer. Weitere aktuelle Literatur wird vom Dozenten ggf. während der Veranstaltung bekannt gegeben.

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

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

2 Lernergebnisse Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- die Interdependenzen betriebswirtschaftlicher Entscheidungen darstellen
- die Implikationen strategischer Entscheidungen des Aufbaus, des Erwerbs und der Kooperation mit Produktions- und Vertriebseinheiten im Rahmen einer expansiven Unternehmenspolitik erläutern
- in Systemzusammenhängen denken und gesamtunternehmerische Entscheidungen im Team treffen
- 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 erkennen und beurteilen

Fachübergreifende Kompetenzen:

- sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz)
- eine Präsentation zu einem Themengebiet mit geeigneten Präsentationsmedien (digitale und analoge) visuell gestalten
- Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten
- ein Gruppenarbeitsprojekt organisieren, planen und durchführen

3 Inhalte

- umfasst alle Teilbereiche der BWL mit Hilfe des Unternehmensplanspiels
- Focus auf datenbasierte strategische unternehmerische Entscheidungen
- Reaktionen auf die Auswirkungen der Strategien

4 Lehrformen

Durchführung der Planspiele „BO-FOUNDER“ und „TOPSIM ScaleUP“ unter kontinuierlicher Moderation. Gruppenarbeit. Seminaristischer Unterricht und Präsentationsphasen der Teams wechseln sich ab. Ergänzend gibt es Rollenspiele e.g. die Simulation einer Bilanzpressekonferenz.

5 Teilnahmevoraussetzungen

Kenntnisse aus „Unternehmensplanspiel“

6 Prüfungsform

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

5/270

10 Modulbeauftragte/r

Prof. Dr. Wolik

11 Sonstige Informationen

Keine besonderen Literaturhinweise.

<table>
<tr><th colspan="7">Studium PLUS</th></tr>
<tr><th>Kennnummer</th><th>Workload
150 h</th><th>Credits
5</th><th>Studiensemester
5./6. Sem.</th><th>Häufigkeit des Angebots
Jedes Semester</th><th colspan="2">Dauer
1 Semester</th></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">Lehrveranstaltungen
Wahl aus verschiedenen Lehrveranstaltungen</td><td>Kontaktzeit
4 SWS / 60 h</td><td>Selbststudium
90 h</td><td colspan="2">geplante Gruppengröße
in Abhängigkeit vom Angebot</td></tr>
<tr><td>2</td><td colspan="6">Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen
Studierende setzten sich mit fachübergreifenden Inhalten auseinander.</td></tr>
<tr><td>3</td><td colspan="6">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.</td></tr>
<tr><td>4</td><td colspan="6">Lehrformen
Siehe jeweilige Kursbeschreibung aus dem ausgewählten Angebot des Katalogs der BO Akademie</td></tr>
<tr><td>5</td><td colspan="6">Teilnahmevoraussetzungen
Siehe jeweilige Kursbeschreibung aus dem ausgewählten Angebot des Katalogs der BO Akademie</td></tr>
<tr><td>6</td><td colspan="6">Prüfungsform
Siehe jeweilige Kursbeschreibung aus dem ausgewählten Angebot des Katalogs der BO Akademie</td></tr>
<tr><td>7</td><td colspan="6">Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
Aktive Teilnahme und eine mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung</td></tr>
<tr><td>8</td><td colspan="6">Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)
BA-International Business and Management</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
Der/die Studiendekan/Studiendekanin in Kooperation mit der BO Akademie</td></tr>
<tr><td>11</td><td colspan="6">Literaturempfehlungen
Je nach Wahl der Veranstaltung aktuelle spezifische Empfehlungen.
Studierende können sich bei Fragen zu diesem Modul an die Studiengangsmanagerin BWL – Emine Bambal - wenden.</td></tr>
</table>

Supply Chain Management					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
	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

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- aus der Unternehmensstrategie eine passende SCM Strategie/Ziele herleiten und die daraus resultierenden Supply Chain Strukturen und Prozesse gestalten
- den Bullwhip-Effekt erkennen und auf diesen Effekt mit Hilfe von Strategien wirkungsvoll reagieren bzw. diesen im Vorhinein vermeiden
- die Volatilität und Anfälligkeit globaler Lieferketten erkennen und das strukturierte Risikomanagement anwenden
- moderne Ansätze des digitalen SCM erläutern und eine Supply Chain unter Einsatz moderner Methoden und Technologien steuern.

Fachübergreifende Kompetenzen:

- SCM in der Organisationsstruktur eines Unternehmens etablieren oder SCM-Projekte aus der Beratungssicht durchführen
- gegenläufige Ziele in einem internationalen Projektumfeld benennen und Lösungsansätze im Konsens entwickeln (Kommunikative Kompetenz)
- die Zusammenhänge zwischen Supply Chain Management und Nachhaltigkeit erläutern und nachhaltige Lieferketten gestalten

3 Inhalte

- Supply Chain Management (Grundlagen, Ziele, Strategien, SCM-Game und Bullwhip-Effekt)
- Gestaltung von Liefernetzwerken (Sourcing, Lieferantenmanagement, Standort- und Transportsysteme)
- Netzwerkplanung (Bedarfs- und Absatzplanung, Kundenauftragsmanagement, Nachhaltige Lieferketten)
- Global Supply Chain Management (Incoterms, Besonderheiten im internationalen Handel, Lebensmittelindustrie, Luft- und Raumfahrtindustrie und Automobilindustrie, Konzepte nachhaltiger Lieferketten)
- Risikomanagement in der Supply Chain (VUCA und Risikoanalyse, ISO 31000 Norm Strukturiertes Risikomanagement, Proaktives und Reaktives Risikomanagement)
- Steuerung von Supply Chains (Operative Steuerungskonzepte, Identifikation, Tracking & Tracing, Supply Chain Monitoring und Chain Event Management, Digitalisierung)

4 Lehrformen

Vorlesung und Übung teilweise mit Computerunterstützung sowie Fallstudien

5 Teilnahmevoraussetzungen

keine

6 Prüfungsform

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

Prof. Dr.-Ing. 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**
	150 h	5	5. u. 6. Sem.	mind. 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

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- 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

Fachübergreifende Kompetenzen:

- sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz)
- eine Präsentation zu einem Themengebiet mit geeigneten Präsentationsmedien (digitale und analoge) visuell gestalten
- ein Gruppenarbeitsprojekt organisieren, planen und durchführen

3 Inhalte

- Konzept von Ethik und das Verständnis von Natur und Wirtschaft
- die philosophische Ethik
- zentrale Ethikkonzepte der Philosophie
- wirtschafts- und umweltphilosophische Konzepte
- Was ist Natur? Was ist Wirtschaft?
- wirtschafts- und umweltethische Entwürfe
- allgemeine Folgerungen hinsichtlich der Grundlegung einer Wirtschafts- und Umweltethik
- Synthese von Wirtschafts- und Umweltethik im Kontext der Nachhaltigkeitsdebatte

4 Lehrformen

Seminaristischer Unterricht mit Übungen

5 Teilnahmevoraussetzungen

keine

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 (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre

BA-International Business and Management

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10 Modulbeauftragte/r

Dr. Jacinta Kellermann

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.

Umweltpolitik					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
	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

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- die besondere Bedeutung der natürlichen Umwelt für langfristig ausgerichtetes wirtschaftliches Handeln darstellen und die Herausforderungen, die eine Bewirtschaftung von Umweltressourcen mit sich bringt erläutern
- die in den grundlegenden volkswirtschaftlichen Modulen vermittelten Kenntnisse auf aktuelle Umweltthemen beziehen (bspw. externe Effekte oder gesamtwirtschaftlicher Wachstumsgrenzen)
- die Notwendigkeit umweltpolitischer Maßnahmen beschreiben
- Wege zum Schutz der Umwelt und deren Auswirkungen auf Unternehmen, Haushalte und ganze Volkswirtschaften verstehen und damit zusammenhängende nicht-nachhaltige volkswirtschaftliche Entwicklungen erkennen

Fachübergreifende Kompetenzen:

- Neben den umweltökonomischen Grundlagen werden folgende fachübergreifende Themenfelder beleuchtet:
  - Ursache und Wirkung von ökonomischen Aktivitäten und Umwelt (z.B. Kenntnisse über biophysikalische Folgen von externen Effekten auf Artenvielfalt und Klima)
  - Sozio-ökonomische Konsequenzen und Gerechtigkeitsaspekte im Zusammenhang mit Umweltproblemen
- sich im Dialog mit anderen über Umweltprobleme austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz)
- eine Präsentation zu einem aktuellen umweltpolitischen Thema mit geeigneten Präsentationsmedien (digitale und analoge) visuell gestalten und in einer wissenschaftlichen Hausarbeit darstellen

3 Inhalte

- Regelmäßig: Umweltökonomische Grundlagen (bspw. externe Effekte, umweltpolitische Instrumente, Umweltoptimum)
- Wechselnde Vertiefung und Konkretisierung an ausgewählten Themengebieten, z.B.
  - 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 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 (in anderen Studiengängen)

BA-Betriebswirtschaftslehre

BA-International Business and Management

9 Stellenwert der Note für die Endnote

5/225

10 Modulbeauftragte/r

Prof. Dr. Lienhoop

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

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

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

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- den komplexen Privatbereich von natürlichen Personen steuerlich bearbeiten
- steuerliche Gewinnermittlungsmethoden einsetzen
- steuerliche Fragestellungen betreffend Unternehmen verschiedener Rechtsform und die Inhaber/Gesellschafter dieser Unternehmen bearbeiten

Fachübergreifende Kompetenzen:

- sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam fachübergreifende Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz)
- Fragestellungen der Unternehmensbesteuerung einordnen und strukturieren sowie fallbezogen unternehmerische Entscheidungen treffen
- Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten

3 Inhalte

- Steuerlicher Privatbereich des Unternehmers/Gesellschafters
- Steuerliche Gewinnermittlung
- Besteuerung von Mitunternehmerschaften
- Besteuerung von Kapitalgesellschaften

4 Lehrformen

Seminaristische Veranstaltung

5 Teilnahmevoraussetzungen

Grundlegende Kenntnisse des Moduls „Grundlagen der Ertragsbesteuerung“

6 Prüfungsform

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

Prof. Dr. Rauenbusch

11 Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen (jeweils neueste Auflage):

- Hubert: Unternehmenssteuern
- Niehus/Wilke: Besteuerung von Personengesellschaften
- Niehus/Wilke: Besteuerung von Kapitalgesellschaften
- Beck´sches Steuerberater-Handbuch
- Schmidt: EStG-Kommentar

Unternehmensbesteuerung 2					
Kennnummer	**Workload**	**Credits**	**Studiensemester**	**Häufigkeit des Angebots**	**Dauer**
	150 h	5	6. Sem.	mind. 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

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- die Grundlagen des Besteuerungsverfahrens (AO) erläutern und anwenden
- komplexe steuerliche Fragestellungen betreffend Unternehmen verschiedener Rechtsform und die Inhaber/Gesellschafter dieser Unternehmen bearbeiten
- die Grundlagen des internationalen Steuerrechts anwenden (nationales Recht und Doppelbesteuerungsabkommen)

Fachübergreifende Kompetenzen:

- sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam fachübergreifende Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz)
- Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten
- eine Präsentation zu einem Themengebiet mit geeigneten Präsentationsmedien (digitale und analoge) visuell gestalten

3 Inhalte

- Steuerliche Rechtsformwahl
- Grundlagen des Besteuerungsverfahrens (AO)
- Spezielle Aspekte der Unternehmensbesteuerung

4 Lehrformen

Seminaristische Veranstaltung

5 Teilnahmevoraussetzungen

Inhaltlich: Veranstaltung Unternehmensbesteuerung 1

6 Prüfungsform

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

Prof. Dr. Rauenbusch

11 Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen (jeweils neueste Auflage):

- König/Maßbaum/Sureth-Sloane: Besteuerung und Rechtsformwahl
- Große/Melchior: Abgabenordnung und Finanzgerichtsordnung
- Jacobs/Spengel: Internationale Unternehmensbesteuerung
- Literaturempfehlungen zu den jeweiligen Referatsthemen werden themenabhängig gegeben

Verkehr- und Substanzsteuern					
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**
	Verkehr- und Substanzsteuern	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- das Umsatzsteuergesetz, Erbschaft-/Schenkungsteuergesetz und Grunderwerbsteuergesetz fallbezogen anwenden
- verkehr- und substanzsteuerliche Problemstellungen unter Berücksichtigung der Zusammenhänge zwischen den verschiedenen Steuerarten erkennen und selbstständig und sachgerecht lösen (Umsatzsteuer, Erbschaft- und Schenkungsteuer, Grunderwerbsteuer)

Fachübergreifende Kompetenzen:

- notwendige Literatur und andere Quellen recherchieren, lesen, verstehen
- sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam fachübergreifende Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz)
- Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten

3 Inhalte

- Umsatzsteuer
- Erbschaft- und Schenkungsteuer
- Grunderwerbsteuer

4 Lehrformen

Seminaristische Veranstaltung

5 Teilnahmevoraussetzungen

Grundlegende Kenntnisse des Moduls „Grundlagen der Ertragsbesteuerung“

6 Prüfungsform

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

Prof. Dr. Rauenbusch

11 Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):

- Maier: Lehrbuch Umsatzsteuer
- Loose: Erbschaftsteuer

Wettbewerbsrecht					
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**
	Wettbewerbsrecht	4 SWS / 60 h	90 h	25 Studierende

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

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- unternehmensstrategische Entscheidungen auf dem Gebiet der Kooperation und der Unternehmenszusammenschlüsse auf der Grundlage der gewonnenen Kenntnisse im Kartellrecht sachgerecht beurteilen
- rechtliche Risiken im Wettbewerbshandeln erkennen und abwägen
- Fragen des Handelns im Wettbewerb einordnen und erläutern

Fachübergreifende Kompetenzen:

- Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchierensich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz)
- Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten
- Präsentationsfähigkeit ausbauen
- Argumentationsfähigkeit stärken

3 **Inhalte**

- Rechtsmaterien, die in Deutschland durch das GWB einerseits und durch das UWG andererseits repräsentiert werden
- Kartellverbot und -erlaubnisse, Vertikalvereinbarungen, Missbrauchsaufsicht und Fusionskontrolle, jeweils auch in ihrer europarechtlichen Ausprägung
- 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 **Prüfungsform**

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**

Prof. Dr. Ünsal

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** 150 h	**Credits** 5	**Studiensemester** 5. Sem.	**Häufigkeit des Angebots** Zum Wintersemester	**Dauer** 1 Semester

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

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

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- die für das Studium der Betriebswirtschaft relevanten Termini und Strukturen und die besonderen wirtschaftssprachlichen Anforderungen wiedergeben
- einen grundlegenden Wortschatz Wirtschaftsdeutsch wiedergeben und wesentliche volkswirtschaftliche, unternehmensbezogen und fachrelevante Themen diskutieren
- mündlich, fachwissenschaftlich kommunizieren, um sich zu akkulturieren und Studienerfolg zu erzielen und grundlegende Fragen der betrieblichen Theorie und Praxis und die für Referate nötigen Kenntnisse und Fertigkeiten erörtern und diskutieren, welche zentral sind im Wirtschaftsdeutschunterricht (Hörverständnis für den Vorlesungsbetrieb, Leseverständnis zur eigenständigen Erarbeitung von Wissen, Schreibfähigkeit zur Seminararbeitserstellung, Diskussionskompetenz beim Sprechen)
- kurze, wirtschaftlich orientierte Texte als Grundlage für Fachdiskussionen auf dem Niveau von informierten Laien, bearbeiten
- sich zu einem deutlich umrissenen Themenspektrum klar ausdrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage darlegen und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten aufzeigen

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
- eine Präsentation zu einem Themengebiet mit geeigneten Präsentationsmedien (digitale und analoge) visuell gestalten
- ein wirtschaftsbezogenes Thema in einem kurzen Essay mit wissenschaftlichen Methoden darstellen

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 **Prüfungsform**

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

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- die Grundlagen der mündlichen und schriftlichen Kommunikation in der Wirtschaftsfremdsprache vertieft anwenden
- die Sprachkompetenz präzise anwenden und detailliert und differenzierend höchstanspruchsvolle Wirtschaftstexte und komplexe Grafiken bearbeiten und besprechen
- mündliche und fachwissenschaftlich vertieft kommunizieren
- sich klar, strukturiert und ausführlich zu komplexen Sachverhalten äußern und dabei verschiedene Mittel zur Textverknüpfung angemessen verwenden

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
- eine Präsentation zu einem Themengebiet mit geeigneten Präsentationsmedien (digitale und analoge) visuell gestalten
- ein wirtschaftsbezogenes Thema in einem kurzen Essay mit wissenschaftlichen Methoden darstellen

3 Inhalte

- Die Erweiterung sowie Vertiefung des Fachwortschatzes
- Schwerpunktthemen der betrieblichen Praxis
- Aktuelle Artikel der Wirtschaftspresse werden gelesen, diskutiert und schriftlich bearbeitet, die auf die auf Deutsch gelehrten Fächern abzielen.
- Fachgespräche zu thematischen Schwerpunkten
- Berufliche Modellsituationen
- Schwerpunktthemen der globalisierten Wirtschaft

4 Lehrformen

Seminaristischer Unterricht

5 Teilnahmevoraussetzungen

keine

6 Prüfungsform

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**
	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

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- höchst komplexe Wirtschaftstexte und Videosequenzen verstehen (Hören und Lesen) und wiedergeben
- sich präzise ausdrücken und Dialoge selbst steuern
- flüssig und studienfähig schreiben
- behandelte Wirtschaftsthemen wiedergeben
- verfestigt kommunizieren

Fachübergreifende Kompetenzen:

- flüssig und komplex kommunizieren
- exzellent verhandeln
- wie Muttersprachler präsentieren

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 Prüfungsform

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

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)

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

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- erläutern, auf welche Institutionen und Systemen die betriebswirtschaftliche Überwachungslehre fußt.
- den Beruf des Wirtschaftsprüfers im Hinblick auf Berufszugang und Berufsausübung erläutern
- den risikoorientierten Prüfungsansatz erläutern und anhand von vorgegebenen Beispielen anwenden.
- eine Beziehung zwischen wissenschaftlichen Erkenntnissen und praktischer Anwendung herstellen (z.B. auf dem Gebiet Unabhängigkeit des Abschlussprüfers).

Fachübergreifende Kompetenzen:

- Literatur für eine vorgegebene fachliche Problemstellung recherchieren.
- Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten

3 Inhalte

Vermittelt werden Grundkenntnisse der betriebswirtschaftlichen Überwachungslehre, einführende berufsrechtliche Kenntnisse über den Wirtschaftsprüfer sowie schwerpunktmäßig Kenntnisse zur Durchführung der Jahresabschlussprüfung. Die Kenntnisse werden anhand von Fallbeispielen vermittelt und vertieft. Begleitend werden Themen der HGB Rechnungslegung vertieft.

Es werden u.a. folgende Aspekte vermittelt:

- Institutionen und Systeme der betriebswirtschaftlichen Überwachungslehre
- Berufsrechtliches Rahmengerüst eines Wirtschaftsprüfers (Rechtsgrundlagen, Berufspflichten, Berufsgrundsätze, Institutionen des Berufsstandes)
- Die Vorgehensweise bei der Jahresabschlussprüfung (Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung, risikoorientierter Prüfungsansatz, die einzelnen Schritte im Prüfungsprozess)
- Prüfungstechniken anhand ausgewählter Prüffelder

4 Lehrformen

seminaristischer Unterricht, Übungen, Gruppenarbeiten, Vortrag,

5 Teilnahmevoraussetzungen

Grundwissen in Buchhaltung und der HGB Rechnungslegung. Vorkenntnisse aus dem Modul „Jahresabschluss“ sind unentbehrlich. Wünschenswert sind Kennnisse aus dem Modul „Grundlagen der Ertragsbesteuerung“.

Die angegebenen Literaturverweise ermöglichen eine angemessene Begleitung des Modul.

6 Prüfungsform

Klausurarbeit (120 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) ODER mdl. Prüfung (20 Min.) ODER Hausarbeit (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

Prof. Dr. Hannemann

11 Sonstige Informationen

Literaturempfehlung (in der jeweils aktuellsten Aufgabe):

- Graumann: Wirtschaftliches Prüfungswesen.
- Marten / Quick / Ruhnke: Wirtschaftsprüfung
- IDW (Hrsg.): WP - Handbuch

Verwandte Arbeitsmittel

- Wirtschaftsgesetze
- (ausgewählte) IDW Verlautbarungen

7. Semester

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

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

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

Fachliche Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- im Studium erworbene theoretische Erkenntnisse praktisch anwenden
- betriebswirtschaftlich praktische und soziale Kompetenzen, Motivation und Orientierung umsetzen
- die Zusammenarbeit zwischen Praxis und Hochschule verbessern
- personelle Kontakte knüpfen und einen laufenden Informationsaustausch pflegen

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
- in einem kurzen Essay berichten

3 **Inhalte**

schriftlicher Bericht über die Praxisphase

- Überblick, der den zeitlichen Ablauf, die ausgeübten Tätigkeiten und die erhaltenen Informationen in wöchentlichen Abständen enthält
- Reflektion in Hinblick auf die theoretisch erworbenen Kenntnisse

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 **Prüfungsform**

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**

<table>
<tr><th colspan="7">Bachelorarbeit</th></tr>
<tr><td colspan="2">Kennnummer</td><td>Workload
360 h</td><td>Credits
12</td><td>Studiensemester
7. Sem.</td><td>Häufigkeit des Angebots</td><td>Dauer
9 Wochen</td></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">Lehrveranstaltungen</td><td colspan="2">Kontaktzeit</td><td>Selbststudium
360 h</td><td>geplante Gruppengröße</td></tr>
<tr><td>2</td><td colspan="6">Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen
Fachliche Kompetenzen:
Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:
• wissenschaftliche und fachliche Kompetenz nachweisen
• ein fachbezogenes Thema nach wissenschaftlichen Kriterien darlegen (methodische Kompetenz)
• fachspezifische Fragestellungen einer tragfähigen Lösung zuführen (fachliche Kompetenz)
• eigenständig und gemäß eines vorgegebenen Zeitrasters arbeiten (persönliche Kompetenz)
Fachübergreifende Kompetenzen:
• Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren
• Inhalte aus dieser Fachliteratur für andere verständlich darstellen und zitieren
• Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten
• ein Teilgebiet der Betriebswirtschaft in einer umfangreichen Bearbeitung mit wissenschaftlichen Methoden darstellen</td></tr>
<tr><td>3</td><td colspan="6">Inhalte
• ein spezielles Problem aus einem entsprechenden Fachgebiet auf wissenschaftlicher Grundlage in einer vorgegebenen Zeit selbstständig einer Lösung zuführen</td></tr>
<tr><td>4</td><td colspan="6">Lehrformen
---</td></tr>
<tr><td>5</td><td colspan="6">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.</td></tr>
<tr><td>6</td><td colspan="6">Prüfungsform
Schriftliche Ausarbeitung mit einem Textteil von ca. 50 Textseiten.</td></tr>
<tr><td>7</td><td colspan="6">Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
Die Bachelorarbeit gilt als bestanden, wenn diese mit mindestens 50 % bewertet wurde.</td></tr>
<tr><td>8</td><td colspan="6">Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)
---</td></tr>
<tr><td>9</td><td colspan="6">Stellenwert der Note für die Endnote
36/225</td></tr>
<tr><td>10</td><td colspan="6">Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende
Der/die Studiendekan/Studiendekanin</td></tr>
<tr><td>11</td><td colspan="6">Sonstige Informationen
---</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th colspan="7">Kolloquium</th></tr>
<tr><td colspan="2">Kennnummer</td><td>Workload
90 h</td><td>Credits
3</td><td>Studiensemester
7. Sem.</td><td>Häufigkeit des Angebots</td><td>Dauer</td></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">Lehrveranstaltungen</td><td colspan="2">Kontaktzeit</td><td>Selbststudium
90 h</td><td>geplante Gruppengröße</td></tr>
<tr><td>2</td><td colspan="6">Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen
Fachliche Kompetenzen:
Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:
• nachweisen, dass sie in wissenschaftlicher und fachlicher Hinsicht den Ansprüchen einer Bachelorarbeit genüge geleistet haben und dieses auch in einem fachlichen Diskurs belegen (sprachliche Kompetenz)
• die Vorgehensweise und Methodik der Bachelorarbeit hinreichend belegen und das Ziel ihrer Untersuchung und deren Ergebnisse darlegen (fachliche Kompetenz)
• ihr Spezialproblem in den gesamten Kontext ihres wirtschaftswissenschaftlichen Studiums einordnen und dies in allgemeiner und gesellschaftlicher Hinsicht reflektieren (persönliche Kompetenz)
Fachübergreifende Kompetenzen:
• Inhalte aus der Fachliteratur für andere verständlich darstellen und zitieren
• eine Präsentation zu einem Themengebiet mit geeigneten Präsentationsmedien (digitale und analoge) visuell gestalten
• ihr persönliches Verhalten und Auftreten bei Präsentationen verbessern
ein Teilgebiet der Betriebswirtschaft in einem kurzen Essay mit wissenschaftlichen Methoden darstellen</td></tr>
<tr><td>3</td><td colspan="6">Inhalte
• Ergebnisse der Bachelorarbeit mündlich darstellen, selbstständig vertreten
• Bedeutung der Ergebnisse einschätzen sowie interdisziplinären Zusammenhänge einordnen und fachliche sowie außerfachliche Bezüge herstellen</td></tr>
<tr><td>4</td><td colspan="6">Lehrformen
---</td></tr>
<tr><td>5</td><td colspan="6">Teilnahmevoraussetzungen
Alle Prüfungen des in Frage kommenden Studienganges müssen erfolgreich bestanden worden sein, sowie die Bachelorarbeit wurde mit mindestens 4,0 beurteilt.</td></tr>
<tr><td>6</td><td colspan="6">Prüfungsform
Bachelorarbeit und Kolloquium</td></tr>
<tr><td>7</td><td colspan="6">Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
Sowohl die Bachelorarbeit als auch das Kolloquium müssen mit mindestens 4,0 bestanden sein.</td></tr>
<tr><td>8</td><td colspan="6">Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)
---</td></tr>
<tr><td>9</td><td colspan="6">Stellenwert der Note für die Endnote
9/225</td></tr>
<tr><td>10</td><td colspan="6">Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende
Der/die Studiendekan/Studiendekanin</td></tr>
<tr><td>11</td><td colspan="6">Sonstige Informationen
---</td></tr>
</table>