
Modulhandbuch „International Business and Management“

(Studiengangprüfungsordnung vom 4. Juli 2022)

Stand: 29.09.2022

Inhaltsverzeichnis	Seite	Seite
1. Studienjahr	1	Gesellschaftsrecht 73
Grundlagen Beschaffung und Logistik + Organisation	1	Höhere Wirtschaftsmathematik 74
Grundlagen des BWL-Studiums	3	Informations- und Kommunikationssysteme 1 76
Grundlagen Marketing	5	Informations- und Kommunikationssysteme 2 77
Grundlagen Personalmanagement	6	Innovationsmanagement 1 78
Investition und Finanzierung	7	Innovationsmanagement 2 80
Produktionsmanagement	8	Innovationspolitik 81
Wirtschaftsfremdsprache 1	10	Insolvenzrecht 84
Wirtschaftsmathematik	12	International Economic Policy 85
Wirtschaftsrecht	14	Interkulturelle Kompetenzen 86
		Internationales Management 1 87
		Internationales Management 2 89
2. Studienjahr	15	Jahresabschluss: Ausgewählte Fragen der nationalen und internationalen Rechnungslegung 91
Buchhaltung + Kostenrechnung	15	Kommunikationspolitik, insbesondere Werbung 93
Grundlagen der Ertragsbesteuerung	17	Kostenmanagement 1 94
Jahresabschluss	19	Kostenmanagement 2 96
Unternehmensplanspiel + Controlling	21	Lean Management und Logistikinnovationen 98
Volkswirtschaftslehre 1	23	Marketing 1: Strategisches Marketing 100
Volkswirtschaftslehre 2	24	Marketing 2: Branchenorientierung und Spezialgebiete des Marketing 101
Wirtschaftsfremdsprache 2	25	Marktforschung 102
Wirtschaftsinformatik	28	Methoden in der Erwachsenenbildung 103
Wirtschaftspolitik + Grundlagen Nachhaltigkeit	29	Mitarbeiterführung im internationalen Kontext 104
Wirtschaftsstatistik	31	Mittelstandspolitik 105
		Modellbildung und Simulation 107
3./4. Studienjahr	33	Online Marketing 108
Auslandsstudienjahr	33	Organisation 1 109
Auslandssemester	34	Organisation 2 110
Auslandspraktikum	35	Personalmanagement 1 111
		Personalmanagement 2 113
3./4. Studienjahr	36	Prozess- und System-Analyse 115
Arbeitsrecht	36	Quantitative Methoden: Mathematische Planungsverfahren 116
Ausgewählte Fragen des Personalmanagements	38	Quantitative Methoden: Multivariate Methoden in der BWL und VWL 118
B2B-Marketing	40	Quantitative Methoden: Statistische und ökonomische Verfahren 120
Beschaffung und Logistik 1	41	Rechnungslegung 1 122
Beschaffung und Logistik 2	43	Rechnungslegung 2 124
Branchenpolitik	45	Recht der Unternehmensfinanzierung 126
Business Case Studies, englisch/deutsch	48	Sales Management 1 128
Controlling 1	49	Sales Management 2 130
Controlling 2	51	SAP R/3® 131
Current Topics of Marketing	53	Service Management 133
Data Science 1	54	Sozialpolitik 134
Data Science 2	55	Steuergestaltungen 136
Datengestützte Entscheidungen in den Wirtschaftswissenschaften 1	56	Strategisches Management 1 137
Datengestützte Entscheidungen in den Wirtschaftswissenschaften 2	58	Strategisches Management 2 138
Digital Business Transformation 1	60	Strategisches Unternehmensplanspiel 139
Digital Business Transformation 2	62	Supply Chain Management 140
DV-gestützte Steuerplanung	63	Umwelt- und Wirtschaftsethik 142
DV-gestütztes Controlling	64	Umweltpolitik 144
Energie & Umwelt 1	65	Unternehmensbesteuerung 1 146
Energie & Umwelt 2	66	Unternehmensbesteuerung 2 147
Existenzgründung	67	Verkehrs- und Substanzsteuern 148
Finanzmanagement 1	69	Vertragsmanagement 149
Finanzmanagement 2	70	Wettbewerbsrecht 151
Geld- und Finanzpolitik	72	

Wirtschaftsdeutsch für Incomings – Einführung	152
Wirtschaftsdeutsch für Incomings – Vertiefung	154
Wirtschaftsenglisch	155
Wirtschaftsprüfung	157
Bachelorarbeit	159
Kolloquium	160

1. Studienjahr

Grundlagen Beschaffung und Logistik + Organisation					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
1161	225 h	7,5	2. Semester	Jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Grundlagen der Beschaffung und Logistik b) Grundlagen Organisation		Kontaktzeit a) 4 SWS/60h b) 2 SWS/30h	Selbststudium 135 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen a) Nach Absolvieren des Moduls sind die Studierenden in der Lage, die Bedeutung des Beschaffungs- und Logistik-Managements für die Planung und Steuerung des Unternehmens zu erfassen. Sie verfügen über grundlegende Kenntnisse zur Gestaltung von Beschaffungs-, Lager- und Transportprozessen und sind in der Lage, diese in praktischen Situationen anzuwenden. Die Studierenden werden in die Lage versetzt Beschaffungs- und Logistikkonzepte aus den unterschiedlichen Zielsetzungen der Effizienz, Effektivität und Nachhaltigkeit zu diskutieren und zu beurteilen. b) Das Modul vermittelt die wesentlichen Ziele, Methoden und Ausgestaltungsmöglichkeiten der Organisationsgestaltung. Der / Dem Studierenden soll bewusst werden, welche Auswirkungen Eingriffe in die Prozess- und in die Aufbauorganisation mit sich bringen. Insbesondere soll er die unterschiedlichen Methoden der Organisationsgestaltung kennenlernen.				
3	Inhalte a) <u>Grundlagen Beschaffung und Logistik</u> Grundlagen der Logistik • Der Wertbeitrag logistischer Leistungssysteme • Bereiche und Referenzebenen des Logistikmanagements • Logistische Flussobjekte • Bildung und Identifikation logistischer Einheiten • Nachhaltigkeit in Beschaffung und Logistik Beschaffung • Ziele der Beschaffung • Beschaffungsstrategien • Lieferantenstrukturen • Beschaffungsprinzipien • Nachhaltige Beschaffungskonzepte Lagerhausstrukturen und -prozesse • Motive der Lagerung • Lagerarten • Lagerstrukturen • Lagergestaltung und -organisation • Kommissionierung Bestandsmanagement • Bestand und Servicegrad • Prognoserechnung • Losgrößenproblematik • Dispositionsmodelle und Sicherheitsbestandsrechnung Transportlogistik und logistische Netzwerke • Transportmittel und Transportmittelwahl • Transportplanung • Logistische Netzwerke • Standortplanung After Sales und Reverse Logistics • Ersatzteillogistik • Retourenlogistik • Kreislauflogistik				

	b) <u>Grundlagen Organisation</u> • Begriffliche Grundlagen • Die produktiven Faktoren und das Leistungsprogramm der Unternehmung • Theoretische Grundlagen der Organisationsgestaltung • Aufbauorganisation • Ablauforganisation • Projektorganisation • Praktische Organisationsgestaltung • Das klassische Analyse-Synthese-Konzept • Methoden der Organisationsanalyse • Ansätze zur Verbesserung der Organisation • Instrumente, Vorgehensmodelle und Techniken der Organisationsgestaltung • Einsatz der Datenverarbeitung als Handlungsrahmen für die Organisationsgestaltung • Change-Management (Grundzüge)
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht
5	Teilnahmevoraussetzungen keine
6	Prüfungsformen Klausur (135 M.)
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 7,5/270
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende a) Prof. Dr. Sprenger b) Prof. Dr. Siebenbrock
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): Grundlagen Beschaffung und Logistik: • Arnolds H., Heege F., Röh C., Tussing W.: Materialwirtschaft und Einkauf. Springer Gabler, Wiesbaden • Deckert C. (eds): CSR und Logistik. Management-Reihe Corporate Social Responsibility. Springer Gabler, Berlin, Heidelberg • Kummer, Sebastian, Grün, Oskar, Jammerneegg, Werner: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik. München: Pearson Studium • Lasch, R.: Strategisches und Operatives Logistikmanagement: Prozesse. Springer-Gabler Verlag. Wiesbaden. • Pfohl HC.: Logistiksysteme. Springer Vieweg, Berlin, Heidelberg • van Weele A.J., Eßig M.: Strategische Beschaffung. Springer Gabler, Wiesbaden Grundlagen Organisation: • Siebenbrock, H., Grundlagen der Organisationsgestaltung und –entwicklung, neueste Auflage, Altenberge • Siebenbrock, H., Folien zur Veranstaltung, abrufbar: http://www.7brock.de/skript

Grundlagen des BWL-Studiums						
Kennnummer		Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
a) 1111		a) 75 h	5	a) 1. Sem.	Jedes Semester	a) 1 Sem.
b) 1112		b) 75 h		b) 1. Sem.		b) 1 Sem.
1	Lehrveranstaltungen a) Einführung in die BWL b) Wissenschaftliche Arbeitstechniken		Kontaktzeit a) 2 SWS / 30 h b) 2 SWS / 30 h		Selbststudium a) 45 h b) 45 h	geplante Gruppengröße a) Vorlesung: 60 Studierende b) 20 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Der Student lernt die wesentlichen Grundlagen der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre sowie deren Umsetzung in zu verbuchende Geschäftsvorfälle kennen. a) Im Rahmen der Einführung in die Betriebswirtschaftslehre erlernt er die Basics der betriebswirtschaftlich wichtigsten Fachdisziplinen und ihm wird ein übergreifender Einblick in das traditionelle betriebswirtschaftliche Denken – mit seinen unterschiedlichen Facetten – vermittelt. b) Die Studierenden können Hausarbeiten nach wissenschaftlichen Kriterien anfertigen. Darüber hinaus können sie Daten in einfacher Form statistisch aufbereiten und in entsprechenden Diagrammen darstellen. Sie lernen Inhalte strukturiert aufzuarbeiten und verständlich vorzutragen, indem ihre persönlichen Präsentationstechniken und -fertigkeiten geschult werden.					
3	Inhalte Die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre vermittelt a) in qualitativer Hinsicht im Rahmen der Einführung in die Betriebswirtschaftslehre die fachlichen Rahmenbedingungen betriebswirtschaftlichen Denkens in den unterschiedlichen Disziplinen und b) bezüglich der Buchhaltung ihre quantitative Erfassung und Darstellung. a) Im Mittelpunkt stehen Fragen der Betriebswirtschaftslehre in Form • ihrer grundlegenden Zusammenhänge • der Produktionswirtschaft als Wertschöpfungsmanagements (Kernkompetenzen, make or buy, Wertschöpfungsprozess und –kette, outsourcing) • des Marketings (als Unternehmensführungsprinzips, Marktforschung, Marketingkonzeption) • der Investition und Finanzierung • der Personalwirtschaft (Personalplanung, -beschaffung, -einsatz) • der Rechnungslegung (Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung; business plan) • der Rechtsform und Besteuerung b) Wissenschaftliche Arbeitstechniken • Erläuterung der Besonderheiten wissenschaftlichen Arbeitens • Aufbau einer wissenschaftlichen Arbeit • Literaturbeschaffung und Auswertung • Einführung in das Präsentieren					
4	Lehrformen a) Vorlesung und Übungen b) Übung					
5	Teilnahmevoraussetzungen keine					
6	Prüfungsformen a) Portfolioprüfung oder Klausur (45 M.) b) Hausarbeit/Referat mit mündlicher Prüfung					

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 5/270
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende a) Prof. Dr. Böttcher b) der/die Dekan/Dekanin in Kooperation mit dem ISD Studium PLUS
11	Sonstige Informationen a) Arbeitsunterlagen/Skripten/Aufgaben und spezielle Literaturempfehlungen zu a) und b) (in der jeweils aktuellsten Auflage): b) Wissenschaftliches Arbeiten/Präsentieren • Jele, H.: Wissenschaftliches Arbeiten: Zitieren • Böhringer, J.; Bühler, P.; Schlaich, P.: Präsentieren in Schule, Studium und Beruf • Blod, G.: Präsentationskompetenzen • Reynolds, G.: ZEN oder die Kunst der Präsentation

Grundlagen Marketing						
Kennnummer 1171		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 2. Sem.	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Grundlagen Marketing		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h		Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Das Marketing-Modul schafft ein generelles Verständnis für Marketing als Unternehmensführungsprinzip. Ausgehend von den Grundlagen der Marktforschung und der Kenntnis wesentlicher Marktforschungsmethoden begreifen die Studierenden die Entwicklung der Märkte und des Marketingansatzes. Schwerpunkt des Moduls liegt bei der Erarbeitung der Marketinginstrumente. Die Studierenden werden befähigt, die Ausgestaltung des Marketings auf operativer Ebene im betrieblichen Alltag umzusetzen. Die Studierenden können Verfahren zur Preisbildung erfolgreich anwenden, Reaktionen des Markts auf Preise einschätzen sowie den strategischen Einsatz von Preisen beurteilen. Sowohl Chancen und Risiken von direktem und indirektem Vertrieb sowie unterschiedliche Absatzwegesysteme werden aufgezeigt. Schließlich lernt der Studierende die Vielzahl von Kommunikationsmöglichkeiten auf modernen Märkten kennen. Die kundenorientierte Ausrichtung des Marketings führt zu einer nachhaltigen Unternehmensentwicklung.					
3	Inhalte Hierfür werden Ziele, Aufgaben und Methoden in der Entwicklung des Marketingmix (Produktpolitik, Preispolitik, Distributionspolitik und Kommunikationspolitik) systematisch vermittelt. Wesentliche Aspekte sind die Ausgestaltung des betrieblichen Angebots (Entwicklung, Beurteilung, Umsetzung von Innovationen; Analysen zur Festlegung von Programmbreite und –tiefe; Positionierungsanalysen etc.).					
4	Lehrformen Vorlesung					
5	Teilnahmevoraussetzungen keine					
6	Prüfungsformen Klausur (90 M.)					
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 5/270					
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Ritzerfeld-Zell; Prof. Dr. Schlottmann, Prof. Dr. Stark					
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Homburg, C. / Krohmer, H.: Grundlagen des Marketingmanagements - Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung • Steffenhagen, H.: Marketing - Eine Einführung • Weis, H. C.: Marketing					

Grundlagen Personalmanagement						
Kennnummer 1131		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 1. Sem.	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Grundlagen Personalmanagement		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden bekommen eine systematische Einführung in die Grundlagen des Personalmanagements. Sie lernen die Aufgabenfelder und Themenbereiche Personalplanung, Personalbeschaffung, Personalentwicklung, Personalfreisetzung und Personalgrundsatzfragen kennen. Auf der Grundlage eines strategisch angelegten und integrierten Verständnisses des Personalmanagements werden praxisnahe Konzepte und Instrumente behandelt, die den Studierenden die zentrale Bedeutung von HR für eine erfolgreiche und nachhaltige Unternehmensführung vermittelt.					
3	Inhalte (Auszug) 1. Rahmenbedingungen und Grundlagen des Personalmanagements 2. Spannungsfelder und aktuelle Herausforderungen im Bereich Personalmanagement 3. Personalplanung 4. Personalbeschaffung und -auswahl 5. Personalentwicklung 6. Personalfreisetzung 7. Anreizsysteme (Vergütung, ...) 8. Arbeitsrechtliche Rahmenbedingungen					
4	Lehrformen Vorlesung					
5	Teilnahmevoraussetzungen keine					
6	Prüfungsformen Klausur (90 M.)					
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung					
8	Verwendung des Moduls BA-International Business and Management					
9	Stellenwert der Note für die Endnote 5/270					
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Geiger; Prof. Gieselmann					
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlung (in der jeweils aktuellsten Auflage) - Jung, H.: Personalwirtschaft, Oldenbourg Wissenschaftsverlag München - Scholz, C./Scholz, T.: Grundzüge des Personalmanagements, Verlag Franz Vahlen München					

Investition und Finanzierung						
Kennnummer 1151		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 2. Sem.	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Investition und Finanzierung		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h		Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen In diesem Teilmodul werden die zentralen Zahlungsmittelströme der betrieblichen Finanzwirtschaft (Innenfinanzierung, Investivsaldo, Außenfinanzierung) und die grundlegenden Verfahren der Wirtschaftlichkeitsrechnung (insbesondere Kapitalwert und interner Zinsfuß) erarbeitet. Teilnehmer werden in die Lage versetzt, finanzwirtschaftliche Planungs- und Kontrollrechnungen zu erstellen und Wirtschaftlichkeitsrechnungen durchzuführen.					
3	Inhalte • Vom Unternehmen in seiner Umwelt zum Cash-Flow Statement • Die drei zentralen Ströme des Cash-Flow Statements (Innenfinanzierung, Investivsaldo, Außenfinanzierung) • Entscheidungsorientierte Wirtschaftlichkeitsrechnung (vollständiger Finanzplan, Dominanz, Kapitalwert, äquivalente Annuität, interner Zinsfuß, Amortisationsdauer)					
4	Lehrformen Seminaristische Lehrveranstaltung mit Betonung der Elemente Vorlesung und Übung					
5	Teilnahmevoraussetzungen Grundkenntnisse in Finanzmathematik					
6	Prüfungsformen Klausur (90 M.)					
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 5/270					
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
1121 (Deutsch)		150 h	5	1. Semester	Jedes Semester	1 Semester
1122 (Englisch)						
1	Lehrveranstaltungen Produktionsmanagement		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h		Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über grundlegende Kenntnisse der bei der Gestaltung, Organisation und Steuerung von Produktionssystemen anzuwendenden Prinzipien und Methoden. Neben einem tiefgreifenden Verständnis des Wertschöpfungsbegriffs sind die Studierenden in der Lage, aus den zum Teil gegenläufigen Zielsetzungen im Produktionsbetrieb operative Handlungsoptionen abzuleiten. Sie erlangen Kenntnisse über die Konzepte und Methoden der Produktentwicklung, des Qualitätsmanagements, der Produktionsorganisation, -planung und -steuerung. Darüber hinaus können die Studierenden die Prinzipien der „Schlanken Produktion“ und der „Nachhaltigen Produktion“ im Kontext kundenorientierter Wertschöpfungssysteme verorten und sowie deren Ergebnisbeitrag einschätzen.					
3	Inhalte Wert und Wertschöpfung als Gestaltungsziel • Gesamtwirtschaftliche Wertschöpfung • Betriebliche Wertschöpfung • Überbetriebliche Wertschöpfung Produktionssysteme – Grundlagen • Ziele und Strategien • Zusammenhang zwischen den Zielgrößen WIP, DLZ, Auslastung • Objektflüsse im Produktionssystemen Product-Lifecycle Management • Produktlebenszyklus von Industriegütern • Produktentstehungsprozess/ Stage-Gate-Prozess • Methodeneinsatz: QFD, FMEA Gestaltung der Produktion • Polylemma in der Produktion • Gestaltungsansätze in der Fertigung • Gestaltungsansätze in der Montage Planung und Steuerung in der Produktion • Verortung der PPS im betrieblichen Leistungserstellungsprozess • Produktionsplanung • Produktionssteuerung IT-Systeme in der Produktion • Entwicklung der IT-Systeme im Produktionsmanagement • Funktionsweise von ERP-Systemen • Grundlagen zu den Systemen CRM, PDM, PLM, MES, CAQ Prinzipien und Methoden der Schlanken Produktion • (Produktions-) Historischer Rückblick • Gestaltungsleitlinien von Lean Produktion • Lean-Prinzipien: Überblick und Anwendungsbeispiele Industrie 4.0 • Definition und Grundverständnis von Industrie 4.0 in der Produktion • Aktueller Stand der Umsetzung/ Herausforderungen im Produktionsumfeld Betriebswirtschaftliches Potenzial von Industrie 4.0					
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht					
5	Teilnahmevoraussetzungen keine					
6	Prüfungsformen					

	Klausur (60 M.)
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; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Merchiers
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): Berning, R.: Grundlagen der Produktion Berning, R.: Prozessmanagement und Logistik – Gestaltung der Wertschöpfung Eversheim, W./ Schuh, G.: Betriebshütte – Produktion und Management Kummer, S./ Grün, O./ Jammerneegg, 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

Wirtschaftsfremdsprache 1						
Kennnummer 1201		Workload a) 75 h b) 75 h	Credits 5	Studiensemester a) 1. Sem. b) 2. Sem.	Häufigkeit des Angebots a) Wintersemester b) Sommersemester	Dauer a) 1 Sem. b) 1 Sem.
1	Lehrveranstaltungen Wirtschaftsfremdsprache		Kontaktzeit a) 4 SWS / 60 h b) 4 SWS / 60 h		Selbststudium a) 15 h b) 15 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende
2	Lernergebnisse / Kompetenzen a) In der Wirtschaftsfremdsprache werden die vorhandenen, guten bis sehr guten Schulkenntnisse vertieft, die für eine Wirtschaftsfremdsprache besonderen wirtschaftssprachlichen Anforderungen eingeführt und bis zum Ende des ersten Semesters ausgebaut. Dazu gehören ein grundlegender Wortschatz der Zielwirtschaftsfremdsprache und eine eingehende Beschäftigung mit wesentlichen volkswirtschaftlichen und unternehmensrelevanten Themen in der Zielsprache. Die Durchführung eines Terminologie-Tests ist angeraten (z.B. Vokabelliste mit den 300 wichtigsten Wirtschaftstermini), um die Erarbeitung eines wirtschaftlich-orientierten Fachvokabulars auf Zielland-Niveau sicherzustellen. Der Entwicklung und Verbesserung der vor allem mündlichen, fachwissenschaftlichen Kommunikationsfähigkeit wird besonderes Gewicht beigemessen. Die Bearbeitung von längeren wirtschaftlich orientierten Fachtexten als Grundlage für Fachdiskussion auf höherem Niveau, das Erörtern und Diskutieren über grundlegende Fragen der betrieblichen Theorie und Praxis und die für Referate nötigen Kenntnisse und Fertigkeiten sind zentral im Wirtschaftsfremdsprachenunterricht mit internationaler Ausrichtung (Hörverständnis für den Vorlesungsbetrieb, Leseverständnis zur eigenständigen Erarbeitung von Wissen, Schreibfähigkeit zur Seminararbeitserstellung im Zielland, Diskussionskompetenz beim Sprechen). Die Studierenden können sich zu einem breiten Themenspektrum klar und detailliert ausdrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben. b) Im zweiten Semester werden die Grundlagen der mündlichen und schriftlichen Kommunikation in der Wirtschaftsfremdsprache weiter vertieft. Besonderes Augenmerk gilt der Vertiefung des Hörverständnisses (mittel)schwerer Hörtexte und dem Leseverständnis anspruchsvoller Wirtschaftstexte. Die Weiterentwicklung und Verbesserung der vor allem mündlichen, fachwissenschaftlichen Kommunikationsfähigkeit wird besonderes Gewicht beigemessen. Die Bearbeitung von längeren wirtschaftlich orientierten Fachtexten als Grundlage für Fachdiskussion auf höherem Niveau, das Erörtern und Diskutieren über detaillierte Fragen der betrieblichen Theorie und Praxis und die für Referate nötigen Kenntnisse und Fertigkeiten sind zentral im Wirtschaftsfremdsprachenunterricht mit internationaler Ausrichtung. Ziel ist die Konsolidierung und Festigung des B2-Niveaus und der Ausbau bzw. die Vertiefung der Fachsprache sowie der passiven Sprachkompetenzen auf C1 Niveau: Die Studierenden können sich klar, strukturiert und ausführlich zu komplexen Sachverhalten äußern und dabei verschiedene Mittel zur Textverknüpfung angemessen verwenden. Sie lesen/hören und verstehen kompetent wirtschaftliche Sachtexte.					
3	Inhalte a) Wirtschaftsfremdsprache (1. Semester) • Grundlagen der Mikro- und Makroökonomik • Schwerpunktthemen der betrieblichen Praxis • Aktuelle Wirtschaftstexte werden gelesen, diskutiert und schriftlich bearbeitet, die auf das Wissen der Studierenden über das wirtschaftliche Tagesgeschehen abzielen. • Fachgespräche zu thematischen Schwerpunkten der BWL • Berufliche Modellsituationen • Vertiefung des Fachwortschatzes b) Wirtschaftsfremdsprache (2. Semester) • Schwerpunktthemen der internationalen Wirtschaft • Längere Wirtschaftstexte werden gelesen, erörtert und schriftlich bearbeitet, die auf das Wissen der Studierenden aus den auf Deutsch gelehrtten Fächern abzielen. • Einführung einfacher theoretischer Modelle und deren Anwendung • Starke Differenzierung des Fachwortschatzes					

4	Lehrformen Seminar
5	Teilnahmevoraussetzungen Es gilt das als Zugangsvoraussetzung für die IBM-Studiengänge festgelegte Sprachniveau.
6	Prüfungsform a) Klausur (45 M.) oder Hausarbeit/Referat mit mündlicher Prüfung b) Klausur (45 M.) oder Hausarbeit/Referat mit mündlicher Prüfung
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Regelmäßige Teilnahme an den Veranstaltungen und mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) BA-International Business and Management
9	Stellenwert der Note für die Endnote 5/270
10	Modulbeauftragte; hauptamtlich Lehrende OSt.R. Sodmann, Simonovis, M.A.
11	Sonstige Informationen Kursbücher/Skripte werden am Anfang der entsprechenden Veranstaltungen bekannt gegeben Wirtschaftsenglisch • Hamblock, Dieter ; Wessels, Dieter . <i>Großwörterbuch Wirtschaftsenglisch. Deutsch-Englisch / Englisch-Deutsch: 2 Bde.</i> Berlin: Cornelsen Verlag Scriptor. 62006. ISBN: 3589240709 Wirtschaftsfranzösisch • Wagner, Horst. <i>Wörterbuch Wirtschaftsfranzösisch.</i> Berlin: Cornelsen, 2010. ISBN: 9783589240593 Wirtschaftsitalienisch • Haring-Bruzzichini, Anna Luisa. <i>Wörterbuch Wirtschaftsitalienisch: italienisch-deutsch, deutsch-italienisch = Vocabolario economico, commerciale e finanziario.</i> München: Oldenbourg, 2005. Wirtschaftsrussisch • Klobukova, L.P. u.a.: <i>Gotovimsja k professional'noj dejatel'nosti: russkij jazyk dlja ekonomistov.</i> Moskva, 2012 Wirtschaftsspanisch • Sarti, Juan-Francisco. <i>Wörterbuch Wirtschaftsspanisch: deutsch-spanisch.</i> Berlin: Cornelsen, 2001. ISBN 978-34-6449-391-5 Wirtschaftstürkisch • Kiygi, N.: Wörterbuch der Rechts- und Wirtschaftssprache, Deutsch-Türkisch; Bd. 2, 2. Auflage; Verlag C.H.Beck, München 2013 • Kiygi, N.: Wirtschaftswörterbuch; Bd. II: Deutsch-Türkisch; Verlag Vahlen, München 1995 • Kiygi, N.: Wirtschaftswörterbuch; Bd. I: Türkisch-Deutsch; Verlag Vahlen, München 1995 Wirtschaftsportugiesisch • Novo Avenida Brasil 3,- ISBN 978-85-12-54610-0, • Gramática Ativa 2 - versão brasileira (Portugiesisch) - ISBN 978-972-757-863-4

Wirtschaftsmathematik						
Kennnummer 1141		Workload 225 h	Credits 7,5	Studiensemester 1. Sem.	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Sem.
1	Lehrveranstaltungen a. Vorlesung b. Übung		Kontaktzeit a. 6 SWS / 90 h b. 2 SWS / 30 h		Selbststudium 105 h	geplante Gruppengröße a) 60 Studierende b) 15 Studierende
2	Lernergebnisse / Kompetenzen Die Studierenden erlangen ein allgemeines Grundverständnis der Mathematik, um dieses auf Probleme mit ökonomischem Sachbezug anzuwenden. Mit den in diesem Modul eingeführten analytischen Hilfsmitteln können Studierende Problemstellungen in der Makroökonomik, der Theorie der Marktwirtschaft, der Produktionstheorie, im Marketing und der Investitionsrechnung gezielt anwenden. Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, die mit dem Einsatz von mathematischen Instrumenten erzielten Problemlösungen vor dem Hintergrund ökonomischer Fragestellungen zu interpretieren.					
3	Inhalte • Aussagenlogik, Mengenlehre, Abbildungen • Folgen, Reihen von Zahlen • Funktionen in einer Variablen, ökonomisch relevante Funktionen • Differenzial- und Integralrechnung in einer Variablen und ökonomische Anwendungen • Funktionen in zwei bis drei Variablen, Differenzialrechnung in zwei bis drei Variablen • Vektoren, Matrizen und Determinanten • Lineare Gleichungssysteme und ökonomische Anwendungen • Lineare Optimierung • Lineare, exponentielle und stetige Verzinsung • Zahlungsreihen, Kassa- und Terminezinssätze • 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 M.), 25% freiwillige Vorleistung, dabei mind. 40% Klausurleistung					
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 7,5/270					

10	Modulbeauftragte; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Skill; Prof. Dr. Moos; Prof. Dr. Wolik
11	Sonstige Informationen 1) Veranstaltungsbegleitendes Skript oder Buch mit Übungsaufgaben 2) Allgemeine Literaturempfehlungen: • Sydsaeter, H.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Pearson • Tietze, J.: Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik, Vieweg+Teubner Verlag • Purkert: Brückenkurs Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Vieweg+Teubner Verlag Spezielle Empfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): Finanzmathematik: • Skript "Finanzmathematik" • Schwenkert, R./ Sty, Y.: Finanzmathematik kompakt, Physica Verlag; ISBN 978-3-7908-2159-8 • Wessler, M.: Grundzüge der Finanzmathematik, Pearson-Verlag; ISBN 978-3-86894-160-9 ausführlich: • Pfeifer, A.: Praktische Finanzmathematik, Harri-Deutsch-Verlag; ISBN 978-3-8171-1838-0 • Tietze, J.: Einführung in die Finanzmathematik, Vieweg+Teubner-Verlag; ISBN 978-3-834815453 Lineare Algebra: • Mayer, C./ Weber, C./ Francas, D.: Lineare Algebra für Wirtschaftswissenschaftler, Springer-Gabler, ISBN 978-3-8349-4187-9

Wirtschaftsrecht						
Kennnummer 1181		Workload a) 150 h b) 150 h	Credits 10	Studiensemester 1. u. 2. Sem.	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 2 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Wirtschaftsrecht I b) Wirtschaftsrecht II		Kontaktzeit a) 4 SWS / 60 h b) 4 SWS / 60 h	Selbststudium a) 90 h b) 90 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Durch das Modul "Wirtschaftsrecht" sollen Kenntnisse vermittelt werden, die in die Lage versetzen, die rechtlichen Handlungsformen des Wirtschaftens in den routinemäßigen Fällen des Tagesgeschäfts selbstständig zu bewältigen. Darüber hinaus soll die Fähigkeit entwickelt werden, in anspruchsvolleren Rechtsfällen mit Personen sachgerecht zusammenzuarbeiten, die in der Unternehmenspraxis die Rechtsberatungsfunktion wahrnehmen (Rechtsabteilung, Hausanwalt). Das schließt die Vermittlung der Denkweisen des juristischen Gutachtens ein. Des Weiteren sollen die methodischen Fähigkeiten entwickelt werden, neue rechtliche Problemfelder selbstständig zu erarbeiten. Aus allem soll sich ein Verständnis der Funktionsweisen des Phänomens "Recht" als Ganzes ergeben. Das schließt Fragen der gesellschaftspolitischen Relevanz und der historischen und insbesondere der europarechtlichen Bedingtheiten des Rechts ein.					
3	Inhalte Im Teilmodul Wirtschaftsrecht I werden grundlegende Funktionsweisen des Rechts, sowie die Grundprinzipien des Wirtschaftsprivatrechts behandelt. Insbesondere werden die Themen Personen - Sachen - Rechtsgeschäfte, die Stellvertretung und die allgemeinen Regeln über Schuldverhältnisse thematisiert. Im Teilmodul Wirtschaftsrecht II werden ausgewählte Arten von Schuldverhältnissen, die im Wirtschaftsleben besondere praktische Bedeutung haben, behandelt, insbesondere das Kaufrecht einschließlich des UN-Kaufrechts, das Deliktsrecht und die Grundlagen des Arbeitsrechts, sowie die für Kaufleute geltenden Sonderregeln des Handelsrechts.					
4	Lehrformen Vorlesung und Übung					
5	Teilnahmevoraussetzungen keine					
6	Prüfungsformen Klausur (120 M.)					
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 10/270					
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Kohl					
11	Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Klunzinger, E.: Einführung in das bürgerliche Recht • Klunzinger, E.: Handelsrecht • Müssig, P.: Wirtschaftsprivatrecht • Niederle, J.: 20 Standardfälle – Zivilrecht • Wörlen, R.: BGB AT • Wörlen, R.: Schuldrecht AT • Wörlen, R.: Schuldrecht BT					

2. Studienjahr

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

4	Lehrformen Vorlesung
5	Teilnahmevoraussetzungen Keine
6	Prüfungsformen Klausur (135 M.)
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 7,5/270
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende a) Prof. Dr. Theile b) Prof. Dr. Wiesmann, Prof. Dr. Sturm
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): a) Buchhaltung: allgemeine Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Engelhardt/Raffee/Wischermann, Grundzüge der doppelten Buchführung • Lexikon der Betriebswirtschaftslehre, hrsg. von S. Häberle • Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre Wöhe, I., Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre Woll, A., Wirtschaftslexikon • Schmolke/Deitermann, Industrielles Rechnungswesen IKR b) Kostenrechnung: • Coenenberg, A.G.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, m Landsberg/Leck • Däumler, K. D./Grabe, I., Kostenrechnung 1 – Grundlagen, Herne/Berlin • Haberstock, L.: Kostenrechnung I, bearb. Von J. Breithecker, Wiesbaden • Hummel, S./Männel, Kostenrechnung 1 - Grundlagen, Aufbau und Anwendung -, Wiesbaden • Rüth D., Kostenrechnung I

Grundlagen der Ertragsbesteuerung					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
2071	225 h	7,5	4. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Grundlagen der Ertragsbesteuerung		Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 135 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Fallorientierte Vermittlung der Grundzüge des deutschen Ertragsteuerrechts mit dem Ziel, dass ertragsteuerliche Sachverhalte systemisch beurteilt und quantifiziert werden können.				
3	Inhalte a) Einkommensteuer • Steuerpflicht • Einkunftsarten • Ermittlung der Einkünfte • Ermittlung des zu versteuernden Einkommen • Berechnung der Einkommensteuer und der Zuschlagsteuern b) Körperschaftsteuer • Steuerpflicht • Einkommensermittlung • Höhe der Körperschaftsteuer c) Gewerbesteuer • Steuergegenstand • Ermittlung des Gewerbebeertrags • Berechnung der Gewerbesteuer d) Grundzüge des Internationalen Steuerrechts • Kollision unbeschränkte und beschränkte Steuerpflicht • Methoden zur Milderung bzw. zur Vermeidung der Doppelbesteuerung mit und ohne Doppelbesteuerungsabkommen.				
4	Lehrformen Vorlesung + Übung				
5	Teilnahmevoraussetzungen Grundkenntnisse im Bereich der Buchführung und der Rechtsformen				
6	Prüfungsformen Klausur (90 M.)				
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 7,5/270				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Förster; Prof. Dr. Hannemann, Prof. Dr. Rauenbusch				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):				

	• Freichel / Brähler / Lösel: Ertragsteuern, Frankfurt am Main. • Grefe: Unternehmensteuern, Ludwighafen.
--	---

Jahresabschluss						
Kennnummer 2051		Workload 225 h	Credits 7,5	Studiensemester 4. Sem.	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Jahresabschluss		Kontaktzeit 6 SWS / 90 h		Selbststudium 135 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Im Modul Jahresabschluss lernen die Studierenden handelsrechtliche Jahresabschlüsse zu erstellen und zu interpretieren. Dabei erfahren sie, wie unterschiedliche Sachverhalte und Transaktionen im Rechnungswesen zu erfassen und im Jahresabschluss abzubilden sind, welche bilanzpolitischen Möglichkeiten bestehen und wie der Jahresabschluss zur Unternehmenssteuerung, Informationsgewinnung, Gewinnzurechnung und zur Besteuerung genutzt wird. In diesem Modul werden Kenntnisse über die Besonderheiten von Jahresabschlüssen von Unternehmen unterschiedlicher Rechtsformen sowie über Vorschriften zur Prüfung und Offenlegung von Abschlüssen vermittelt. Zudem wird für ausgewählte Bilanzierungssachverhalte die Abbildung nach IFRS vorgestellt und diskutiert.					
3	Inhalte • Buchführungspflicht • Rechtsgrundlagen: HGB und IFRS • Zweck und Ziele des Jahresabschlusses vs. Kapitalmarktorientierter Rechnungslegung nach IFRS • Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung • Inventur und Inventar • Bilanzinhalt und Bilanzgliederung • Gewinn- und Verlustrechnung: Inhalt und Gliederung • Bewertungsmaßstäbe und –grundlagen • Bilanzierung des Anlagevermögens • Bilanzierung des Umlaufvermögens • Bilanzierung der Schulden • Bilanzierung des Eigenkapitals • Zusammenhang von Handels- und Steuerbilanz, latente Steuern • Anhang und Lagebericht • Prüfung des Jahresabschlusses • Offenlegungsvorschriften					
4	Lehrformen Vorlesung					
5	Teilnahmevoraussetzungen Solide Kenntnisse in Buchhaltung(-technik) sind unerlässlich; darauf baut das Modul Jahresabschluss auf. Benötigt werden ferner die Kenntnisse aus der Einführung in die BWL, Wirtschaftsmathematik, insbesondere Finanzmathematik (Zinsrechnung, Barwertberechnungen), ferner Investition und Finanzierung sowie Wirtschaftsrecht (Kaufmannsbegriff, Rechtsformen).					
6	Prüfungsformen Klausur (135 M.)					
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 7,5/270					
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende					

	Prof. Dr. Hendler; Prof. Dr. Theile
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Baetge, J./Kirsch, H.-J. /Thiele, S.: Bilanzen • Bitz, M./Schneeloch, D. /Wittstock, W.: Der Jahresabschluss • Coenenberg, A. /Haller, A. /Schultze W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse • Meyer, C./Theile, C.: Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht

Unternehmensplanspiel + Controlling						
Kennnummer		Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
2081		a) 75 h b) 75 h	5	a) 4. Sem. b) 4. Sem.	Jedes Semester	a) 1 Sem. b) 1 Sem.
1	Lehrveranstaltungen a) Unternehmensplanspiel b) Controlling		Kontaktzeit a) 2 SWS / 30 h b) 2 SWS / 30 h		Selbststudium a) 45 h b) 45 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden erlernen den funktionsübergreifenden, jedoch quantitativ orientierten Ansatz des Controllings und erkennen die Auswirkungen unternehmerischer Entscheidungen anhand eines Unternehmensplanspiels. a) Im Unternehmensplanspiel vertiefen die Studierenden das Basiswissen der Betriebswirtschaftslehre und erfahren die Konsequenzen verschiedener Instrumente des Controllings und des Rechnungswesens. Sie können die Interdependenzen betriebswirtschaftlicher Entscheidungen erfassen. Sie denken in Systemzusammenhängen und treffen gesamtunternehmerische Entscheidungen im Team. Das Spielmodell gestattet es jedem Teilnehmer, alle typischen Merkmale unternehmerischer Funktionen, ihre Verbindung zum Markt und die Folgen von Entscheidungen im Hinblick auf die Ziele des Unternehmens unter Einfluss des Störverhaltens der Umwelt kennenzulernen. b) Den Studierenden sollen die Ziele, Aufgaben und Funktionen, die notwendigen Begrifflichkeiten und insbesondere das Wesen und die Bedeutung des Controllings vermittelt werden. Darüber hinaus werden praktische Konzeptualisierungen thematisiert und die Studenten lernen die informatorischen Ausgestaltungsmöglichkeiten (Reporting) kennen. Ferner erkennen Sie die Möglichkeiten und Grenzen einer Unternehmenssteuerung mit Kennzahlen und Kennzahlensystemen und lernen die Basis einer nachhaltigen Unternehmenssicherung kennen.					
3	Inhalte Die systemkoppelnde Koordinationsfunktion des Controllings wird durch die holistische Ausrichtung des Unternehmensplanspiels erkenntnistheoretisch fundiert. a) Das Unternehmensplanspiel umfasst die Teilbereiche der BWL und konzentriert sich im Wesentlichen auf die Gebiete Kostenrechnung, Rechnungswesen und Controlling. Einen Schwerpunkt stellt die Erfahrung der zeitlichen Divergenz von auslösendem Geschäftsvorfall, Erfolgswirksamkeit und Liquidität dar. Die Resultate der einzelnen Entscheidungen werden quantifiziert und schlagen sich in einem umfassenden Informationssystem (Marktbericht, Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Finanzstatus, Maschinenbelegungsbericht, Personaleinsatz, Lagerbericht) nieder. b) 1. Wesen, Entwicklung, Begriff und Definitionen des Controllings 2. Realtypische und theoriegeleitete Konzeptionen des Controllings - Funktionen, Ziele, Instrumente, Funktionsbereiche, Ebenen, org. Positionierung 3. Berichtswesen (Reporting) des Controllings 4. Unternehmenssteuerung mit Kennzahlen/Kennzahlensystemen 5. Grundlagen des Risikocontrolling/-managements					
4	Lehrformen a) Durchführung des Planspiels „BO-CASH“ unter kontinuierlicher Moderation als regelmäßige Veranstaltung oder Blockseminar. Gruppenarbeit. Seminaristischer Unterricht und Präsentationsphasen der Teams wechseln sich ab. b) Vorlesung					
5	Teilnahmevoraussetzungen Kenntnisse in Kostenrechnung					
6	Prüfungsformen Klausur (90 M.)					
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; hauptamtlich Lehrende a) Prof. Dr. Wolik b) Prof. Dr. Sturm; Prof. Dr. Weiß
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlung (in der jeweils aktuellsten Auflage): a) Unternehmensplanspiel: keine b) Controlling: – Coenenberg, A.G.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse – Küpper, H.U. (Hrsg): Controlling: Konzeption, Aufgaben, Instrumente, – Küting, K. / Weber, C.-P.: Die Bilanzanalyse. Lehrbuch zur Beurteilung von Einzel- und Konzernabschlüssen – Munch, M. / Weiß, B.: Externes Rating. Finanzdienstleistung und Entscheidungshilfe – Peemöller, V.H.: Controlling. Grundlagen und Einsatzgebiete – Reichmann, T.: Controlling mit Kennzahlen und Management-Tools: Die systemgestützte Controlling-Konzeption – Schröder, E.F.: Modernes Unternehmenscontrolling: Handbuch für die Unternehmenspraxis – Vallnenk, H. J.: Controlling-Instrumente von A-Z, Planegg – Weiß, B. / Balik, J.: Finanzwirtschaftliche Performance-Kriterien zur Unterstützung branchenbezogener Jahresabschlussanalyse, in: N. Neumerkel / J. Schneider-Maessen / M. Schumann / B. Weiß (Hrsg.): Das Credit-Management – der Motor der Liquiditätssicherung

Volkswirtschaftslehre 1						
Kennnummer 2021		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 3. Semester	Häufigkeit des Angebots in jedem Semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Mikroökonomie		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h		Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen In der Mikroökonomie werden zunächst grundlegende Informationen über volkswirtschaftliche Fragestellungen, Begriffe und Methoden vermittelt. Anschließend erfolgt eine detaillierte Beschreibung und Analyse der Funktionsweise von Märkten, der Voraussetzungen für eine Marktkoordination und möglicher Marktversagenstatbestände. Die Studierenden sollen befähigt werden, das zentrale Koordinationsverfahren unserer Wirtschaftsordnung – den Markt – hinsichtlich seiner Stärken und Schwächen zu verstehen. Bei ausreichend vorhandener Kapazität wird die Veranstaltung auch in englischer Sprache angeboten.					
3	Inhalte • Grundlagen der Wirtschaftswissenschaften • Theorie der Unternehmung • Theorie des Haushalts • Marktkoordination • Grundzüge des Markt- und Wettbewerbsversagens					
4	Lehrformen Vorlesung mit Übung					
5	Teilnahmevoraussetzungen Vorkenntnisse aus dem Modul „Wirtschaftsmathematik“ sind unentbehrlich.					
6	Prüfungsformen Klausur (90 M.)					
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; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Vogt; Prof. Dr. Häder, Prof. Dr. Kronenberg, Prof. Dr. Lienhoop, Prof. Dr. Sommer					
11	Sonstige Informationen Als grundlegende Literatur werden verwendet (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Apolte, T. u.a.: Vahlens Kompendium der Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik, Bd. 1 • Apolte, T. u.a.: Vahlens Kompendium der Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik, Bd. 2 • Fritsch, M.: Marktversagen und Wirtschaftspolitik. Mikroökonomische Grundlagen staatlichen Handelns • Krugman, P. / Wells, R.: Volkswirtschaftslehre • Mankiw, N.G. / Taylor, M.P.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre • Pindyck, R.S. / Rubinfeld, D.L.: Microeconomics • Pindyck, R.S. / Rubinfeld, D.L.: Mikroökonomie • Stiglitz, J.E. / Walsh, C.E.: Mikroökonomie • Varian, H. R.: Grundzüge der Mikroökonomik Die angegebenen Literaturverweise bieten eine adäquate und hinreichende Möglichkeit zur Vor- und Nachbereitung des Modulinhalt.					

Volkswirtschaftslehre 2						
Kennnummer 2061		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 4. Sem.	Häufigkeit des Angebots in jedem Semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Makroökonomie		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h		Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Aufbauend auf Ergebnissen der Mikroökonomie werden in der Makroökonomie gesamtwirtschaftliche Phänomene vorgestellt und analysiert. Die Studierenden erarbeiten Grundlagen der Konjunktur- und Wachstumstheorie sowie außenwirtschaftlicher Zusammenhänge. Darüber hinaus identifizieren sie die Bedeutung der Geldwertstabilität in einer Volkswirtschaft. Zudem werden die Studierenden in die Lage versetzt, Beschäftigungsaspekte und Arbeitslosigkeit zu analysieren.					
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	Prüfungsformen Klausur (90 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. Sommer; Prof. Dr. Häder, Prof. Dr. Kronenberg, Prof. Dr. Lienhoop, Prof. Dr. Vogt					
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.					

Wirtschaftsfremdsprache 2					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
a+b) 2101	a) 75 h	7,5	a) 3. Sem.	a) Wintersemester	a) 1 Sem.
a) 2102	b) 75 h		b) 4. Sem.	b) Sommersemester	b) 1. Sem.
	c) 75 h		c) 3. Sem.	c) Wintersemester	c) 1. Sem.
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
	a) Wirtschaftsfremdsprache		a) 2 SWS / 30 h	a) 45 h	20 Studierende
	b) Wirtschaftsfremdsprache		b) 2 SWS / 30 h	b) 45 h	
	c) Interkulturelle Kommunikation		c) 2 SWS / 30 h	c) 45 h	
2	Lernergebnisse / Kompetenzen				
	a) In der dritten Modulstufe der Wirtschaftsfremdsprachen werden die im ersten Jahr erarbeiteten Grundlagen weiter vertieft und gezielt auf das Auslandsjahr hingearbeitet, indem akademische Texte des Ziellands vorbereitet, erarbeitet, erörtert, diskutiert und sprachlich zusammengefasst bzw. weiterführend bearbeitet werden. Die besonderen thematischen, inhaltlichen und sprachlichen Anforderungen der unterschiedlichen Zielhochschulen in den vier Studienrichtungen sind von den Lehrenden in besonderer Weise in den Seminaren zu berücksichtigen. Die Entwicklung und Verbesserung der vor allem schriftlichen, akademisch geprägten Kommunikationsfähigkeit wird besonderes Gewicht beigemessen. Die Bearbeitung von akademischen Publikationen als Grundlage für spezialisierte Fachdiskussionen und studentische Publikationen ist Hauptziel des zweiten Jahres. In der mündlichen Kommunikationsfähigkeit soll das auf akademisch hohem Niveau gelegene Referat Ziel der sprachlichen Verbesserung sein. In der schriftlichen Kommunikationsfähigkeit sind die Fähigkeiten zu schulen, dem Publikationsstil des Ziellandes zu entsprechen und die notwendige Tiefe der Auseinandersetzung mit Theorie und Praxis zu erreichen. Die Studierenden können sich klar, strukturiert und ausführlich zu komplexen Sachverhalten äußern und dabei verschiedene Mittel zur Textverknüpfung angemessen verwenden. b) In der vierten Modulstufe der Wirtschaftsfremdsprachen werden die im dritten Semester ausgebauten akademischen sprachlichen und analytischen Kenntnisse in der Zielsprache nochmals vertieft und ausgebaut. Um den Studienerfolg an der Zielhochschule zu garantieren, müssen an den Hochschulen des Ziellandes gängige Konzepte (z.B. in Großbritannien Porters Five Forces oder Dickens Cluster Theorie) eingeführt werden. Darüber hinaus sind Schwerpunkte der Partnerhochschulen zu beachten und in das Curriculum zu integrieren (z.B. Sheffield Hallam mit dem Bachelor in Accounting and Finance). Die besondere Berücksichtigung dieser inhaltlichen Spezialisierung kann gezielt über Seminartexte, Hausarbeiten und/oder Referate erfolgen (je nach Wichtigkeit für die ganze Lerngruppe, Gruppengröße und die vorhandene Lernzeit). Die Entwicklung der mündlichen Kommunikationsfähigkeit auf hohem akademischem Niveau wird besonderes Gewicht beigemessen. Ziel ist die Erreichung des von den Hochschulen der Gastländer geforderten Niveaus zur Aufnahme eines Studiums. Für Großbritannien gilt z.B. die Stufe C1 (entspricht IELTS 7) als Voraussetzung für einen Studienplatz. Die Studierenden können sich spontan, sehr flüssig und genau ausdrücken und auch bei komplexeren Sachverhalten feinere Bedeutungsnuancen deutlich machen. c) Die Studierenden sind in der Lage, • Grundstrukturen für Gespräche und Verhandlungen mit Instrumenten und Methoden der Kommunikation darzustellen • die Bedeutung kultureller Einflüsse auf verschiedene Bereiche des Lebens zu erkennen • interkulturelle Situationen zu analysieren, kulturelle Einflüsse zu erfassen und zu erkennen und das eigene Verhalten zu reflektieren • für kulturelle Einflüsse auf Managementstrategien, Unternehmensziele und Firmenstrukturen sensibilisiert werden. • die kulturelle Unterschiede am Arbeitsplatz wahrzunehmen und konstruktiv mit ihnen umzugehen, besonders in Verhandlungen, im Umgang mit Führungsstilen, Konfliktsituationen usw..				
3	Inhalte				
	a) Wirtschaftsfremdsprache (3. Semester) • Schwerpunktthemen der globalisierten Wirtschaft • Lange Artikel aus anerkannten wissenschaftlichen Publikationen werden gelesen, erörtert und schriftlich bearbeitet, die auf das Wissen der Studierenden aus den auf Deutsch gelehrteten Fächern abzielen. • Vertiefung theoretischer Modelle und deren analytische Anwendung • Starke Differenzierung des Fachwortschatzes				

	b) Wirtschaftsfremdsprache (4. Semester) • Schwerpunktthemen der globalisierten Wirtschaft • Lange Artikel aus anerkannten wissenschaftlichen Publikationen werden gelesen, erörtert und schriftlich bearbeitet, die auf das Wissen der Studierenden aus den auf Deutsch gelehrt Fächern abzielen. • Vertiefung theoretischer Modelle und deren analytische Anwendung c) Interkulturelle Kommunikation • Kommunikationsmodelle • Begriff / Verständnis von Kultur • Ergründung und Bewältigung von kulturellen Missverständnissen und Irritationen
4	Lehrformen Seminar
5	Teilnahmevoraussetzungen a) Das Sprachniveau B2 des europäischen Referenzrahmens muss vorhanden sein. b) Das Sprachniveau C1 (passiv) des europäischen Referenzrahmens muss vorhanden sein. c) keine
6	Prüfungsform a) Klausur (45 M.) oder Hausarbeit/Referat mit mündlicher Prüfung b) Klausur (45 M.) oder Hausarbeit/Referat mit mündlicher Prüfung c) Hausarbeit/Referat mit mündlicher Prüfung
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Regelmäßige Teilnahme an den Veranstaltungen und mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) BA-International Business and Management
9	Stellenwert der Note für die Endnote 7,5/270
10	Modulbeauftragte; hauptamtlich Lehrende a) OSt.R. Sodmann, Simonovis, M.A. b) OSt.R. Sodmann, Simonovis, M.A. c) Prof. Dr. Meyer-Schwickerath
11	Sonstige Informationen Kursbücher/Skripte werden am Anfang der entsprechenden Veranstaltungen bekannt gegeben Wirtschaftsenglisch • Hamblock, Dieter ; Wessels, Dieter . <i>Großwörterbuch Wirtschaftsenglisch. Deutsch-Englisch / Englisch-Deutsch: 2 Bde.</i> Berlin: Cornelsen Verlag Scriptor Wirtschaftsfranzösisch • Wagner, Horst. <i>Wörterbuch Wirtschaftsfranzösisch.</i> Berlin: Cornelsen Wirtschaftsitalienisch • Haring-Bruzzichini, Anna Luisa. <i>Wörterbuch Wirtschaftsitalienisch: italienisch-deutsch, deutsch-italienisch = Vocabolario economico, commerciale e finanziario</i> Wirtschaftsrussisch • Klobukova, L.P. u.a.: <i>Gotovimsja k professional'noj dejatel'nosti: russkij jazyk dlja ekonomistov</i> Wirtschaftsspanisch • Sarti, Juan-Francisco. <i>Wörterbuch Wirtschaftsspanisch: deutsch-spanisch.</i> Berlin: Cornelsen Wirtschaftstürkisch • Kiygi, N.: Wörterbuch der Rechts- und Wirtschaftssprache, Deutsch-Türkisch • Kiygi, N.: Wirtschaftswörterbuch; Bd. II: Deutsch-Türkisch; Verlag Vahlen • Kiygi, N.: Wirtschaftswörterbuch; Bd. I: Türkisch-Deutsch; Verlag Vahlen Wirtschaftsportugiesisch

	• Novo Avenida Brasil 3 • Gramática Ativa 2 - versão brasileira (Portugiesisch) Interkulturelle Kommunikation • Hofstede, G.: Lokales Denken, globales Handeln, München 2009 • Losche, H.: Interkulturelle Kommunikation – Sammlung praktischer Spiele und Übungen; Augsburg • Plate, M.: Grundlagen der Kommunikation. Gespräche effektiv gestalten; UTB • Scharlau, C., Rossié, M.: Gesprächstechniken; Haufe Freiburg • Schulz von Thun, F.: Miteinander reden Bd. 1, 2 und 3; rororo Hamburg • Thomas, A./Kinast, E.U./Schroll-Machl, S. (Hrsg.): Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation, Band 1,2; Göttingen
--	---

Wirtschaftsinformatik						
Kennnummer 2041		Workload a) 150 h b) 150 h	Credits 10	Studiensemester 2. u. 3. Sem.	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 2 Semester
1	Lehrveranstaltungen Wirtschaftsinformatik		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		Selbststudium a) 90 h b) 90 h	geplante Gruppengröße Seminaristischer Unterricht: 60 Studierende Übung: 30 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Das Modul vermittelt Grundkenntnisse der Terminologie und Methoden der Informatik sowie deren Anwendung. Der Studierende wird befähigt, Techniken des Datenmanagements, der automatischen Datenanalyse und des Datenim- bzw. -exports anzuwenden. Weiterhin lernt er Abläufe zu analysieren, zu strukturieren, formal zu beschreiben und zu implementieren. Die Veranstaltung umfasst einen hohen Anteil selbstständigen Arbeitens, in dem die Studierenden für betriebswirtschaftliche Beispielaufgaben Lösungen erarbeiten müssen.					
3	Inhalte Datenmodellierung, Datenbanksysteme, Datenmanagement, Algorithmen, Programmierung mit VBA.					
4	Lehrformen Die Veranstaltung besteht aus Vorlesung und Übungen.					
5	Teilnahmevoraussetzungen Das Modul "Wirtschaftsinformatik" setzt grundlegende Kenntnisse im Bereich der Mathematik voraus.					
6	Prüfungsformen Open Book Prüfung (§14a Abs. 4 RahmenPO) (180 M.) oder Klausur in elektronischer oder elektronisch gestützter Form unter Aufsicht in der Hochschule (180 M.)					
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 10/270					
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Blümel, Prof. Dr. Bockermann, Prof. Dr. Klingspor					
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlung (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Eigenes Skript • Gennick, J. SQL kurz und gut • Held, B.: „Anwendungen entwickeln mit“ • Held, B.: „VBA-Entwicklung“ • Kline, K.E. et. al. SQL in a Nutshell. • Kofler, M.: „Excel-VBA programmieren“ • Martin, R.: „VBA-Programmierung unter Excel und Word“ • Steiner, R.: „Theorie und Praxis relationaler Datenbanken: eine grundlegende Einführung für Studenten und Datenbankentwickler“ • van der Lans, R.: „Das SQL-Lehrbuch“					

Wirtschaftspolitik + Grundlagen Nachhaltigkeit						
Kennnummer		Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
		a) 75 h b) 75 h	a) 2,5 b) 2,5	3. u. 4. Sem.	in jedem Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Wirtschaftspolitik b) Grundlagen Nachhaltigkeit		Kontaktzeit a) 2 SWS / 30 h b) 2 SWS / 30 h		Selbststudium b) 45 h c) 45 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen					
Die Studierenden in der Lage, politisch gesetzte Ziele und Rahmenbedingungen für wirtschaftliches Handeln sowie Instrumente und die Träger der Wirtschaftspolitik zu analysieren. Sie beschreiben zudem die Verzahnung von Politik, Wirtschaft und Wissenschaft und beurteilen die allgemeinen Möglichkeiten und Grenzen einer politischen Gestaltung wirtschaftlicher Abläufe auf Märkten und in der Gesamtwirtschaft. Die Studierenden wenden das Leitbild der Nachhaltigen Entwicklung an und können unterschiedliche Paradigmen der Nachhaltigkeit erläutern und einordnen. Sie sind zudem imstande, Konzepte der Nachhaltigkeit auf zentrale Handlungsfelder einer zukunftsfähigen Gesellschaft anzuwenden und zu diskutieren. Insbesondere bearbeiten sie die politischen Instrumente und deren Wirkungsweise zur Initiierung von Veränderungsprozessen.						
3	Inhalte					
- Wirtschaftspolitik - Ziele der Wirtschaftspolitik - Mittel der Wirtschaftspolitik - Träger der Wirtschaftspolitik - Institutionenökonomik - 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						
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. Sommer; Prof. Dr. Häder, Prof. Dr. Kronenberg, Prof. Dr. Lienhoop, Prof. Dr. Vogt						
11	Sonstige Informationen					
Die Veranstaltungen bauen vor allem auf folgenden Veröffentlichungen auf (in der jeweils aktuellsten Auflage): Wirtschaftspolitik						

	○ Fritsch, M.: Marktversagen und Wirtschaftspolitik. Mikroökonomische Grundlagen staatlichen Handelns ○ Klump, R.: Wirtschaftspolitik ○ Weimann, J.: Wirtschaftspolitik. Allokation und kollektive Entscheidung ● 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 2031		Workload 225 h	Credits 7,5	Studiensemester 3. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Sem.
1	Lehrveranstaltungen Wirtschaftsstatistik		Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 135 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende	
2	Lernergebnisse / Kompetenzen Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, wirtschaftliche Sachverhalte statistisch zu beschreiben. Sie lernen, Daten zu erheben und aufzubereiten sowie die daraus resultierenden Ergebnisse zu interpretieren (Deskriptive Statistik). Darüber hinaus werden sie befähigt, auf der Grundlage vorliegenden Datenmaterials Rückschlüsse über wirtschaftliche Zusammenhänge oder Gesetzmäßigkeiten zu ziehen (Induktive Statistik). Insgesamt sollen sie die statistische Auswertung von wirtschaftlichen Sachverhalten und die statistische Analyse und Beurteilung von wirtschaftlichen Problemen sowohl quantitativ, als auch grafisch und nach den erforderlichen statistischen Argumentationsschritten beherrschen. Da statistische Fragestellungen in der beruflichen Praxis meist mit statistischer Software bearbeitet werden, werden Grundkenntnisse von weit verbreiteter Statistiksoftware (SPSS, Excel) vermittelt.					
3	Inhalte • Merkmalstypen und Skalen • Aufbereitung des erhobenen Datenmaterials • Parameter von Häufigkeitsverteilungen ◦ Lageparameter ◦ Streuungsparameter • Weitere Verteilungsmaße ◦ Boxplots ◦ Schiefe und Wölbung ◦ Konzentrationsmaße • Zweidimensionale deskriptive Statistik ◦ Kovarianz, Korrelation ◦ Lineare Regression ◦ Chi-Quadrat-Analyse • Verhältniszahlen • Indexzahlen ◦ Preisindizes, Mengenindizes, Umsatzindizes ◦ Umbasierung, Verknüpfung ◦ Preisbereinigung, Kaufkraftparitäten • Zeitreihenanalyse • Wahrscheinlichkeitsrechnung und Kombinatorik • Wahrscheinlichkeitsfunktionen • Dichtefunktionen • Verteilungsfunktionen • Binomialverteilung, hypergeometrische Verteilung, Poisson-Verteilung • Gleichverteilung, Exponentialverteilung • Normalverteilung • Verteilungsapproximationen • Konfidenzintervalle • Notwendiger Stichprobenumfang • Hypothesentests ◦ Einführungsbeispiel: Test auf Mittelwertunterschiede ◦ Bestandteile von Hypothesentests ◦ Hypothesentest für den Erwartungswert ◦ Hypothesentest für den Anteilswert					
4	Lehrformen Integrierte Vorlesung mit Übungsanteilen					
5	Teilnahmevoraussetzungen Es wird vorausgesetzt, dass folgende Inhalte aus der Wirtschaftsmathematik angewandt werden können: • Operation mit Mengen • Abbildungen • Funktionen mehrerer Veränderlicher					

	• Extremwertbestimmung von Funktionen mehrerer Veränderlicher • Integralrechnung
6	Prüfungsform Klausur (90 M.)
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 7,5/270
10	Modulbeauftragte; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Moos; Prof. Dr. Skill, Prof. Dr. Wolik
11	Sonstige Informationen 1) Veranstaltungsbegleitendes Skript oder Buch mit Übungsaufgaben Deskriptive Statistik • Pinnekamp, H.-J.; Siegmann, F.: Deskriptive Statistik, Oldenbourg Verlag, 2) Allgemeine Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Bleymüller, J.; Gehlert, G.; Gülicher, H.: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, WiSt Studienkurs, Verlag Vahlen • Bourier, G.: Beschreibende Statistik, Gabler Verlag • Bourier, G.: Wahrscheinlichkeitsrechnung und schließende Statistik, Gabler • Fahrmeier et. al: Statistik, Der Weg zur Datenanalyse, Springer • Schira, J.: Statistische Methoden der VWL und BWL, Pearson • Weigand, C.: Statistik mit und ohne Zufall, eine anwendungsorientierte Einführung, Physika 2009 • Zwerenz, K.: Statistik, Einführung in die computergestützte Datenanalyse, DeGruyter Oldenbourg Verlag

3./4. Studienjahr

Auslandsstudienjahr					
Kennnummer	Workload 1800 h	Credits 60	Studiensemester 5. und 6. Sem. / 7. und 8. Sem.	Häufigkeit des Angebots	Dauer 2 Semester
1	Lehrveranstaltungen Auslandsstudienjahr		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppen- größe
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden vertiefen die im bisherigen Studium erworbenen Kenntnisse/ Fähigkeiten und wenden ihre Kenntnisse in der Fremdsprache ihres Studienganges an. Zudem wird die interkulturelle Kompetenz erweitert.				
3	Inhalte Abhängig von der ausländischen Hochschule				
4	Lehrformen Abhängig von der ausländischen Hochschule				
5	Teilnahmevoraussetzungen Die Bewerbung um einen Studienplatz an der Hochschule im Ausland kann frühestens erfolgen, wenn die Studierenden der Hochschule Bochum alle Prüfungen des ersten Studienjahres abgeschlossen haben. Das Studium an der Hochschule im Ausland kann aufgenommen werden, wenn sich die Studierenden im 5. Fachsemester befinden sowie eventuelle sonstige Zulassungsvoraussetzungen der jeweiligen Partnerhochschule im Ausland erfüllen.				
6	Prüfungsformen Abhängig von der ausländischen Hochschule				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Die von den Studierenden an der ausländischen Gasthochschule zu erbringenden Prüfungsleistungen müssen mindestens zu 50% betriebswirtschaftliche Module umfassen. Mindestens 75% der im Ausland belegten Lehrveranstaltungen müssen in der Sprache absolviert werden, die dem jeweiligen Studiengang entspricht. Darüber hinaus sind die Prüfungsleistungen während des Auslandsstudiums im Rahmen eines Präsenzstudiums zu erbringen. Zahl, Art, Inhalt und Umfang der im Ausland zu belegenden und mit einer Prüfung abzuschließenden Lehrveranstaltungen werden in Absprache mit dem Studiengangsmanagement festgelegt. In Zweifelsfragen ist die Studiengangsleitung mit einzubeziehen.				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)				
9	Stellenwert der Note für die Endnote 60/270				
10	Modulbeauftragte/r ; hauptamtlich Lehrende lehrende Professorinnen und Professoren an den ausländischen Hochschulen				
11	Sonstige Informationen				

Auslandssemester						
Kennnummer		Workload 900 h	Credits 30	Studiensemester 5. Sem. / 7. Sem.	Häufigkeit des Angebots	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Auslandssemester		Kontaktzeit		Selbststudium	geplante Gruppen- größe
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden vertiefen die im bisherigen Studium erworbenen Kenntnisse/ Fähigkeiten und wenden ihre Kenntnisse in der Fremdsprache ihres Studienganges an. Zudem wird die interkulturelle Kompetenz erweitert.					
3	Inhalte Abhängig von der ausländischen Hochschule					
4	Lehrformen Abhängig von der ausländischen Hochschule					
5	Teilnahmevoraussetzungen Die Bewerbung um einen Studienplatz an der Hochschule im Ausland kann frühestens erfolgen, wenn die Studierenden der Hochschule Bochum alle Prüfungen des ersten Studienjahres abgeschlossen haben. Das Studium an der Hochschule im Ausland kann aufgenommen werden, wenn sich die Studierenden im 5. Fachsemester befinden sowie eventuelle sonstige Zulassungsvoraussetzungen der jeweiligen Partnerhochschule im Ausland erfüllen.					
6	Prüfungsformen Abhängig von der ausländischen Hochschule					
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Die von den Studierenden an der ausländischen Gasthochschule zu erbringenden Prüfungsleistungen müssen mindestens zu 50% betriebswirtschaftliche Module umfassen. Mindestens 75% der im Ausland belegten Lehrveranstaltungen müssen in der Sprache absolviert werden, die dem jeweiligen Studiengang entspricht. Darüber hinaus sind die Prüfungsleistungen während des Auslandsstudiums im Rahmen eines Präsenzstudiums zu erbringen. Zahl, Art, Inhalt und Umfang der im Ausland zu belegenden und mit einer Prüfung abzuschließenden Lehrveranstaltungen werden in Absprache mit dem Studiengangsmanagement festgelegt. In Zweifelsfragen ist die Studiengangsleitung mit einzubeziehen.					
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)					
9	Stellenwert der Note für die Endnote 30/270					
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende lehrende Professorinnen und Professoren an den ausländischen Hochschulen					
11	Sonstige Informationen					

Auslandspraktikum						
Kennnummer		Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
		900 h	30	6. Sem. / 8. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Auslandspraktikum		Kontaktzeit		Selbststudium	geplante Gruppen- größe
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Das Auslandspraktikum dient der praktischen Anwendung vom im Studium erworbener theoretischer Erkenntnisse, der Vermittlung betriebswirtschaftlich praktischer und sozialer Kompetenzen, der Motivation und beruflichen Orientierung. Die Studierenden wenden ihre Kenntnisse in der Fremdsprache ihres Studienganges an. Zudem wird ihre interkulturelle Kompetenz erweitert.					
3	Inhalte Die Praktikantin/der Praktikant ist verpflichtet, eine Hausarbeit anzufertigen. Neben einem zeitlichen und inhaltlichen Tätigkeitsbericht, beinhaltet diese eine wissenschaftliche Bearbeitung eines während des Praktikums zu bearbeitenden Problemkreises.					
4	Lehrformen Praktische Tätigkeit im Betrieb					
5	Teilnahmevoraussetzungen Zum Auslandspraktikum wird auf Antrag zugelassen, wer alle Prüfungen des ersten Studienjahres abgeschlossen hat. Das Auslandspraktikum kann frühestens im 5. Fachsemester absolviert werden. Das Auslandspraktikum ist in einem Land zu absolvieren, dessen offizielle Landessprache oder eine der offiziellen Landessprachen mit der dem Studiengang entsprechenden Sprachrichtung übereinstimmt.					
6	Prüfungsformen Hausarbeit					
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Erfüllen der Anforderungen laut der Ordnung zum Auslandspraktikum					
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)					
9	Stellenwert der Note für die Endnote 30/270					
10	Modulbeauftragte/r ; hauptamtlich Lehrende Lehrende Professorinnen und Professoren					
11	Sonstige Informationen					

3./4.Studienjahr

Arbeitsrecht						
Kennnummer 4011		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. oder 6. Sem. / 7. oder 8. Sem.	Häufigkeit des Angebots Mind. einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Arbeitsrecht		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Das Vertiefungsmodul vermittelt die wesentlichen Grundkenntnisse des individuellen und kollektiven Arbeitsrechts. Die Studierenden werden befähigt, die arbeitsrechtlichen Rahmenbedingungen des Human Resource Managements zu beurteilen und praxisrelevante juristische Aufgabestellungen personalwirtschaftlicher Prozesse zu analysieren und einer rechtmäßigen und nachhaltigen Lösung zuzuführen.					
3	Inhalte: • Begriff und Rechtsquellen des Arbeitsrechts • Aufbau und Aufgaben der Arbeitsgerichtsbarkeit • Begründung von Arbeitsverhältnissen • Rechte und Pflichten von Arbeitgeber und Arbeitnehmer • Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz in der betrieblichen Praxis • Datenschutz und Mitarbeiterüberwachung • Arbeitnehmererfindungen • Grundlagen der Beendigung von Arbeitsverhältnissen • Grundzüge des Tarifvertragsrechts • Rechte und Pflichten des Betriebsrats • Der Sozialplan • Arbeitsrechtliche Rahmenbedingungen bei Betriebsübergang • Rechtliche Rahmenbedingungen bei Arbeitsverhältnissen mit Auslandsbezug					
4	Lehrformen Seminar					
5	Teilnahmevoraussetzungen keine					
6	Prüfungsformen Hausarbeit/Referat mit mündlicher Prüfung oder Klausur (90 M.)					
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 5/270					
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende NN					
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlung (in der jeweils aktuellsten Auflage):					

	• Brox/Rüthers/Henssler Arbeitsrecht • Dütz Arbeitsrecht • Fitting/Engels/Schmidt/ua. Betriebsverfassungsgesetz • Hanau/Adomeit Arbeitsrecht • Hoffmann/Thorn Internationales Privatrecht • Junker/Kamanabrou Vertragsgestaltung • Rolfs (Hrsg.) Studienkommentar Arbeitsrecht • Schaub Arbeitsrechtshandbuch • Wörlen/ Kokemoor Arbeitsrecht
	Weitere Literaturhinweise werden in der Veranstaltung gegeben.

Ausgewählte Fragen des Personalmanagements					
Kennnummer 4021	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. oder 6. Sem. / 7. oder 8. Sem.	Häufigkeit des Angebots Mind. einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Ausgewählte Fragen des Personalmanagements		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Vor dem Hintergrund gesellschaftlicher Anforderungen, der zunehmenden Heterogenität arbeitender Menschen, der Digitalisierung und eines Wandels des Verständnisses von Arbeit und Führung werden spezielle und besonders aktuelle Fragestellungen aus dem Bereich „Personalmanagement“ bearbeitet. Die Studierenden erwerben Kenntnisse über theoretische Erklärungsansätze und aktuelle Konzepte des Personalmanagements. Insbesondere sollen sie lernen, sich auf Basis einführender Literatur selbstständig mit aktuellen personalwirtschaftlichen Themen auseinanderzusetzen, diese kritisch zu reflektieren und ansprechend zu präsentieren.				
3	Inhalte: Aktuelle Fragestellungen, z.B. aus den Themenbereichen • Diversity Management • Leadership • Internationales Personalmanagement • Mobiles Arbeiten • Personalmanagement und Compliance • Personalmanagement und soziale Verantwortung • Arbeit und Gesundheit • Frauen in Führungspositionen • Performance Management im Wandel • Agiles Personalmanagement				
4	Lehrformen Seminar				
5	Teilnahmevoraussetzungen Kenntnisse in Grundlagen Personalmanagement				
6	Prüfungsformen Hausarbeit/Referat mit mündlicher Prüfung				
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 5/270				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Gieselmann				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlung (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Berthel, J./Becker, F.G.: Personal-Management, Stuttgart • Bröckermann, R.: Personalwirtschaft: Lehr- und Übungsbuch für Human Resource Management, Stuttgart				

	• Scholz, C.: Personalmanagement: Informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen, München • Stock-Homburg, R.: Personalmanagement: Theorien, Konzepte, Instrumente, Wiesbaden • Krell, G., Ortlieb, R., Sieben, B. (Hrsg.): Chancengleichheit durch Personalpolitik Aktuelle Literaturhinweise erfolgen zu Beginn des Semesters
--	---

B2B-Marketing						
Kennnummer 4031		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. oder 6. Sem. / 7. oder 8. Sem.	Häufigkeit des Angebots Mind. einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen B2B-Marketing		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen In Business-to-Business-Märkten sieht sich das Unternehmen gewerblichen Kunden gegenüber, die ein im Vergleich zum Endverbraucher deutlich unterschiedliches Kaufverhalten aufweisen. Diese Tatsache sowie weitere Besonderheiten auf B2B-Märkten implizieren sehr spezifische Anforderungen an die Vermarktung industrieller Leistungen. Vor diesem Hintergrund erlernen die Studierenden zunächst diese Besonderheiten von B2B-Märkten, die Mechanismen industriellen Kaufverhaltens sowie die unterschiedlichen Voraussetzungen für das Marketing gemäß dem Geschäftstypenansatz. Auf dieser Basis werden sie befähigt, Marketing-Programme für diese spezifischen Marktbedingungen zu entwickeln und somit die Marketinginstrumente kunden- und geschäftstypenspezifisch einzusetzen.					
3	Inhalte Wie erfolgt ein effektives Marketing von Unternehmen zu Unternehmen, wie es im Industriegüterbereich die Regel ist? • Besonderheiten von B2B-Märkten • Analyse organisationalen Kaufverhaltens • Geschäftstypenansatz (Anlagen-, Produkt-, System-, Zuliefergeschäft) • Entwicklung von Marketingprogrammen, die jeweils für diese bestimmten Typen von B2B-Märkten geeignet sind					
4	Lehrformen Seminaristische Vorlesung, gestützt auf Fallstudien- und Gruppenarbeiten sowie praxisbezogenen Workshop					
5	Teilnahmevoraussetzungen Grundlegende Kenntnisse in „Grundlagen Marketing“					
6	Prüfungsformen Klausur (90 M.) oder Hausarbeit/Referat (15 S.) mit mündlicher Prüfung (20 M.)					
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 5/270					
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Ritterfeld-Zell					
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlung (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Backhaus, K. / Voeth, M.: Industriegütermarketing • Godefroid, P. / Pförtsch, W. A.: Business-to-Business-Marketing					

Beschaffung und Logistik 1					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
3111	150 h	5	5. Sem./ 7. Sem.	einmal jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Beschaffung und Logistik 1	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden erkennen und verstehen den Systemcharakter integrierter Lieferketten. Sie sind in der Lage, logistische Systeme formal zu beschreiben und betriebswirtschaftlich zu analysieren. Sie kennen die Potenziale moderner informations- und kommunikationstechnischer Systeme in der logischen Systemgestaltung und können diese in einem praktischen Kontext zur Wirkung bringen.				
3	Inhalte 1. Logistik als wissenschaftliche Disziplin - Logistik als Gestaltung von Objektflüssen - Logistik als anwendungsbezogene Disziplin mit multiperspektivischer Sicht und interdisziplinärer Herangehensweise 2. Leitlinien der Logistik - Logistik und Supply Chain Management - Komplexität logistischer Netze als Konsequenz interorganisationaler Arbeitsteilung (Neue Institutionenökonomie, Ressource Based View) - Kooperation im Wettbewerb (Supply Chain Integration) - Informationsasymmetrien und Bullwhip-Effekt 3. Ansätze zur Überwindung lokaler Planungskonzepte - Logik und Problematik der lokalen Planung (Bedarfsprognose, Losgrößenplanung, Sicherheitsbestandsrechnung) - Konzept des Risk Pooling / Echelon Inventory Planning - Vendor Managed Inventory, Cross Docking - Theorie of Constrains / Engpassorientierte Steuerung - Advanced Planning Systems 4. Efficient Consumer Response - ECR-House - Enabling Technologies / Supply & Demand Side Prozesse / CPFR 5. Konfiguration überbetrieblicher Lieferketten - Logistikgerechte Produktentwicklung - Modularisierung logistischer Systeme - Postponement und Auftragseindringtiefe - SCOR-Modell 6. Supply Management - Industrielles Beschaffungsmanagement - Beschaffungsstrategien und Lieferantenmanagement - eProcurement / Gestaltung operativer Beschaffungsprozesses - Projekteinkauf 7. Product Lifecycle Management / SC-Integration im Innovationsprozess 8. Wertorientiertes Supply Chain Controlling - SCM und wertorientierte Unternehmensführung - Kennzahlen des SCOR-Modells - Prozesskostenrechnung - SC-Balanced Scorecard				

	• Supply Chain Risiko Management
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht
5	Teilnahmevoraussetzungen keine
6	Prüfungsformen Klausurarbeit in schriftlicher Form unter Aufsicht in der Hochschule (90 M.) oder mündliche Prüfung
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) BA-Wirtschaftswissenschaften BA-International Business and Management BA-Wirtschaftsingenieurwesen
9	Stellenwert der Note für die Endnote 5/270
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Schröter
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Aliche, K.: Planung und Betrieb von Logistiknetzwerken • Chopra, S.; Meindl, P.: Supply Chain Management • Simchi-Levi, D. et al.: Designing and Managing the Supply Chain

Beschaffung und Logistik 2						
Kennnummer 3511		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 6. Sem./8. Sem.	Häufigkeit des Angebots einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Beschaffung und Logistik 2		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden erkennen und verstehen den Systemcharakter integrierter Lieferketten. Sie sind in der Lage, logistische Systeme formal zu beschreiben und betriebswirtschaftlich zu analysieren. Sie kennen die Potenziale moderner informations- und kommunikationstechnischer Systeme in der logischen Systemgestaltung und können diese in einem praktischen Kontext zur Wirkung bringen.					
3	Inhalte 1. Logistik als wissenschaftliche Disziplin - Logistik als Gestaltung von Objektflüssen - Logistik als anwendungsbezogene Disziplin mit multiperspektivischer Sicht und interdisziplinärer Herangehensweise 2. Leitlinien der Logistik - Logistik und Supply Chain Management - Komplexität logistischer Netze als Konsequenz interorganisationaler Arbeitsteilung (Neue Institutionenökonomie, Ressource Based View) - Kooperation im Wettbewerb (Supply Chain Integration) - Informationsasymmetrien und Bullwhip-Effekt 3. Ansätze zur Überwindung lokaler Planungskonzepte - Logik und Problematik der lokalen Planung (Bedarfsprognose, Losgrößenplanung, Sicherheitsbestandsrechnung) - Konzept des Risk Pooling / Echelon Inventory Planning - Vendor Managed Inventory, Cross Docking - Theorie of Constrains / Engpassorientierte Steuerung - Advanced Planning Systems 4. Efficient Consumer Response - ECR-House - Enabling Technologies / Supply & Demand Side Prozesse / CPFR 5. Konfiguration überbetrieblicher Lieferketten - Logistikgerechte Produktentwicklung - Modularisierung logistischer Systeme - Postponement und Auftragseindringtiefe - SCOR-Modell 6. Supply Management - Industrielles Beschaffungsmanagement - Beschaffungsstrategien und Lieferantenmanagement - eProcurement / Gestaltung operativer Beschaffungsprozesses - Projekteinkauf 7. Product Lifecycle Management / SC-Integration im Innovationsprozess 8. Wertorientiertes Supply Chain Controlling - SCM und wertorientierte Unternehmensführung - Kennzahlen des SCOR-Modells - Prozesskostenrechnung - SC-Balanced Scorecard - Supply Chain Risiko Management					

4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht
5	Teilnahmevoraussetzungen keine
6	Prüfungsformen Hausarbeit (15 S.)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) BA-Wirtschaftswissenschaften BA-International Business and Management BA-Wirtschaftsingenieurwesen
9	Stellenwert der Note für die Endnote 5/270
10	Modulbeauftragte/r ; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Schröter
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Aliche, K.: Planung und Betrieb von Logistiknetzwerken • Chopra, S.; Meindl, P.: Supply Chain Management • Simchi-Levi, D.et al.: Designing and Managing the Supply Chain

Branchenpolitik						
Kennnummer		Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
5011		150 h	5	5. oder 6. Sem. / 7. oder 8. Sem.	ein- bis zweimal jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Branchenpolitik		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h		Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die allgemeinen Kenntnisse aus den beiden grundlegenden volkswirtschaftlichen Modulen werden themenspezifisch für ausgewählte Branchen vertieft. Die Studierenden lernen einerseits ökonomische Besonderheiten einzelner Wirtschaftsbereiche (bspw. Netzeffekte) kennen. Andererseits werden sie mit den Herausforderungen, die eine branchenorientierte Politik mit sich bringt, vertraut gemacht. Aufbauend auf einer branchenbezogenen theoretischen Erweiterung der Mikro- und Makroökonomie werden die im Modul „Makroökonomie und Wirtschaftspolitik“ vermittelten wirtschaftspolitischen Grundlagen anhand aktueller Themen vertieft. Die Studierenden werden so einerseits in die Lage versetzt, die Notwendigkeit branchenpolitischer Maßnahmen zu erkennen. Andererseits wird ihnen aber auch deutlich, dass verschiedene Wege zur Förderung und Unterstützung einzelner Branchen möglich sind, mit denen sich aber sehr unterschiedliche Folgen für Unternehmen, Haushalte und ganze Volkswirtschaften verbinden. Somit werden insbesondere auch Aspekte der Nachhaltigkeit aufgegriffen.					
3	Inhalte Strukturerhaltungspolitik am Beispiel des Steinkohlebergbaus, Strategische Industriepolitik in Japan (MITI) und Frankreich („Planification“), Technologiebezogene Branchenförderung an ausgewählten Fallbeispielen (Photovoltaik, Brennstoffzelle, Transrapid u.a.), Regionale Strukturpolitik am Beispiel des Aufbaus Ost sowie der EU-Strukturpolitik					
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit Übungen (Anwesenheitspflicht)					
5	Teilnahmevoraussetzungen Vorkenntnisse aus den Modulen „Mikroökonomie“ sowie „Makroökonomie und Wirtschaftspolitik“ sind unentbehrlich.					
6	Prüfungsformen Hausarbeit/Referat (15 S.) mit entweder mündlicher Prüfung oder Vortrag/Diskussion (20 M.)					
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 ; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Vogt; Prof. Dr. Häder; Prof. Dr. Kronenberg, Prof. Dr. Lienhoop, Prof. Dr. Sommer					
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlung (in der jeweils aktuellsten Aufgabe): - Aydogan, S.: Die amerikanische Herausforderung an die europäische Industrie- und Handelspolitik: am Beispiel der europäischen Luftfahrtindustrie, Frankfurt am Main [u.a.], zugl. Diss. Univ. Heidelberg, http://www.gbv.de/dms/zbw/49082756X.pdf. - Berg, F., Bünger, M.: Clusteransätze ohne Wachstumskerne? Innovative Strukturentwicklung in strukturschwachen Regionen, in: Forum Ostdeutschland der Sozialdemokratie: Wo liegen die Entwicklungspotenziale des Ostens? - Berg, H., Schmidt, F.: Industriepolitik in Deutschland und Frankreich: Ziele – Konzepte – Erfahrungen, in: Ordnungskonforme Wirtschaftspolitik in der Marktwirtschaft, Berlin					

- Berg, H., Schmidt, F.: Industriepolitik, in: Klemmer, Paul (Hrsg.): Handbuch Europäische Wirtschaftspolitik, München
- Berleemann, M., Thum, M.: Mittelfristige Perspektiven der Ost-West-Konvergenz, in: Ifo-Institut für Wirtschaftsforschung, Ifo Dresden berichtet
- Berthold, N.; Kullas, M.: Zwanzig Jahre nach dem Mauerfall: Konvergenz in Deutschland? in: Wirtschaftswissenschaftliches Studium
- Bundesministerium für Bildung und Forschung: Innovative regionale Wachstumskerne: ein Förderprogramm des Bundesministeriums für Bildung und Forschung für die neuen Länder
- Ederveen, S.; Gorter, J.; Mooij, R. A.; de Nahuys, R.: Funds and games: the economics of European cohesion policy, Schriftenreihe: Occasional paper / ENEPRI 3, <http://www.enepri.org/Publications/OP03.pdf>.
- Feldmeier, G.; Winkler, K.: Industriepolitik á la MITI - ein ordnungspolitisches Vorbild für Europa?, Bremen: Institut für Weltwirtschaft und Internationales Management, Schriftenreihe: Berichte aus dem Weltwirtschaftlichen Colloquium der Universität Bremen 39.
- Frondel, M.; Ritter, N.; Schmidt, C. M.: Photovoltaik: ein neues Silicon Valley?, in: Energiewirtschaftliche Tagesfragen
- Frondel, M.; Ritter, N.; Schmidt, C. M.: Photovoltaik: wo viel Licht ist, ist auch viel Schatten, in: List-Forum für Wirtschafts- und Finanzpolitik
- Frondel, M.; Kambeck, R.; Schmidt, C. M.: Kohlesubventionen um jeden Preis?: eine Streitschrift zu den Argumentationslinien des Gesamtverbandes des deutschen Steinkohlenbergbaus, Essen: RWI-Materialien
- Fuji, K.: Industriepolitik in Japan, in: Zeitschrift für Betriebswirtschaft 2
- Heilemann, U.: Ostdeutschland - ein "Mezzogiorno-Fall"? in: Wirtschaftsdienst
- Heinemann, F.; Hagen, T.; Mohl, P.; Osterloh, S.; Sellenthin, M. O.: Die Zukunft der EU-Strukturpolitik, Baden-Baden, ZEW Wirtschaftsanalysen 94, <http://www.gbv.de/dms/zbw/61467736X.pdf>.
- Hepperle, G. R. M.: Airbus - ein gelungenes Beispiel für beschäftigungsorientierte Industriepolitik?, in: Neuere Entwicklungen in der Wachstumstheorie und der Wachstumspolitik, Marburg
- Hille, G.: Arbeitsplätze durch Photovoltaik und Windenergie, in: Energiewirtschaftliche Tagesfragen
- Irwin, D. A.; Pavcnik, N.: Airbus versus Boeing revisited: international competition in the aircraft market, in: Journal of international economics
- Paqué, K.-H.: Die Bilanz: eine wirtschaftliche Analyse der Deutschen Einheit, München, <http://www.gbv.de/dms/zbw/600205762.pdf>.
- Klepper, G.: Industrial policy in the transport aircraft industry, in: Empirical studies of strategic trade policy, Chicago [u.a.]
- Klodt, H.: Airbus-Gewirr, in: Wirtschaftswissenschaftliches Studium
- Kreklau, C.: Brauchen wir ein deutsches "Miti"?, in: Wirtschaftsstandort Deutschland.
- Krugman, P.; Obstfeld, M.: Internationale Wirtschaft: Theorie und Politik der Außenwirtschaft
- Maennig, W.; Hölzer, K.: Zur aktuellen deutschen Förderung der Airbus-Industrie, in: Wirtschaftsdienst
- Martel, D.: The Airbus programme: powered by the European integration process or driven by the world aerospace market?, Genf, Univ. Diss., <http://www.gbv.de/dms/zbw/601268091.pdf>.
- Neuschwander, T.: Mythos MITI: Industriepolitik in Japan, Frankfurt am Main [u.a.].
- Neven, D.; Seabright, P.: European industrial policy: the Airbus case, in: Economic policy
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD): Innovation in energy technology: comparing national innovation systems at the sectoral level, Paris, <http://www.loc.gov/catdir/toc/fy0704/2006484574.html>.
- Paqué, K.-H.: Ostdeutschland braucht eine pragmatische Industriepolitik: 20 Jahre Mauerfall, in: Ifo-Institut für Wirtschaftsforschung, Ifo-Schnelldienst
- Paqué, K.-H.: Wo steht die ostdeutsche Industrie?: eine Zwischenbilanz, in: Orientierungen zur Wirtschafts- und Gesellschaftspolitik
- Pires, A. J. G.: Losers, winners and prisoner's dilemma in international subsidy wars, discussion paper, Norwegian School of Economics and Business Administration, Dep. of Economics.
- Ragnitz, J.: Ostdeutschland: eine regional differenzierte Sicht, in: Wirtschaftsdienst
- Ragnitz, J.: Produktivitätsrückstand der ostdeutschen Wirtschaft: eine zusammenfassende Bewertung, in: Wirtschaft im Wandel, Halle (Saale)
- Röhl, K.-H.: Bildet das Dresdner Cluster der IuK-Wirtschaft die Grundlage für ein Innovatives Milieu?, in: Ifo Dresden berichtet über Konjunktur, Struktur, Wirtschaftspolitik. http://www.gbi.de/cgi-bin/voll-text?IFOD_200105037&GW=zbw.
- Scheufele, R.; Ludwig, U.: Der lange Weg der Konvergenz, in: Wirtschaft im Wandel, Halle (Saale), IHW,

	• Sigle, R.: Das japanische MITI: ein Modell für Deutschland ?, Fribourg, Suisse, : Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliches Institut • Simons, H.: Transfers und Wirtschaftswachstum: Theorie und Empirie am Beispiel Ostdeutschland, Marburg, Zugl. Diss. Univ. Magdeburg. • Sinn, H.-W.: Zehn Jahre deutsche Wiedervereinigung: ein Kommentar zur Lage der neuen Länder, in: Ifo-Institut für Wirtschaftsforschung, Ifo-Schnelldienst • Sinn, H.-W.: Germany's economic unification: an assessment after ten years, in: Review of international economics • Weimann, J.; Yang, C. L.: Die Werft, der Politiker und die Innovation: eine Rent-Seeking theoretische Erklärung der Werftenkrise, Schriftenreihe der Fak. für Wirtschaftswiss., Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg. Die angegebenen Literaturverweise bieten eine adäquate und hinreichende Vorbereitung auf das Modul.
--	---

Business Case Studies, englisch/deutsch						
Kennnummer 4041		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. oder 6. Sem. / 7. oder 8. Sem.	Häufigkeit des Angebots Mind. einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Business Case Studies, englisch/deutsch		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden bearbeiten im Rahmen der Veranstaltung eigenständig betriebswirtschaftliche Problemstellungen in englischer und/oder deutscher Sprache in Form von Fallstudien aus der Unternehmenspraxis unter Anleitung der Lehrenden. Die Studierenden erlernen durch Anwendung ihrer betriebswirtschaftlichen Methoden- und Analysekompetenz Lösungen und Handlungsempfehlungen für praxisorientierte Fragestellungen im Team zu entwickeln und schriftlich zu dokumentieren. Ein weiteres Lernziel ist die Entwicklung von Fähigkeiten zur strukturierten Präsentation der Arbeitsergebnisse vor den Seminarteilnehmern.					
3	Inhalte Die in der Veranstaltung bearbeiteten 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. Zur zielorientierten Bearbeitung der mit den Fallstudien verbundenen Fragestellungen erlernen die Teilnehmer allgemein anwendbare Methoden zur anwendungsorientierten Analyse und Präsentation.					
4	Lehrformen Seminar, Übungen, Bearbeitung von Fallstudien und Präsentation					
5	Teilnahmevoraussetzungen Hinreichende Englischkenntnisse sind sinnvoll und wünschenswert.					
6	Prüfungsformen Referat mit mündlicher Prüfung (Fallstudienbearbeitung)					
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 (Vertiefung Maschinenbau)					
9	Stellenwert der Note für die Endnote 5/270					
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Sturm, Prof. Dr. Schlottmann					
11	Sonstige Informationen					

Controlling 1						
Kennnummer 3131		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. Sem./7. Sem.	Häufigkeit des Angebots einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Controlling		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Der Student erlernt im Rahmen des operativen Controllings die wesentlichen Techniken der Kostenplanung und des Controllings sowie des Gemeinkostenmanagements kennen. Zur operativen Unternehmenssteuerung werden ferner die Elemente der Erlös-, Erfolgs- und Finanzplanung bzw. des entsprechenden Controllings eingeübt. Im zweiten Themenschwerpunkt erlernt er die Techniken des wertorientierten Controllings, wozu die wertorientierte Unternehmenssteuerung, die Unternehmensdiagnose sowie das Risikocontrolling zählen. Der dritte Themenschwerpunkt thematisiert das strategische Controlling. Hier werden ihm die wesentlichen strategischen Instrumente nebst ihren Implikationen für eine controllinggerechte Anwendung nahegebracht. Nur so wird eine nachhaltige Unternehmenssicherung möglich.					
3	Inhalte I. Operatives Controlling • Kostenplanung und -controlling • Techniken des Gemeinkostenmanagements • Erlös- und Erfolgsplanung und –controlling • Finanzplanung und –controlling II. Wertorientiertes Controlling • Wertorientierte Unternehmenssteuerung • Unternehmensdiagnose • Risikocontrolling III. Strategisches Controlling • Produktlebenszyklus, Kostenerfahrungskurve und Portfoliosteuerung • Szenario-Orientierung und GAP-Analyse • SWOT-Analyse • Balanced score card					
4	Lehrformen Vorlesung, Übung, seminaristische Gestaltung durch Referatseinbringungen und Fallstudienbearbeitung					
5	Teilnahmevoraussetzungen Das Modul setzt grundlegende Kenntnisse in „Jahresabschluss“ und „Kostenrechnung“ voraus					
6	Prüfungsformen Klausur (90 M.)					
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 5/270					
10	Modulbeauftragte/r ; hauptamtlich Lehrende					

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

Controlling 2						
Kennnummer 3531		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 6. Sem./8. Sem.	Häufigkeit des Angebots einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Controlling		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Im zweiten Studienabschnitt werden die wesentlichen Fragestellungen des ersten Studienjahres als Referatsthemen wieder aufgegriffen. Der Student soll hier zeigen, dass er die fachliche Kompetenz besitzt, die vorzustellende Fragestellung auch einem breiten Publikum zu vermitteln. Neben der fachlichen Kompetenz dient dieses Semester auch der Vermittlung sprachlicher (power point-Präsentation) sowie sozialer Kompetenzen (Erstellung einer Fallstudie/Übungsunterlagen als Fallstudie).					
3	Inhalte 1. Operatives Controlling - Kostenplanung und –controlling - Techniken des Gemeinkostenmanagements - Erlös- und Erfolgsplanung und –controlling - Finanzplanung und –controlling 2. Wertorientiertes Controlling - Wertorientierte Unternehmenssteuerung - Unternehmensdiagnose - Risikocontrolling 3. Strategisches Controlling 1. Produktlebenszyklus, Kostenerfahrungskurve und Portfoliosteuerung 2. Szenario-Orientierung und GAP-Analyse 3. SWOT-Analyse 4. Balanced score card					
4	Lehrformen Vorlesung, Übung, seminaristische Gestaltung durch Referatseinbringungen und Fallstudienbearbeitung					
5	Teilnahmevoraussetzungen Das Modul setzt grundlegende Kenntnisse in „Jahresabschluss“ und „Kostenrechnung“ voraus					
6	Prüfungsformen Hausarbeit/Referat mit mündlicher 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 BA-Wirtschaftsingenieurwesen					
9	Stellenwert der Note für die Endnote 5/270					
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Sturm, Prof. Dr. Wiesmann; Prof. Dr. Weiß					
11	Sonstige Informationen					

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

Current Topics of Marketing					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensem.	Häufigkeit des Angebots	Dauer
4371	150	5	5.+6. Sem.	WS+SS	1 Sem.
1	Lehrveranstaltungen Current Topics of Marketing		Kontaktzeit 4 SWS / 60h	Selbststudium 90 h	gepl. Gruppengröße 25
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen/ Wissen / Verstehen Die Studierenden lernen, sich im seminaristischen Unterricht intensiv mit aktuellen Fragen des Marketings auseinanderzusetzen und eigenständig Lösungsvorschläge zu spezifischen Problemstellungen zu erarbeiten. Die Studierenden sind in der Lage, Entwicklungen der Marketingpraxis nachzuvollziehen und Trends einzuschätzen. Sie wissen um neue Ansätze der Marketingwissenschaft und ihre Praxisbedeutung. Zusätzlich erlangen die Studierenden weitere Kompetenzen im Umgang mit Fallstudienarbeit.				
3	Inhalte Das englischsprachige Seminar lebt vom inhaltlichen Wechsel, aktuelle Fälle, Entwicklungen und Trends in der Marketingwissenschaft und –praxis werden aufgegriffen und dargestellt. Das Seminar versteht sich als Ergänzung und Bereicherung der grundständigen Lehre in den anderen Marketing & Sales Modulen durch die vertiefte Diskussion ausgewählter Sachverhalte. Die Inhalte können sich wahlweise stärker an Wissenschaft oder Praxis orientieren, Wert wird auf die Umsetzung in Fallstudienarbeit gelegt.				
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht, Vortrag, Diskussion, Fallstudien Englischsprachig / Online-Format				
5	Teilnahmevoraussetzungen Keine				
6	Prüfungsformen Präsentationen im Seminar oder Klausur				
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 und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Ralf Schlottmann				
11	Literatur / Arbeitsmaterialien Wird im Seminar bekannt gegeben				

Data Science 1						
Kennnummer		Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
3301		150 h	5	5./7. Sem.	Einmal jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit		Selbststudium	geplante Gruppengröße
	Data Science 1		4 SWS / 60 h		90 h	25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Das Modul <i>Data Science</i> vermittelt einen Überblick über theoretische und praktische Grundlagen der Datenanalyse. Den Studierenden wird ein Überblick über Aufgaben, Methoden und Möglichkeiten der Datenanalyse mit Bezug zu realen Anwendungen vermittelt. Die Studierenden werden befähigt Lernaufgaben in Anwendungen zu identifizieren und die Schritte von der Datenvorbereitung zur (prediktiven) Analyse durchzuführen und die Ergebnisse von Analysen zu evaluieren. Darüber hinaus befähigt das Modul die Studierenden, die erlernten Fähigkeiten praktisch anzuwenden und Prototypen für analytische Prozesse eigenständig zu erstellen. Begleitet werden die vermittelten Inhalte von einer ethischen und sicherheitsorientierten Diskussion der Methodiken im gesellschaftlichen Kontext. Hier lernen die Studierenden die Auswirkungen von Datenanalysen und deren gesellschaftlichen Bedeutung kritisch einzuordnen und zu beurteilen.					
3	Inhalte Der Kurs Data Science 1 vermittelt die Grundlagen zur Datenanalyse. Neben einem Überblick über Aufgaben und Methoden werden hier auch Tools und Prozesse zur Datenvorverarbeitung, dem Feature-Engineering und der Anwendung von maschinellen Lernverfahren vorgestellt und erlernt. • Überblick Datenanalyse, maschinelles Lernen, künstliche Intelligenz • Vorgehen der Datenanalyse (u.a. CRISP), klassische Lernaufgaben • Datenexploration und Visualisierungen • Data Pre-Processing, Feature Engineering • Verfahren zur Klassifikation • Verfahren zur Regression • Unüberwachtes Lernen (u.a. Clustering, Outlier-/Anomalie-Erkennung) • Datensicherheit (u.a. DSGVO) / Datenethik					
4	Lehrformen seminaristischer Unterricht					
5	Teilnahmevoraussetzungen Kenntnisse in den Bereichen Datenmodellierung, Datenmanagement von Vorteil (vgl. Wirtschaftsinformatik)					
6	Prüfungsformen Klausur (90 M.) oder Hausarbeit					
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 5/270					
10	Modulbeauftragte/r ; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Bockermann					
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • McKinney, Wes: Datenanalyse mit Python • Apaydin, Ethem: Maschinelles Lernen • Hastie, Trevor; Tibshirani, Robert; Friedman, Jerome: The Elements of Statistical Learning Weitere aktuelle Literatur wird vom Dozenten ggf. während der Veranstaltung bekannt gegeben.					

Data Science 2						
Kennnummer		Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
		150 h	5	6./8. Sem.	Einmal jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit		Selbststudium	geplante Gruppengröße
	Data Science 2		4 SWS / 60 h		90 h	25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Das Modul <i>Data Science</i> vermittelt einen Überblick über theoretische und praktische Grundlagen der Datenanalyse. Den Studierenden wird ein Überblick über Aufgaben, Methoden und Möglichkeiten der Datenanalyse mit Bezug zu realen Anwendungen vermittelt. Die Studierenden werden befähigt Lernaufgaben in Anwendungen zu identifizieren und die Schritte von der Datenvorbereitung zur (prediktiven) Analyse durchzuführen und die Ergebnisse von Analysen zu evaluieren. Darüber hinaus befähigt das Modul die Studierenden, die erlernten Fähigkeiten praktisch anzuwenden und Prototypen für analytische Prozesse eigenständig zu erstellen. Begleitet werden die vermittelten Inhalte von einer ethischen und sicherheitsorientierten Diskussion der Methodiken im gesellschaftlichen Kontext. Hier lernen die Studierenden die Auswirkungen von Datenanalysen und deren gesellschaftlichen Bedeutung kritisch einzuordnen und zu beurteilen.					
3	Inhalte Das Modul Data Science 2 vertieft die Grundlagen aus dem Modul Data Science 1 anhand von kleinen Projektarbeiten, in denen Methoden aus dem Modul Data Science 1 in ausführlicher Tiefe behandelt werden. Der Fokus liegt hier sowohl in der Identifikation von Einsatzmöglichkeiten der Datenanalyse in realen Anwendungen, als auch in der tatsächlichen Implementierung von Prototypen durch die Studierenden. Grundlagen sind auch hier die im Modul Data Science 1 vermittelten Tools. Beispiele für Themengebiete für Projektarbeiten sind u.a. • Optimierung im Kontext der Industrie 4.0 • Datengetriebenes (Online-)Marketing • Datenanalyse in der Medizin • Datenanalyse im Sport					
4	Lehrformen seminaristischer Unterricht					
5	Teilnahmevoraussetzungen Inhalte von "Data Science 1"					
6	Prüfungsformen Hausarbeit & 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 5/270					
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 Entscheidungen in den Wirtschaftswissenschaften 1					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. Semester	Häufigkeit des Angebots Wintersemester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Datengestützte Entscheidungen in den Wirtschaftswissenschaften		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen In diesem Modul werden die Studierenden dazu befähigt, die Wechselwirkungen zwischen den datentechnischen, statistischen und wirtschaftswissenschaftlichen Kompetenzen zu erfassen. Insbesondere werden die Studierenden in die Lage versetzt, mit Hilfe von statistischen Methoden Daten über das wirtschaftliche (sowohl betriebs- als auch volkswirtschaftliche) Geschehen zu analysieren. Nach erfolgreicher Absolvierung des Moduls sind Studierende fähig, zu gegebenen Datensätzen Fragestellungen zu entwickeln und methodisch korrekt zu bearbeiten. Dies umfasst einerseits die korrekte Interpretation der Kernaussagen von Datensätzen und andererseits den sicheren Umgang mit der Datenanalyse und Statistiksoftware. Nicht zuletzt erlernen die Studierenden die eigenständige Anwendung ökonometrischer Methoden. Die Studierenden analysieren vorgelegte Studien auf verwendete Methoden, replizieren in einfachen Fällen die Untersuchung und setzen sich kritisch mit der Studie auseinander. Dabei sollen sie auch ethische Fragen (Daten- und Wissenschaftsethik) berücksichtigen. Ebenso reflektieren sie wissenschaftstheoretische Aspekte. Sie sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, die eine empirische Studie auf ihre Methoden zu analysieren, ihre Inhalte zu beschreiben und sich (fach-)sprachlich sowohl schriftlich als auch korrekt mündlich auszudrücken.				
3	Inhalte • Analyse des wirtschaftlichen Geschehens (volks- und betriebswirtschaftlich) • Ethische und wissenschaftstheoretische Aspekte empirischer Arbeit • Einführung in Datenstrukturen • 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 (Fallstudienbearbeitung, Lerntagebuch, Hausarbeit, Referat)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten 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.

Datengestützte Entscheidungen in den Wirtschaftswissenschaften 2						
Kennnummer		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 6. Semester	Häufigkeit des Angebots Sommersemester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Datengestützte Entscheidungen in den Wirtschaftswissenschaften		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h		Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen In diesem Modul werden die Studierenden dazu befähigt, die Wechselwirkungen zwischen den datentechnischen, statistischen und wirtschaftswissenschaftlichen Kompetenzen zu erfassen. Insbesondere werden die Studierenden in die Lage versetzt, mit Hilfe von statistischen Methoden Daten über das wirtschaftliche (sowohl betriebs- als auch volkswirtschaftliche) Geschehen zu analysieren. Nach erfolgreicher Absolvierung des Moduls sind Studierende fähig, zu gegebenen Datensätzen Fragestellungen zu entwickeln und methodisch korrekt zu bearbeiten. Dies umfasst einerseits die korrekte Interpretation der Kernaussagen von Datensätzen und andererseits den sicheren Umgang mit der Datenanalyse und Statistiksoftware. Nicht zuletzt erlernen die Studierenden die eigenständige Anwendung ökonometrischer Methoden. Die Studierenden entwickeln und bearbeiten die Fragestellungen im Team. Sie sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, die Inhalte zu beschreiben und sich (fach-)sprachlich sowohl schriftlich als auch korrekt mündlich auszudrücken. Zudem werden Planung und Durchführung einer Projektarbeit umgesetzt, die Studierende neben einer berufsüblichen Arbeitsweise auch befähigen soll, die künftige Bachelorarbeit zu realisieren.					
3	Inhalte • Analyse des wirtschaftlichen Geschehens (volks- und betriebswirtschaftlich) • Einführung in Datenstrukturen • 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 sowie das Vorhandensein eines Portfolios aus dem Modul Datengestützte Entscheidungsfindung in den Wirtschaftswissenschaften 1					
6	Prüfungsformen Portfolioprüfung (Fallstudienbearbeitung, Lerntagebuch, Hausarbeit, Referat)					
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten 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
		160 h	6	5. u. 6. Sem.	Mind. einmal jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Digital Business Transformation 1		4 SWS / 60 h	100 h	Max. 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen					
	Die Studierenden werden für die mit der digitalen Transformation verbundenen Chancen und Herausforderungen sensibilisiert und bekommen entsprechende Gestaltungsansätze vermittelt. Die Studierenden kennen und verstehen 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. Der Fokus im ersten Teil des Moduls liegt dabei auf der Planung von Digitalisierungsprojekten. Um diese Lernziele zu vermitteln, wird im Rahmen des Moduls mit einem durchgehenden Fallbeispiel gearbeitet. Im Rahmen dieses Fallbeispiels müssen die Studierenden in Kleingruppen ein eigenes Digitalisierungsprojekt planen und dokumentieren. Die Studierenden werden dabei in die Lage versetzt selbstständig mit folgenden Aspekten digitaler Transformationsprojekte umzugehen: • Strategische, organisationale und kooperative Planung & Konzeption von Digitalisierungsprojekten in einem komplexen Prozessumfeld • Technische Planung und Pilotierung von Digitalisierungsprojekten • Umgang mit komplexen organisatorischen und technischen Anforderungen („moving targets“) • Projektmanagement / Teamwork • Schnittstellenmanagement / Koordination mit anderen Projektgruppen • Konfliktmanagement • Evaluation von Digitalisierungsprojekten Ergänzend dazu werden seminaristisch ausgewählte thematische Inhalte vermittelt (siehe unten). Die Studierenden lernen, eigene Digitalisierungsansätze entwickeln und bewerten zu können. Weiterhin sind sie in der Lage, effektiv an der Entwicklung von unternehmensspezifischen Digitalisierungsstrategien mitzuwirken sowie förderliche Strukturen, Prozesse und Kulturen für die nachhaltige digitale Transformation eines Unternehmens zu gestalten. Die Studierenden müssen dabei einen projektspezifischen Business Case erstellen, dokumentieren und präsentieren.					
3	Inhalte					
	(Die Inhalte werden z.T. im zweiten Teil des Moduls noch vertieft.) - Einfluss der Digitalisierung auf Strategie und Geschäftsmodelle von Unternehmen • Grundbegriffe und Handlungsweisen im Themenfeld „Digitale Transformation“ • Digitale Strategien und Geschäftsmodelle von Unternehmen • Innovationen digitaler Produkte, Services und Geschäftsmodelle (z.B. Konnektivität) • Durchführung einer Kosten-Nutzen-Analyse digitaler Innovationen - Führung & Kultur als Erfolgsfaktoren einer digitalen Unternehmenstransformation • Fähigkeit zur Entwicklung einer ganzheitlichen Transformationsstrategie • New Leadership (Digital Leadership, veränderte Rolle von Führung) und veränderte Arbeitswelten (z.B. Flexibilisierung von Arbeitszeit und Arbeitsort, flexible Beschäftigungsverhältnisse) • Agiles Arbeiten (u.a. Methoden wie Serum, Design Thinking, verändertes Lernen in und von Organisationen) - Prozesse & Systeme als Voraussetzungen einer digitalen Unternehmenstransformation • Verständnis des interdisziplinären Charakters digitaler Transformation (technisch, organisational, prozessoptimierend) • Datenmanagement (ErP, CRM-Systeme) • Automatisierung von Unternehmensprozessen					

	• Smart Factory (Cyber-Physische Systeme) & Internet der Dinge • Digitale Logistik (z. B. Shadowed Supply Chain) • eCommerce-Systeme
4	Lehrformen Begleitete Projektarbeit / Laborarbeit / seminaristischer Unterricht
5	Teilnahmevoraussetzungen keine
6	Prüfungsformen Portfolioprüfung
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 12/277,5
10	Modulbeauftragte/r ; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Tappe , Prof. Dr. Böttcher, Prof. Dr. Gieselmann
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellen 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
		160 h	6	5. u. 6. Sem.	Mind. einmal jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Digital Business Transformation 2		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h		Selbststudium 100 h	geplante Gruppengröße Max. 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden lernen in einem Team ein praxisorientiertes Projekt/Forschungsvorhaben im Bereich „Digital Business Transformation“ umzusetzen und kritisch zu reflektieren. Sie sollen dabei Ansätze des Transformationsmanagements in einem konkreten Projekt anwenden, um eine technische Innovation im Bereich Prozessoptimierung zu pilotieren und nach betriebswirtschaftlichen Standards zu dokumentieren.					
3	Inhalte Die Studierenden vertiefen die Beschäftigung mit dem Thema „Digital Business Transformation“, indem sie das im ersten Teil des Moduls entwickelte Projekt praxisorientiert umsetzen und reflektieren. Das Modul vermittelt Inhalte somit nicht vorwiegend konzeptionell, sondern wird ausgewählte Transformationsprozesse praxisnah in Form eines Technologie-Labors nachvollziehen. Im Rahmen des Fallbeispiels werden dabei technologische Lösungen für Digitalisierungsprojekte konzipiert und pilotiert. Dabei findet seminaristisch eine Vertiefung von Schwerpunktthemen aus den folgenden Bereichen statt: 1. Transformationsmanagement als zentraler Erfolgsfaktor von Unternehmen 2. Prozesse & Systeme als Voraussetzungen einer digitalen Unternehmenstransformation 3. Customer Experience als Erfolgsfaktoren einer digitalen Unternehmenstransformation					
4	Lehrformen Begleitete Projektarbeit / Laborarbeit / seminaristischer Unterricht					
5	Teilnahmevoraussetzungen Inhalte aus Digital Business Transformation 1					
6	Prüfungsformen Portfolioprüfung					
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 12/277,5					
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Tappe, Prof. Dr. Böttcher, Prof. Dr. Gieselmann					
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellen Auflage): • Breyer-Mayländer, Thomas (2022): Herausforderungen in Konzeption und Umsetzung der digitalen Transformation. In Industrie 4.0 bei Hidden Champions (pp. 51-70). Springer Gabler, Wiesbaden. • Brugger, Ralf (2009): Der IT Business Case: Kosten erfassen und analysieren-Nutzen erkennen und quantifizieren-Wirtschaftlichkeit nachweisen und realisieren. Springer-Verlag, Wiesbaden. • Falkenreck, Christine (2019): Digitalisierungsprojekte erfolgreich planen und steuern: Kunden und Mitarbeiter für die digitale Transformation begeistern. Springer-Verlag, Wiesbaden. • Gassmann, O., & Sutter, P. (2019): Digitale Transformation gestalten: Geschäftsmodelle Erfolgsfaktoren Checklisten. Carl Hanser Verlag GmbH Co KG. Weitere einführende Literaturhinweise werden in Abhängigkeit der jeweiligen Projektthemen gegeben.					

DV-gestützte Steuerplanung						
Kennnummer 4051		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. oder 6. Sem. / 7. oder 8. Sem.	Häufigkeit des Angebots Mind. einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen DV-gestützte Steuerplanung		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h		Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden sollen befähigt werden, Jahresabschlüsse und Steuererklärungen mit Hilfe von DATEV-Software zu erstellen.					
3	Inhalte - Finanzbuchführung, Berechnung der Steuerrückstellungen und Erstellung des Jahresabschlusses; - Erstellung von Körperschaftsteuer-, Gewerbesteuer- und Einkommensteuererklärungen; - Einheitliche und gesonderte Gewinnfeststellung bei Personengesellschaften; - Rechtsformbelastungsvergleich.					
4	Lehrformen Seminaristische Veranstaltung					
5	Teilnahmevoraussetzungen Das Modul setzt grundlegende Kenntnisse von „Ertragssteuern“ sowie „Buchhaltung“, und „Jahresabschluss“ voraus.					
6	Prüfungsformen Klausur (90 M.) 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 5/270					
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Förster; Prof. Dr. Rauenbusch					
11	Sonstige Informationen					

DV-gestütztes Controlling						
Kennnummer 4061		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. oder 6. Sem. / 7. oder 8. Sem.	Häufigkeit des Angebots Mind. einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen DV-gestütztes Controlling		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden können Problemstellungen aus dem Bereich Unternehmenscontrolling unter Einsatz gängiger Softwareinstrumente lösen. Sie kennen die wesentlichen Funktionen und können die typischen Anwendungsfelder und Anwendungsgrenzen dieser Systeme beurteilen. Durch eine aufgaben- und fallstudienorientierte Vorgehensweise wird die Anwendung der Systemlösungen trainiert. Die programmtechnische Umsetzung von Controlling-Werkzeugen führt zu einer umfassenden Auseinandersetzung mit den jeweiligen Berechnungsvorschriften von Planungs- und Kontrolltechniken aus dem Bereichen Finanz-, Ergebnis- und Bilanzrechnung.					
3	Inhalte • Überblick: Systemlösungen für das DV-gestützte Controlling • Fallstudien zum Einsatz von Microsoft Office im Controlling • Planung und Kontrolle unter Einsatz einer Controlling-Software (z.B. Corporate Planner) • Datenanalysen unter Einsatz einer Statistikpaket-Software (z.B. SPSS) • Unterstützung des Risikomanagements durch ausgewählte Systemlösungen • Varianten des Datentransfers • DV-unterstütztes Reporting • Aufbau eines Controlling-Cockpits					
4	Lehrformen Kombinierte Vorlesung, Übung und Gruppenarbeit					
5	Teilnahmevoraussetzungen Grundlegende Kenntnisse in „Controlling/Unternehmensplanspiel“					
6	Prüfungsformen Hausarbeit/Referat mit mündlicher 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 5/270					
10	Modulbeauftragte/r ; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Weiß					
11	Sonstige Informationen Die Teilnehmer erhalten eine Aufgaben- und Fallstudiensammlung, die im Rahmen von Gruppenarbeiten zu lösen sind.					

Energie & Umwelt 1						
Kennnummer 3141		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. / 7. Sem.	Häufigkeit des Angebots Zum Wintersemester	Dauer 1 Sem.
1	Lehrveranstaltungen Energieökonomik und -politik		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen In der Veranstaltung Energieökonomik und -politik werden die Studierenden befähigt, die Marktstrukturen und Preisbildungsmechanismen in den relevanten Energiemärkten (Öl, Gas, Kohle, Uran, erneuerbare Energien, Strom) zu verstehen und maßgebliche Techniken zur operativen und strategischen Entscheidungsfindung in Energieunternehmen einzuschätzen und anzuwenden. Darüber hinaus erhalten die Studierenden das Rüstzeug, Ziele und Mittel der Energiepolitik hinsichtlich ihrer Begründungen und Effizienz zu analysieren und zu beurteilen. Dabei wird ihnen auch der sparsame Einsatz von Ressourcen im Sinne einer nachhaltigen Umweltpolitik verdeutlicht.					
3	Inhalte • Einführung: Energieträger und -systeme, Energiebilanzen, Geschichte der Energiewirtschaft • Grundlagen der Ressourcenökonomik • Marktstrukturen und Preisbildung I: konventionelle Primärenergieträger (Öl, Kohlen, Gas, Uran) • Regenerative Energieträger: Potentiale und Wirtschaftlichkeit • Marktstrukturen und Preisbildung II: Strommarkt • Ziele und Mittel der Energiepolitik					
4	Lehrformen Seminar – Übungen					
5	Teilnahmevoraussetzungen Die Veranstaltung Energieökonomik und -politik setzt grundlegende Kenntnisse in „Volkswirtschaftslehre 1“ und „Volkswirtschaftslehre 2“ voraus					
6	Prüfungsformen Klausur (90 M.) oder Hausarbeit/Referat mit mündlicher 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 BA-Wirtschaftsingenieurwesen					
9	Stellenwert der Note für die Endnote 5/270					
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Häder; Prof. Dr. Kronenberg, Prof. Dr. Lienhoop, Prof. Dr. Sommer, Prof. Dr. Vogt					
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Häder, M.: Energiepolitik in Deutschland • Panos, K.: Praxisbuch Energiewirtschaft • Schiffer, H.-W.: Energiemarkt Deutschland • Ströbele, W./ Pfaffenberger, W./ Heuterkes, M.: Energiewirtschaft					

Energie & Umwelt 2						
Kennnummer 3541		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 6./8. Sem.	Häufigkeit des Angebots Zum Sommersemester	Dauer 1 Sem.
1	Lehrveranstaltungen Umweltökonomik und -politik		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen In der Veranstaltung Umweltökonomik und -politik lernen die Studierenden die maßgeblichen Ziele, Methoden und Instrumente im Umgang mit Umweltressourcen kennen. Damit wird konkreten Forderungen einer nachhaltigen Umweltpolitik entsprochen.					
3	Inhalte • Einführung: Umweltleistungen und Umweltprobleme • Ökonomische Besonderheiten von Umweltgütern • Umweltoptimum und Bewertung von Umweltleistungen • Instrumente zum Schutz der natürlichen Umwelt					
4	Lehrformen Vorlesung und Übung					
5	Teilnahmevoraussetzungen Die Veranstaltung Energieökonomik und -politik setzt grundlegende Kenntnisse in „Volkswirtschaftslehre 1“ und „Volkswirtschaftslehre 2“ voraus					
6	Prüfungsformen Klausur (90 M.) oder Hausarbeit/Referat mit mündlicher 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 BA-Wirtschaftsingenieurwesen					
9	Stellenwert der Note für die Endnote 5/270					
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Häder; Prof. Dr. Kronenberg, Prof. Dr. Lienhoop, Prof. Dr. Sommer, Prof. Dr. Vogt					
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Endres, A.: Umweltökonomie • Hartwig, K.-H.: Umweltökonomik, in: Apolte, T. u.a.: Vahlens Kompendium der Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik • Sturm, B./ Vogt, C.: Umweltökonomik • Weimann, J.: Umweltökonomik					

Existenzgründung					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
4081	150 h	5	5. oder 6. Sem. / 7. oder 8. Sem.	Mind. einmal jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Existenzgründung		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Im Mittelpunkt einer tragfähigen Geschäftsidee steht eine Problemlösung. Erst ein Produkt oder eine Dienstleistung zu entwickeln und dann dafür ein geeignetes Problem zu suchen, ist ein wenig erfolgversprechender Ansatz. Die Idee sollte also vor der Gründung bereits gut durchdacht und auf die Bedürfnisse der Kunden ausgerichtet sein. Dies gilt es auch bei der Erstellung des Businessplans zu beachten. Um eine Geschäftsidee und ein Produkt / eine Dienstleistung trennscharf, überzeugend und nachvollziehbar darstellen zu können, brauchen die Gründer Kenntnis dessen, was der Markt verlangt, welches Problem sie lösen, welcher Nutzen daraus entsteht, für wen dieser Nutzen einen Wert hat und wer daher letztlich bereit ist, für den Nutzen zu zahlen. Auf Basis dieses Verständnisses lassen sich auch Businessplanabschnitte wie Marketing oder Chancen und Risiken fundiert argumentativ darstellen und die Tragfähigkeit eines nachhaltigen Unternehmenskonzeptes begründen.				
3	Inhalte 1. Diskussion: Business Administration = Entrepreneurship? 2. Was steckt eigentlich hinter einer „Geschäftsidee“ und wie finde ich eine Idee? • durch „Augen auf“, • durch gesunden Menschenverstand, • durch das in Frage stellen von Konventionen (siehe Falten-Prinzip „Funktion statt Konvention“ und sein Ansatz „Gründen mit Komponenten“, die anhand der Teekampagne und weiterer Unternehmen wie eBüro, RatioDrink etc. veranschaulicht werden können), • durch die Adaption von Geschäftsideen aus anderen geografischen Märkten (Beispiele wie ebay) oder der Übertragung von „Offline-Geschäftsmodell“ in die Online-Welt (z.B. amazon). Diese Ansatzpunkte für Gründungen sind vor allem im IT und Medienbereich weit verbreitet. 3. Entwicklung eines eigenen Ideenpapiers der Teilnehmer (ca. 2-3 Seiten) auf Basis von Leitfragen nach den unter 1. genannten Prinzipien (d.h. noch ohne Finanzplanung) • Möglicherweise an dieser Stelle bereits Vorstellung & Verteidigung der eigenen Idee bzw. Diskussion in der Gruppe (s. 6. Prüfungsformen) 4. Was ist ein Businessplan? • Bedeutung, Adressaten & deren Informationsbedürfnis, Inhalte, Vorgehensweise bei der Erstellung, formale Anforderungen etc. 5. Weitere mögliche Themen: Unternehmertypen, Finanzierungsmöglichkeiten in der Gründungsphase etc. (dies kann aber auch „hands-on“ in Modul 2 vermittelt werden)				
4	Lehrformen Seminar, Gruppenarbeit (z.B. Analyse von Artikeln/Fachbeiträgen), Projektarbeit (Erstellung eines Ideenpapiers, s.o.), Ausschnitte aus Filmen, Dokumentationen, Hörbüchern sind möglich				
5	Teilnahmevoraussetzungen Entwicklung eines Ideenpapiers				
6	Prüfungsformen Hausarbeit/Referat mit mündlicher 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 5/270
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 3151		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. / 7. Sem.	Häufigkeit des Angebots einmal jährlich	Dauer 1 Sem.
1	Lehrveranstaltungen Finanzielle Unternehmensführung		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h		Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen In dieser Lehrveranstaltung werden die im Grundstudium erworbenen Vorkenntnisse der betrieblichen Finanzwirtschaft und der Wirtschaftlichkeitsrechnung führungsorientiert anhand von sieben inhaltlichen Blöcken vertieft. Teilnehmer lernen das Instrumentarium der finanziellen Unternehmensführung kennen und werden in die Lage versetzt, komplexere finanzwirtschaftliche Planungs- und Kontrollrechnungen zu erstellen sowie verfeinerte Wirtschaftlichkeitsrechnungen durchzuführen.					
3	Inhalte • Block 1: Finanzielle Unternehmensführung; • Block 2: Außenfinanzierung; • Block 3: Derivate; • Block 4: Jahresabschlussanalyse; • Block 5: Wirtschaftlichkeitsrechnung unter Berücksichtigung von Steuern; • Block 6: Wirtschaftlichkeitsrechnung unter Berücksichtigung von Unsicherheit; • Block 7: Unternehmensbewertung					
4	Lehrformen Seminaristische Lehrveranstaltung mit Schwerpunkt auf Vorlesung und Übung					
5	Teilnahmevoraussetzungen Inhalte der Veranstaltung „Investition und Finanzierung“					
6	Prüfungsformen Klausur (120 Minuten)					
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 5/270					
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Kaiser; Prof. Dr. Weiß					
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Beike, R. / Barckow, A.: Risk-Management mit Finanzderivaten: Steuerung von Zins- und Währungsrisiken • Kaiser, D.: Treasury Management. Betriebswirtschaftliche Grundlagen der Finanzierung und Investition					

Finanzmanagement 2						
Kennnummer 3551		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 6. Sem. / 8. Sem.	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Sem.
1	Lehrveranstaltungen Banken und Versicherungen		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen					
In dieser Lehrveranstaltung lernen die Teilnehmer (die die Finanzierungsfunktion in Finanzmanagement I bereits vertieft haben) die institutionelle Seite der Unternehmensfinanzierung kennen, indem die beiden Grundtypen von Finanzintermediären, die unsere Rechtsordnung in Form von Kreditinstituten bzw. Versicherungsunternehmen bereitstellt, anhand von drei inhaltlichen Blöcken untersucht werden. Teilnehmer erkennen die Bedeutung von Finanzintermediären für die finanzielle Unternehmensführung. Auch auf aktuelle Fragen des Wirtschaftslebens wird fortlaufend eingegangen, sodass die Teilnehmer ihr Verständnis für das wirtschaftliche Tagesgeschehen vertiefen. Die Wertentwicklung des von den Studierenden gebildeten Aktienportfolios wird fortlaufend verfolgt. Methodisch treten neben Vorlesung und Übung Elemente des Seminars; insbesondere erstellen die Teilnehmer eigenständig schriftlichen wirtschaftswissenschaftlichen Output.						
3	Inhalte					
• Block 1: Theorie der Finanzintermediation; • Block 2: Rechnungswesen und Jahresabschluss; • Block 3: Hoheitliche Beaufsichtigung						
4	Lehrformen					
Seminaristische Lehrveranstaltung						
5	Teilnahmevoraussetzungen					
Kenntnisse in Finanzmanagement I						
6	Prüfungsformen					
Portfolioprüfung						
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					
5/270						
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende					
Prof. Dr. Kaiser; Prof. Dr. Weiß						
11	Sonstige Informationen					
Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):						
• Peppmeier, A. / Kurz, G.: Bankbetriebslehre • Bieg, H.: Bankbilanzierung nach HGB und IFRS • Farny, D.: Versicherungsbetriebslehre • Farny, D.: Buchführung und Periodenrechnung im Versicherungsunternehmen • Fischer, R. / Boos, K.-H. / Schulte-Mattler, H. (Hrsg.): Kreditwesengesetz, Kommentar • Führer, C. / Grimmer, A., Versicherungsbetriebslehre • Führer, C. / Grimmer, A.: Einführung in die Lebensversicherungsmathematik • Hartmann-Wendels, T. / Pfingsten, A. / Weber, M.: Bankbetriebslehre • Kaiser, D.: Finanzintermediation durch Banken und Versicherungen. Die theoretischen Grundlagen der Bankassurance						

	• Pröls, E. R.: Versicherungsaufsichtsgesetz mit europäischem Gemeinschaftsrecht und Recht der Bundesländer, Kommentar
--	--

Geld- und Finanzpolitik						
Kennnummer 5021		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. oder 6. Sem. / 7. oder 8. Sem.	Häufigkeit des Angebots In der Regel im Sommersemester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Geld- und Finanzpolitik		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden lernen, Probleme der Geld- und Finanzpolitik mit Hilfe von theoretischen Modellen und empirischer Arbeit zu analysieren. Sie verstehen die Funktionsweise der Finanzpolitik in einem föderalen System wie der Bundesrepublik, die Rolle der Zentralbanken in modernen Währungssystemen und die speziellen Bedingungen, die durch die Einführung des Euro entstanden sind. Zusätzlich zur Vertiefung der inhaltlichen Kompetenzen stärken die Studierenden ihre Fähigkeit zum kritischen Denken. Durch die Analyse von Texten aus verschiedenen Quellen lernen sie, Quelltexte im Hinblick auf deren Qualität und Glaubwürdigkeit einzuschätzen. Nach Abschluss des Moduls sind sie in der Lage, konkrete Forschungsfragen präzise zu formulieren, eine eigene Meinung zu Fragen der Geld- und Finanzpolitik zu entwickeln und diese Meinung sowohl schriftlich als auch in der mündlichen Diskussion zu vertreten.					
3	Inhalte • Fallstudien aus der Wirtschaftsgeschichte: Weltwirtschaftskrise der 1930er Jahre, Hyperinflation in der Weimarer Republik, Wirtschaftswunder • Finanzpolitik in einem föderalen System: finanzpolitische Kompetenzen von Bund, Ländern und Kommunen; Wirkungen von ausgewählten Steuern (Einkommensteuer, Körperschaftsteuer u.v.m.) • Fiskalpolitik: Konjunkturprogramme, Schuldenbremse, Generationengerechtigkeit • Geldpolitik: Geldschöpfung durch Zentralbank und Geschäftsbanken, geldpolitische Instrumente, Preisstabilität, Liquiditätsfalle • Die europäische Währungsunion: Vorgänger, Entstehung der Währungsunion, Maastricht-Kriterien, Krise der Währungsunion seit 2010					
4	Lehrformen seminaristischer Unterricht, Projektarbeit					
5	Teilnahmevoraussetzungen Grundkenntnisse der Volkswirtschaftslehre, Fähigkeit zum wissenschaftlichen Schreiben und Präsentieren. Eine erfolgreiche Teilnahme an den Modulen VWL1, VWL2 und PE 1 wird empfohlen.					
6	Prüfungsformen Hausarbeit/Referat mit mündlicher 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 5/270					
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 4091		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. oder 6. Sem. / 7. oder 8. Sem.	Häufigkeit des Angebots Mind. einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Gesellschaftsrecht		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Basierend auf den Kenntnissen des Moduls "Wirtschaftsrecht" sollen Kompetenzen entwickelt werden, die in die Lage versetzen, sachgerechte Entscheidungen in Fragen der Rechtsformwahl für ein Unternehmen zu treffen, und entsprechende Handlungsmöglichkeiten sinnvoll einzusetzen.					
3	Inhalte Das Modul befasst sich mit den wichtigsten privatrechtlichen Unternehmensrechtsformen GbR, OHG, KG, GmbH und Aktiengesellschaft und behandelt Fragen der Gründung, der Finanzverfassung, Der Geschäftsführung, der Vertretung, der Haftung und der Auflösung und Liquidation, ferner Fragen der Umwandlung. Thematisiert werden auch Rechtsformen von Rechtsordnungen anderer Industrienationen.					
4	Lehrformen Seminar					
5	Teilnahmevoraussetzungen keine					
6	Prüfungsformen Klausur (90 M.) oder Referat mit mündlicher 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 5/270					
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Kohl					
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Eisenhardt: Gesellschaftsrecht • Hueck/Windbichler: Gesellschaftsrecht • Karsten Schmidt: Gesellschaftsrecht					

Höhere Wirtschaftsmathematik						
Kennnummer 3171		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5.. / 7. Sem.	Häufigkeit des Angebots einmal jährlich	Dauer 1 Sem.
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit a) 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse / Kompetenzen Die Studierenden vertiefen die mathematische Analyse und Bewertung von Finanzprodukten und können in Excel (teils mit VBA) oder Matlab Bewertungen DV-technisch umzusetzen. Dieses Modul ergänzt die Module „Finanzmanagement 1“, „Quantitative Methoden - Mathematische Planungsverfahren“, „Quantitative Methoden - Statistische und ökonometrische Planungsverfahren“, „Recht der Unternehmensfinanzierungen“, „Rechnungslegung“, und „Wirtschaftsinformatik“ um mathematische und DV-technische Kompetenzen.					
3	Inhalte Einfache Zinsgeschäfte 1. Kuponanleihen 2. Floating Rate Notes 3. Zinsswaps 4. Forward Rate Agreements 5. Bestimmung Zinsstruktur Forwards und Futures 1. Funktionsweise 2. Bewertung von Forward-Kontrakten 3. Bewertung von Futures-Kontrakten Optionen 1. Funktionsweise 2. Zeitdiskrete Bewertung 3. Zeitkontinuierliche Bewertung Value at Risk 1. Risikomaße 2. Historische Simulation 3. Varianz-Kovarianz-Ansatz 4. Monte Carlo 5. Weitere Ansätze					
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht, Programmierübungen					
5	Teilnahmevoraussetzungen Kenntnisse aus den Modulen „Investition und Finanzierung“, „Wirtschaftsmathematik“ und „Wirtschaftsstatistik“					
6	Prüfungsform Klausur (90 M.) oder Hausarbeit/Referat mit mündlicher 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 5/270					

10	Modulbeauftragte; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Skill, Prof. Dr. Moos; Prof. Dr. Wolik,
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): 1) Veranstaltungsbegleitendes Skript 2) Hull, J.: Optionen, Futures und andere Derivate

Informations- und Kommunikationssysteme 1					
Kennnummer 3161	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. / 7. Sem.	Häufigkeit des Angebots einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Informations- und Kommunikationssysteme		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Das Modul vermittelt einführende Kenntnisse über Konstruktion und Aufbau unternehmensweiter und -übergreifender Anwendungssysteme. Ebenso wird die Integration und Kommunikation solcher Systeme behandelt. Die Teilnehmer lernen die Programmierung und Konzepte von Internetanwendungen kennen.				
3	Inhalte Aufbau von Internetanwendungen; Webseiten-Gestaltung; Client-Programmierung; Server-Programmierung; Analyse, Design und Implementierung von Anwendungen				
4	Lehrformen Seminar mit Übung				
5	Teilnahmevoraussetzungen Das Modul setzt grundlegende Kenntnisse der Mathematik und die im Modul "Wirtschaftsinformatik" vermittelten Inhalte voraus.				
6	Prüfungsformen Klausur (120 M.) oder Hausarbeit/Referat mit mündlicher 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 BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote 5/270				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Klingspor				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Allweyer, T.: „BPMN 2.0, Business Process Model and Notation : Einführung in den Standard für die Geschäftsprozessmodellierung“ • Eigenes Skript • Flanagan, D.: JavaScript • Freund, J.: „Vom Geschäftsprozess zum Workflow: ein Leitfaden für die Praxis“ • Mahemoff, M.: Ajax Design Patterns • Meyer, A. CSS the definitive Guide • Müller, J.: „Workflow-based Integration: Grundlagen, Technologien, Management“ • Stobart, S. et. al.: Dynamic Web Application Development				

Informations- und Kommunikationssysteme 2					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
3561	150 h	5	6. Sem./8. Sem.	einmal jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Informations- und Kommunikationssysteme		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Das Modul vertieft Kenntnisse über Konstruktion und Aufbau unternehmensweiter und -übergreifender Anwendungssysteme. Ebenso wird die Integration und Kommunikation solcher Systeme behandelt. Die Studierenden lernen selbstständig betriebliche Aufgabenstellungen zu analysieren, Anwendungssysteme zu entwerfen und zu implementieren. Zusätzlich erlernen Sie die Grundlagen der Durchführung komplexer Projekte.				
3	Inhalte Analyse, Entwurf und Umsetzung von Internetanwendungen, Projektdurchführung				
4	Lehrformen Projektarbeit				
5	Teilnahmevoraussetzungen Das Modul setzt die in Informations- und Kommunikationssysteme 1 vermittelten Kenntnisse voraus.				
6	Prüfungsformen Hausarbeit/Referat mit mündlicher 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 BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote 5/270				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Klingspor				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Allweyer, T.: „BPMN 2.0, Business Process Model and Notation : Einführung in den Standard für die Geschäftsprozessmodellierung“ • Eigenes Skript • Flanagan, D.: JavaScript • Freund, J.: „Vom Geschäftsprozess zum Workflow: ein Leitfaden für die Praxis“ • Mahemoff, M.: Ajax Design Patterns • Meyer, A. CSS the definitive Guide • Müller, J.: „Workflow-based Integration: Grundlagen, Technologien, Management“ • Stobart, S. et. al.: Dynamic Web Application Development				

Innovationsmanagement 1					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
3291	150 h	5	5./7. Sem.	Mind. einmal jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Innovationsmanagement	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 100 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden kennen und verstehen die zentralen Prinzipien des Innovationsmanagements und können darüber hinaus ausgewählte Methoden und Instrumente des Innovationsmanagements anwenden. Neben der Betrachtung des klassischen Innovationsmanagements lernen die Studierenden insbesondere aktuelle Trends und Methoden des Innovationsmanagements kennen, wie z.B. Design Thinking, Business Model Innovation und Lean Start-up und wenden diese in Gruppenübungen an. Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, effektiv an der Entwicklung von Innovationsstrategien mitzuwirken sowie innovationsförderliche Strukturen, Prozesse und Kulturen in Unternehmensbereichen mitzugestalten. Die Studierenden sind in der Lage, ihre im Kurs erlangten Kenntnisse so einzusetzen, dass das Erkennen von Innovationsmöglichkeiten systematisch gefördert, bewertete Innovationsalternativen zielorientiert ausgewählt und effektive Mechanismen zur Umsetzung von Innovationen etabliert werden.				
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht (mit Übungen, Fallstudien und Gastvorträgen)				
3	Inhalte I Innovationsmanagement als Basis einer erfolgreichen strategischen Positionierung eines Unternehmens • Grundlagen des Innovationsmanagements: Bedeutung, Arten, Merkmale, Diffusion & Adaption • Neue Technologien: Treiber von Innovationen bzw. gesellschaftlichen und sozio-kulturellen Veränderungen • Innovationsstrategien: Technology-Push (Kompetenzbasiert) vs. Market-Pull (Market- und Kundenbasiert) II Gestaltung eines effektiven Innovationsprozesses • (Neue) Methoden und Ansätze der Ideengewinnung (Design Thinking, Customer Journey, Empathy-Map) • Ablauf & Organisation des Innovationsprozesses: klassisch (Wasserfall) vs. agil/adaptiv (Lean Startup) • Kultur: Klassische Führungskultur vs. Autarkie & Selbstmanagement • Digitale Transformation & Change Management: etablierte Unternehmen auf dem Weg zum Start-up? III Aktuelle gesellschaftliche und technologische Innovationen & Trends und deren Anwendung in der Praxis • Sharing Economy, Plattform- und Netzwerkökonomie • Cyber-Physische Systeme, Internet der Dinge, Blockchain, Virtual/Augmented Reality • Open Innovation, Crowd-Sourcing und das Management von Innovations-Partnerschaften VI Geschäftsmodellinnovationen als besondere Disziplin eines erfolgreichen Innovationsmanagements • Beschreibung von Geschäftsmodellen (Business Model Canvas) • Analyse vergangener Geschäftsmodellinnovation mittels Fallstudien • Methodische Entwicklung eigener Ideen zur Innovation von Geschäftsmodellen				
5	Teilnahmevoraussetzungen Keine				
6	Prüfungsformen Klausur (90 M.) oder Hausarbeit mit mündlicher Prüfung bzw. Referat und praktischen Übungen				
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				

11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen • Albers, Sönke; Gassmann, Oliver: Handbuch Technologie- und Innovationsmanagement. Wiesbaden 2015. • Disselkamp, Markus: Innovationsmanagement. 2. Auflage. Wiesbaden 2012. • Hauschildt, Jürgen et al.: Innovationsmanagement. 6. Auflage. 2016. • Kägi, Martin: Innovationsmanagement: Orientierung im Gebirge der modernen Methoden. buch & netz 2017. • Dietmar Vahs; Alexander Brem: Innovationsmanagement - Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung. 5. Auflage. Stuttgart 2015. Weitere aktuelle Literatur wird vom Dozenten während der Veranstaltung bekanntgegeben.
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Rolf Tappe

Innovationsmanagement 2					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
3691	150 h	5	6./8. Sem.	Mind. einmal jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Innovationsmanagement 2	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 100 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Aufbauend auf der Veranstaltung „Innovationsmanagement 1“ wenden die Studierenden in kleinen Gruppen (ca. 3-5 Personen) ihr erlangtes Wissen bzw. ihre Kompetenzen in einem konkreten Praxisprojekt an. Hierzu wählen sie in Abstimmung mit dem beteiligten Unternehmen einen Bereich bzw. Thema aus, für welches es eine Innovation bzw. Innovationsansätze zu entwickeln gilt. Anschließend entwickeln die Studierenden mit Hilfe der im Vertiefungsmodul A erlernten Methoden und Prozesse konkrete Innovationsansätze, die im weiteren Verlauf des Kurses validiert und weiterentwickelt werden. Als Projektergebnis soll eine relevante, validierte und wirtschaftlich belastbare Innovationsidee und ein korrespondierender Implementierungsplan entwickelt werden. Die Studierenden haben entsprechend relevante Methoden und Instrumente des Innovationsmanagements erfolgreich angewendet. Dabei haben sie typische Unwägbarkeiten und Hindernisse eines Innovationsprozesses kennengelernt und erfolgreiche Strategien und Maßnahmen zur erfolgreichen Bewältigung derselben entwickelt und umgesetzt.				
4	Lehrformen Projektarbeit				
3	Inhalte - Entwicklung und Validierung von konkreten Innovationsideen (ggf. inkl. eines Prototypen) - Steuerung und Management des Innovationsprozesses mittels innovativer und agiler Methoden - Entwicklung eines Markteinführungskonzeptes und Erstellung eines Business Plans - Präsentation der Innovationsidee vor den relevanten Entscheidungsträgern des Auftragsgebers				
5	Teilnahmevoraussetzungen Kenntnisse des Moduls „Innovationsmanagement 1“				
6	Prüfungsformen Praxisprojekt mit Projektdokumentation (inkl. Lerntagebuch und Business Plan) sowie Präsentation der Projektergebnisse				
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				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen Albers, Sönke; Gassmann, Oliver: Handbuch Technologie- und Innovationsmanagement. Wiesbaden 2015. Disselkamp, Markus: Innovationsmanagement. 2. Auflage. Wiesbaden 2012. Hauschildt, Jürgen et al.: Innovationsmanagement. 6. Auflage. 2016. Kägi, Martin: Innovationsmanagement: Orientierung im Gebirge der modernen Methoden. buch & netz 2017. Dietmar Vahs; Alexander Brem: Innovationsmanagement - Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung. 5. Auflage. Stuttgart 2015. Weitere aktuelle Literatur wird vom Dozenten während der Veranstaltung bekanntgegeben.				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Rolf Tappe				

Innovationspolitik						
Kennnummer 5031		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. oder 6. Sem. / 7. oder 8. Sem.	Häufigkeit des Angebots ein- bis zweimal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Innovationspolitik (kann sowohl auf Deutsch als auch auf Englisch angeboten werden)		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h		Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die allgemeinen Kenntnisse aus den beiden grundlegenden Modulen der Volkswirtschaftslehre werden themenspezifisch für den Bereich „Innovationspolitik“ vertieft. Die Studierenden lernen einerseits ökonomisch relevante Besonderheiten von Innovationen und Innovationsprozessen (bspw. Sicherung von Eigentumsrechten, Unsicherheit und Zeitbedarf, Ablehnung von Innovationen und die grundlegende Problematik von Informationsasymmetrien bei Interessenkollision) kennen. Andererseits werden sie mit den Herausforderungen, die eine innovationsanreizverträgliche und -fördernde Politik mit sich bringt, vertraut gemacht. Aufbauend auf einer innovationsbezogenen theoretischen Erweiterung der Mikro- und Makroökonomie werden die im Modul „Makroökonomie und Wirtschaftspolitik“ vermittelten wirtschaftspolitischen Grundlagen anhand aktueller Themen vertieft. Die Studierenden werden so einerseits in die Lage versetzt, die grundsätzliche Notwendigkeit innovationspolitischer Maßnahmen zu erkennen. Andererseits wird ihnen aber auch deutlich, dass verschiedene Wege zur Förderung und Unterstützung und Anreizsetzung von Innovationen und Innovationsprozessen möglich sind, mit denen sich aber sehr unterschiedliche Folgen für den Innovationserfolg von Unternehmen und Volkswirtschaften verbinden. Insbesondere sollen Innovationen auch unter dem Aspekt der nachhaltigen Unternehmens- und Umweltentwicklung im globalen Wettbewerbsstreben um Standards aufgegriffen werden. So können innovationspolitische Steuerungsmaßnahmen im Vertiefungsmodul im Hinblick auf ihre nachhaltige Wirkung auch anhand von Beispielen zugänglich gemacht und unter Anwendung geeigneter Literaturquellen einer kritischen Bewertung unterzogen werden.					
3	Inhalte Regelmäßig: Innovationspolitische Grundlagen • Innovationsprozess und Innovationsprozessmanagement • institutionelle Rahmenbedingungen und angrenzende Politikbereiche • Ökonomische Besonderheiten von Forschung und Entwicklung in neueren Forschungsbereichen • Staatliche Innovationsförderung versus Anreizkompatibilität • Nachhaltige Wettbewerbsstrategien für innovationspolitische Zielsetzungen • Patentschutz, Patentmanagement und Corporate Governance • Position Deutschlands im internationalen Wettbewerb • Räumliche Innovationsunterschiede Wechselnde Vertiefung und Konkretisierung anhand ausgewählter Themengebiete. Im Sommersemester 2021 waren dies u.a. • Anreizsetzungen und Anreizverträglichkeit für die Innovationspolitik • Technische Innovationen, Diffusionsprozesse und Plagiate • Netzprodukte und soziale Innovationen • Der Wissenstransfer zwischen Wissenschaft und Wirtschaft • Innovationskooperationen von Unternehmen • Innovationswiderstände in Unternehmen und in der Gesellschaft • Nanotechnologie-, HDTV-, LTE-, 4K- Technologie-Standards als Beispiele für das Zusammenwirken technischer und sozialer Innovationen • Elektroflottenmobilität und Ladeinfrastruktur					

	• Softwareplattformen als Industrie-Digital-Standard technischer und sozialer Innovationen • Finanzielle Innovationen • Weltraumforschung : Weltraumtourismus, Entsorgungssysteme von Satelliten, Asteroidenabwehrsysteme und ihre Nutzung zur Rohstoffgewinnung im Weltraum.
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit Vorträgen der Teilnehmenden
5	Teilnahmevoraussetzungen Vorkenntnisse aus den Modulen „Mikroökonomie“ sowie „Makroökonomie und Wirtschaftspolitik“ sind unentbehrlich.
6	Prüfungsformen Hausarbeit/Referat mit mündlicher 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 5/270
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. / competitive advantages
- Porter, Michael E. (neueste Auflage) Wettbewerbsstrategie, Fft./M. / competitive 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: Gázsó, A. / Greßler, S. / Schimer, F. (Hrsg.): Nano. Chancen und Risiken aktueller Technologien
- Renn, O: Wie aufgeschlossen sind die Deutschen gegenüber der Technik?, in: Rektorat der Universität Stuttgart (Hrsg.): Themenheft Forschung Kultur und Technik
- Wildemann, H. u.a.: Plagiatschutz - Handlungsspielräume der produzierenden Industrie gegen Produktpiraterie, München.
- Wissenschaftsrat: Empfehlungen zur Interaktion von Wissenschaft und Wirtschaft, Oldenburg.
- Gomber, P. / Pujo, G. / Wranik, A. (2011). Best-Execution - Umsetzung der regulatorischen Anforderungen im Zeitablauf, in : Corporate Finance biz ,2.Jg. (2011) Heft 01/2011, Seite 24 -37 .

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

Literarische Vertiefungen sind bei der gestellten Themenbelegung für die Anfertigung einer Hausarbeit notwendig.

Insolvenzrecht						
Kennnummer		Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
4101		150 h	5	5. oder 6. Sem. / 7. oder 8. Sem.	Jedes Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Insolvenzrecht		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h		Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Das Modul vermittelt die wesentlichen Grundkenntnisse des Insolvenzrechts. Die Studierenden werden befähigt, die juristischen Rahmenbedingungen von Insolvenzfällen zu beurteilen und die für sie praxisrelevanten juristischen Aufgabenstellungen zu analysieren und zu lösen.					
3	Inhalte • Wirtschaftliche Relevanz, Ziel und Einordnung des Insolvenzrechts • Insolvenzfähigkeit und Insolvenzgründe • Ablauf des Insolvenzverfahren • Rechte und Pflichten des Insolvenzverwalters • Rechte und Pflichten des Insolvenzschuldners • Rechte und Pflichten der Insolvenzgläubiger • Grundzüge des Insolvenzplanverfahren • Arbeitsverhältnisse im Insolvenzverfahren • Grundzüge der Verbraucherinsolvenz • Grundzüge des internationalen Insolvenzrechts • Grundzüge des Insolvenzstrafrechts					
4	Lehrformen Seminar					
5	Teilnahmevoraussetzungen keine					
6	Prüfungsformen Klausur (90 M.) oder Hausarbeit/Referat mit mündlicher 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 5/270					
10	Modulbeauftragte/r ; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Renner					
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Bork: Einführung in das Insolvenzrecht • Ehricke /Biehl /Damerius: Insolvenzrecht • Runkel: Anwaltshandbuch Insolvenzrecht • Schulz/Ulrich/Lessing: Handbuch Insolvenz Weitere Literaturhinweise werden in der Veranstaltung gegeben.					

International Economic Policy					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
5071	150 h	5	5. oder 6. Sem. / 7. oder 8. Sem.	In der Regel im Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen International Economic Policy		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden werden in die Lage versetzt, Fragen der internationalen Wirtschaftspolitik mit Hilfe der volkswirtschaftlichen Theorie (v.a. Mikro- und Makroökonomie) zu beantworten. Die Schwerpunktthemen „Globalisierung“ und „europäische Integration“ werden anhand von Fallstudien zu einzelnen politischen Maßnahmen und Entscheidungen bearbeitet. Neben grundsätzlichen Fragen des internationalen Handels werden aktuelle Themen (z.B. TTIP) diskutiert. Dadurch lernen die Studierenden, die Bedeutung der internationalen Verflechtungen für Wirtschaft und Gesellschaft in Deutschland und Europa einzuschätzen. Zusätzlich entwickeln sie ein besseres Verständnis für andere Kulturen, die Notwendigkeit zur internationalen Zusammenarbeit und die Rolle von internationalen Organisationen (Weltbank, IWF, EU, G8 etc.). Um ein den Inhalten angemessenes internationales Umfeld zu schaffen, findet die Veranstaltung in englischer Sprache statt.				
3	Inhalte • Internationaler Handel • Währungen und Wechselkurse • Wirtschaftliche Aspekte der Globalisierung • Wirtschaftliche Aspekte der europäischen Integration				
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht, Projektarbeit				
5	Teilnahmevoraussetzungen Grundlegende Kenntnisse aus den Modulen „VWL 1“, „VWL 2“ und Fähigkeit zum wissenschaftlichen Schreiben und Präsentieren wird empfohlen.				
6	Prüfungsformen Hausarbeit/Referat mit mündlicher Prüfung				
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 5/270				
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.				

Interkulturelle Kompetenzen					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
3021	150 h	5	5./7. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Wahl aus verschiedenen Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße in Abhängigkeit vom Angebot
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Studierende lernen mit Personen anderer Kulturen erfolgreich und angemessen zu interagieren. Sie erlangen die Fähigkeit, kulturbedingte Unterschiede im Denken, Fühlen und Handeln zu verstehen, zu respektieren und ihr Verhalten danach zu richten.				
3	Inhalte: Aus dem Veranstaltungskatalog des Instituts für Studienerfolg und Didaktik (ISD) können die Studierenden aus den folgenden Bereichen wählen: • Sprachen • Diversity Kompetenzen Das aktuelle Kursangebot inkl. Kursbeschreibung wird auf der Homepage des Instituts für Studienerfolg und Didaktik https://isd.hs-bochum.de veröffentlicht. Es können weitere Lehrveranstaltungen mit interkulturellen Bezug nach Aktualität und Bedarf angeboten werden.				
4	Lehrformen Siehe jeweilige Kursbeschreibung aus dem ausgewähltem Angebot des Katalogs des ISD				
5	Teilnahmevoraussetzungen Siehe jeweilige Kursbeschreibung aus dem ausgewähltem Angebot des Katalogs des ISD Die Studierenden dürfen nur Sprachen auswählen, die der jeweiligen Sprachrichtung des Studienganges nicht entsprechen.				
6	Prüfungsformen Siehe jeweilige Kursbeschreibung aus dem ausgewähltem Angebot des Katalogs des ISD				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Aktive Teilnahme und eine mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) BA-International Business and Management				
9	Stellenwert der Note für die Endnote 5/270				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Martina Meyer-Schwickerath; div. Lehrkräfte des ISD – Studium PLUS				
11	Literaturempfehlungen Je nach Wahl der Veranstaltung aktuelle spezifische Empfehlungen				

Internationales Management 1						
Kennnummer 3181		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. Sem./7. Sem.	Häufigkeit des Angebots einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Internationales Management 1		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h		Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Veranstaltung vermittelt Wissen in einem gesamtwirtschaftlich-globalen Kontext. Die Studierenden lernen Umfeld, Abläufe und Wirkungen des internationalen Wirtschaftsgeschehens zu begreifen, außenwirtschaftlich relevante Begriffe, Zusammenhänge und Entwicklungen zu erklären und zu interpretieren und die verschiedenen betriebswirtschaftlichen Funktionen unter dem Aspekt grenzüberschreitender Faktorströme im Rahmen einer nachhaltigen Gesamtbetrachtung zu analysieren.					
3	Inhalte Folgende Schwerpunkte werden behandelt: • Internationalisierung der Wirtschaft • Der außenwirtschaftliche Ordnungsrahmen • Auswirkungen der Globalisierung • Freihandelsabkommen / Zollunion • Gemeinsamer Markt • Wirtschafts- und Währungsunion • High Speed Management • Internationale Markteintrittsbarrieren (politisch-rechtlich, ökonomisch, verhaltensbedingt) • Tarifäre und nicht-tarifäre Handelsbeschränkungen • Marktauswahl und Markterschließung (Blue- und Red- Ocean-Modelle) • Timing des Markteintritts • Formen des Markteintritts (exportbezogen, intermediär, hierarchisch) • Zollwirkungen • Internationale Kundentypen					
4	Lehrformen seminaristischer Unterricht mit Fallstudien und Projektarbeiten					
5	Teilnahmevoraussetzungen keine					
6	Prüfungsformen Hausarbeit/Präsentation und Klausur (90 M.)					
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 5/270					
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Austermann; Prof. Dr. Meyer-Schwickerath					
11	Sonstige Informationen 1) Arbeitsunterlagen und spezielle Literaturempfehlungen, die zu Beginn des Semesters bekannt gegeben werden 2) allgemeine Literatur (in der jeweils aktuellsten Auflage):					

	• Büter, C.: Grundlagen globaler und innergemeinschaftlicher Handelsbeziehungen • Dülfer, E. u.a.: Internationales Management in unterschiedlichen Kulturbereichen • Hollensen, S. : Essentials of Global Marketing • Krugman, P., u.a. Internationale Wirtschaft, Theorie und Politik der Außenwirtschaft
--	--

Internationales Management 2						
Kennnummer		Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
3581		150 h	5	6. Sem./8. Sem.	einmal jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Internationales Management 2		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h		Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Aufbauend auf der Veranstaltung „Internationales Management 1“ sollen die Studierenden in diesem Seminar befähigt werden Investitions-, Beschaffungs- und Absatzentscheidungen im internationalen Kontext zu treffen. Sie sollen vorbereitet werden - mit Kunden und Lieferanten im Ausland zu arbeiten, - in internationalen Unternehmen zu arbeiten, - im Ausland zu arbeiten - mit Chancen und Risiken im internationalen Geschäft umzugehen.					
3	Inhalte Folgende Schwerpunkte werden behandelt: - Internationale Kaufmotive - Internationale Kaufverträge - Internationale Lieferbedingungen - Internationale Zahlungsbedingungen - Zollabwicklung / Zollverfahren / Zollrechtliche Bestimmungen - Internationale Besteuerung - Finanzierung des Auslandsengagements - Kommerzieller, industrieller und finanzieller Countertrade - Internationale Personalpolitik - Haftung im internationalen Management - Risiken im internationalen Management und Umgang mit Risiken - Interkulturelle Absicherung des internationalen Markteintritts					
4	Lehrformen seminaristischer Unterricht mit Fallstudien und Projektarbeiten					
5	Teilnahmevoraussetzungen Inhalte von „Internationales Management 1“					
6	Prüfungsformen Klausur (90 M.) oder Hausarbeit/Referat mit mündlicher Prüfung					
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung					
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) BA-Wirtschaftswissenschaften BA-International Business and Management BA-Wirtschaftsingenieurwesen					
9	Stellenwert der Note für die Endnote 5/270					
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Austermann; Prof. Dr. Meyer-Schwickerath					
11	Sonstige Informationen 1) Arbeitsunterlagen und spezielle Literaturempfehlungen, die zu Beginn des Semesters bekannt gegeben werden 2) allgemeine Literatur (in der jeweils aktuellsten Auflage): Dülfer, Eberhard u.a.: Internationales Management in unterschiedlichen Kulturbereichen					

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

Jahresabschluss: Ausgewählte Fragen der nationalen und internationalen Rechnungslegung						
Kennnummer 4121		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. oder 6. Sem. / 7. oder 8. Sem.	Häufigkeit des Angebots Mind. einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Jahresabschluss: Ausgewählte Fragen der nationalen und inter- nationalen Rechnungslegung		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h		Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden lernen aufbauend auf den Kenntnissen aus dem Fach Jahresabschluss, eigenständig ausgewählte Fragen der nationalen und internationalen Rechnungslegung zu be- und erarbeiten. Zunächst werden die ausgewählten Fragestellungen in der ganzen Gruppe fachlich aufgearbeitet. Die Lehrenden geben dabei die Rahmenbedingungen vor, die Studierenden agieren als Forscher auf ihrem Gebiet. Den Studierenden wird ein Umfeld geboten, in welchem sie aktiv und selbstbestimmt lernen und wissenschaftliche Erfahrungen sammeln können. Anschließend erarbeiten die Studierenden in Kleingruppen ein Konzept, wie Dritten die Antwort auf die Fragestellung vor allem auf Basis digitaler Medien in angemessener Zeit vermittelt werden kann, sie wechseln somit vom Lernen zum Lehren. Die Studierenden erwerben dabei die wichtige Kompetenz, schwierige Sachverhalte einfach darzustellen und zu vermitteln, eine Kernkompetenz für eine erfolgreiche Karriere.					
3	Inhalte • Bilanzierung des Goodwill nach HGB und IFRS im Vergleich • Der Eigenkapitalsspiegel im Abschluss nach IFRS. • Überleitung vom erwarteten zum ausgewiesenen Steueraufwand – die Königsdisziplin? • Darstellung und Interpretation der Währungsumrechnung im Einzel- und Konzernabschluss. • Imparitätsprinzip - Die Vorschriften des HGB und IFRS im Vergleich • Zahlenfriedhof oder Informationsquelle? - Bilanzanalyse am Beispiel eines Konzernabschlusses • Hedge Accounting - Die Abbildung von Sicherungsbeziehungen im Abschluss nach HGB und IFRS. • Bilanzierung von Sachanlagen im internationalen Kontext. • Finanzinstrumente im Abschluss nach HGB und IFRS.					
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht und Gruppenarbeit					
5	Teilnahmevoraussetzungen Solide Kenntnisse in Buchhaltung(technik) und Jahresabschluss sind unerlässlich. Zudem sind grundlegende Kenntnisse in den Bereichen Controlling, Kostenrechnung und betrieblicher Steuerlehre erforderlich.					
6	Prüfungsformen Hausarbeit/Referat mit mündlicher 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 5/270					
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Hendler; Prof. Dr. Theile					
11	Sonstige Informationen Die erstellten digitalen Lehrmedien mit entsprechender Qualität können künftig in einer digitalen Bibliothek erfasst und über die Hochschule allen künftigen Studierenden zur Verfügung gestellt werden. Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Baetge/Kirsch/Thiele, Bilanzen • Coenenberg/Haller/Schultze, Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse					

	• Meyer/Theile, Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht • Zülch/Hendler, Bilanzierung nach International Financial Reporting Standards (IFRS)
--	--

Kommunikationspolitik, insbesondere Werbung						
Kennnummer 4141		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. oder 6. Sem. / 7. oder 8. Sem.	Häufigkeit des Angebots Sommersemester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Kommunikationspolitik		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen					
Die aktuelle Kommunikationssituation stellt neue und hohe Anforderungen an die Unternehmen – obwohl auf der einen Seiten eine immer differenziertere Medienlandschaft und vielfältige Kommunikationsinstrumente zur Verfügung stehen, wird es auf der anderen Seite schwieriger, den anspruchsvollen modernen Kunden zu erreichen. Das Seminar vermittelt aktuelle Entwicklungen, Instrumente und Methoden moderner Marktkommunikation. Der Studierende lernt, diese Instrumente gezielt für Unternehmen zur Erreichung werblicher Ziele einzusetzen. Methoden der Budgetierung von Kommunikationsmaßnahmen werden ebenso wie Methoden zur Wirkungsmessung von Kommunikation erlernt. Auf die Zusammenarbeit mit Agenturen zur Entwicklung von Werbemaßnahmen werden die Studierenden anhand von Fallbeispielen vorbereitet.						
3	Inhalte					
Wie werden Werbung und andere Kommunikationsinstrumente aufgebaut und gezielt eingesetzt? • Kommunikationssituation heute (gesellschaftliche, gesetzliche, mediale Grundlagen, Marktstrukturen) • Klassische Werbung (Aufbau einer Kampagne, Mediaeinsatz, Agenturauswahl, Erfolgsmessung, Analyse von Werbebeispielen) • Verkaufsförderung / Sales Promotion, Public Relations • Sponsoring, Event-Marketing, Product Placement • Persönlicher Verkauf (Verbale/Nonverbale Kommunikation, Körper-/Objektsprache) • Internet basierte Ansätze: Virales Marketing, Affiliate Marketing, Social Media Marketing						
4	Lehrformen					
Seminar, Diskussion aktueller Beispiele, Fallbeispiele						
5	Teilnahmevoraussetzungen					
Grundlegende Kenntnisse in „Grundlagen Marketing“						
6	Prüfungsformen					
Klausur (90 min) oder Hausarbeit/Referat mit mündlicher 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					
5/270						
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende					
Prof. Dr. Stark						
11	Sonstige Informationen					
Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):						
• Bruhn, M.: Kommunikationspolitik - Systematischer Einsatz der Kommunikation für Unternehmen • Kloos, I.: Werbung - Handbuch für Studium und Praxis						

Kostenmanagement 1					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
3191	150 h	5	5. Sem./7. Sem.	einmal jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Kostenmanagement		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Der Studierende erlernt die wesentlichen Techniken eines modernen Kostenmanagements zur Unternehmenssteuerung. Hierzu zählt zunächst die Abkehr von der Istkostenrechnung auf Vollkostenbasis auf die zur Vereinfachung mit bereits planerischen Elementen behafteten Zuwendung zur Normalkostenrechnung. Mit dieser einführenden Betrachtung erlernt er ferner typische Abrechnungselemente der sich anschließenden Plankostenrechnung kennen. Neben den allgemeinen Voraussetzungen wird dem Studierenden im Rahmen der Plankostenrechnung insbesondere der auf die Wirtschaftlichkeitskontrolle ausgerichtete Soll-Ist-Vergleich vermittelt. Er lernt die wesentlichen Möglichkeiten der produktorientierten Abweichungen kennen, um somit echte Unwirtschaftlichkeitsabweichungen beurteilen zu können. Im Mittelpunkt der Teilkostenrechnung steht die break-even-Analyse und insbesondere die Deckungsbeitragsrechnung als wichtiges Instrument der operativen Entscheidung. Dem Studierenden werden die möglichen Entscheidungsansätze bei der Ein- und Mehrproduktunternehmung, bei Engpässen, der Verfahrenswahl oder des make or buy-Problems aufgezeigt. Abschließend lernt er die wesentlichen Ausprägungen ergebnisspezifischer Ausgestaltungsmöglichkeiten der Teilkostenrechnung kennen. Im Rahmen des vierten Themenschwerpunktes des Kostenmanagements stehen Aspekte neuerer Ansätze. Dem Studierenden werden die Grundzüge der Prozesskostenrechnung, der Zielkostenrechnung, der Produktlebenszykluskostenrechnung sowie der konstruktionsbegleitenden Kalkulation vermittelt. Er erlernt die hier anzuwendenden Techniken und weiß diese adäquat einzuordnen und einzusetzen.				
3	Inhalte I. Normalkostenrechnung • Lernziele / Einführung • die Sekundärkostenrechnung in der Normalkostenrechnung • die (Haupt-)kostenstellen- und Kostenträgerrechnung in der Normalkostenrechnung II. Plankostenrechnung • Lernziel / Einführung • System der Plankostenrechnung • allgemeine Voraussetzungen • Planung und Kontrolle der Kosten • Plankalkulation III. Teilkostenrechnung • Lernziele /Einführung • Methoden der Kostenauflösung • break-even-Analyse im Ein- und Mehrproduktunternehmen • die Deckungsbeitragsrechnung als Entscheidungshilfe • Ergebnisvarianten der Deckungsbeitragsrechnung IV. Neuere Ansätze • Prozesskostenrechnung • Zielkostenrechnung • Produktlebenszykluskostenrechnung • konstruktionsbegleitende Kalkulation				
4	Lehrformen Vorlesung, Übung, seminaristische Gestaltung durch Referatseinbringung und Fallstudienbearbeitung				
5	Teilnahmevoraussetzungen				

	Das Modul setzt grundlegende Kenntnisse in „Kostenrechnung“ voraus
6	Prüfungsformen Klausur (90 M.) oder Hausarbeit/Referat mit mündlicher 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 BA-Wirtschaftsingenieurwesen
9	Stellenwert der Note für die Endnote 5/270
10	Modulbeauftragte/r ; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Wiesmann
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Brecht, U., Kostenmanagement, Wiesbaden 2005 • Coenenberg, A.G., Kostenrechnung und Kostenanalyse • Däumler, K.D./ Grabe, J., Kostenrechnung 2, Deckungsbeitragsrechnung, Kostenrechnung 3, Plankostenrechnung • Ehrlenspiel, K., Integrierte Produktentwicklung • Haberstock, L., Kostenrechnung II, bearb. von Breithecker, V. • Joos-Sachse, Tk., Controlling • Kilger, W., Flexible Plankostenrechnung und Deckungsbeitragsrechnung • Michel, R. / Torspeken, H.D. / Jandt, J., Neuere Formen der Kostenrechnung, Kostenrechnung II • Rechenfelderbäumler, M., Entwicklungsstand und Perspektiven der Prozesskostenrechnung • Remer, D., Einführen der Prozesskostenrechnung • Rüth, D., Kostenrechnung, Band I • Rüth, D., Kostenrechnung II • Schmidt, A., Kostenrechnung

Kostenmanagement 2						
Kennnummer		Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
3591		150 h	5	6. Sem./8. Sem.	einmal jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit		Selbststudium	geplante Gruppengröße
	Kostenmanagement		4 SWS / 60 h		90 h	25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen					
	Im zweiten Studienabschnitt werden die wesentlichen Fragestellungen des ersten Studienabschnittes als Referatsthemen wieder aufgegriffen. Der Student soll hier zeigen, dass er die fachliche Kompetenz besitzt, die vorzustellende Fragestellung auch einem breiteren Publikum zu vermitteln. Neben der fachlichen Kompetenz dient der zweite Studienabschnitt auch der Vermittlung sprachlicher (power point-Präsentation) sowie sozialer Kompetenzen (Erstellung von gruppenbezogenen Fallstudien / Übungsaufgaben).					
3	Inhalte					
	1. Normalkostenrechnung - Lernziele / Einführung - die Sekundärkostenrechnung in der Normalkostenrechnung - die (Haupt-)kostenstellen- und Kostenträgerrechnung in der Normalkostenrechnung 2. Plankostenrechnung - Lernziel / Einführung - System der Plankostenrechnung - allgemeine Voraussetzungen - Planung und Kontrolle der Kosten - Plankalkulation 3. Teilkostenrechnung - Lernziele /Einführung - Methoden der Kostenauflösung - break-even-Analyse im Ein- und Mehrproduktunternehmen - die Deckungsbeitragsrechnung als Entscheidungshilfe - Ergebnisvarianten der Deckungsbeitragsrechnung 4. Neuere Ansätze - Prozesskostenrechnung - Zielkostenrechnung - Produktlebenszykluskostenrechnung - konstruktionsbegleitende Kalkulation					
4	Lehrformen					
	Vorlesung, Übung, seminaristische Gestaltung durch Referatseinbringung und Fallstudienbearbeitung					
5	Teilnahmevoraussetzungen					
	Inhalte von „Kostenrechnung 1“					
6	Prüfungsformen					
	Klausur (90 M.) oder Hausarbeit/Referat mit mündlicher 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					
	BA-Wirtschaftsingenieurwesen					
9	Stellenwert der Note für die Endnote					
	5/270					

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

Lean Management und Logistikinnovationen					
Kennnummer 4161	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. oder 6. Sem. / 7. oder 8. Sem.	Häufigkeit des Angebots Mind. einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Lean Management und Logistikinnovationen		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden kennen und verstehen die zentralen Prinzipien und Methoden des Lean Managements. Sie sind in der Lage, schlanke und effiziente organisatorische Strukturen und Prozesse zu entwickeln sowie diese auf unterschiedliche Unternehmensbereiche (z. B. Produktion, Verwaltung, Vertrieb, Logistik etc.) anzuwenden. Dies gilt als Basis für die Erarbeitung von weitergehenden Konzepten für eine zukunftsfähige Produktion und Logistik				
3	Inhalte I Lean Management als Basis für schlanke und effiziente Organisationen/Prozesse • Von der Prozessoptimierung zu innovativen Prozessen • Grundlagen des Lean Managements – KAIZEN und Verschwendung minimieren • Prinzipien einer schlanken und effizienten Organisation • Qualitätsmanagement als Basis für effiziente Abläufe • Das Toyota Produktionssystem als Erfolgsbeispiel • Transfer von Lean Management auf unterschiedliche Branchen/Unternehmensbereiche II Lean Management Fallstudie • Anwendung der Methodik „Wertstromdesign“ auf eine konkrete Fallstudie. • Mehrwöchige betreute Gruppenarbeit im Rahmen der Veranstaltungstermine • Anwendung der Lean-Methodenkompetenz auf die Fallstudie • Entwicklung eines Masterplans für die Umsetzung inkl. Change Management III Aktuelle Trends in Produktion und Logistik: Industrie 4.0 • Beschreibung des Übergangs zur 4. Industriellen Revolution • Cyber-Physische Systeme und das Internet der Dinge • Die Digitale Transformation • Die Rolle des Menschen in Industrie 4.0 • Übertragung von Industrie 4.0 Paradigmen auf andere Unternehmensbereiche VI Zukünftige Entwicklungen in Produktion und Logistik • Morgenstadt/Demografischer Wandel: Versorgung der Stadt der Zukunft • Dienstleistungsinnovationen: Digitalisierung und Hybride Produkte • Mobilität der Zukunft: Elektromobilität und die Folgen • Smart Services in Produktion und Logistik				
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht				
5	Teilnahmevoraussetzungen keine				
6	Prüfungsformen Hausarbeit				
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; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr.-Ing. Michael Toth
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (aktuelle Literatur wird vom Dozenten zu Beginn der Veranstaltung bekanntgegeben)

Marketing 1: Strategisches Marketing						
Kennnummer 3211		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. Sem./7. Sem.	Häufigkeit des Angebots einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Strategisches Marketing		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h		Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Ziel des Moduls ist es, Marketingkenntnisse aus dem Grundstudium zu vertiefen und in den strategischen Zusammenhang zu stellen, um damit die Studierenden zu einer marktorientierten Unternehmensführung zu befähigen. Die Studierenden begreifen das Wesen des Strategischen Marketing als übergreifende Klammer zur operativen Ebene, die im Grundstudium vermittelt wurde.					
3	Inhalte Techniken zur Situationsanalyse als Ausgangsbasis für die Entwicklung einer Marketingkonzeption werden vermittelt. Die Studierenden lernen die komplexen Zielbündel des Marketings im ökonomischen und vor-ökonomischen Spannungsfeld kennen. Die darauf aufbauende Systematik und die Handlungsoptionen strategischer Entscheidungen werden erarbeitet. Die Studierenden werden befähigt, strategische Methoden zur Strategieentwicklung anzuwenden (Produkt-Markt-Matrix; Scoringmodelle; Segmentierungsansätze; GAP-Analysen; Portfoliomethode etc.) Die notwendige Praxisorientierung im Modul wird durch (Gruppen)Arbeiten mit Fallbeispielen - ergänzt durch Praktikervorträge und Diskussionen - erreicht.					
4	Lehrformen Seminar, Übungen, Fallbeispiele					
5	Teilnahmevoraussetzungen Grundlegende Kenntnisse in „Grundlagen Marketing“					
6	Prüfungsformen Klausur (90 Minuten) oder Hausarbeit/Referat mit mündlicher 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 BA-Wirtschaftsingenieurwesen					
9	Stellenwert der Note für die Endnote 5/270					
10	Modulbeauftragte; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Ritzerfeld-Zell; Prof. Dr. Schlottmann; Prof. Dr. Stark					
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Becker, J.: „Marketing-Konzeption“ • Bruhn, „Marketing – Grundlagen für Studium und Praxis“ • Kotler, P./Keller, K./Bliemel, F.: „Marketing-Management“ • Meffert, H.: „Internationales Marketing-Management“ • Winkelmann, P.: „Marketing und Vertrieb“					

Marketing 2: Branchenorientierung und Spezialgebiete des Marketing						
Kennnummer 3611		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 6. Sem./8. Sem.	Häufigkeit des Angebots einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Branchenorientierung und Spezialgebiete des Marketing		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h		Selbststudium 100 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Adaption des Marketingprinzips auf spezifische Branchen sowie Einzelfragen des Marketingmix werden von den Studierenden erarbeitet und in Form von Referaten zur Diskussion gestellt. Dadurch lernen die Studierenden u.a. die Besonderheiten des Handels-, Dienstleistungs- und Industriegütermarketing sowie das Non-Profit-Marketing kennen. Ziel ist es, die Studierenden im Sinne einer fokussierten Berufsorientierung zu befähigen, strategische und operative Marketingentscheidungen angepasst an die Besonderheiten spezifischer Branchen und an neueste Methoden zu treffen.					
3	Inhalte Die branchenabhängigen Besonderheiten des Marketings, dargestellt an Praxisbeispielen, bilden den inhaltlichen Schwerpunkt. Zudem werden die Grundlagen des operativen Marketings aus dem Grundstudium aufgegriffen und auf dieser Basis ausgewählte Fragen zu den Marketinginstrumenten vor allem hinsichtlich aktueller Trends und neu entwickelter Methoden diskutiert. Einen eigenen inhaltlichen Schwerpunkt stellt die Auseinandersetzung mit Vertriebsprozessen dar. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, strategische wie auch operative Entscheidungen im Rahmen des Vertriebsmanagements und des Multi Channel Marketing treffen zu können.					
4	Lehrformen Referate, Diskussionsrunden, Gastvorträge					
5	Teilnahmevoraussetzungen Inhalte von „Marketing 1“					
6	Prüfungsformen Hausarbeit mit mündlicher Prüfung, Referat oder Portfolioprüfung					
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 5/270					
10	Modulbeauftragte; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Ritzerfeld-Zell; Prof. Dr. Schlottmann; Prof. Dr. Stark					
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Wechselnd, je nach Auswahl der Referatsthemen					

Marktforschung						
Kennnummer 4171		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. oder 6. Sem. / 7. oder 8. Sem.	Häufigkeit des Angebots Wintersemester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Marktforschung		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h		Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Marktforschung als Ausgangsbasis für die marktorientierte Führung eines Unternehmens wird systematisch erarbeitet. Von der Entwicklung einer Marktforschungskonzeption, über die Stichprobenfestlegung, Methodenauswahl bis zur Berichterlegung und Ergebnispräsentation einer Marktstudie lernen die Studierenden alle Schritte im Vorgehen von Marktforschungsprojekten kennen. Die Studierenden werden befähigt, Methoden der Primär- und Sekundärforschung erfolgreich einzusetzen, um die notwendigen Kenntnisse über Markt und Trends für ein Unternehmen zu erkennen und somit die Basis für eine nachhaltige Unternehmenssicherung zu legen.					
3	Inhalte Vom Kennenlernen der Marktforschungsinstitute über Vorstellung und Erläuterung der gängigen Methoden (Befragung, Beobachtung, Experiment) werden aktuelle Forschungsansätze der Ad hoc – Forschung, der Test-marktforschung oder des Social Media Monitoring besprochen. Notwendige statistische Grundlagen (bspw. Repräsentativität, Stichprobenverfahren, Prognosemethoden) sind ebenso Inhalte wie Beispielstudien aus der (internationalen) Marktforschungspraxis.					
4	Lehrformen Seminar mit Übungen und Fallbeispiele					
5	Teilnahmevoraussetzungen Grundlegende Kenntnisse in „Grundlagen Marketing“					
6	Prüfungsformen Klausur (90 Minuten) oder Hausarbeit/Referat mit mündlicher 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 5/270					
10	Modulbeauftragte; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Stark					
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlung (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Berekoven /Eckert /Ellenrieder: Marktforschung – methodische Grundlagen und praktische Anwendung • Lutz, B.: Effiziente Marktforschung auf internationalen Märkten					

Methoden in der Erwachsenenbildung					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
4181	150 h	5	5. oder 6. Sem. / 7. oder 8. Sem.	Mind. einmal jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Methoden in der Erwachsenenbildung		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen - Die Vermittlung aktueller Ausbildungsmethoden (u.a. Unterweisungsmethoden, 4-Stufen-Methode, Junioren-firma...). - Einsatz gezielter Methoden zur Gestaltung der kaufmännischen, technischen und gewerblichen Ausbildung unter Berücksichtigung des BBiG. - Vermittlung von Kreativitätstechniken, strategischen und technischen Methoden.				
3	Inhalte - Unterweisungsmethoden in Anlehnung der IHK (BBiG, Berufsbild, Ausbildungsrahmenplan...) 6-3-5 Methode, Szenariotechnik, Methoden im Bereich Ideenmanagement... - Open-Space - Six Sigma, Problemlösetechnik nach Kepner-Tregoe, FME... - Entscheidungsanalyse - Methoden im Bereich I-Learning				
4	Lehrformen Seminar				
5	Teilnahmevoraussetzungen Grundlegende BWL-Kenntnisse				
6	Prüfungsformen Hausarbeit/Referat mit mündlicher 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 BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote 5/270				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Geiger				
11	Sonstige Informationen Literatur (in der jeweils aktuellsten Auflage): - Berufsbildungsgesetz - Handreichungen der IHK Bochum - Jung, Hans: Personalwirtschaft				

Mitarbeiterführung im internationalen Kontext					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
3011	150 h	5	5. Sem./7. Sem.	einmal jährlich	1 Sem.
1	Lehrveranstaltungen Mitarbeiterführung im internationalen Kontext		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über grundlegende Kenntnisse der Mitarbeiterführung in internationalen Unternehmen. Die Teilnehmer sind mit der Rolle der Führungskraft vertraut und wissen, wie diese durch den internationalen Kontext beeinflusst wird. Sie sind in der Lage, das erworbene Wissen zur Führung und zum Verhalten in internationalen Unternehmen auf konkrete Praxissituationen anzuwenden. Dies schließt Elemente des eigenen Verhaltens (Wahrnehmung, Motivation etc.) als auch das Agieren in Gruppen (Führung, Interaktion in virtuellen Teams, Konfliktmanagement etc.) ein.				
3	Inhalte • Der organisationale Kontext (z.B. Formen des Auslandsengagements, Koordinationsmechanismen) • Der interkulturelle Kontext (z.B. kulturvergleichende Studien) • Führungstheorien • Führungsinstrumente • Motivationstheorien • Kommunikation • Konflikt & Verhandlung • Interkulturelle Teamarbeit				
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht				
5	Teilnahmevoraussetzungen Keine				
6	Prüfungsformen Klausur (90 M.) oder Hausarbeit mit Referat				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) BA-International Business and Management				
9	Stellenwert der Note für die Endnote 5/270				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Böttcher , Prof. Dr. Gieselmann, Prof. Dr. Siebenbrock				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (jeweils neueste Auflage): • Engelen, A./ Tholen, E.: Interkulturelles Management • Kauffeld, S. (Hrsg.): Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor • Morschett, D./Schramm-Klein, H./ Zentes, J.: Strategic International Management • Nerdinger, F. W./Blickle, G./Schaper, N.: Arbeits- und Organisationspsychologie • Plate, M.: Grundlagen der Kommunikation, Gespräche effektiv gestalten • Weibler, J.: Personalführung				

Mittelstandspolitik						
Kennnummer 5041		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. oder 6. Sem. / 7. oder 8. Sem.	Häufigkeit des Angebots einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Mittelstandspolitik		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h		Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die allgemeinen Kenntnisse aus den beiden grundlegenden volkswirtschaftlichen Modulen werden themenspezifisch für den Bereich „Mittelstandspolitik“ vertieft. Die Studierenden lernen einerseits ökonomisch relevante Besonderheiten des Mittelstands kennen. Andererseits werden sie mit den Herausforderungen, die eine mittelstandsorientierte Politik mit sich bringt, vertraut gemacht. Aufbauend auf der Mikro- und Makroökonomie werden die im Modul „Makroökonomie und Wirtschaftspolitik“ vermittelten wirtschaftspolitischen Grundlagen anhand aktueller mittelstandsbezogener Themen vertieft. Die Studierenden werden so einerseits in die Lage versetzt, die Bedeutung des Mittelstands für die deutsche Volkswirtschaft zu erkennen. Andererseits wird ihnen aber auch deutlich, dass verschiedene Wege zur Förderung und Unterstützung mittelständischer Unternehmen möglich sind, mit denen sich aber sehr unterschiedliche Folgen für deren wirtschaftlichen Erfolg verbinden und nicht immer eine nachhaltige Unternehmensentwicklung gewährleistet ist.					
3	Inhalte Grundlegend: • Empirische Daten zur Bedeutung des Mittelstandes • Ansätze zur theoretischen Erklärung der Größe von Unternehmen (insb. Transaktionskostentheorie) Ordnungspolitische Themen der Mittelstandspolitik: • Hier werden aktuelle ordnungspolitische Themen, die für den Mittelstand von besonderer Relevanz sind, thematisiert, wie z.B. Föderalismusreform, Reform des Sozialversicherungssystems, Bürokratieabbau, Arbeitsmarktpolitik, Wettbewerbspolitik, Steuerpolitik, Lobbying. Spezielle Themen der Mittelstandspolitik: • Hier werden spezifisch mittelstandsrelevante Themen erörtert, wie z.B. Mittelstandsfinanzierung, Existenzgründung, wirtschaftliche Betätigung der öffentlichen Hand, öffentliches Vergabewesen, Unternehmensnachfolge.					
4	Lehrformen Seminar					
5	Teilnahmevoraussetzungen Vorkenntnisse aus den Modulen Volkswirtschaftslehre 1 und 2 sind unentbehrlich.					
6	Prüfungsformen Hausarbeit/Referat mit mündlicher 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 5/270					
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Häder					
11	Sonstige Informationen					

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

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

Dazu kommen je nach Schwerpunktwahl aktuelle Beiträge vorwiegend aus folgenden Zeitschriften

- Ifo schnelldienst
- Perspektiven der Wirtschaftspolitik
- Wirtschaftsdienst

Als Grundlage für Hausarbeiten u.a.

- Berthold, N.: Mehr Effizienz und Gerechtigkeit: Wege zur Entflechtung des Sozialstaates, in: Perspektiven der Wirtschaftspolitik
- Berthold, N. / Fricke, H.: Blockaden beseitigen und den institutionellen Wettbewerb stärken, in: Wirtschaftsdienst
- Dietze, D. / Kranen, D.H.: Programm der Bundesregierung zum Bürokratieabbau – Erwartungen erfüllt? In: Wirtschaftsdienst
- Henke, K.-D. / Richter, W. F.: Zur Zukunft des Gesundheitsfonds, in: Wirtschaftsdienst
- Neumann, D. u.a.: Die Steuerreformpläne der neuen Bundesregierung und Bürgergeld, in: Wirtschaftsdienst

Dazu kommen je nach Schwerpunktwahl im Seminar aktuelle Beiträge aus Sammelwerken, Monografien und weiteren Zeitschriften. Als Grundlage für Hausarbeiten u.a.

- Bizer, K. u.a.: Volkswirtschaftliche Nutzen und Kosten des Handwerkskammersystems. Berlin .
- Bizer, K.: Mittelstandspolitik im Wettbewerb der Bundesländer, in: Wolf Schäfer (Hrsg.): Wirtschaftspolitik im Systemwettbewerb. Schriften des Vereins für Socialpolitik

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

Modellbildung und Simulation						
Kennnummer 4191		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. oder 6. Sem. / 7. oder 8. Sem.	Häufigkeit des Angebots Mind. einmal jährlich	Dauer 1 Sem.
1	Lehrveranstaltungen Modellbildung und Simulation		Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden lernen die Möglichkeiten und Grenzen des Einsatzes der Modellbildung und Simulation bei Fragestellungen der Nachhaltigkeit kennen. Sie verstehen die Konzepte und Werkzeuge der Methodik System Dynamics, wozu etwa Kausal- sowie Bestands- und Flussdiagramme gehören. Die Studierenden können die Methodik System Dynamics zur Modellierung und Simulation von dynamischen Problemstellungen der Nachhaltigkeit aus der Praxis anwenden und zur Lösungsfindung nutzen.					
3	Inhalte • Aufgaben und Ansatz der Modellbildung und Simulation • Modellbildung und Simulation im Kontext der Nachhaltigkeit • Ziele, Werkzeuge und Konzepte von System Dynamics • Systemmodellierung mit Kausaldiagrammen • Quantitative Modellierung und Simulation • Einführung in die System Dynamics Software Vensim • Erarbeitung, Modellierung und Simulation von Fallbeispielen, z.B. aus den Bereichen Nachhaltige Wertschöpfungsketten, alternative Antriebe und Verkehrskonzepte, Weltmodelle					
4	Lehrformen Vorlesung und Übung teilweise mit Computerunterstützung sowie Fallstudien					
5	Teilnahmevoraussetzungen Inhaltlich:					
6	Prüfungsformen Hausarbeit/Referat mit mündlicher Prüfung					
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 5/270					
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Schröter					
11	Sonstige Informationen Literatur (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Sterman, J.: Business Dynamics: Systems Thinking and Modeling for a Complex World. Boston; London: Irwin/McGraw-Hill. • Morecroft, J.: Strategic Modelling and Business 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 4201		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. oder 6. Sem. / 7. oder 8. Sem.	Häufigkeit des Angebots einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Online Marketing		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h		Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Das Internet hat unser bisheriges Marketingverständnis verändert. Mit dem Durchbruch der Digitalisierung stehen Unternehmen vor der Herausforderung eines dynamischen Wettbewerbs- und Kommunikationsumfeldes. Ziel dieser Veranstaltung ist es, die Besonderheiten des Online Marketings zu vermitteln und die Studierenden an einen sicheren Umgang mit den entsprechenden Marketinginstrumenten heranzuführen. Dabei werden den Studierenden zunächst die wachsende Bedeutung der Internet-Ökonomie sowie die Rahmenbedingungen des Online Marketings näher gebracht. Die Studierenden werden dazu befähigt, Konzeptionen des Online Marketings zu planen und anzuwenden, um den Einsatz innovativer Online Marketing Instrumente verstehen und organisieren zu können. Zudem wird die erforderliche Fähigkeit vermittelt, die Potenziale des Internets, die zum Aufbau und Erhalt von Kundenbeziehungen beitragen, zu erkennen und auszuschöpfen.					
3	Inhalte • Betriebswirtschaftliche Grundlagen des Online Marketing • Rahmenbedingungen des Online Marketing • Konzeptionen des Online Marketing • Instrumente des Online Marketing (Corporate Website, Suchmaschinenmarketing, Onlinewerbung und –PR, Affiliate Marketing, Social Media Marketing, Mobile Marketing, Virales Marketing) • Erfolgskontrolle des Online Marketing					
4	Lehrformen Seminar gestützt auf Fallstudien- und Gruppenarbeiten sowie praxisbezogene Beispiele					
5	Teilnahmevoraussetzungen Grundlegende Kenntnisse in „Grundlagen Marketing“					
6	Prüfungsformen Klausur (90 M.) oder Hausarbeit/Referat mit mündlicher Prüfung					
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 5/270					
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Ritzerfeld-Zell					
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Bernecker, M.; Beilharz, F.: Online-Marketing: Tipps und Hilfen für die Praxis • Kreutzer, Ralf T.: Praxisorientiertes Online Marketing • Lammenett, E.: Praxiswissen Online-Marketing					

Organisation 1						
Kennnummer 3221		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. Sem./7. Sem.	Häufigkeit des Angebots einmal jährlich	Dauer 1 Sem.
1	Lehrveranstaltungen Organisation 1		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h		Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Der Student erlernt neben der wissenschaftlichen Einordnung der Organisationslehre diejenigen Aufgaben kennen, die an die moderne Organisationsgestaltung zu stellen ist. Im Mittelpunkt steht dabei die nachhaltige Organisationsgestaltung innerhalb des Unternehmens.					
3	Inhalte • Organisationswissenschaftliche Grundlagen: Systemtheorie, Organizational Behavior und die Hilfswissenschaften der Organisationsgestaltung • Organisation als Managementaufgabe • Organisationsgestaltung innerhalb des Unternehmens • Organisationsentwicklung: Change Management und Wissensmanagement • Fallstudien zur unternehmensinternen Organisationsarbeit • Vertiefung eines Spezialthemas im Rahmen eines Referates					
4	Lehrformen Seminar					
5	Teilnahmevoraussetzungen keine					
6	Prüfungsformen Hausarbeit (15 Seiten) und 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 5/270					
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Siebenbrock					
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Bleicher, K.: Organisation • Kieser, A. : Walgenbach, Peter, Organisation • Schreyögg, G.: Organisation • Schulte-Zurhausen: Organisation • Siebenbrock, H.: Grundlagen der Organisationsgestaltung und –entwicklung • Siebenbrock, H.: Materialien zur Veranstaltung, abrufbar: http://www.7brock.de/skript • Vahs, D.: Organisation • Zeitschrift Führung + Organisation (zfo)					

Organisation 2						
Kennnummer 3621		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 6. Sem./8. Sem.	Häufigkeit des Angebots einmal jährlich	Dauer 1 Sem.
1	Lehrveranstaltungen Organisation 2		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h		Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Der Student erlernt neben der wissenschaftlichen Einordnung der Organisationslehre diejenigen Aufgaben kennen, die an die moderne Organisationsgestaltung zu stellen ist. Im Mittelpunkt steht dabei die nachhaltige Organisationsgestaltung zwischen den Unternehmen.					
3	Inhalte • Organisationsgestaltung zwischen Unternehmen: Basistechnologien aus der IT, Netzwerkmanagement • Multiprojektmanagement • Fallstudien zur unternehmensübergreifenden Organisationsarbeit • Vertiefung Prozessmanagement im Rahmen von Gruppenarbeit					
4	Lehrformen Seminar					
5	Teilnahmevoraussetzungen keine					
6	Prüfungsformen Open-Book-Prüfung (120 M.)					
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 5/270					
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Siebenbrock					
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Bleicher, K.: Organisation • Kieser, A. : Walgenbach, Peter, Organisation • Schreyögg, G.: Organisation • Schulte-Zurhausen: Organisation • Siebenbrock, H.: Grundlagen der Organisationsgestaltung und –entwicklung • Siebenbrock, H.: Materialien zur Veranstaltung, abrufbar: http://www.7brock.de/skript • Vahs, D.: Organisation • Zeitschrift Führung + Organisation (zfo)					

Personalmanagement 1						
Kennnummer 3231		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. Sem./7. Sem.	Häufigkeit des Angebots einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Personalmanagement 1		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h		Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Marktorientierte Organisationsformen haben in den letzten Jahren zu einem nachhaltigen Wandel in der Personalstruktur vieler Unternehmen geführt. Verstärkte Kundenorientierung, die Anwendung neuer Informationstechnologien und das sehr dynamische geschäftspolitische Umfeld haben die Aufgaben und Arbeitsabläufe stark verändert. Die Fähigkeiten der Mitarbeiter/-innen werden in vielen Bereichen immer weniger von Routinetätigkeiten und immer stärker von komplexen Aufgabenstellungen beansprucht. Diese Entwicklung stellt große Anforderungen an das Personalmanagement der Unternehmen, d.h. an Personalbeschaffung unter Bezugnahme zur Social Media, Sicherung des Mitarbeiterpotentials, Personalcontrolling, Konzepte zur Demografie- und Altersstrukturanalyse, insbesondere jedoch an Aus- und Fortbildung, Entwicklung und Motivation. Behandelt werden Leitsätze, Aktionsfelder und Modelle eines modernen Personalmanagements, das die strategische „Stoßrichtung“ eines Unternehmens aktiv unterstützt. Insbesondere erfolgt auch eine Analyse der Human Ressource unter Nachhaltigkeitsaspekten.					
3	Inhalte Grundlegende Bearbeitung der folgenden Themenbereiche (Auszug): • Arbeitswelt 4.0 • Vertiefung theoretischer Grundlagen des Personalmanagements • Personalplanung (Personalcontrolling) • Recruiting 4.0 • Employer-Branding, Personalmarketing • Personalentwicklung, Führungskräfteentwicklung • Anreizsysteme, Vergütung • Ethik					
4	Lehrformen Vorlesung, Vortrag/Präsentation, Gruppenarbeit/Exkursionen, Interaktion mit Praktika, Unternehmensfallstudien					
5	Teilnahmevoraussetzungen keine					
6	Prüfungsformen Klausur (90 Minuten) mit freiwillig erbrachten Vorleistungen oder Hausarbeit mit Referat					
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 5/270					
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Geiger; Prof. Dr. Gieselmann					
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlung (in der jeweils aktuellsten Auflage) • Berthel, J./Becker, F.G.: Personalmanagement – Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit, Schäffer Poeschel Verlag Stuttgart • Holtbrügge, D.: Personalmanagement, Springer Gabler Verlag Berlin					

- | | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none">• 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• Schem, E./Süß, S.: Personalmanagement, Verlag Franz Vahlen München• Scholz, C./Scholz, T.: Grundzüge des Personalmanagements, Verlag Franz Vahlen München |
|--|--|

Personalmanagement 2					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
3631	150 h	5	6. Sem./8. Sem.	einmal jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Personalmanagement 2	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Mit zunehmender Digitalisierung sind Unternehmen gefordert, ihre Strukturen und Prozesse zu überdenken. Veränderungen von Geschäftsfeldern und Kundenerwartungen erfordern schnelle Anpassungen in den Organisationen. Dies gelingt mit einem professionellen HR-Management. Agile Strukturen lösen teilweise traditionelle Aufbauorganisationen ab. Die Studierenden sind in der Lage, HR-Instrumente, -Methoden und -Konzepte im Zusammenhang agiler Organisationen eigenständig zu analysieren.				
3	Inhalte Neue Arbeitswelten - HR im Spannungsfeld agiler Organisationen, z.B. • Welche tarif- und/oder betriebsverfassungsrechtlichen Fragestellungen stellen sich [Arbeitszeitmodelle, Vergütungsstrukturen/Leistungszulagen, ...]? • Welche Potenziale bieten digitale Technologien für die verschiedenen HR-Instrumente, -Methoden und -Konzepte [People Analytics, KI, Crowdfunding]? • Welche Anforderungen stellen agile Organisationen an die Kompetenzen und das Verhalten von Führungskräften und Mitarbeitenden? • Wie verändern sich Arbeits- und Führungskultur [Flexibilisierung, Generationenunterschiede, Diversity]? • Wie müssen sich Karrieremodelle, Führungslaufbahnen bzw. Weiterentwicklungsperspektiven für Führungskräfte und Mitarbeitende in agilen Unternehmen verändern?				
4	Lehrformen Vorlesung, Vortrag/Präsentation, Gruppenarbeit/Exkursionen, Interaktion mit Praktika, Unternehmensfallstudien, Studien				
5	Teilnahmevoraussetzungen Inhalte von „Personalmanagement 1“				
6	Prüfungsformen Hausarbeit mit Referat				
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 5/270				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Geiger; Prof. Dr. Gieselmann				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlung (in der jeweils aktuellsten Auflage) • Berthel, J./Becker, F.G.: Personalmanagement – Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit, Schäffer Poeschel Verlag Stuttgart • Gerdenitsch, C./Korunka, C.: Digitale Transformation der Arbeitswelt – Psychologische Erkenntnisse zur Gestaltung von aktuellen und zukünftigen Arbeitswelten, Springer Verlag Berlin • Holtbrügge, D.: Personalmanagement, Springer Gabler Verlag Berlin				

	• Jung, H.: Personalwirtschaft, Oldenbourg Wissenschaftsverlag München • Kauffeld, S. (Hrsg.): Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor, Springer Verlag Berlin • Nerdinger, F./Blickle, G./Schaper, N.: Arbeits- und Organisationspsychologie, Springer Verlag Berlin • Schem, 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						
Kennnummer 4211		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. oder 6. Sem. / 7. oder 8. Sem.	Häufigkeit des Angebots Mind. einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Prozess- und System-Analyse		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden werden in die Lage versetzt, Prozesse zu analysieren, zu modellieren und mit Standardmethoden zu dokumentieren. Sie sind damit an der Schnittstelle zwischen Geschäftsprozessmodellierung und Softwareentwicklung einsetzbar.					
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	Prüfungsformen Hausarbeit/Referat mit mündlicher 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 5/270					
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Blümel; Prof. Dr. Klingspor					
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Cockburn, A.: "Writing effective Use Cases" • Larman, C.: „Applying UML and Patterns“					

Quantitative Methoden: Mathematische Planungsverfahren					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
4221	150 h	5	5. / 7. Sem.	Jedes 2. Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Mathematische Planungsverfahren		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden sollen befähigt werden, Problemstellungen aus der Unternehmensplanung in mathematische Modelle zu übertragen und ein breites Spektrum an mathematischen Methoden zur Problemlösung einzusetzen. Darüber hinaus lernen die Studierenden die Rückübertragung der mathematischen Lösung auf die wirtschaftliche Ebene sowie deren allgemeinverständliche Vermittlung. Die Studierenden sollen mathematische Methodenkompetenz erlangen. Darüber hinaus sollen sie Management-Kompetenz erlangen, da die Fähigkeit, quantitative Analysen in der betriebswirtschaftlichen Praxis vorzunehmen, eine Schlüsselkompetenz für Berufsfelder darstellt, die an strategischer Stelle mit der Entscheidungsvorbereitung und –findung im Unternehmen zu tun haben.				
3	Inhalte - Lineare Gleichungssysteme und ihre Anwendung in der BWL und VWL - Innerbetriebliche Leistungsverrechnung - Input-Output-Analyse mit dem Leontief-Modell - Lineare Optimierungsaufgaben - Grafische Verfahren - Transportprobleme - Produktionsprobleme - Bestellmengenoptimierung - Unternehmerische Entscheidungsmodelle				
4	Lehrformen Vorlesung und selbstständige Bearbeitung von mathematischen Planungsfragestellungen am Computer mit Hilfe von Excel: Sämtliche Inhalte werden zuerst theoretisch präsentiert. Danach wird den Studierenden eine Möglichkeit aufgezeigt, die resultierenden Problemstellungen am Computer mit Hilfe von geeigneter Software zu bearbeiten. Die Studierenden sollen danach eigenständig quantitative Fragestellungen am Computer bearbeiten, lösen und interpretieren.				
5	Teilnahmevoraussetzungen Kenntnisse der Linearen Algebra und der Analysis				
6	Prüfungsformen 90-minütige Klausur ODER 15-seitige Hausarbeit und 30-minütige Präsentation				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Eine mindestens mit ausreichend bewertete Klausur ODER eine mindestens mit ausreichend Hausarbeit sowie deren erfolgreiche Präsentation.				
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; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Moos; Prof. Dr. Wolik				
11	Sonstige Informationen 1) Veranstaltungsbegleitendes Skript: Mathematische Planungsverfahren 2) Allgemeine Literaturempfehlungen: Sydsaeter, Knut und Hammond Peter: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler.				

	• Hauke, Wolfgang und Opitz, Otto: Mathematische Unternehmensplanung, 2. Auflage, Nordstedt 2003. • Laux, Helmut: Entscheidungstheorie, 7. Auflage, Berlin, Heidelberg, New York 2007. • Zweifel, Georg und Schäfer, Thomas: Mathematik als Sachbearbeitungsinstrument, Strategien zur linearen Optimierung, Aarau 1999. • Zweifel, Georg und Schäfer, Thomas: Mathematik als Sachbearbeitungsinstrument, Mit dem Excel-Solver zur optimalen Lösung, Aarau 1999.
--	--

Quantitative Methoden: Multivariate Methoden in der BWL und VWL					
Kennummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. und 6. Sem. / 7. und 8. Sem.	Häufigkeit des Angebots einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Multivariate Methoden in der BWL und VWL	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße max. 25 Studierende	
2	Lernergebnisse / Kompetenzen Das Wissen um die Durchführung von praxisgerechten Untersuchungen und die Anwendung statistischer Methoden in der empirischen Forschung ist für jegliches wissenschaftliche Vorgehen in Studium und Beruf unerlässlich. Die Studierenden sollen eine berufsbefähigende Qualifikation in Berufsfeldern mit einem Anforderungsprofil erlangen, das quantitative Methodenkompetenz fordert, z.B. für Analysen, Prognosen und Simulationen ökonomischer Zusammenhänge, insbesondere im Umfeld der Marktforschung. Insgesamt sollen sie die statistische Auswertung von wirtschaftlichen Sachverhalten und die multivariate statistische Analyse und Beurteilung von wirtschaftlichen Problemen sowohl quantitativ, als auch grafisch und nach den erforderlichen statistischen Argumentationsschritten beherrschen. Da statistische Fragestellungen in der beruflichen Praxis meist mit Software bearbeitet werden, ist die aktive Beherrschung einer in der Industrie als auch Hochschullandschaft weit verbreiteten Software eine geeignete Vertiefungsmöglichkeit für die gelernten theoretischen Kenntnisse. Hier sind die Einsätze von R oder SPSS denkbar. Zusammengefasst soll der Studierende folgende Kenntnisse und Fertigkeiten erwerben: • Planung einer empirischen Untersuchung • Durchführung einer empirischen Untersuchung ◦ Statistische Auswertung der Ergebnisse ◦ Interpretation der Ergebnisse im Hinblick auf die Forschungsfrage • Schriftliche Abfassung der Ergebnisse • Mündliche Präsentation und Diskussion der Ergebnisse				
3	Inhalte Das Modul umfasst eine Auswahl aus den folgenden vier Lehreinheiten. Die Studierenden können ihre Wünsche und Ideen bei der schwerpunktmäßigen Ausgestaltung der behandelten Themen einbringen. 1. Grundlagen: • Wiederholung einiger Grundlagen der deskriptiven und induktiven Statistik • Einführung in eine Statistiksoftware • Einführung in die Fragebogenerstellung 2. Kontingenz- und Korrelationsanalyse: • Korrelationshypothesen • Vergleich von zwei Stichproben 3. Erweiterte Regressionsansätze: • Einfaktorielle Varianzanalyse • Logistische Regression • Quantilsregression 4. Multivariate Methoden der Datenreduktion: • Distanz- und Ähnlichkeitsmaße • Clusteranalyse • Faktoranalyse				
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht				
5	Teilnahmevoraussetzungen Kenntnisse der deskriptiven und induktiven Statistik, wie sie beispielsweise in der Vorlesung „Wirtschaftsstatistik“ oder „Statistik für Wirtschaftsinformatiker“ vermittelt werden. Vorkenntnisse einer Statistiksoftware sind nicht erforderlich.				
6	Prüfungsform 90-minütige Klausur ODER 15-seitige Hausarbeit und 30-minütige 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 5/270
10	Modulbeauftragte; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Skill, Dr. Grote
11	Sonstige Informationen 1) Veranstaltungsbegleitendes Skript mit Übungsaufgaben wird zur Verfügung gestellt 2) Allgemeine Literaturempfehlungen: a. Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W., Weiber, R.: <i>Multivariate Analysemethoden</i> . Springer. 2016. b. Chatterjee, S., Simonov, J.: <i>Handbook of Regression Analysis</i> . Wiley. 2013. c. Hedderich, J., Sachs, L.: <i>Angewandte Statistik. Methodensammlung mit R</i> . Springer. 2016. d. Galata, R., Wessler, M., Schaud, S., Augustin, R.: <i>Empirische Wirtschaftsforschung</i> . Hanser. 2013. e. Müller, W.: <i>Marketing Analytics - Clusteranalyse</i> . Studienmanuskript Band 10. Wintersemester 2015. f. Porst, R.: <i>Fragebogen</i> . Springer. 2014. Weitere Literaturempfehlungen werden in der Veranstaltung gegeben.

Quantitative Methoden: Statistische und ökonometrische Verfahren					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
4231	150 h	5	5. / 7. Sem.	Jedes 2. Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Statistische Analyse und Entscheidung		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße max. 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden sollen statistische und ökonometrische Methodenkompetenz erlangen. Darüber hinaus sollen sie eine berufsbefähigende Qualifikation in Berufsfeldern mit einem Anforderungsprofil erlangen, das quantitative Methodenkompetenz fordert, z.B. für Analysen, Prognosen und Simulationen ökonomischer Zusammenhänge. Insgesamt sollen sie die statistische Auswertung von wirtschaftlichen Sachverhalten und die statistische Analyse und Beurteilung von wirtschaftlichen Problemen sowohl quantitativ, als auch grafisch und nach den erforderlichen statistischen Argumentationsschritten beherrschen.				
3	Inhalte • Univariate und multiple Regression • Lineares Regressionsmodell mit Normalverteilung • Nichtlineare Regressionsmodelle • Hypothesentests mit der Student-t-Verteilung • Konfidenzintervalle für Prognosen • Tests mit der Chi-Quadrat- und F-Verteilung • Stochastische Prozesse und Zeitreihenmodelle • Anwendungsbeispiele von multiplen Regressionsmodellen und Zeitreihenmodellen in der BWL und VWL				
4	Lehrformen Vorlesung und Bearbeitung von statistischen Analysen am Computer mit Excel und ggfls. anderen statistischen Softwarepaketen. Sämtliche Inhalte werden zuerst theoretisch präsentiert. Danach wird den Studierenden eine Möglichkeit aufgezeigt, die resultierenden Problemstellungen am Computer zu bearbeiten. Die Studierenden sollen eigenständig statistische Fragestellungen am Computer bearbeiten und lösen.				
5	Teilnahmevoraussetzungen Kenntnisse der Wirtschaftsstatistik				
6	Prüfungsformen 90-minütige Klausur ODER 15-seitige Hausarbeit und 30-minütige Präsentation				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Eine mindestens mit ausreichend bewertete Klausur ODER eine mindestens mit mindestens ausreichend Hausarbeit sowie deren erfolgreiche Präsentation.				
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 ; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Moos ; Prof. Dr. Wolik				
11	Sonstige Informationen 1) Veranstaltungsbegleitendes Skript mit Übungsaufgaben 2) Allgemeine Literaturempfehlungen: a) Brase, Charles Henry, Pellillo Brase, Corrinne: Statistics, Concepts and Methods, 10th Edition, Boston 2012.				

	b) Fahrmeir, Ludwig, Künstler, Rita, Pigeot, Iris und Tutz, Gerhard: Statistik, 6. Auflage, Berlin, Heidelberg, New York 2007. c) Gujarati, Damodar N.: Basic Econometrics, 4. Edition, Boston 2003. d) Schira, Josef: Statistische Methoden der VWL und BWL, Theorie und Praxis, 2. Auflage, München 2005.
--	--

Rechnungslegung 1						
Kennnummer 3241		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. Sem./7. Sem.	Häufigkeit des Angebots einmal jährlich	Dauer 1 Sem.
1	Lehrveranstaltungen Rechnungslegung 1		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h		Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Im Modul „Rechnungslegung 1“ werden Kenntnisse über die internationale Rechnungslegung (International Financial Reporting Standards (IFRS)) auf Ebene des Einzelabschlusses vermittelt und die wesentlichen Unterschiede zur Rechnungslegung nach HGB herausgearbeitet. Zur internationalen Rechnungslegung sind kapitalmarktorientierte Mutterunternehmen unmittelbar auf Grund rechtlicher Vorschriften verpflichtet. Zahlreiche andere Unternehmen wenden IFRS auf Grund von Anforderungen von Kunden und/oder Kapitalgebern an (faktischer Zwang). In diesem Modul werden die Ziele der Rechnungslegung unter Principal-Agent-Gesichtspunkten herausgearbeitet und der institutionelle Rahmen der Rechnungslegung inkl. seiner Akteure vorgestellt. Die Studierenden lernen anschließend, besondere Problembereiche der internationalen Rechnungslegung zu erkennen und zu bearbeiten. Dabei werden auch die bilanzpolitischen Gestaltungsspielräume der internationalen Rechnungslegung dargestellt.					
3	Inhalte Internationale Rechnungslegung 1. Grundlagen der Bilanzierung nach IFRS 2. Elemente eines IFRS-Abschlusses 3. Bilanzierungsfelder im Detail - Immaterielle Vermögenswerte - Sachanlagen - Investment Properties - Leasing - Impairment - Vorräte - Finanzinstrumente - Rückstellungen - Umsatzrealisierung - Zuschüsse - Latente Steuern					
4	Lehrformen Seminar					
5	Teilnahmevoraussetzungen Vorkenntnisse aus den Modulen: „Jahresabschluss“, „Kostenrechnung und Controlling“, „Ertragsteuern“, „Wirtschaftsmathematik“ und „Wirtschaftsrecht“					
6	Prüfungsformen Klausur (90 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 5/270					

10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Hendler; Prof. Dr. Theile
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Heuser, P.J./Theile, C. (Hrsg.): IFRS-Handbuch • Theile, C.: Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz • Theile, C.: Übungsbuch IFRS • Zülch, H./ Hendler, M.: Bilanzierung nach IFRS

Rechnungslegung 2						
Kennnummer 3641		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 6. Sem./8. Sem.	Häufigkeit des Angebots einmal jährlich	Dauer 1 Sem.
1	Lehrveranstaltungen Rechnungslegung 2		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Der Konzernabschluss ist der Abschluss der wirtschaftlichen Einheit „Konzern“. Die Studierenden lernen in diesem Modul, welche Unternehmen einen Konzernabschluss zu erstellen haben und welche Konzernabschlüsse nach HGB und welche nach den IFRS zu erstellen sind. Ausgehend von der Frage, welche Unternehmen in den Konzernabschluss einzubeziehen sind, wird erarbeitet, wie aus den Einzelabschlüssen der einzubeziehenden Unternehmen der Konzernabschluss zu erstellen ist. Entscheidend ist dabei, dass Transaktionen zwischen den in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen möglichst weit zu eliminieren. In der Veranstaltung wird sowohl auf die HGB- als auch auf die IFRS-Vorschriften zum Konzernabschluss eingegangen.					
3	Inhalte Konzernrechnungslegung • Grundlagen des Konzernabschlusses • Aufstellungspflicht • Abgrenzung des Konsolidierungskreises • Grundsatz der Einheitlichkeit (Stichtag, Rechnungslegungsmethoden und Währung) • Abbildung von Unternehmenszusammenschlüssen • Kapitalkonsolidierung • Schuldenkonsolidierung • Zwischenergebniskonsolidierung • Aufwands- und Ertragskonsolidierung • Konsolidierung von Gemeinschaftsunternehmen und assoziierten Unternehmen • Goodwill-Impairmenttest • Sonderfragen beim Wechsel von Beteiligungsverhältnissen • Offenlegungsvorschriften					
4	Lehrformen Seminar					
5	Teilnahmevoraussetzungen Inhalte von „Rechnungslegung 1“					
6	Prüfungsformen Klausur (90 Min.) oder Portfolio-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 BA-Wirtschaftsingenieurwesen					
9	Stellenwert der Note für die Endnote 5/270					
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Henderl; Prof. Dr. Theile					
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):					

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

Recht der Unternehmensfinanzierung					
Kennnummer 4241	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. oder 6. Sem. / 7. oder 8. Sem.	Häufigkeit des Angebots Mind. einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Recht der Unternehmensfinanzierung		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden erlernen und vertiefen die Funktionsweisen der verschiedensten Maßnahmen einer Unternehmensfinanzierung. Sie sind in der Lage, die für eine Finanzierung möglichen Maßnahmen zu erkennen und jeweilige Vor- und Nachteile gegeneinander abzuwägen. Dabei erhalten die Studierenden auch Kenntnisse über die Rahmenbedingungen der Unternehmensfinanzierung am Kapitalmarkt einschließlich der Folgepflichten (z.B. Ad-hoc-Publizität). Das für die Unternehmensfinanzierung relevante Zusammenspiel mit Finanzdienstleistern wird ebenfalls analysiert, insbesondere unter Berücksichtigung der maßgeblichen Rahmenbedingungen der Bankenaufsicht.				
3	Inhalte A. Außenfinanzierung I. Einleitung II. Eigenfinanzierung • Überblick: Rechtsformen unternehmerischer Tätigkeit • Eigenkapitalfinanzierung bei der AG • Eigenkapitalfinanzierung bei der KGaA • Eigenkapitalfinanzierung bei der GmbH • Eigenkapitalfinanzierung bei der UG (haftungsbeschränkt) • Eigenfinanzierung bei Personengesellschaften III. Fremdfinanzierung • Finanzierung durch Kredit eines Dritten • Anleihen • Einzelne Kreditsicherheiten (z.B. Bürgschaft, Grundpfandrechte) • Fremdfinanzierung durch Gesellschafter IV. Mezzanine Finanzierung • Atypisch stille Beteiligung • Wandelanleihen / Optionsanleihen B. Innenfinanzierung I. Finanzierung von Anlagevermögen (Leasing, Factoring) II. Rechtliche Grundlagen des Forderungsmanagements C. Unternehmensfinanzierung am Kapitalmarkt I. Überblick: Finanzmarkt und Kapitalmarkt II. Aktienemission • Börsengang (IPO) • Emissionsgeschäft • Konsortium • Übernahmevertrag • Börsenzulassungsverfahren • Wertpapierprospekt • Kapitalmarktrechtliche Zulassungsfolgepflichten (z.B. Ad-hoc-Publizität) • Stellung der Bank • Börsenrückzug (Delisting) III. Fremdfinanzierung • Überblick: Finanzinstrumente • Anleiheemission • Finanzdienstleistungsaufsicht D. Finanzdienstleister und Unternehmensfinanzierung I. Kreditinstitute und Finanzdienstleister II. Finanzdienstleistungsrechtliche Rahmenbedingungen bei einer Unternehmensfinanzierung				

4	Lehrformen Seminar
5	Teilnahmevoraussetzungen keine
6	Prüfungsformen Klausur (90 M.) oder Hausarbeit/Referat mit mündlicher 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 BA-Wirtschaftsingenieurwesen
9	Stellenwert der Note für die Endnote 5/270
10	Modulbeauftragte/r ; hauptamtlich Lehrende 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 3251		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. / 7. Sem.	Häufigkeit des Angebots einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Sales Management 1		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h		Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Veranstaltung wird alternierend in Deutsch (a) oder Englisch (b) gehalten. a) Das Vertriebsmanagement ist vergleichbar mit der „Pipeline“ des Marketings, die notwendig ist, damit die angebotenen Produkte bzw. Leistungen die anvisierten Kunden bzw. Zielgruppen tatsächlich erreichen. Eine Kernaufgabe in diesem Zusammenhang ist die Gestaltung der Absatzwege, die heute immer stärker in Form eines Mehrkanalvertriebs (Multi Channel Marketing) implementiert wird. Zunächst wird den Studierenden das Verständnis der zugrundeliegenden Entwicklungen (das Internet als Instrument des Direktvertriebs, veränderte Konsumgewohnheiten wie hybrides Käuferverhalten oder Convenience-Orientierung, zunehmende Dynamik der Betriebsformen) vermittelt. Auf diesem Weg werden sie zu einem erfolgreichen Management des Multi Channel Marketing befähigt. Auch die Ansätze zur Steuerung des Absatzkanalsystems (Supply Chain Management, Efficient Consumer Response Management) werden ihnen vermittelt. Darüber hinaus werden sie in die operative Aufgabe der Absatzorganisation (Kundenattraktivitätsbewertung, Wahl geeigneter Verkaufspersonen und deren Steuerung etc.) eingeführt. b) For a coordinated and successful sales and marketing approach strategic planning is essential. This encompasses three key areas: first managing company's businesses as an investment portfolio. Secondly each business is assessed by considering the market attractiveness and the company's position and fit in that market. Thirdly from this analysis a strategy is developed which takes account of both, sales and marketing. The students will examine these strategic skills and apply them to real business situations by group work on case studies. In this context students will also integrate these skills with their knowledge of tactical marketing activities which they acquired in their basic studies. Further practical orientation in this module is achieved by guest lectures of successful professionals and discussions.					
3	Inhalte a) Vertriebsorganisation und Vertriebsprozesse sowohl im B2C- als auch im B2B-Geschäft sind Thema. Inhalte sind u.a. die Ziele und Aufgaben der Vertriebspolitik, Key Account Management, CRM-Systeme, Efficient Consumer Response, Kundenbewertungsverfahren und das Vertriebscontrolling. b) Strategic planning process, in particular relevance and challenges of a situation analysis System of corporate and marketing targets Levels and types of marketing strategies Sales channel strategies Cooperation models with sales partners Strategic planning tools, e.g. product-market growth, scoring models, segmentation approaches, GAP analysis, portfolio method etc.					
4	Lehrformen a) Seminar - Übungen, Fallbeispiele b) Seminar - Exercises, Case Studies					
5	Teilnahmevoraussetzungen Grundlegende Kenntnisse von „Grundlagen Marketing“. Knowledge of „Basic Marketing“					
6	Prüfungsformen Klausur (90 Minuten) oder mündliche Prüfung / Written exam (90 minutes) or oral exam Es besteht die Möglichkeit der Anrechnung einer freiwilligen Vorleistung gem. § 9a der RPO in Höhe von 5 Prozentpunkten. Die entsprechende Leistung wird in den ersten 3 Veranstaltungswochen festgelegt.					
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung/Pass of the exam with at least „sufficient“					
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) BA-Betriebswirtschaftslehre					

	BA-International Business and Management
9	Stellenwert der Note für die Endnote 5/270
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Schlottmann
11	Sonstige Informationen Literatur/Literature (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Winkelmann, P.: Vertriebskonzeption und – steuerung. Die Instrumente des integrierten Kundenmanagements (CRM) • Kotler, P., Keller, K.L.: Marketing Management Homburg, Ch., Schäfer, H., Schneider, J.: Sales Excellence

Sales Management 2						
Kennnummer 3651		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 6. Sem. / 8. Sem.	Häufigkeit des Angebots einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Sales Management 2		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h		Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Selected current topics in sales and marketing will be examined by the students in detail and presented to the groups for discussion. Objective is the application of the tools and skills from the courses “Basic Marketing” and “Sales Management 1” to practice.					
3	Inhalte To achieve this objective, current marketing and sales issues will be analyzed. The content therefore depends very much on current trends in marketing and sales. A focus area is the critical comparison of different approaches to international business. Multi-Channel Management plays an increasingly important role in business, and will therefore also be part of the module. In addition to current topics, structures and marketing and sales approaches in different industries will be compared and evaluated.					
4	Lehrformen Seminar, Exercises, Case Studies					
5	Teilnahmevoraussetzungen Knowledge of “Basic Marketing 1”					
6	Prüfungsformen Written exam (90 minutes) or oral exam					
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Pass of the exam with at least „sufficient“					
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) BA-Betriebswirtschaftslehre BA-International Business and Management					
9	Stellenwert der Note für die Endnote 5/270					
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Schlottmann					
11	Sonstige Informationen Literatur/Literature (in der jeweils aktuellsten Auflage): - Winkelmann, P.: Vertriebskonzeption und – steuerung. Die Instrumente des integrierten Kundenmanagements (CRM) - Kotler, P., Keller, K.L.: Marketing Management - Homburg, Ch., Schäfer, H., Schneider, J.: Sales Excellence					

SAP R/3®						
Kennnummer 4251		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. oder 6. Sem. / 7. oder 8. Sem.	Häufigkeit des Angebots Mind. einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen SAP R/3		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h		Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Das Modul vermittelt die spezifischen Kenntnisse über die dv-gestützte Arbeitsweise auf der Basis des Programmsystems SAP R/3 im betrieblichen Kosten- und Erlöscontrolling. Gegenstand der Lehrveranstaltung ist die Nutzung der wesentlichen CO-Funktionen, die Integration innerhalb CO sowie mit anderen Teilmodulen, die Abbildung typischer Kostenrechnungsverfahren inkl. integrierter Planung und Periodenabschluss, die Anwendung der Reportingwerkzeuge für aussagefähige Analysen. Die Veranstaltung besitzt einen hohen Anteil selbstständigen Arbeitens anhand von Übungen, in dem die Studierenden jeweils konkrete Anwendungsfälle auf der Grundlage des Programmsystems SAP CO darstellen und Lösungsvorschläge erarbeiten müssen.					
3	Inhalte Vorstellung des Programmsystems mit den Möglichkeiten der Anpassung an die Unternehmensbedingungen (Customizing). Darauf aufbauend werden die notwendigen Teilmodule eines effizienten Kosten- und Erlöscontrollings vorgestellt. Dabei wird Wert gelegt auf die Vermittlung des Grundgedankens einer integrierten Planung im Zusammenspiel mit den betrieblichen Funktionsbereichen. Auf der Basis konkreter Buchungsfälle im Controlling wird die Integration mit anderen Teilmodulen aufgezeigt und der grundlegende Gedanke der vorgangsbezogenen Buchung verdeutlicht.					
4	Lehrformen Seminar - Übungen mit Projektarbeit					
5	Teilnahmevoraussetzungen Das Modul setzt grundlegende theoretische Kenntnisse des Rechnungswesens und des betrieblichen Controllings voraus.					
6	Prüfungsformen Klausur (90 M.) oder Hausarbeit/Referat mit mündlicher 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 5/270					
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Weiß					
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Barisch, K.-H.: Produktkosten-Controlling mit SAP • Brück, U.: Praxishandbuch SAP-Controlling • Gadatsch, A.; Frick, D.: SAP® gestütztes Rechnungswesen • Heuser, R., et. al.: Integrierte Planung mit SAP • Kaiser, B.-U.: Unternehmensinformation mit SAP®-EIS					

- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">• Klenger, F.; Falk-Kalms, E.: Kostenstellenrechnung mit SAP®• Lebefromm, U.: Controlling –Einführung mit Beispielen aus SAP R/3®• Mehrwald, C.: SAP Business Information Warehouse 3• Wenzel, P.I (Hrsg.): Betriebswirtschaftliche Anwendungen mit SAP R/3® |
|--|---|

Service Management						
Kennnummer 4261		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. oder 6. Sem. / 7. oder 8. Sem.	Häufigkeit des Angebots Jedes Wintersemester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Service Management 1		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Ausgehend von den strategischen Anforderungen an die Konzeption von Services erlernen die Studierenden die Grundzüge des operativen Dienstleistungsmanagements. Kundenerwartungen und weitere Einflussfaktoren der Kundenzufriedenheit werden aus diversen Perspektiven betrachtet. Die begrifflichen und theoretischen Grundlagen für die Gestaltung, Implementierung und kontinuierliche Verbesserung von Serviceprozessen werden diskutiert.					
3	Inhalte • Einführung Service Operations • Service Concepts • Understanding Customers and Relationships • Managing Customer Expectations • Measuring, Controlling • Designing the Customer Experience • Designing Service Processes • Managing Resources & Processes • Managing People & Irregularities					
4	Lehrformen Seminar					
5	Teilnahmevoraussetzungen keine					
6	Prüfungsformen Klausur (90 M.) oder Hausarbeit/Referat mit mündlicher 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 BA Wirtschaftsingenieurwesen					
9	Stellenwert der Note für die Endnote 5/270					
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Böttcher					
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Johnson et al.: Service Operations Management • Böttcher, R.: IT-Servicemanagement mit ITIL • Bruhn, M.: Qualitätsmanagement für Dienstleistungen • Grönfeldt, S./Strother, J.: Service Leadership • Haller, S.: Dienstleistungsmanagement • Hertneck/Kneuper: Prozesse verbessern mit CMMI for Services • Leimeister, J.M.: Dienstleistungsengineering und –management					

Sozialpolitik						
Kennnummer 5051		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. oder 6. Sem. / 7. oder 8. Sem.	Häufigkeit des Angebots ein- bis zweimal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Sozialpolitik		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h		Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die allgemeinen Kenntnisse aus den beiden grundlegenden volkswirtschaftlichen Modulen werden themenspezifisch für ausgewählte Felder der Sozialpolitik vertieft. Die Studierenden lernen einerseits ökonomische Besonderheiten einzelner Bereiche (bspw. Krankenversicherung, Rentenversicherung) kennen. Andererseits werden sie mit den Herausforderungen, die Sozialpolitik in einer Marktwirtschaft mit sich bringt, vertraut gemacht. Aufbauend auf einer theoretischen Erweiterung der Mikro- und Makroökonomie hin zu Besonderheiten der sozialen Sicherung (wie bspw. Versicherungsmärkte, Kapitaldeckung vs. Umlageverfahren) werden die im Modul „Makroökonomie und Wirtschaftspolitik“ vermittelten wirtschaftspolitischen Grundlagen anhand aktueller sozialpolitischer Themen vertieft. Die Studierenden werden so einerseits in die Lage versetzt, die grundsätzliche Notwendigkeit sozialpolitischer Maßnahmen in einer Marktwirtschaft zu erkennen. Andererseits wird ihnen aber auch deutlich, dass verschiedene Wege zur Absicherung von Risiken oder zur Umverteilung möglich sind, mit denen sich aber sehr unterschiedliche Folgen für Unternehmen, Haushalte und ganze Volkswirtschaften verbinden, die nicht a priori zu einer volkswirtschaftlich nachhaltigen Entwicklung führen müssen.					
3	Inhalte Probleme der sozialen Grundsicherung, Kapitaldeckungs- und Umlageverfahren in der Alterssicherung, Finanzierungsprobleme der GRV vor dem Hintergrund demografischen Wandels, Reformoptionen in der Rentenpolitik, asymmetrische Information auf Krankenversicherungsmärkten, Finanzierungs- und Anreizprobleme in der GKV, Reformoptionen der Gesundheitspolitik					
4	Lehrformen Seminar - Übungen					
5	Teilnahmevoraussetzungen Vorkenntnisse aus den Modulen Volkswirtschaftslehre 1 und 2 sind unentbehrlich.					
6	Prüfungsformen Hausarbeit/Referat mit mündlicher 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 5/270					
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Vogt					
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlung (in der jeweils aktuellsten Aufgabe): • Blanchard, O. / Illing, G.: Makroökonomie, 5., aktual. u. erw. Aufl., München. • Breyer, F.: Kapitaldeckungs- vs. Umlageverfahren, in: Perspektiven der Wirtschaftspolitik • Breyer, F. / Buchholz, W.: Ökonomie des Sozialstaats • Breyer, F. / Zweifel, P. / Kifmann, M.: Gesundheitsökonomik • Graf von der Schulenburg, J.-H. / Greiner, W.: Gesundheitsökonomie, Tübingen.					

- | | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Lampert, H. / Althammer, J.: Lehrbuch der Sozialpolitik • Sinn, H.-W. / Holzner, C. / Meister, W. / Ochel, W. / Werding, M.: Aktivierende Sozialhilfe: Das Kombilohn-Modell des ifo Instituts, ifo Schnelldienst • Weimann, J. / Schöb, R.: Arbeit ist machbar. Die Magdeburger Alternative. Eine sanfte Therapie für Deutschland. • Wissenschaftlicher Beirat beim Bundesministerium für Wirtschaft (BMWi): Mehr Wettbewerb im System der Gesetzlichen Krankenversicherung, http://www.bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF/G/gutachten-mehr-wettbewerb-im-system-der-gesetzlichen-krankenversicherung,property=pdf,bereich=bmwi,sprache=de,rwb=true.pdf. |
|--|--|

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

Steuergestaltungen						
Kennnummer 4271		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. oder 6. Sem. / 7. oder 8. Sem.	Häufigkeit des Angebots Mind. einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Steuergestaltungen		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden sollen befähigt werden, steuerliche Gestaltungsmöglichkeiten zu erkennen, zu beurteilen sowie entsprechende Problemstellungen systematisch und selbstständig zu bearbeiten.					
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	Prüfungsformen Klausur (90 M.)					
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; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Rauenbusch					
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Veranstaltung gegeben. Die Literatúrauswahl ist abhängig von den im Seminar behandelten Themenschwerpunkten					

Strategisches Management 1						
Kennnummer 3271		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. Sem./7 Sem.	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Strategisches Management 1		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Ziel des Moduls ist die Vermittlung inhaltlicher und methodischer Grundlagen, die für die Formulierung von erfolgreichen Unternehmensstrategien notwendig sind. Studierende lernen verschiedene Instrumente des strategischen Managements und der strategischen Positionierung kennen, kritisch zu beurteilen und praktisch anzuwenden. Sie werden in die Lage versetzt die strategische Ausgangslage in Verbindung mit relevanten Entwicklungen der externen Umwelt aus diversen Perspektiven zu betrachten und zu reflektieren.					
3	Inhalte • Systematik der Strategieentwicklung • Vision/Leitbild • Umweltanalyse • Unternehmensanalyse • Typologien von Normstrategien auf der Ebene von Geschäftsbereichen • Typologien von Normstrategien auf der Ebene der Gesamtunternehmung • Entwicklung von Geschäftsmodellen • Analysewerkzeuge im praktischen Einsatz • Methoden und Tools in der Strategie-Umsetzung					
4	Lehrformen Seminar					
5	Teilnahmevoraussetzungen keine					
6	Prüfungsformen Klausur (90 M) oder Hausarbeit/Referat mit mündlicher 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 5/270					
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Böttcher					
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Lombriser, R./Abplanalp, P.A.: Strategisches Management, Versus Zürich verwendet. • Kerth, K. et al.: Die besten Strategietools in der Praxis, Hanser • Paul,H./Wolny, V.: Instrumente des strategischen Managements, Oldenburg München • Reisinger, S. et al.: Strategisches Management, Pearson • Hungerberg, H.: Strategisches Management in Unternehmen: Ziele - Prozesse - Verfahren, SpringerGabler • Bergmann, Rainer/ Bungert, Michael: Strategische Unternehmensführung, Springer					

Strategisches Management 2					
Kennnummer 3671	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 6. Sem./8. Sem.	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Strategisches Management 2		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Das Modul vermittelt den Studierenden die notwendigen Kenntnisse zur praktischen Durchführung einer strategischen Analyse unter Anwendung relevanter strategischer Konzepte und Methoden an einem definierten Fall.				
3	Inhalte • Erstellung und Präsentation einer Strategieanalyse • Ziel- und Leitbildanalyse • Entwicklung relevanter Umweltszenarien • Kunden- und Marktanalysen • Identifikation von Kernkompetenzen und Erfolgsfaktoren • Strategische Positionierung • Entwicklung von Geschäftsmodellalternativen • Szenarioanalyse				
4	Lehrformen Seminar				
5	Teilnahmevoraussetzungen Inhalte von Strategisches Management 1				
6	Prüfungsformen Klausur (90 M) oder Hausarbeit/Referat mit mündlicher 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 5/270				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Böttcher				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Lombriser, R./Abplanalp, P.A.: Strategisches Management, Versus Zürich verwendet. • Kerth, K. et al.: Die besten Strategietools in der Praxis, Hanser • Paul, H./Wolny, V.: Instrumente des strategischen Managements, Oldenburg München • Reisinger, S. et al.: Strategisches Management, Pearson • Hungerberg, H.: Strategisches Management in Unternehmen: Ziele - Prozesse - Verfahren, SpringerGabler • Bergmann, R./Bungert, M.: Strategische Unternehmensführung, Springer				

Strategisches Unternehmensplanspiel					
Kennnummer 4291	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. oder 6. Sem. / 7. oder 8. Sem.	Häufigkeit des Angebots Mind. einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Strategisches Unternehmensplanspiel		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse Kompetenzen Die Studierenden erwerben vertiefte Einsichten in die Interdependenzen betriebswirtschaftlicher Entscheidungen. Insbesondere die Implikationen strategischer Entscheidungen des Aufbaus, des Erwerbs und der Kooperation mit Produktions- und Vertriebseinheiten im Rahmen einer expansiven Unternehmenspolitik. Sie denken in Systemzusammenhängen und treffen gesamtunternehmerische Entscheidungen im Team. Das Spielmodell gestattet es jedem Teilnehmer, alle typischen Merkmale unternehmerischer Funktionen, ihre Verbindung zu den Märkten und die Folgen von Entscheidungen im Hinblick auf die Ziele des Unternehmens unter Einfluss des Störverhaltens der Umwelt kennenzulernen.				
3	Inhalte Das Unternehmensplanspiel umfasst alle Teilbereiche der BWL. Der Focus liegt auf der strategischen Unternehmensführung und konzentriert sich im Wesentlichen auf die Konsequenzen expansiver Unternehmensentscheidungen.				
4	Lehrformen Durchführung der Planspiele „BO-FOUNDER“ und „TOPSIM-EURO“ unter kontinuierlicher Moderation. Gruppenarbeit. Seminaristischer Unterricht und Präsentationsphasen der Teams wechseln sich ab. Ergänzend gibt es Rollenspiele e.g. die Simulation einer Bilanzpressekonferenz. Exkursionen.				
5	Teilnahmevoraussetzungen Kenntnisse aus „Unternehmensplanspiel“				
6	Prüfungsformen Hausarbeit/Referat mit mündlicher 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 5/270				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Wolik				
11	Sonstige Informationen Keine besonderen Literaturhinweise.				

Supply Chain Management						
Kennnummer 4301		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. oder 6. Sem. / 7. oder 8. Sem.	Häufigkeit des Angebots Mind. einmal jährlich	Dauer 1 Sem.
1	Lehrveranstaltungen Supply Chain Management		Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden lernen die Aufgaben des Supply Chain Managements kennen und verstehen die Disziplin als unternehmensübergreifende Aufgabe mit strategischem, taktischem und operativen Planungshorizont. Die Veranstaltung startet mit einem Planspiel, welches die grundlegenden Herausforderungen im SCM spielerisch vermittelt. Darauf aufbauend werden die Studierenden aus der Sicht eines Beratungs- und Umsetzungsprojektes durch die verschiedenen Dimensionen des SCM geführt und lernen praktische Methoden sowie den notwendigen theoretischen Hintergrund für die Gestaltung, Planung und Optimierung einer Supply Chain.					
3	Inhalte Supply Chain Planspiel (SCM-Game) • Der Bullwhip-Effekt • Kollaboration in der Supply Chain spielerisch verstehen Supply Chain Management • Grundlagen, Planungshorizonte und Typologien • SCM-Zielsysteme • SCM-Strategie: Reaktionsfähigkeit Vs. Effizienz • SCM als im Rahmen des Dienstleistungsmanagements (Beratung) Gestaltung von Liefernetzwerken • Gestaltung von Beschaffungs- und Distributionsnetzwerken • Make-or-Buy Entscheidungen • Sourcing-Strategien, Lieferantenentwicklung • Standortplanung • Vorgehensmodelle des Supply Chain Design Netzwerkplanung • Prozesskettenmanagement (von der Prozessgestaltung bis zum Masterplan) • Bedarfs- und Absatzplanung (Prognosen) • Netzwerkplanung (Heuristiken, Capable-to-Match) • Order Promising Steuerung von Supply Chains • Operative Steuerungskonzepte • Transparenz in der Supply Chain • Identifikation, Tracking & Tracing • Supply Chain Monitoring (SCMo) • Supply Chain Event Management (SCEM) Global Supply Chain Management • Risiken und Vorteile des Global Sourcing • Incoterms: Rahmenbedingungen des internationalen Handels • Global Available-to-Promise / Capable-to-Promise Risikomanagement in der Supply Chain • Proaktives und Reaktives Risikomanagement					
4	Lehrformen Seminar mit teilweiser Computerunterstützung sowie Fallstudien					
5	Teilnahmevoraussetzungen keine					
6	Prüfungsformen					

	Klausurarbeit in schriftlicher Form unter Aufsicht in der Hochschule (90 M.) oder mündliche Prüfung
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 5/270
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Toth
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlung (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Aliche, 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 5081		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. oder 6. Sem. / 7. oder 8. Sem.	Häufigkeit des Angebots einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Wirtschafts- und Umweltethik		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h		Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden können • wirtschafts- und umweltethische Texte selbständig analysieren, ihre Argumentationskette erfassen und reflektieren, • wirtschafts- und umweltethische Konzepte bewerten und selbständig darstellen, • Probleme der Nachhaltigkeit (mit Schwerpunkt Umwelt und Wirtethik) im Kontext wirtschaftlichen und unternehmerischen Handelns erfassen und strukturieren, • ethische Entscheidungen begründen und dazu Problemlösungsansätze entwickeln, • Fragestellungen aus einer interdisziplinären Perspektiven erfassen sowie • ihre Handlungskompetenz und Selbstwirksamkeit aus Perspektive der Verantwortung bewerten					
3	Inhalte Die Entwürfe von Wirtschafts- und Umweltethik sind entscheidend bedingt durch das Konzept von Ethik und das Verständnis von Natur und Wirtschaft, welche ihm zu Grunde liegen. Das Seminar will die Fähigkeit vermitteln, diesen Umstand zu erkennen und aktuelle wirtschafts- und umweltethische Entwürfe in dieser Hinsicht reflektieren und beurteilen zu können. Hierzu wird zunächst in die philosophische Ethik eingeführt. Anhand exemplarischer Autoren und Texte werden zentrale Ethikkonzepte der Philosophie vorgestellt. In einem zweiten Schritt werden ebenso wirtschafts- und umweltphilosophische Konzepte diskutiert, welche ganz unterschiedliche Antworten auf die Frage Was ist Natur? Was ist Wirtschaft? aufzeigen. Vor diesem Hintergrund werden in einem dritten Schritt exemplarisch ausgewählte wirtschafts- und umweltethische Entwürfe diskutiert und auf das ihnen jeweils zu Grunde liegende Verständnis von Ethik, Natur und Wirtschaft hin untersucht. Abschließend sollen allgemeine Folgerungen hinsichtlich der Grundlegung einer Wirtschafts- und Umweltethik gezogen werden. Als ein spezieller Aspekt soll die Frage nach einer Synthese von Wirtschafts- und Umweltethik im Kontext der Nachhaltigkeitsdebatte diskutiert werden.					
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit Übungen					
5	Teilnahmevoraussetzungen					
6	Prüfungsformen Hausarbeit mit Referat					
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; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Becker					
11	Sonstige Informationen Als grundlegende Literatur werden regelmäßig verwendet (in der jeweils aktuellsten Aufgabe): M. Aßländer (2011): Handbuch Wirtschaftsethik, Metzler, Stuttgart. Faber, Malte / Manstetten, Reiner (2003): Mensch - Natur – Wissen, Grundlagen der Umweltbildung, Vandenhoeck Ruprecht Verlag, Göttingen. Faber, Malte / Manstetten, Reiner (2007): Was ist Wirtschaft? Von der Politischen zur Ökologischen Ökonomie, Alber Verlag, Freiburg. Grunwald, Armin / Kopf Müller, 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 ingenius*, 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 Seite 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 2004
- Sen, 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 5061		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. oder 6. Sem. / 7. oder 8. Sem.	Häufigkeit des Angebots ein- bis zweimal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Umweltpolitik		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h		Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die allgemeinen Kenntnisse aus den beiden grundlegenden volkswirtschaftlichen Modulen werden themenspezifisch für den Bereich „Umweltpolitik“ vertieft. Die Studierenden lernen einerseits die besondere Bedeutung der natürlichen Umwelt für langfristig ausgerichtetes wirtschaftliches Handeln kennen. Andererseits werden sie mit den Herausforderungen, die eine Bewirtschaftung von Umweltressourcen mit sich bringt, vertraut gemacht. Aufbauend auf einer umweltbezogenen theoretischen Erweiterung der Mikro- und Makroökonomie (bspw. um externe Effekte oder um die Diskussion gesamtwirtschaftlicher Wachstumsgrenzen) werden die in den grundlegenden volkswirtschaftlichen Modulen vermittelten wirtschaftspolitischen Kenntnisse anhand aktueller Themen umweltpolitisch vertieft. Die Studierenden werden so einerseits in die Lage versetzt, die Notwendigkeit umweltpolitischer Maßnahmen zu erkennen. Andererseits wird ihnen aber auch deutlich, dass verschiedene Wege zum Schutz der Umwelt möglich sind, mit denen sich sehr unterschiedliche Folgen für Unternehmen, Haushalte und ganze Volkswirtschaften verbinden und nicht a priori zu nachhaltigen volkswirtschaftlichen Entwicklungen führen müssen.					
3	Inhalte • Regelmäßig: Umweltökonomische Grundlagen (bspw. externe Effekte, umweltpolitische Instrumente, Umweltoptimum) • Wechselnde Vertiefung und Konkretisierung an ausgewählten Themengebieten. Im Wintersemester 2010 waren das: • Wasserwirtschaft (u.a. Diskussion um „virtuelles“ Wasser, Privatisierung und Liberalisierung, Wasserkonflikte zwischen Staaten) • Klimapolitik (u.a. Klimaschutz durch Emissionsbegrenzungen, Einsatz regenerativer Energien, Diskussion um die Abscheidung und Speicherung von CO₂, Anpassung an Klimawandelfolgen)					
4	Lehrformen Seminar					
5	Teilnahmevoraussetzungen Vorkenntnisse aus den Modulen „Volkswirtschaftslehre 1 und 2“ sind unentbehrlich.					
6	Prüfungsformen Hausarbeit/Referat mit mündlicher 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 5/270					
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Lienhoop; Prof. Dr. Häder, Prof. Dr. Kronenberg, Prof. Dr. Sommer, Prof. Dr. Vogt					
11	Sonstige Informationen Als grundlegende Literatur werden regelmäßig verwendet (in der jeweils aktuellsten Aufgabe): • Endres, A.: Umweltökonomie • Fritsch, M.: Marktversagen und Wirtschaftspolitik. Mikroökonomische Grundlagen staatlichen Handelns					

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

Dazu kommen je nach Schwerpunktwahl aktuelle Beiträge vorwiegend aus folgenden Zeitschriften

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

Als Grundlage für Hausarbeiten u.a.

- Blazejczak, J. / Braun, F. / Edler, D.: Weltweite Nachfrage nach Umwelt- und Klimaschutzgütern steigt: Gute Wachstumschancen für deutsche Anbieter, in: Wochenbericht des DIW
- Cassel, D. Rüttgers, C.: Gemeinsame Netznutzung: ein Konzept für mehr Wettbewerb in der Wasserwirtschaft, in: Wirtschaftsdienst
- Ketterer, J. / Wackerbauer, J.: Die Kraftfahrzeugsteuer als Instrument der Klimaschutzpolitik, in: ifo Schnelldienst
- Schulze, S.: Anpassung an den Klimawandel von zunehmender Bedeutung, in: Wirtschaftsdienst

Dazu kommen je nach Schwerpunktwahl im Seminar aktuelle Beiträge aus Sammelwerken, Monografien, weiteren Zeitschriften und anderen Quellen. Als Grundlage für Hausarbeiten u.a.

- Brehme, J.: Privatisierung und Regulierung der öffentlichen Wasserversorgung, Tübingen.
- Kunzmann, K.: Wasser und Frieden. Zwischenstaatliche Konflikte um die nicht-navigatorische Nutzung internationaler Binnengewässer im System der kollektiven Sicherheit der Vereinten Nationen, Baden-Baden.
- Schwarze, R. / Wagner, G.C. : Naturgefahrenversicherung in Europa – Unterschiedliche Antworten auf den Klimawandel, in: DIW Berlin: Stürme, Fluten Erdbeben. Wie sich Europa gegen Naturkatastrophen versichern kann (= Vierteljahreshefte zur Wirtschaftsforschung)

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

Unternehmensbesteuerung 1						
Kennnummer 3281		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. Sem./7. Sem.	Häufigkeit des Angebots einmal jährlich	Dauer 1 Sem.
1	Lehrveranstaltungen Unternehmensbesteuerung 1		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h		Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Befähigung zur selbstständigen Bearbeitung komplexer steuerlicher Fragestellungen betreffend Unternehmen verschiedener Rechtsform und die Inhaber/Gesellschafter dieser Unternehmen					
3	Inhalte • Steuerlicher Privatbereich des Unternehmers/Gesellschafters • Steuerliche Gewinnermittlung • Besteuerung von Mitunternehmerschaften • Besteuerung von Kapitalgesellschaften • Grundlagen des internationalen Steuerrechts					
4	Lehrformen Seminar					
5	Teilnahmevoraussetzungen Grundlegende Kenntnisse von „Ertragssteuern“					
6	Prüfungsformen Klausur (90 M.)					
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 5/270					
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Förster; Prof. Dr. Rauenbusch					
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (jeweils neueste Auflage): • Grefe: Unternehmenssteuern • Niehus/Wilke: Besteuerung von Personengesellschaften • Niehus/Wilke: Besteuerung von Kapitalgesellschaften • Brähler: Internationales Steuerrecht					

Unternehmensbesteuerung 2						
Kennnummer 3681		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 6. Sem./8. Sem.	Häufigkeit des Angebots einmal jährlich	Dauer 1 Sem.
1	Lehrveranstaltungen Unternehmensbesteuerung 2		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Befähigung zur selbstständigen Bearbeitung komplexer steuerlicher Fragestellungen betreffend Unternehmen verschiedener Rechtsform und die Inhaber/Gesellschafter dieser Unternehmen					
3	Inhalte • Steuerliche Rechtsformwahl • Grundlagen des Besteuerungsverfahrens (AO) • Spezielle Aspekte der Unternehmensbesteuerung					
4	Lehrformen Seminar					
5	Teilnahmevoraussetzungen Inhaltlich: Veranstaltung Unternehmensbesteuerung 1					
6	Prüfungsformen Klausur (90 M.) oder Hausarbeit/Referat mit mündlicher 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 BA-Wirtschaftsingenieurwesen					
9	Stellenwert der Note für die Endnote 5/270					
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Förster; Prof. Dr. Rauenbusch					
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (jeweils neueste Auflage): • König: Besteuerung und Rechtsformwahl • Ax/Große/Melchior: Abgabenordnung und Finanzgerichtsordnung • Literaturempfehlungen zu den jeweiligen Referatsthemen werden themenabhängig gegeben					

Verkehrs- und Substanzsteuern						
Kennnummer 4311		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. oder 6. Sem. / 7. oder 8. Sem.	Häufigkeit des Angebots Mind. einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Verkehrs- und Substanzsteuern		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h		Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden sollen befähigt werden, verkehrssteuerliche Problemstellungen unter Berücksichtigung der Zusammenhänge zwischen den verschiedenen Steuerarten selbständig und sachgerecht zu lösen.					
3	Inhalte • Umsatzsteuer • Grunderwerbsteuer • Erbschaft- und Schenkungsteuer					
4	Lehrformen Seminar					
5	Teilnahmevoraussetzungen Grundlegende Kenntnisse aus dem Modul „Ertragsteuern“					
6	Prüfungsformen Klausur (120 M.) oder Hausarbeit/Referat mit mündlicher 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 5/270					
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Förster; Prof. Dr. Rauenbusch					
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Grefe: Unternehmensteuern, Ludwigshafen. • Hahn: Lehrbuch Umsatzsteuer, Herne/Berlin. • Stobbe, T.: Steuern kompakt, Sternenfels.					

Vertragsmanagement						
Kennnummer 4331		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. oder 6. Sem. / 7. oder 8. Sem.	Häufigkeit des Angebots Mind. einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Vertragsmanagement		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Unternehmungen, Projekte und andere Vorhaben werden auf der Grundlage von Verträgen durchgeführt. Das Vertragsmanagement umfasst alle Maßnahmen der Entstehung, Gestaltung und Durchführung von Verträgen. Die Studierenden werden befähigt, die einzelnen Schritte bis zum Abschluss eines Vertrages, den Vertragsschluss und seinen Inhalt selbst sowie die Steuerung der Durchführung eines Vertrages jeweils für sich zu analysieren und interpretieren. Lernziel ist dabei zugleich, Verträge sicher und praxisgerecht zu schließen und mögliche Risiken der Vertragsdurchführung schon im Vorfeld zu erkennen und eventuelle Vermeidungsstrategien zu diskutieren. Aspekte des internationalen Handels werden dabei stets berücksichtigt.					
3	Inhalte Die Veranstaltungsgliederung orientiert sich nach den üblichen Phasen des Vertragsschlusses. Im Einzelnen: 1. Grundlagen • Ziele und Aufgaben des Vertragsmanagements • Grundlagen des nationalen und internationalen Vertragsrechts 2. Verhandlungstechnik3. Vertragsanbahnungsphase4. Vertragsgestaltung • Aufgaben der Vertragsgestaltung • Einzelne Vertragstypen • Einzelne Vertragsklauseln 5. Allgemeine Geschäftsbedingungen • Einbeziehung • Inhaltskontrolle • Handlungsstrategien bei nicht oder nicht wirksam einbezogenen Klauseln 6. Verträge im grenzüberschreitenden Handel • Internationales Vertragsrecht • Incoterms • UN-Kaufrecht 7. Beendigung von Verträgen					
4	Lehrformen Seminar und Durchführung von Fallstudien					
5	Teilnahmevoraussetzungen keine					
6	Prüfungsformen Klausur (90 M.) oder Hausarbeit/Referat mit mündlicher Prüfung					
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 5/270					

10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Renner
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlung (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Graf von Bernstorff: Der Exportvertrag • Heussen: Handbuch Vertragsverhandlung und Vertragsmanagement • Richter: Vertragsrecht Weitere Literaturhinweise werden in der Veranstaltung gegeben.

Wettbewerbsrecht						
Kennnummer 4341		Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. oder 6. Sem. / 7. oder 8. Sem.	Häufigkeit des Angebots Mind. einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Wettbewerbsrecht		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h		Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Es sollen einerseits vertiefte Kenntnisse für die sachgerechte Beurteilung unternehmensstrategischer Entscheidungen auf dem Gebiet der Kooperation und der Unternehmenszusammenschlüsse, andererseits Kenntnisse über rechtliche Risiken im Wettbewerbshandeln vermittelt werden.					
3	Inhalte Gegenstand des Moduls sind die Rechtsmaterien, die in Deutschland durch das GWB einerseits und durch das UWG andererseits repräsentiert werden, mithin die Themen Kartellverbot und -erlaubnisse, Vertikalvereinbarungen, Missbrauchsaufsicht und Fusionskontrolle, jeweils auch in ihrer europarechtlichen Ausprägung; ferner Fragen des Handelns im Wettbewerb unter dem Gesichtspunkt der Unlauterkeit, insbesondere Fragen der Werbung des Direktverkaufs, der Sonderveranstaltungen, jeweils auch im Hinblick auf das Rechtsschutzverfahren.					
4	Lehrformen Seminar					
5	Teilnahmevoraussetzungen keine					
6	Prüfungsformen Klausur (90 M.) oder Hausarbeit/Referat mit mündlicher 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 5/270					
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Kohl					
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Lemler: Kommentar zum Wettbewerbsrecht (UWG) • Berlitz: Wettbewerbstrecht • Kling/ Thomas: Kartellrecht • Immenga/ Mestmäcker: Wettbewerbsrecht, Kommentar					

Wirtschaftsdeutsch für Incomings – Einführung					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	150 h	5	5. Sem./7. Sem.	Zum Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Wirtschaftsdeutsch		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen In Wirtschaftsdeutsch werden die vorhandenen, guten Deutschkenntnisse der Gaststudenten nivelliert und deren Fachsprachkenntnisse vertieft. Die für das Studium der Betriebswirtschaft relevanten Termini und Strukturen werden eingeführt und geübt und die besonderen wirtschaftssprachlichen Anforderungen eingeübt und bis zum Ende des ersten Semesters ausgebaut und verfestigt. Dazu gehört die Ausbildung eines grundlegenden Wortschatzes Wirtschaftsdeutsch und eine intensive Beschäftigung mit wesentlichen volkswirtschaftlichen, unternehmensbezogenen und fachrelevanten Themen in der Zielsprache. Der Entwicklung und Verbesserung der vor allem mündlichen, fachwissenschaftlichen Kommunikationsfähigkeit wird besonderes Gewicht beigemessen, um die Akkulturation und den Studienerfolg zu unterstützen. Die Bearbeitung von kurzen, wirtschaftlich orientierten Texten als Grundlage für Fachdiskussion auf dem Niveau von informierten Laien, das Erörtern und Diskutieren über grundlegende Fragen der betrieblichen Theorie und Praxis und die für Referate nötigen Kenntnisse und Fertigkeiten sind zentral im Wirtschaftsdeutschunterricht (Hörverständnis für den Vorlesungsbetrieb, Leseverständnis zur eigenständigen Erarbeitung von Wissen, Schreibfähigkeit zur Seminararbeitserstellung, Diskussionskompetenz beim Sprechen). Flankierend besteht ein Großteil der Kontaktzeit in der sprachlichen Arbeit (Grammatik, Fachtermini, Kollokationen und Standardstrukturen). Ziel ist die Erreichung des europäischen Referenzrahmens der Stufe B2 im passiven und aktiven Sprachgebrauch: Die Studierenden können sich zu einem deutlich umrissenen Themenspektrum klar ausdrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage darlegen und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten aufzeigen.				
3	Inhalte • Grammatikübungen • Sprachmittel für Referate • Wortschatzübungen • Starke Differenzierung des Fachwortschatzes • Grafiken • Aktuelle Artikel der Wirtschaftspresse werden gelesen, diskutiert und schriftlich bearbeitet, die auf die auf Deutsch gelehrt Fächern abzielen.				
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
6	Prüfungsformen Klausur (45 M.) und mündliche Prüfung/Referat (45M. inklusive Vorbereitungszeit/20 M.)				
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	Modulbeauftragter				

	OSt.R. Sodmann
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlung (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Bolten, J.; Gehrke, E.: Marktchance Wirtschaftsdeutsch. Mittelstufe 1. • Buhlmann, R.; Fearn, 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./8. Sem.	Zum Sommersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit		Selbststudium	geplante Gruppengröße
	Wirtschaftsdeutsch		4 SWS / 60 h		90 h	25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen					
	Im Vertiefungsmodul werden die Grundlagen der mündlichen und schriftlichen Kommunikation in der Wirtschaftsfremdsprache weiter vertieft. Besonderes Augenmerk gilt der Vertiefung, insbesondere der Präzisierung der Sprachkompetenz, um in die Lage versetzt zu werden, detailliert und differenzierend höchstanspruchsvolle Wirtschaftstexte und komplexe Grafiken zu bearbeiten und zu besprechen.					
	Der Weiterentwicklung und Verbesserung der vor allem mündlichen, fachwissenschaftlichen Kommunikationsfähigkeit wird besonderes Gewicht beigemessen.					
	Ziel ist die Erreichung des europäischen Referenzrahmens der Stufe C1 im passiven Sprachgebrauch und bezüglich des begrenzten Bereichs der Fachsprache auch im aktiven Gebrauch:					
	Die Studierenden können sich klar, strukturiert und ausführlich zu komplexen Sachverhalten äußern und dabei verschiedene Mittel zur Textverknüpfung angemessen verwenden.					
3	Inhalte					
	- Schwerpunktthemen der globalisierten Wirtschaft - Aktuelle Artikel der Wirtschaftspresse werden gelesen, diskutiert und schriftlich bearbeitet, die auf die auf Deutsch gelehrt Fächern abzielen.					
4	Lehrformen					
	Seminaristischer Unterricht					
5	Teilnahmevoraussetzungen					
6	Prüfungsformen					
	Klausur (45 M.) und mündliche Prüfung/Referat (45M. inklusive Vorbereitungszeit/20 M.)					
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	Modulbeauftragter					
	OSt.R. Sodmann					
11	Sonstige Informationen					
	Literaturempfehlung (in der jeweils aktuellsten Auflage):					
	- Bolten, J.; Gehrke, E.: Marktchance Wirtschaftsdeutsch. Mittelstufe 1. - Buhlmann, R.; Fearn, A.; Leimbacher, A.; Wirtschaftsdeutsch von A bis Z: Lehr- und Arbeitsbuch.					

Wirtschaftsenglisch						
Kennnummer 4351		Workload a) 75 h b) 75 h	Credits 5	Studiensemester a) 5. Sem. b) 6. Sem.	Häufigkeit des Angebots Wintersemester	Dauer 2 Sem.
1	Lehrveranstaltungen Wirtschaftsenglisch		Kontaktzeit a) 2 SWS / 30 h b) 2 SWS / 30 h		Selbststudium a) 45 h b) 45 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Im Vertiefungsmodul Wirtschaftsenglisch werden die vorhandenen Kenntnisse weiter perfektioniert, wobei der Entwicklung und Verbesserung des Verstehens (Hören und Lesen) von höchst komplexen Wirtschaftstexten und Videosequenzen besonders unterstützt werden muss. In der mündlichen Kommunikationsfähigkeit wird auf präzisen Ausdruck und die Kompetenz des steuernden Dialogs geachtet. Ziel ist die Vervollkommnung des bisher erreichten Sprachniveaus C1 des Europäischen Referenzrahmens Sprachliche Kompetenzbildung: - Fachvokabular erreicht fast muttersprachliches Niveau - Sprachstrukturen sind sehr fortgeschritten - Hörverständnis funktioniert auch bei nicht-native-speaker Audio-Sequenzen - Leseverständnis und Texterarbeitung reicht für das Studium in englischsprachigen Ländern - Schreibfähigkeit wird flüssig und unterstützt Studierfähigkeit im Ausland Fachliche Kompetenzbildung: - Weitere Spezialisierung der Wirtschaftsthemen (Anlehnung an spätere Hauptmodule) - Interkulturelle Wahrnehmung und Kompetenz wird verfeinert - Kommunikationsformen sind verfestigt Außersprachliche Kompetenzbildung: - Kommunikationsfähigkeit ist flüssig und komplex - Verhandlungsgeschick ist exzellent - Präsentationsfähigkeiten stehen native speakern in nichts nach					
3	Inhalte - Schwerpunkthemen 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					
6	Prüfungsformen Klausur (90 M.) oder Hausarbeit/Referat mit mündlicher Prüfung					
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 5/270					

10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende OSt. R. Sodmann
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlung (in der jeweils aktuellsten Auflage): • Emerald Group Journals (z.B. Management Decision) • Hamblock, D.; Wessels, D.: Wörterbuch Wirtschaftseenglisch: Deutsch-Englisch: Englisch-Deutsch. • Harvard Business Review • Skript mit längeren, akademischen Texten, Video (Internet) • u.a.

Wirtschaftsprüfung					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
4361	150 h	5	5. oder 6. Sem. / 7. oder 8. Sem.	Mind. einmal jährlich	1 Sem.
1	Lehrveranstaltungen Wirtschaftsprüfung	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen In der Veranstaltung wird die Fähigkeit vermittelt, Probleme in praxisbezogenen Fällen aus dem Bereich des Prüfungswesens zu erkennen, in das erworbene Fachwissen einzuordnen und im Zusammenhang wiederzugeben.				
3	Inhalte Vermittelt werden neben einführenden berufsrechtlichen Kenntnissen zum Berufsbild des Wirtschaftsprüfers die Grundlagen der Abschlussprüfung. Die Kenntnisse werden anhand von Fallbeispielen vermittelt und vertieft. Es werden u.a. folgende Aspekte vermittelt: • Berufsrechtliches Rahmengerüst eines Wirtschaftsprüfers (Rechtsgrundlagen, Berufspflichten, Berufsgrundsätze, Institutionen des Berufsstandes) • Prüfungspflicht • Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung, risikoorientierter Prüfungsansatz, Jahresabschluss-aussagen und Prüfungsziele, Prüfungshandlungen, die einzelnen Schritte im Prüfungsprozess • Prüfungstechniken anhand ausgewählter Prüffelder				
4	Lehrformen seminaristischer Unterricht, Projektarbeiten, Gruppenarbeiten, Vortrag, Übungen				
5	Teilnahmevoraussetzungen Grundwissen in Buchhaltung, im Steuerrecht und der HGB Rechnungslegung. Vorkenntnisse aus den Modulen „Grundlagen der Ertragsbesteuerung“ sowie „Jahresabschluss“ sind unentbehrlich. Die angegebenen Literaturverweise ermöglichen eine angemessene Vorbereitung auf das Modul.				
6	Prüfungsformen Klausur (120 M.) oder Hausarbeit/Referat mit mündlicher 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 BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote 5/270				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Hannemann				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlung (in der jeweils aktuellsten Aufgabe): • Graumann: Wirtschaftliches Prüfungswesen. • Marten / Quick / Ruhnke: Wirtschaftsprüfung				

	• IDW (Hrsg.): Praxishandbuch zur Qualitätssicherung Verwandte Arbeitsmittel • Wirtschaftsgesetze • Textsammlung zur Wirtschaftsprüferordnung • IDW Verlautbarungen
--	--

Bachelorarbeit						
Kennnummer		Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
		360 h	12	6./8. Sem.		10 Wochen
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit		Selbststudium	geplante Gruppengröße
					360 h	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Bachelorarbeit umfasst den Nachweis der Erlangung wissenschaftlicher und fachlicher Kompetenz. Studierende sollen eigenständig demonstrieren, dass sie in der Lage sind, ein fachbezogenes Thema nach wissenschaftlichen Kriterien darzulegen (methodische Kompetenz). Darüber hinaus gilt es, fachspezifische Fragestellungen einer tragfähigen Lösung zuzuführen (fachliche Kompetenz). Ferner wird von den Studierenden erwartet, dass sie diesen Ansprüchen eigenständig und gemäß eines vorgegebenen Zeitrasters erfüllen können (persönliche Kompetenz).					
3	Inhalte Mit der Bachelorarbeit sollen Studierende zeigen, dass sie in der Lage sind, ein spezielles Problem aus einem entsprechenden Fachgebiet auf wissenschaftlicher Grundlage in einer vorgegebenen Zeit selbstständig einer Lösung zuzuführen.					
4	Lehrformen					
5	Teilnahmevoraussetzungen Zur Bachelorarbeit kann nach schriftlichem Antrag an den Prüfungsausschuss zugelassen werden, wer 1. die Leistungspunkte der Module des ersten und zweiten Studienjahres vollständig und 2. mindestens 25 Leistungspunkte des dritten/vierten Studienjahres erbracht hat.					
6	Prüfungsformen Bachelorarbeit und Kolloquium					
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Zum Kolloquium und damit zur Anerkennung der Leistungen der Bachelorarbeit kann nur zugelassen werden, wer diese mit mindestens 50% bestanden hat.					
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)					
9	Stellenwert der Note für die Endnote 36/270					
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Sämtliche Lehrende					
11	Sonstige Informationen					

Kolloquium						
Kennnummer		Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
		90 h	3	6./8. Sem.		
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit		Selbststudium	geplante Gruppengröße
					90 h	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Das Kolloquium ist der abschließende Akt eines wirtschaftswissenschaftlichen Studiums. Die Studierenden sollen nachweisen, dass sie in wissenschaftlicher und fachlicher Hinsicht den Ansprüchen ihrer Bachelorarbeit genüge geleistet haben und dieses auch in einem fachlichen Diskurs belegen können (sprachliche Kompetenz). Die Vorgehensweise und Methodik der Bachelorarbeit sollten sie hinreichend belegen können und das Ziel ihrer Untersuchung und ihrer Ergebnisse darlegen können (fachliche Kompetenz). Auch sollten Studierende zeigen, dass sie in der Lage sind, ihr Spezialproblem der fachlichen Auseinandersetzung in den gesamten Kontext ihres wirtschaftswissenschaftlichen Studiums einzuordnen und dies in allgemeiner und gesellschaftlicher Hinsicht reflektieren können (persönliche Kompetenz).					
3	Inhalte Das Kolloquium dient der Feststellung, ob die/der Studierende in der Lage ist, die Ergebnisse der Bachelorarbeit mündlich darzustellen, selbstständig zu vertreten und ihre Bedeutung einzuschätzen sowie in ihre interdisziplinären Zusammenhänge einzuordnen und fachliche sowie außerfachliche Bezüge herzustellen.					
4	Lehrformen					
5	Teilnahmevoraussetzungen Alle Prüfungen des in Frage kommenden Studienganges müssen erfolgreich bestanden worden sein, sowie die Bachelorarbeit wurde mit mindestens 4,0 beurteilt.					
6	Prüfungsformen Bachelorarbeit und Kolloquium					
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Sowohl die Bachelorarbeit als auch das Kolloquium müssen mit mindestens 4,0 bestanden sein.					
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)					
9	Stellenwert der Note für die Endnote 9/270					
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Sämtliche Lehrende					
11	Sonstige Informationen					