
Modulhandbuch „Betriebswirtschaftslehre“

(Studiengangprüfungsordnung vom 23.09.2025)

Stand: 27.02.2026

Inhaltsverzeichnis

1. Studienjahr

Einführung in die BWL	1
Grundlagen Personalmanagement und Organisation	2
Grundlagen des Wirtschaftsprivatrechts	3
Investition und Finanzierung	4
Mikroökonomik	5
Produktionsmanagement	6
Vertrags- und Handelsrecht	7
Wirtschaftsenglisch 1	8
Wirtschaftsenglisch 2	9
Wirtschaftsinformatik	10
Wirtschaftsmathematik und Wirtschaftsstatistik 1	11
Wirtschaftsmathematik und Wirtschaftsstatistik 2	12

2. Studienjahr

Buchhaltung und Kostenrechnung	13
Gesprächsführung, Konfliktmanagement und Teamentwicklung	15
Grundlagen Beschaffung und Logistik	16
Grundlagen Controlling und Unternehmensplanspiel	17
Grundlagen der Ertragsbesteuerung	19
Grundlagen Marketing	20
Jahresabschluss	21
Makroökonomik	23
Wirtschaftsmathematik und Wirtschaftsstatistik 3	24
Wirtschaftspolitik und Grundlagen Nachhaltigkeit	25
Wissenschaftliches Schreiben	27

3. Studienjahr

Arbeitsrecht	29
Ausgewählte Fragen der Rechnungslegung und Finanzberichterstattung	30
Ausgewählte Fragen des Gesundheitsmanagements	32
B2B-Marketing	33
Beratungskompetenz und Leitung von Gruppen	34
Beschaffung und Logistik 1	35
Beschaffung und Logistik 2	36
Bewertung von Finanzinstrumenten	37
Business Case Studies, englisch/deutsch	38
Controlling 1	39
Controlling 2	40
Controlling mit SAP®	41
Current Topics of Marketing (engl.)	42
Data Science 1	43
Data Science 2	44
Datengestützte Entscheidungsfindung in den Wirtschaftswissenschaften	45
Datenverarbeitung in der Steuerberatung (DATEV)	46
Digital Business Transformation	47
Energie & Umwelt 1	48
Energie & Umwelt 2	49
Entwicklungsprojekt	50
Environmental Policy (engl.)	51
Existenzgründung	52
Finanzmanagement 1	53

Finanzmanagement 2	54
Geld- und Finanzpolitik	55
Gesellschaftsrecht	56
Informations- und Kommunikationssysteme 1	57
Informations- und Kommunikationssysteme 2	58
Innovationsmanagement 1	59
Innovationsmanagement 2	61
Innovationspolitik	63
Insolvenzrecht	66
International Economic Policy (engl.)	67
Internationales Management	68
Konsumentenverhalten	69
Kostenmanagement 1	70
Kostenmanagement 2	72
Lean Management und Logistikinnovationen	73
Marketing 1: Strategisches Marketing	74
Marketing 2: Branchenorientierung und Spezialgebiete des Marketing	75
Marktforschung	76
Methoden in der Erwachsenenbildung	77
Mitarbeiterführung	78
Mittelstandspolitik	79
Modellbildung und Simulation	80
Nachhaltigkeitsreporting & -controlling 1	81
Nachhaltigkeitsreporting & -controlling 2: Praxisprojekt	83
Online Marketing	85
Organisation 1	87
Organisation 2	88
Personalmanagement 1	89
Personalmanagement 2	90
Procurement and Logistics 1 (engl.)	92
Procurement and Logistics 2 (engl.)	93
Prozess- und System-Analyse 1	94
Prozess- und System-Analyse 2	95
Quantitative Methoden: Mathematische Planungsverfahren	96
Quantitative Methoden: Multivariate Methoden in der BWL und VWL	97
Quantitative Methoden: Statistische und ökonometrische Verfahren	99
Rechnungslegung 1	100
Rechnungslegung 2	101
Recht der Unternehmensfinanzierung	102
Sales Management 1 (engl.)	103
Sales Management 2 (engl.)	105
Sozialpolitik	106
Strategic Management 1 (engl.)	108
Strategisches Management 1	110
Strategisches Management 2	111
Strategisches Unternehmensplanspiel	113
Studium PLUS	114
Supply Chain Management	115
Umwelt- und Wirtschaftsethik	117
Umweltpolitik	119

Unternehmensbesteuerung 1	121
Unternehmensbesteuerung 2	122
Verkehr- und Substanzsteuern	123
Wettbewerbsrecht	124
Wirtschaftsenglisch	125
Wirtschaftsprüfung	126
7. Semester	
Praxisphase	127
Bachelorarbeit	128
Kolloquium	129

1. Studienjahr

Einführung in die BWL					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 1. Sem.	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Einführung in die BWL	Kontaktzeit 2 SWS / 30 h	Selbststudium 120 h	geplante Gruppengröße 120-180 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • erläutern, wie Unternehmen und Betriebe grundsätzlich funktionieren • kennen wesentliche Inhalte und Problemstellungen betriebswirtschaftlicher Teildisziplinen • kennen Interdependenzen zwischen betrieblichen Prozessen <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Studierende entwickeln die Fähigkeit, digitale Lehrmedien eigenständig und zielgerichtet zu nutzen • Studierende erlernen die strukturierte Analyse betriebswirtschaftlicher Zusammenhänge durch die praktische Anwendung der bereitgestellten digitalen Lernmaterialien • Studierende erwerben die Fähigkeit, ihren Lernprozess flexibel an die Anforderungen und den Fortschritt eines Selbstlernkurses anzupassen 				
3	Inhalte Die Veranstaltung vermittelt einen Überblick über die zentralen Teildisziplinen der Betriebswirtschaftslehre: <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen (Begriffe, Rechtsformen) • Führungsfunktionen (Strategisches Management, Organisation, Personal, Controlling, IT) • Wertschöpfungsfunktionen (Innovation, Logistik, Beschaffung, Fertigung, Service Management, Marketing Vertrieb) • Internes Rechnungswesen (Finanzierung, Investitionen, Kosten und Leistungsrechnung) • Externes Rechnungswesen (Bilanzierung und Jahresabschluss, Steuern) 				
4	Lehrformen Asynchrones Selbststudium				
5	Teilnahmevoraussetzungen keine				
6	Prüfungsformen Klausurarbeit (45 Min. elektronisch oder elektronisch gestützt, in der Hochschule)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistungen				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Böttcher				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlung: Böttcher, R./Schug, J. (2024): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Kindle Direct Publishing 979-8324609481				

Grundlagen Personalmanagement und Organisation					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 1. Sem.	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Grundlagen Personalmanagement und Organisation		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Fachliche Kompetenzen: Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden: <ul style="list-style-type: none"> • die Rahmenbedingungen und wesentlichen Funktionen und Instrumente des Personalmanagements (insbesondere der Personalplanung, -beschaffung, -auswahl, -entwicklung und -vergütung) erläutern • wesentliche Ziele, Methoden und Ausgestaltungsmöglichkeiten der Organisationsgestaltung nachvollziehen • die zentrale Bedeutung des Personalmanagements für eine erfolgreiche und nachhaltige Unternehmensführung verstehen Fachübergreifende Kompetenzen: Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden: <ul style="list-style-type: none"> • sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Methoden und Sozialkompetenz) • Digitale Medien im Kontext der eigenen Lernprozesse reflektieren (Nutzung von Lernsoftware, Recherche im Internet etc.) • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten • Erlerntes Fachwissen reflektiert auf konkrete Fallbeispiele anwenden 				
3	Inhalte (Auszug) <ul style="list-style-type: none"> • Aufbau- und Ablauforganisation • Organisationsgestaltung • (Arbeitsrechtliche) Rahmenbedingungen und Grundsatzfragen des Personalmanagements • Personalplanung • Personalbeschaffung und -auswahl • Personal- und Organisationsentwicklung • Personalfreisetzung • Anreizsysteme (Vergütung, ...) 				
4	Lehrformen Vorlesung				
5	Teilnahmevoraussetzungen keine				
6	Prüfungsformen Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Geiger; Prof. Dr. Gieselmann; Schmidt				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): Bröckermann, R.: Personalwirtschaft, Schäffer Poeschel Verlag Jung, H.: Personalwirtschaft, Oldenbourg Wissenschaftsverlag Oechsler, W./Paul, C.: Personal und Arbeit, De Gruyter Oldenbourg Verlag Scholz, C./Scholz, T.: Grundzüge des Personalmanagements, Verlag Franz Vahlen Schreyögg, G./Koch, J.: Grundlagen des Managements, Springer Gabler Verlag Siebenbrock, H., Grundlagen der Organisationsgestaltung und -entwicklung, Niederle Media Verlag				

Grundlagen des Wirtschaftsprivatrechts					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 1. Sem.	Häufigkeit des Angebots in jedem Semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Grundlagen des Wirtschaftsprivatrechts		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden: Fachliche Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> • Die rechtlichen Handlungsformen des Wirtschaftens auf der Grundlage der erlernten Methodik der juristischen Fallbearbeitung auf exemplarische Fälle anwenden • Auf Basis anspruchsvoller exemplarischer Rechtsfälle Wege der sachgerechten Zusammenarbeit mit Personen beschreiben, die in der Unternehmenspraxis Rechtsberatungsfunktion wahrnehmen (z.B. Rechtsabteilung, Hausanwalt) • Neue rechtliche Problemfelder selbstständig erarbeiten • Wirtschaftsprivatrechtliche Anforderungen mit Techniken/Systemen der Informatik lösen Fachübergreifende Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten • Problemlösungsfähigkeit, indem Studierende Lösungen zu Fallstudien und rechtlichen Problemen in einem Team finden, diskutieren und reflektieren • Digital Learning, indem Studierende Literatur für ein vorgegebenes Fachthema aus einer Vielzahl digitaler Quellen valides Wissen zu ausgewählten Themengebieten aufbauen und zu ausgewählten Themengebieten recherchieren. 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Einführung (Rechtsordnung, Rechtssubjekte und Rechtsobjekte; Rechtsmethodik) • Rechtsgeschäftslehre (Willenserklärungen, Vertragsschluss, Wirksamkeit) einschl. Grundlagen des Rechts des elektronischen Rechtsverkehrs • Anfechtung, Stellvertretung, Allgemeine Geschäftsbedingungen • Einwendungen (Erfüllung, Aufrechnung, Gläubigerwechsel, Rücktritt, Widerruf) • Leistungsverweigerungsrechte • Betriebliche Informationssysteme zum Wirtschaftsprivatrecht 				
4	Lehrformen Vorlesung und Übung				
5	Teilnahmevoraussetzungen keine				
6	Prüfungsform Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Renner; Prof. Dr. Ünsal				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • Deckenbrock/Höpner, Bürgerliches Vermögensrecht • Führich, Wirtschaftsprivatrecht • Führich/Werdan, Wirtschaftsprivatrecht in Fällen und Fragen • Gildeggen/Lorinser/Willburger, Wirtschaftsprivatrecht • Klunzinger, Einführung in das bürgerliche Recht • Klunzinger, Handelsrecht • Müssig, Wirtschaftsprivatrecht • Wörten, BGB AT • Wörten, Schuldrecht AT 				

Investition und Finanzierung					
Kennnummer	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 <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> die zentralen Zahlungsmittelströme der betrieblichen Finanzwirtschaft (Innenfinanzierung, Investivsaldo, Außenfinanzierung) und die grundlegenden Verfahren der Wirtschaftlichkeitsrechnung (insbesondere Kapitalwert und interner Zinsfuß) erläutern finanzwirtschaftliche Planungs- und Kontrollrechnungen erstellen und Wirtschaftlichkeitsrechnungen durchführen <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> 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) Soft Skills (Kreativität bei der laufenden Aktualisierung der anlage- und aufnahmeseitigen finanzierungsvertraglichen Einzelheiten, systematisches Denken etc.), Future Skills (Fähigkeit zum Umgang mit Digitalisierung und Internet etc.) und Aktualitäten (wichtige Größen an den Finanzmärkten etc.) 				
4	Lehrformen Seminaristische Lehrveranstaltung mit Betonung der Elemente Vorlesung und Übung				
5	Teilnahmevoraussetzungen Grundkenntnisse in Finanzmathematik werden empfohlen				
6	Prüfungsformen Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) oder Klausurarbeit (60 Min., elektronisch gestützt, in der Hochschule)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
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				

Mikroökonomik					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 2. Sem.	Häufigkeit des Angebots in jedem Semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Mikroökonomik	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • grundlegende Informationen über volkswirtschaftliche Fragestellungen, Begriffe und Methoden wiedergeben • Funktionsweise von Märkten, Voraussetzungen für eine Marktkoordination und mögliche Marktversagenstatbestände beschreiben und analysieren • zentrale Koordinationsverfahren unserer Wirtschaftsordnung – den Markt – hinsichtlich seiner Stärken und Schwächen erläutern <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • die notwendige Literatur recherchieren, lesen und verstehen sowie wissenschaftlich darstellen • sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten • Lösen konkreter Aufgabenstellungen, für die es keinen vorgefertigten Lösungsansatz gibt, durch Urteilskraft und einen strukturierten Ansatz 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Wirtschaftswissenschaften • Theorie der Unternehmung • Theorie des Haushalts • Marktkoordination • Grundzüge des Markt- und Wettbewerbsversagens 				
4	Lehrformen Vorlesung				
5	Teilnahmevoraussetzungen Vorkenntnisse aus dem Modul „Wirtschaftsmathematik und Wirtschaftsstatistik 1“ werden empfohlen				
6	Prüfungsform Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) ODER Klausurarbeit (90 Min. elektronisch oder elektronisch gestützt, in der Hochschule)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. C. J. Vogt				
11	Sonstige Informationen				

Produktionsmanagement					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Produktionsmanagement	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden</i> <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • die grundlegenden Methoden zur Gestaltung, Organisation und Steuerung von Produktionssystemen anwenden und erläutern sowie aus den zum Teil gegenläufigen Zielsetzungen im Produktionsbetrieb operative Handlungsoptionen ableiten • die Konzepte und Methoden der Produktentwicklung, der Produktionsorganisation, -planung und -steuerung erläutern • die Prinzipien der „Schlanken Produktion“ und der „Nachhaltigen Produktion“ im Kontext kundenorientierter Wertschöpfungssysteme verorten sowie deren Ergebnisbeitrag einschätzen • das Digitalisierungspotenzial (Industrie 4.0 Tool-Set) im Produktionsumfeld kennen und einschätzen können <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • sich im Dialog mit anderen über Problemstellungen im Produktionsumfeld austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) • die erlernten Ansätze in den Kontext einer übergeordneten Unternehmensstrategie bringen (Unternehmerisches Handeln & Eigeninitiative) • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten • Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Wert und Wertschöpfung als Gestaltungsziel • Product-Lifecycle Management • Gestaltung der Produktion • Planung und Steuerung in der Produktion • Prinzipien und Methoden der Schlanken Produktion • IT-Systeme in der Produktion/ Industrie 4.0 				
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht				
5	Teilnahmevoraussetzungen keine				
6	Prüfungsformen Multiple-Choice-Arbeit (60 Min., elektronisch gestützt, in der Hochschule) ODER Open-Book-Prüfung (120 Min.)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Merchiers				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellen Auflage): Eversheim, W./ Schuh, G.: Betriebshütte – Produktion und Management Kummer, S./ Grün, O./ Jammernegg, W.: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik Nyhuis, P./Wiendahl, H.: Logistische Kennlinien – Grundlagen, Werkzeuge und Anwendungen Schmitt, R.: Qualitätsmanagement: Strategien – Methoden – Techniken Schuh, G./ Stich, V.: Logistikmanagement: Handbuch Produktion und Management Womack, J. / Jones, D.: The Machine That Changed the World				

Vertrags- und Handelsrecht					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 2. Sem.	Häufigkeit des Angebots in jedem Semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Wirtschaftsprivatrecht	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden: Fachliche Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> • Die rechtlichen Handlungsformen des Wirtschaftens auf der Grundlage der erlernten Methodik der juristischen Fallbearbeitung auf exemplarische Fälle anwenden • Auf Basis anspruchsvoller exemplarischer Rechtsfälle Wege der sachgerechten Zusammenarbeit mit Personen beschreiben, die in der Unternehmenspraxis Rechtsberatungsfunktion wahrnehmen (z.B. Rechtsabteilung, Hausanwalt) • Neue rechtliche Problemfelder selbstständig erarbeiten Fachübergreifende Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten • Problemlösungsfähigkeit, indem Studierende Lösungen zu Fallstudien und rechtlichen Problemen in einem Team finden, diskutieren und reflektieren • Digital Learning, indem Studierende Literatur für ein vorgegebenes Fachthema aus einer Vielzahl digitaler Quellen valides Wissen zu ausgewählten Themengebieten aufbauen und zu ausgewählten Themengebieten recherchieren. 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Leistungsstörungen • Besondere Vertragstypen, insbesondere Kaufvertrag einschl. Verträge über digitale Produkte • Kreditsicherheiten • Sonderregelungen des Handelsrechts 				
4	Lehrformen Vorlesung und Übung				
5	Teilnahmevoraussetzungen Vorkenntnisse aus dem Modul Grundlagen Wirtschaftsprivatrecht sind erforderlich.				
6	Prüfungsform Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgendem Studiengang BA-Betriebswirtschaftslehre				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Ünsal; Prof. Dr. Renner				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • Deckenbrock/Höpner, Bürgerliches Vermögensrecht • Führich, Wirtschaftsprivatrecht • Führich/Werdan, Wirtschaftsprivatrecht in Fällen und Fragen • Gildeggen/Lorinser/Willburger, Wirtschaftsprivatrecht • Klunzinger, Einführung in das bürgerliche Recht • Klunzinger, Handelsrecht • Müssig, Wirtschaftsprivatrecht • Wörten, BGB AT • Wörten, Schuldrecht AT • Wörten, Schuldrecht BT 				

Wirtschaftsenglisch 1					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 1. Sem.	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Wirtschaftsenglisch 1	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • die englische Sprache sicher und zielgerichtet in verschiedenen wirtschaftswissenschaftlichen Kontexten sowohl im Studium als auch im Beruf anwenden • Zugewiesene wirtschaftswissenschaftliche Quellen verstehen und bearbeiten • mündlich und schriftlich effektiv kommunizieren <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Digital Skills: Digital Literacy, Digitale Kollaboration, Digital Learning • Kommunikationsfähigkeit • Verhandlungsgeschick • Präsentationsfähigkeiten • Interkulturelle Kompetenzen 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Schwerpunktthemen der Wirtschaftswissenschaften • Aktuelle quellen, die auf das Wissen der Studierenden über das wirtschaftliche Tagesgeschehen abzielen werden kollaborativ bearbeitet und diskutiert • Aufbau des Fachwortschatzes 				
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht				
5	Teilnahmevoraussetzungen Englischkenntnisse auf dem Sprachniveau B1 des Europäischen Referenzrahmens werden empfohlen				
6	Prüfungsformen Portfolioprüfung (Schriftlicher Test 40%; Referat 30%; Lösung von Aufgaben 20%; Lernreflektion/Resümee 10%) ODER Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Regelmäßige Teilnahme an den Veranstaltungen und mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgendem Studiengang BA-Betriebswirtschaftslehre				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Dr. T. Shyian/A. Simonovis M.A.				
11	Sonstige Informationen Literatur (in der jeweils aktuellsten Auflage): Wirtschaftsenglisch: Kursbuch/Skript wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben				

Wirtschaftsenglisch 2					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 2. Sem.	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Wirtschaftsenglisch 2		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Verbesserte rezeptive und produktive Sprachkompetenzen vorzeigen • Eigene Quellen suchen und bearbeiten • Konzepte und Zusammenhänge der Wirtschaftswissenschaften strategisch und kritisch bearbeiten, darstellen und diskutieren • Sprachmittlungskompetenzen anwenden <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Digital Skills: Digital Literacy, Digitale Kollaboration, Digital Learning • Verbesserte Kommunikationsfähigkeit • Optimierte Verhandlungsgeschick • Präsentationsfähigkeiten • Interkulturelle- und Sprachmittlungskompetenzen 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Schwerpunktthemen der Wirtschaftswissenschaften • Fachspezifische und wissenschaftliche quellen werden kollaborativ bearbeitet und diskutiert • Erweiterung und Vertiefung des Fachwortschatzes 				
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht				
5	Teilnahmevoraussetzungen bestandenes Modul „Wirtschaftsenglisch 1“				
6	Prüfungsform Portfolioprüfung (Schriftlicher Test 40%; Referat 30%; Lösung von Aufgaben 20%; Lernreflektion/Resümee 10%) ODER Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Regelmäßige Teilnahme an den Veranstaltungen und mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgendem Studiengang BA-Betriebswirtschaftslehre				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r Dr. T. Shyian/A. Simonovis M.A.				
11	Sonstige Informationen Wirtschaftsenglisch 2: <ul style="list-style-type: none"> • Kursbuch/Skript wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben 				

Wirtschaftsinformatik					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 1. Sem.	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Wirtschaftsinformatik	Kontaktzeit 2 SWS/30 h Seminaristischer Unterricht 2 SWS/30 h Übung		Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße - Seminaristischer Unterricht: 60 Studierende - Übung: 30 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Fachliche Kompetenzen: Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden: <ul style="list-style-type: none"> • Grundlegende Terminologie der Informatik verstehen • Methoden der Informatik anwenden • Verteilte Informationssysteme verstehen • Kommunikationsprotokolle erkennen • Daten strukturieren, speichern, sicher übertragen und auswerten • Gelernte Techniken der Informatik im betriebswirtschaftlichen Umfeld einsetzen Fachübergreifende Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> • Probleme unter Hinzuziehung weiterer Quellen lösen • Sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Client-Server-Systeme • Datenmodellierung • Datenbanksysteme • Informationssicherheit • Business Intelligence Tools 				
4	Lehrformen Die Veranstaltung besteht aus Vorlesung und Übungen.				
5	Teilnahmevoraussetzungen keine				
6	Prüfungsform Klausurarbeit (90 Min., elektronisch gestützt, in der Hochschule)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Klingspor				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlung (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • Eigenes Skript/Folien • Weitere Quellen werden in den Folien zu den Lehrveranstaltungen genannt 				

Wirtschaftsmathematik und Wirtschaftsstatistik 1					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 1. Sem.	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Seminaristischer Unterricht	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h		Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende
2	Lernergebnisse / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Mathematische und statistische Symbole, Aussagen und Zusammenhänge verbalisieren und wiedergeben. • Mathematisch und statistisch argumentieren • ökonomische Sachverhalte mathematisch bzw. statistisch modellieren und die Ergebnisse interpretieren • auf eine Fragestellung Daten erheben und bearbeiten. • mathematische Texte (ggf. mit ökonomischen Hintergrund) selbstständig nachvollziehen und auf einen Sachverhalt anwenden. <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten. • Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren. • Digitale Schlüsselkompetenzen in Form von Nutzung gängiger Software, Fähigkeit zum digitalen Lernen durch die Bearbeitung von randomisierten Onlineaufgaben trainieren, Datenerhebung unter Berücksichtigung von Datenschutzerfordernungen • Technologische Kompetenzen durch die effiziente Analyse großer Datenmengen zur Informationsgewinnung 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Aussagenlogik, Mengenlehre, Zahlen, Vektoren, Matrizen, Abbildungen/Funktionen • Bewertung von Zahlungsströmen, Bar-, Kapital- und Endwert, Effektivzinssatz • Datenerhebung, Aufbereitung des Datenmaterials, Beschreibung von Daten • Verhältniszahlen und Indexzahlen 				
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht				
5	Teilnahmevoraussetzungen Es werden keine speziellen Voraussetzungen verlangt; allerdings sind für eine erfolgreiche Bearbeitung folgende Fähigkeiten mitzubringen: <ul style="list-style-type: none"> • Rechnen mit Klammern, Grundrechenarten, Bruchrechnen • Rechnen mit Buchstaben, Binomen, Potenzen und Wurzeln, Summenzeichen, Prozentrechnung • elementare Logik und Mengenlehre, Diese Grundkenntnisse können in den Vorkursen erworben werden. Es wird erwartet, dass diese Lücken selbstständig geschlossen werden.				
6	Prüfungsform Klausur (90 Min., elektronisch gestützt, in der Hochschule), 25% freiwillige Vorleistung, dabei mind. 40% Klausurleistung				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Skill				
11	Sonstige Informationen Veranstaltungsbegleitendes Skript oder Buch mit Übungsaufgaben Heitmann, D., Skill, T. und Weiß, C.: Finanzmathematik - Einführung für Mathematik, Wirtschaftswissenschaften und Praxis. Springer Gabler Sydsaeter, H.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Pearson Wolik, N.: Wirtschaftsmathematik, Schäffer Poeschel Mittag, H.-J./Schüller, K.: Statistik - Eine Einführung mit interaktiven Elementen, Springer Spektrum				

Wirtschaftsmathematik und Wirtschaftsstatistik 2					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Seminaristischer Unterricht	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende	
2	Lernergebnisse / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Mathematische und statistische Symbole, Aussagen und Zusammenhänge verbalisieren und wiedergeben. • Mathematisch und statistisch argumentieren • ökonomische Sachverhalte mathematisch bzw. statistisch modellieren und die Ergebnisse interpretieren. • mathematische Texte (ggf. mit ökonomischen Hintergrund) selbstständig nachvollziehen und auf einen Sachverhalt anwenden. <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten • Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren, Interagieren mit KI • Digitale Schlüsselkompetenzen in Form von Nutzung gängiger Software, Fähigkeit zum digitalen Lernen durch die Bearbeitung von randomisierten Onlineaufgaben trainieren, Datenerhebung unter Berücksichtigung von Datenschutzerfordernungen • Technologische Kompetenzen durch die effiziente Analyse großer Datenmengen zur Informationsgewinnung 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Lineare Gleichungssysteme und Lineare Optimierung • Datenvisualisierung • Zweidimensionale deskriptive Statistik: Kovarianz, Korrelation, Kontingenz • Differenzialrechnung in einer Variablen und mehrere Variablen, insbesondere nichtlineare Extremwertbestimmung 				
4	Lehrformen Integrierte Vorlesung mit Übungsanteilen				
5	Teilnahmevoraussetzungen Es wird vorausgesetzt, dass die Inhalte aus der Wirtschaftsmathematik und Wirtschaftsstatistik 1 angewandt werden können.				
6	Prüfungsform Klausur (90 Min., elektronisch gestützt, in der Hochschule), 25% freiwillige Vorleistung, dabei mind. 40% Klausurleistung				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Wolik				
11	Sonstige Informationen Veranstaltungsbegleitendes Skript oder Buch mit Übungsaufgaben Mayer, C./ Weber, C./ Francas, D.: Lineare Algebra für Wirtschaftswissenschaftler, Springer-Gabler Mittag, H.-J./Schüller, K.: Statistik – Eine Einführung mit interaktiven Elementen, Springer Spektrum Wolik, N.: Wirtschaftsmathematik, Schäffer Poeschel				

2. Studienjahr

Buchhaltung und Kostenrechnung					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	225 h	7,5	3. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	a) Buchhaltung	a) 2 SWS / 30 h	a) 45 h	60 Studierende	
	b) Kostenrechnung	b) 4 SWS / 60 h	b) 90 h		
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	a) Buchhaltung				
	Fachliche Kompetenzen:				
	Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:				
	<ul style="list-style-type: none"> die grundlegenden Prinzipien und die systemischen Zusammenhänge der doppelten Buchführung im Kontext betriebswirtschaftlicher Prozesse als Hilfsdisziplin der Unternehmensführung erläutern für eine Vielzahl von Geschäftsvorfällen adäquate Buchungssätze entwickeln und somit die Buchführung für die wesentlichen Funktionsbereiche in Unternehmen selbständig durchführen die Auswirkungen von Geschäftsvorfällen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage analysieren und beurteilen 				
	Fachübergreifende Kompetenzen:				
	<ul style="list-style-type: none"> die notwendige Literatur – einschließlich der Rechtsvorschriften - recherchieren, lesen und verstehen sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten 				
	b) Kostenrechnung				
	Fachliche Kompetenzen:				
	Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:				
	<ul style="list-style-type: none"> Grundbegriffe des betrieblichen Rechnungswesens definieren Aufgaben der Kostenrechnung zur Entscheidungsunterstützung im Unternehmen erläutern und im Unternehmenskontext einordnen die Struktur der Kostenrechnung nach ihren Teilsystemen Kostenarten-, Kostenstellen und Kostenträgerrechnung beschreiben unterschiedliche Methoden der Teilsysteme der Kostenrechnung beurteilen und anwenden, um Problemstellungen des betrieblichen Rechnungswesens zu lösen 				
	Fachübergreifende Kompetenzen:				
	<ul style="list-style-type: none"> die notwendige Literatur recherchieren, lesen und verstehen (Kompetenz zur Eigeninitiative) sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen (Kommunikative Kompetenz) gemeinsam Lösungsansätze für unternehmerische Entscheidungen entwickeln (Kompetenz der Lösungsfähigkeit) 				
3	Inhalte				
	a) Im Teil „Buchhaltung“ werden die Grundlagen der doppelten Buchführung vermittelt. Anschließend wird erarbeitet, wie diese Technik genutzt wird, um Geschäftsvorfälle im Rechnungswesen abzubilden. Dazu zählen u.a. Geschäftsvorfälle aus dem Beschaffungs- und Absatzbereich, der Produktion, der Finanzierung und des Personalwesens. Diese werden zu einfachen Jahresabschlüssen verdichtet. Dabei wird erarbeitet, wie aus den so erstellten Jahresabschlüssen Informationen über die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Unternehmens gewonnen werden können.				
	b) Im Teil „Kostenrechnung“ werden zunächst die grundlegenden Begriffe des betrieblichen Rechnungswesens bestimmt. Danach werden die Aufgaben der Kostenrechnung dargestellt und anhand von Entscheidungsproblemen aus verschiedenen Unternehmensbereichen wie Einkauf, Lagerwirtschaft, Produktion, Marketing und Vertrieb veranschaulicht. Entlang der aufeinander aufbauenden Teilsysteme der Kostenrechnung (Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung) werden Methoden vermittelt und genutzt, um entscheidungsrelevante Informationen für das Management im Unternehmen aufzubereiten.				
4	Lehrformen				
	Vorlesung und Übung				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	Keine				
6	Prüfungsform				
	a) Teilprüfung (TP), Klausurarbeit (45 Min., schriftliche Form, in der Hochschule)				

	b) Teilprüfung (TP), Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Jede Teilprüfung muss mit mindestens „ausreichend“ bewertet sein.
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung
10	Modulbeauftragte/r; a) Prof. Dr. Hendler b) Prof. Dr. Wiesmann, Prof. Dr. Brill
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): a) Buchhaltung: allgemeine Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • Bieg/Waschbusch, Buchführung • Döring/Buchholz, Buchhaltung und Jahresabschluss • Endriss (Hrsg.), Bilanzbuchhalter-Handbuch • Engelhardt/Raffée/Wischermann, Grundzüge der doppelten Buchführung • Wöhe/Kußmaul, Grundzüge der Buchführung und Bilanztechnik b) Kostenrechnung: <ul style="list-style-type: none"> • Coenenberg/Fischer/Günther, Kostenrechnung und Kostenanalyse • Rüth, Kostenrechnung Band I • Friedl/Hofmann/Pedell, Kostenrechnung • Jórasz/Baltzer, Kosten- und Leistungsrechnung • Däumler, K. D./Grabe, I., Kostenrechnung 1 • Haberstock, Kostenrechnung 1

Gesprächsführung, Konfliktmanagement und Teamentwicklung					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 3. + 4. Sem.	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Gesprächsführung und Konfliktmanagement b) Teamentwicklung und Gruppendynamik		Kontaktzeit a) 2 SWS / 30 h b) 2 SWS / 30 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen a) Die Studierenden können in verschiedenen Kommunikationssituationen zielführende Gespräche gestalten. Sie beherrschen konstruktive Fragetechniken und können mittels geschulter Wahrnehmung in Gesprächen aktiv und aufmerksam zuhören. In Konfliktfällen können sie gegensätzliche Positionen und Werte reflektieren und lösungsorientiert verhandeln. Zudem werden Besonderheiten der Kommunikation über digitale Technologien thematisiert sowie Aspekte einer „Netiquette“ aufgegriffen. b) Die Studierenden sind in der Lage, Gruppenprozesse zu erkennen und die Eigenschaften erfolgreicher Teams zu identifizieren. Sie haben ferner ein Verständnis von Gruppendynamiken und verborgenen, zugrundeliegenden Einflussfaktoren. Sie beherrschen zudem Methoden, die eine erfolgreiche Zusammenarbeit in Teams befördern.				
3	Inhalte a) Gesprächsführung und Konfliktmanagement <ul style="list-style-type: none"> • Modelle und Techniken der Kommunikation und Gesprächsführung • Fragetechniken und aktives Zuhören • Wahrnehmungsmuster und Kommunikationsmuster • Sichtbare und unsichtbare Motive b) Teamentwicklung und Gruppendynamik <ul style="list-style-type: none"> • Gruppen als soziale Systeme • Gruppenprozesse erkennen und verstehen • Teambilder und -rollen • Eigenschaften erfolgreicher Teams 				
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht, Übungen, Gruppenarbeiten, Rollenspiele, Digitale Lernspiele, Digitale Selbstlern- und Überprüfungs-tools (z.B. in Moodle)				
5	Teilnahmevoraussetzungen Keine				
6	Prüfungsform a) mündliche Prüfung (30 min.) b) Hausarbeit				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Jede Teilprüfung muss mit mindestens „ausreichend“ bewertet sein.				
8	Verwendung des Moduls in folgendem Studiengang BA-Betriebswirtschaftslehre				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r; Studiendekan/in in Kooperation mit der BO Akademie				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): a) <ul style="list-style-type: none"> • Rosenberg, M.: Gewaltfreie Kommunikation: Eine Sprache des Lebens • Schulz von Thun, F.: Miteinander reden 1 - Störungen und Klärungen - Allgemeine Psychologie der Kommunikation • Schulz von Thun, F.: Miteinander reden 2 - Stile, Werte und Persönlichkeitsentwicklung - Differenzielle Psychologie der Kommunikation. • Watzlawik, P./Beavin, J./Jackson, D.: Menschliche Kommunikation - Formen, Störungen, Paradoxien b) <ul style="list-style-type: none"> • Antons, K.: Praxis der Gruppendynamik. Übungen und Techniken • Gellert, M./Nowak, C.: Teamarbeit, Teamentwicklung und Teambesprechung. Ein Praxisbuch für die Arbeit in und mit Teams • König, O./Schattenhöfer, K.: Einführung in die Gruppendynamik 				

Grundlagen Beschaffung und Logistik					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 3. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Grundlagen Beschaffung und Logistik		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden</i> <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • die grundlegenden Methoden zur Gestaltung, Organisation und Steuerung von Beschaffungs- und Logistiksystemen anwenden und erläutern sowie aus den zum Teil gegenläufigen Zielsetzungen im Industriekontext operative Handlungsoptionen ableiten • die Prozesse im Einkauf und der operativen/ strategischen Logistik erläutern • die Beschaffungs- und Logistikkonzepte aus den unterschiedlichen Zielsetzungen der Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit diskutieren und beurteilen <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten sowie unter Anwendung von Datenverarbeitungstools und KI-Anwendungen Ergebnisse aufbereiten und präsentieren • sich im Dialog mit anderen über Problemstellungen im Einkauf/ Beschaffung und der Logistik austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) • Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen Beschaffung und Logistik • Einkauf und Supply Management • Lagerhausstrukturen und -prozesse • Bestandsmanagement • Transportlogistik und logistische Netzwerke • Nachhaltigkeitskonzepte in der Logistik 				
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht				
5	Teilnahmevoraussetzungen Es wird empfohlen, sich vor der Veranstaltung mit den Grundfunktionalitäten von MS-Excel und LLM-Modellen z. B. ChatGPT oder Microsoft Copilot vertraut zu machen.				
6	Prüfungsformen Multiple-Choice-Arbeit (60 Min., elektronisch gestützt, in der Hochschule) ODER Open-Book-Prüfung (120 Min.)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Sprenger				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellen Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • Arnolds H., Heege F., Röh C., Tussing W.: Materialwirtschaft und Einkauf • Deckert C. (eds): CSR und Logistik. Management-Reihe Corporate Social Responsibility • Kummer, Sebastian et al.: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik • Lasch, R.: Strategisches und Operatives Logistikmanagement: Prozesse • van Weele A.J., Eßig M.: Strategische Beschaffung 				


Grundlagen Controlling und Unternehmensplanspiel					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	a) 150 h b) 60 h	a) 5 b) 2	4. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Grundlagen Controlling b) Unternehmensplanspiel	Kontaktzeit a) 4 SWS / 60 h b) 2 SWS / 30 h	Selbststudium a) 90 h b) 30 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>a) Grundlagen Controlling</p> <p>Fachliche Kompetenzen:</p> <p>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Ziele, Aufgaben und Funktionen, die notwendigen Begrifflichkeiten und insbesondere das Wesen und die Bedeutung des Controllings wiedergeben und erläutern • grundlegende Controlling-Ansätze anwenden und deren Ausgestaltung in der Praxis beobachten und bewerten • die Bedeutung der Digitalisierung für das Controlling erkennen und ausgewählte digitale Instrumente im Controlling erläutern • die Möglichkeiten und Grenzen einer Unternehmenssteuerung mit Kennzahlen erkennen • ausgewählte Kennzahlen zur Unternehmenssteuerung ermitteln und interpretieren • grundlegende Bausteine des Finanzcontrollings erläutern und unternehmensbezogen anwenden <p>Fachübergreifende Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • zielgruppenadäquate Kommunikation von Ergebnissen beobachten und erlernen (Kommunikative Kompetenz) • die notwendige Literatur recherchieren, lesen und verstehen (Kompetenz zur Eigeninitiative) • sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen (Kommunikative Kompetenz) • gemeinsam Lösungsansätze für unternehmerische Entscheidungen entwickeln (Kompetenz der Lösungsfähigkeit) <p>b) Unternehmensplanspiel</p> <p>Fachliche Kompetenzen:</p> <p>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aus einer Vielzahl digitaler Informationen das Basiswissen der Betriebswirtschaftslehre die Konsequenzen verschiedener Instrumente des Controllings und des externen Rechnungswesens wiedergeben und erläutern • die Interdependenzen betriebswirtschaftlicher Entscheidungen erfassen und somit strukturierte Lösungen erarbeiten, für die es keinen vorgefertigten Lösungsansatz gibt • Systemzusammenhänge erfassen und gesamtunternehmerische Entscheidungen im Team eigenständig treffen, um als Team bessere Resultate als Einzelpersonen zu erzielen. • alle typischen Merkmale unternehmerischer Funktionen, ihre Verbindung zum Markt und die Folgen von Entscheidungen im Hinblick auf die Ziele des Unternehmens unter Einfluss des Störverhaltens der Umwelt wiedergeben und erläutern <p>Fachübergreifende Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die notwendige Literatur recherchieren, lesen und verstehen • sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten und Ideen für neue Innovationen entwickeln • Ergebnisse analysieren und Strategien verantwortlich auch gegen Widerstände zu Ende führen 				
3	<p>Lerninhalte</p> <p>a) Der Veranstaltungsteil Grundlagen Controlling befasst sich mit den Grundlagen des Fachgebietes. Nach einem ersten Überblick liegt ein Schwerpunkt auf den Elementen des Controlling-Zyklus (Ermittlung von Ist-Werten und Plan-Werte, Erstellung von Abweichungsanalysen und Ableitung von Maßnahmen zur Optimierung sowie der Berichterstattung auch unter Nachhaltigkeitsaspekten und aktuellen Möglichkeiten der Digitalisierung). Zusätzlich werden Ausgestaltungen und Anwendungsmöglichkeiten von Kennzahlen thematisiert. Im Bereich des Finanzcontrollings werden zudem bedeutsame Ansätze zur kurz- und langfristigen Liquiditätssicherung erarbeitet.</p> <p>b) Das Unternehmensplanspiel vertieft Themen aus den Bereichen Kostenrechnung, Controlling und externes Rechnungswesen. Studierende lernen spielerisch, welche Auswirkungen eigene unternehmerische Entscheidungen in Konkurrenzsituationen und unter wechselnden Marktbedingungen haben können.</p>				

	Hierbei erkennen die Studierenden die Auswirkungen ihres Handels auf die Erfolgs- und Liquiditätswirk-samkeit und weitere relevante betriebswirtschaftliche Größen. Die Studierenden lernen diese betriebs-wirtschaftlichen Resultate aus fortlaufend aktualisierten Reports (Marktbericht, Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Finanzstatus, Maschinenbelegungsbericht, Personaleinsatz, Lagerbericht) zu entneh-men.
4	Lehrformen a) Vorlesung b) Durchführung des Planspiels „BO-CASH“ unter kontinuierlicher Moderation als regelmäßige Veranstaltung oder Blockseminar. Gruppenarbeit. Seminaristischer Unterricht und Präsentationsphasen der Teams wechseln sich ab.
5	Teilnahmevoraussetzungen Kenntnisse in Buchhaltung und Kostenrechnung
6	Prüfungsform a) Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) (TP) b) Klausurarbeit (45 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) (TP)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Jede Teilprüfung muss mit mindestens „ausreichend“ bewertet sein. Ermittlung der Modulnote im Verhältnis: a) 5/7 + b) 2/7
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung
10	Modulbeauftragte/r a) b) Prof. Dr. Sturm b) Prof. Dr. Wolik , Prof. Dr. Brill
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlung (in der jeweils aktuellsten Auflage): a) Grundlagen Controlling: <ul style="list-style-type: none"> • Coenenberg, A.G.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse • Hubert, B.: Grundlagen des operativen und strategischen Controllings: Konzeptionen, Instrumente und ihre Anwendung • Küting, K. / Weber, C.-P.: Die Bilanzanalyse. • Reichmann, T./ Kibler, M. / Baumöl, U.: Controlling mit Kennzahlen • Weber, J. / Schäffer, U.: Einführung in das Controlling • Ziegenbein, K.: Controlling b) Unternehmensplanspiel: keine

Grundlagen der Ertragsbesteuerung					
Kennnummer	Workload 225 h	Credits 7	Studiensemester 4. Sem.	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Grundlagen der Ertragsbesteuerung		Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 135 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Grundzüge des deutschen Ertragsteuerrechts erläutern • ertragsteuerliche Sachverhalte systemisch beurteilen und quantifizieren • in Abhängigkeit von der Situation entsprechende Vor- und Nachteile wirtschaftlichen Handelns im Hinblick auf die Besteuerung aufzeigen <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • die notwendige Literatur recherchieren, lesen und verstehen • sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Einkommensteuer (Steuerpflicht, Einkünfte, Bemessungsgrundlage, Steuertarif) • Körperschaftsteuer (Steuerpflicht, Bemessungsgrundlage, Steuertarif, Verbindung zur ESt) • Gewerbesteuer (Gewerbeertrag, Gewerbesteuerberechnung, Verbindungen zu ESt/KSt) • Grundzüge des Internationalen Steuerrechts (national sowie Doppelbesteuerungsabkommen) 				
4	Lehrformen Vorlesung + Übung				
5	Teilnahmevoraussetzungen Grundkenntnisse im Bereich der Buchführung und der Rechtsformen				
6	Prüfungsform Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Thönnies				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • Freichel/Brähler/Lösel: Ertragsteuern • Schweizer: Steuerlehre • Hubert: Unternehmenssteuern 				

Grundlagen Marketing					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 4. 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 <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing als Unternehmensführungsprinzip nachvollziehen • durch die Grundlagen der Marktforschung und die Kenntnis wesentlicher Marktforschungsmethoden den Status quo und die Entwicklung der Märkte begreifen • Abhängigkeiten zwischen den Bestandteilen der Marketing-Konzeption erkennen • die Ausgestaltung des Marketings auf operativer Ebene im betrieblichen Alltag umzusetzen • Verfahren zur Preisbildung erfolgreich anwenden, Reaktionen des Markts auf Preise einschätzen sowie den strategischen Einsatz von Preisen beurteilen • Chancen und Risiken von direktem und indirektem Vertrieb sowie unterschiedliche Absatzwegesysteme erläutern • die Relevanz und Ausgestaltungsmöglichkeiten erfolgreicher Produkt- und -programmpolitik erfassen • die unterschiedlichen kommunikationspolitischen Instrumente abgrenzen und entscheidungsrelevante Fragen zu ihrem jeweiligen Einsatz beantworten • Probleme aus dem Marketing mit Techniken/Systemen der Informatik lösen <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • die notwendige Literatur recherchieren, lesen und verstehen • sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Marktorientiertes Unternehmensführungsprinzip • Marktabgrenzung und -segmentierung als Grundlage einer kundenorientierten Marktbearbeitung • Aufgaben der, Anforderungen an und Methoden zur Erhebung entscheidungsrelevanter Marktinformationen im Rahmen der Marktforschung • Ziele, Aufgaben und Methoden der Marketinginstrumente (Produktpolitik, Preispolitik, Distributionspolitik und Kommunikationspolitik) sowie einer zielkonformen Planung des Marketing-Mix • Betriebliche Informationssysteme zum Marketing 				
4	Lehrformen Vorlesung/Seminaristischer Unterricht				
5	Teilnahmevoraussetzungen Grundlegende Kenntnisse in „Wirtschaftsmathematik“ und den betriebswirtschaftlichen Grundbegriffen werden empfohlen				
6	Prüfungsformen Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Schlottmann				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • Homburg, C.: Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung • Meffert, H., Burmann, C., Kirchgeorg, M., Eisenbeiß, M.: Marketing - Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung Konzepte - Instrumente - Praxisbeispiele 				

Jahresabschluss					
Kennnummer	Workload 225 h	Credits 7	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	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Fachliche Kompetenzen: Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • verstehen, aus welchen Elementen mit welchem Umfang der Jahresabschluss und der Lagebericht von Unternehmen unterschiedlicher Rechtsform und Größe besteht • die Nützlichkeit der mit dem Jahresabschluss und dem Lagebericht transportierten Informationen für Entscheidungen unterschiedlicher Stakeholder begründen; insbesondere können sie begründen, wie der Jahresabschluss zur Unternehmenssteuerung, Informationsgewinnung und Gewinnzurechnung genutzt wird • analysieren, welche Unternehmensprozesse und Sachverhalte im Jahresabschluss abzubilden sind • ausgewählte Unternehmensprozesse und Sachverhalte im handelsrechtlichen Jahresabschluss abbilden und dabei die bilanzpolitischen Möglichkeiten erkennen und analysieren • erläutern, wie Unternehmen im Abschluss über Nachhaltigkeitsaspekte zu berichten haben. <p>Fachübergreifende Kompetenzen: Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die notwendige Literatur einschließlich der Rechtsgrundlagen und grundlegender Rechtsprechung recherchieren, lesen und verstehen • KI-generierte Antworten zu Fragen zum Jahresabschluss analysieren und beurteilen • sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten 				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Das Modul Jahresabschluss befasst sich mit den rechtlichen Grundlagen der Erstellung sowie der Analyse des Jahresabschlusses und des Lageberichts, wobei der Schwerpunkt auf der Erstellung des Jahresabschlusses liegt. • Im Bereich rechtliche Grundlagen wird erarbeitet, welche Unternehmen einen Jahresabschluss und Lagebericht zu erstellen haben, aus welchen Bestandteilen diese abhängig von der Unternehmensform und Größe bestehen. • Im Rahmen der Erstellung des Jahresabschlusses wird analysiert, ob und welche Auswirkungen Unternehmensprozesse und sonstige Sachverhalte auf den Jahresabschluss haben. Zu den Unternehmensprozessen zählen u.a. der Kauf und Verkauf von Handelswaren, die Produktion und der Verkauf von Erzeugnissen, der Investitionsprozess und der Finanzierungsprozess (Eigenfinanzierung sowie Fremdfinanzierung). Dabei wird auf mögliche bilanzpolitische Maßnahmen eingegangen. • Im Bereich Jahresabschlussanalyse werden Abschlüsse anhand ausgewählter Kennzahlen analysiert. Ebenso wird diskutiert, wie bilanzpolitische Maßnahmen durch intelligente Kennzahlenbildung neutralisiert werden können. <p>Alle Themenbereiche werden anhand von zahlreichen Aufgaben und Fallstudien inhaltlich vertieft.</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Vorlesung mit seminaristischen Anteilen</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Solide Kenntnisse in Buchhaltung(-stechnik) sind unerlässlich; darauf baut das Modul Jahresabschluss auf. Benötigt werden ferner die Kenntnisse aus der Einführung in die BWL, Wirtschaftsmathematik, insbesondere Finanzmathematik (Zinsrechnung, Barwertberechnungen), ferner Investition und Finanzierung sowie Wirtschaftsrecht (Kaufmannsbegriff, Rechtsformen).</p>				
6	<p>Prüfungsform</p> <ul style="list-style-type: none"> • Klausurarbeit (135 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) • Portfolioprüfung (Elemente: Lösungen von Aufgaben bzw. Fallstudien [30%], mündliche Rücksprache/Fachgespräch (50%), Hausarbeit/Referat (20%), Lernprozess-Reflektion [unbewertet]) 				
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung</p>				
8	<p>Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen</p> <p>BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management</p>				
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>siehe Prüfungsordnung</p>				

10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Hender
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none">• Baetge, J./Kirsch, H.-J. /Thiele, S.: Bilanzen• Coenberg, A. /Haller, A. /Schultze W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse• Hender, M.: Der handelsrechtliche Jahresabschluss. Zum Download scannen:• Meyer, C./ Theile, C.: Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht 

Makroökonomik					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 3. 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 Fachliche Kompetenzen: Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden: <ul style="list-style-type: none"> • aufbauend auf Ergebnissen der Mikroökonomie gesamtwirtschaftliche Phänomene analysieren • Grundlagen der Konjunktur- und Wachstumstheorie sowie außenwirtschaftlicher Zusammenhänge erarbeiten • die Bedeutung der Geldwertstabilität in einer Volkswirtschaft identifizieren • Beschäftigungsaspekte und Arbeitslosigkeit analysieren Fachübergreifende Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> • Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren • Inhalte aus dieser Fachliteratur für andere verständlich darstellen und zitieren • sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) • Konkrete Aufgabenstellungen, für die es keinen vorgefertigten Lösungsansatz gibt, durch einen strukturierten Ansatz und Urteilskraft lösen • Data Literacy 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Makroökonomische Daten • Konjunktur- und Wachstumstheorie • Das monetäre System • Inflation • Beschäftigung und Arbeitslosigkeit 				
4	Lehrformen Vorlesungen				
5	Teilnahmevoraussetzungen Vorkenntnisse aus den Modulen „Mikroökonomik“ und “ Wirtschaftsmathematik und Wirtschaftsstatistik 1 + 2“ werden empfohlen				
6	Prüfungsform Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) ODER Klausurarbeit (90 Min. elektronisch oder elektronisch gestützt, in der Hochschule)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Sommer				
11	Sonstige Informationen Die Veranstaltungen bauen vor allem auf folgenden Veröffentlichungen auf (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • 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.				

Wirtschaftsmathematik und Wirtschaftsstatistik 3					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 3. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Sem.
1	Lehrveranstaltungen Seminaristischer Unterricht	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende	
2	Lernergebnisse / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Statistische Hypothesen formulieren und testen • Lineare multiple ökonomische Modelle spezifizieren, schätzen und testen • statistische Auswertungen in Fachveröffentlichungen in eigenen Worten wiedergeben und Schlüsse daraus ziehen <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten • Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren, Interagieren mit KI • Digitale Schlüsselkompetenzen in Form von Nutzung gängiger Software, Fähigkeit zum digitalen Lernen durch die Bearbeitung von randomisierten Onlineaufgaben trainieren, Datenerhebung unter Berücksichtigung von Datenschutzanforderungen • Technologische Kompetenzen durch die effiziente Analyse großer Datenmengen zur Informationsgewinnung 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Wahrscheinlichkeitsfunktionen, Dichtefunktionen, Verteilungsfunktionen • Konfidenzintervalle und Hypothesentests • Lineare multiple Regression 				
4	Lehrformen Integrierte Vorlesung mit Übungsanteilen				
5	Teilnahmevoraussetzungen Es wird vorausgesetzt, dass die Inhalte aus den Veranstaltungen Wirtschaftsmathematik und Wirtschaftsstatistik 1 und 2 angewandt werden können.				
6	Prüfungsform Klausur (90 Min., elektronisch gestützt, in der Hochschule), 25% freiwillige Vorleistung, dabei mind. 40% Klausurleistung				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Moos				
11	Sonstige Informationen Veranstaltungsbegleitendes Skript oder Buch mit Übungsaufgaben Mittag, H.-J./Schüller, K.: Statistik – Eine Einführung mit interaktiven Elementen, Springer Spektrum				

Wirtschaftspolitik und Grundlagen Nachhaltigkeit					
Kennnummer	Workload a) 150 h	Credits 5	Studiensemester 3. Sem.	Häufigkeit des Angebots in jedem Semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Wirtschaftspolitik b) Grundlagen Nachhaltigkeit	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 Fachliche Kompetenzen: Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden: <ul style="list-style-type: none"> politisch gesetzte Ziele und Rahmenbedingungen für wirtschaftliches Handeln sowie Instrumente und die Träger der Wirtschaftspolitik analysieren die Verzahnung von Politik, Wirtschaft und Wissenschaft beschreiben und die allgemeinen Möglichkeiten und Grenzen einer politischen Gestaltung wirtschaftlicher Abläufe auf Märkten und in der Gesamtwirtschaft beurteilen das Leitbild der Nachhaltigen Entwicklung wiedergeben, unterschiedliche Paradigmen der Nachhaltigkeit erläutern und einordnen Konzepte der Nachhaltigkeit auf zentrale Handlungsfelder einer zukunftsfähigen Gesellschaft anwenden und diskutieren die politischen Instrumente und deren Wirkungsweise zur Initiierung von Veränderungsprozessen bearbeiten Fachübergreifende Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> die notwendige Literatur recherchieren, lesen und verstehen sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) Konkrete Aufgabenstellungen, für die es keinen vorgefertigten Lösungsansatz gibt, durch einen strukturierten Ansatz und Urteilskraft lösen 				
3	Inhalte a) Wirtschaftspolitik <ul style="list-style-type: none"> Ziele der Wirtschaftspolitik Mittel der Wirtschaftspolitik Träger der Wirtschaftspolitik b) Grundlagen Nachhaltigkeit <ul style="list-style-type: none"> 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 Mikroökonomie				
6	Prüfungsform a) Klausurarbeit (45 Min., schriftliche Form, in der Hochschule, elektronisch oder elektronisch gestützt) (TP) b) Klausurarbeit (45 Min., schriftliche Form, in der Hochschule, elektronisch oder elektronisch gestützt) (TP)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgendem Studiengang BA-Betriebswirtschaftslehre				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Sommer				
11	Sonstige Informationen Die Veranstaltungen bauen vor allem auf folgenden Veröffentlichungen auf (in der jeweils aktuellsten Auflage): a) Wirtschaftspolitik <ul style="list-style-type: none"> Fritsch, M.: Marktversagen und Wirtschaftspolitik. Mikroökonomische Grundlagen staatlichen Handelns 				

	<ul style="list-style-type: none">○ Klump, R.: Wirtschaftspolitik○ Weimann, J.: Wirtschaftspolitik. Allokation und kollektive Entscheidung <p>b) Nachhaltige Entwicklung</p> <ul style="list-style-type: none">○ v. Hauff, M./Kleine, A.: Nachhaltige Entwicklung - Grundlagen und Umsetzung○ Rogall, H./ Gapp-Schmeling, K.: Nachhaltige Ökonomie○ Sturm, B./Vogt, C. : Umweltökonomik <p>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.</p>
--	---

Wissenschaftliches Schreiben					
Kennnummer	Workload 45 h	Credits 1,5	Studiensemester 4. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Sem.
1	Lehrveranstaltungen Wissenschaftliches Schreiben	Kontaktzeit 1 SWS / 15 h	Selbststudium 30 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	Lernergebnisse / Kompetenzen Das wissenschaftliche Schreiben befähigt die Studierenden, Informationen zielgerichtet und präzise zusammenzufassen und unterstützt gleichermaßen das kritische Denken wie auch die Fähigkeit, komplexe Zusammenhänge zu analysieren und zu reflektieren. Das Seminar macht die Studierenden mit den Anforderungen des wissenschaftlichen Schreibens vertraut und bietet ihnen Unterstützungsangebote für den individuellen Schreibprozess an, die praktisch erprobt werden können.				
3	Inhalte Gütekriterien wissenschaftlichen Arbeitens <ul style="list-style-type: none"> • Recherche und Quellenarbeit (idealerweise mit Unterstützung der Fachbibliothek) • Strategien zur effektiven Literaturrecherche Umgang mit Literatur <ul style="list-style-type: none"> • Exzerpieren und Texte zusammenfassen • Zeitmanagement für Schreibprojekte Wissenschaftliches Argumentieren und Zitieren <ul style="list-style-type: none"> • Zitierregeln und -techniken • Plagiatsprävention Aufbau und Bestandteile einer Hausarbeit <ul style="list-style-type: none"> • Themensuche und -eingrenzung • Entwicklung einer konkreten Fragestellung KI-gestütztes Schreiben. ChatGPT und Co <ul style="list-style-type: none"> • Konsequenzen für die Autor:innenschaft • Kennenlernen unterschiedlicher KI-Tools/Textoptimierung mit Hilfe von KI-Tools • Prompt-Engineering im Rahmen schriftlicher Arbeiten 				
4	Lehrformen Übungen, Lehrgespräch, Gruppenarbeiten, Digitale Lernspiele, Digitale Selbstlern- und Überprüfungs-tools (z.B. in Moodle)				
5	Teilnahmevoraussetzungen keine				
6	Prüfungsform unbenotet Prüfung				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Regelmäßige Teilnahme an den Veranstaltungen, mit „bestanden“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgendem Studiengang BA-Betriebswirtschaftslehre, BA International Business and Management				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r Studiendekan/in in Kooperation mit der BO Akademie				
11	Sonstige Informationen <ul style="list-style-type: none"> • Breuer, E. O., Güngör, N., Klassen, M., Riesenweber, M. & Vinnen, J. (2021). <i>Wissenschaftlich schreiben - gewusst wie!</i>: Tipps von Studierenden für Studierende. UTB. • Brommer, S. et. al. (2023). <i>Wissenschaftliches Schreiben im Zeitalter von KI gemeinsam verantworten</i> • <i>Eine schreibwissenschaftliche Perspektive auf Implikationen für Akteur*innen an Hochschulen</i>. Online abrufbar unter: https://hochschulforumdigitalisierung.de/wp-content/uploads/2023/11/HFD_DP_27_Schreiben_KI.pdf • Esselborn-Krumbiegel, H. (2021). <i>Die erste Hausarbeit FAQ</i> (2. Auflage). utb. • Hochschule Bochum (2023, 21. September). <i>Leitfaden Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten</i> (Seminar-, Bachelor- und Masterarbeiten) am Fachbereich Wirtschaft. • Stickel-Wolf, C. & Wolf, J. (2019). <i>Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken: Erfolgreich studieren - gewusst wie!</i> Springer Gabler. • Universität Zürich. (o.D.a). <i>So erkennen Sie wissenschaftliche Texte</i>. https://dlf.uzh.ch/open-books/studifitkurs/chapter/so-erkennen-sie-wissenschaftliche-texte/ 				

	<ul style="list-style-type: none">• Universität Zürich. (o.D.b). <i>Suchbegriffe vorbereiten</i>. https://dlf.uzh.ch/openbooks/studifitkurs/chapter/suchbegriffe-vorbereiten/• Universität Zürich. (o.D.c). <i>Monografien, Sammelbände, Fachzeitschriften</i>. https://dlf.uzh.ch/openbooks/studifitkurs/chapter/monografien-sammelbaende-fachzeitschriften/• Universität Zürich. (o.D.d). <i>Wissensaneignung - wann ist welche Publikationsform sinnvoll?</i> https://dlf.uzh.ch/openbooks/studifitkurs/chapter/wissensaneignung-wann-ist-welche-publikationsform-sinnvoll/
--	--

3. Studienjahr

Arbeitsrecht					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	150 h	5	5. o. 6. Sem.	Mind. mind. einmal jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Arbeitsrecht	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • arbeitsrechtliche Problemfelder identifizieren und eigene Positionen auf der Grundlage der einschlägigen Rechtsquellen entwickeln • die arbeitsrechtlichen Rahmenbedingungen des Human Resource Managements beurteilen und auf der Grundlage der gewonnenen Kenntnisse im Individual- und Kollektivarbeitsrecht Handlungsempfehlungen ableiten <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten • Präsentationstechnik ausbauen • Argumentationsfähigkeit stärken • Digital Learning, indem Studierende Literatur für ein vorgegebenes Fachthema aus einer Vielzahl digitaler Quellen valides Wissen zu ausgewählten Themengebieten aufbauen und zu ausgewählten Themengebieten recherchieren. 				
3	Inhalte: <ul style="list-style-type: none"> • Begriff und Rechtsquellen des Arbeitsrechts • Aufbau und Aufgaben der Arbeitsgerichtsbarkeit • Anbahnung, Begründung und Grundlagen der Beendigung von Arbeitsverhältnissen • Rechte und Pflichten von Arbeitgeber und Arbeitnehmer • Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz in der betrieblichen Praxis • Auswirkungen von KI im Arbeitsrecht • Arbeitsrechtliche Rahmenbedingungen bei Betriebsübergang • Grundzüge der betrieblichen und unternehmerischen Mitbestimmung und des Tarifvertragsrechts 				
4	Lehrformen Seminar				
5	Teilnahmevoraussetzungen keine				
6	Prüfungsformen Referat (30 Min. Vortragszeit) nebst Handout ODER mdl. Prüfung (20 Min.) ODER Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Ünsal				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlung (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • Brox/Rüthers/Henssler: Arbeitsrecht • Dütz/Thüsing: Arbeitsrecht • Fitting/Engels/Schmidt/ua: Betriebsverfassungsgesetz • Hanau/Adomeit: Arbeitsrecht • Junker Grundkurs Arbeitsrecht/Junker: Fälle zum Arbeitsrecht•Kocher Europäisches Arbeitsrecht • Richardi / Bayreuther: Kollektives Arbeitsrecht • Schaub: Arbeitsrechtshandbuch Weitere Literaturhinweise werden in der Veranstaltung gegeben.				

Ausgewählte Fragen der Rechnungslegung und Finanzberichterstattung					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. u. 6. Sem.	Häufigkeit des Angebots Sommersemester/ Wintersemester als Skiseminar	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Ausgewählte Fragen der Rechnungslegung und Finanzberichterstattung		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Fachliche Kompetenzen nach Abschluss des Moduls: <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden können Ansatz-, Ausweis und Bewertungsregelungen des HGB und der IFRS einschließlich der Anhangangabepflichten auf die Abbildung von komplexen Sachverhalten im Jahres- und Konzernabschluss anwenden Sie können offene Probleme der nationalen und internationalen Rechnungslegung erkennen, strukturieren und vergleichend analysieren und bewerten Sie sind in der Lage, Lösungsansätze für offene Probleme zu erarbeiten Fachübergreifende Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> Analytische Fähigkeiten: Die Studierenden können komplexe Informationen aus der Literatur extrahieren und diese kritisch hinterfragen, um fundierte Urteile zu fällen. Kommunikationsfähigkeit: Die Studierenden sind in der Lage, in Gruppen zusammenzuarbeiten und die Ergebnisse ihrer Analyse einem Fachpublikum gegenüber verständlich zu präsentieren und die Relevanz ihrer Ergebnisse darzulegen. Interdisziplinäres Denken: Die Studierenden verstehen die Verbindungen zwischen realen Sachverhalten und deren Abbildung Problem-solving-Kompetenz: Die Studierenden können Probleme im Zusammenhang mit einem Fachgebiet oder einem Arbeitsauftrag erkennen und Lösungsvorschläge entwickeln. 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> Bilanzierung des Goodwill nach HGB und IFRS Eigenkapitalpiegel und Kapitalflussrechnung Überleitung vom erwarteten zum ausgewiesenen Steueraufwand Darstellung und Interpretation der Regelungen zur Währungsumrechnung im Einzel- und Konzernabschluss. Imparitätsprinzip – Die Vorschriften des HGB und IFRS im Vergleich 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. Abbildung von Nachhaltigkeitsaspekten 				
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht und Gruppenarbeit				
5	Teilnahmevoraussetzungen Keine				
6	Prüfungsform (1) Hausarbeit und Präsentation oder (2) Portfolioprüfung (40 % Protokoll, 40 % Referat, 20 % Fachgespräch)				
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 siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Matthias Hender; Prof. Dr. Carsten Theile				
11	Sonstige Informationen Die im jeweiligen Semester zu bearbeitenden „ausgewählte Fragen“ werden über Moodle bekanntgegeben. Besonderheit: Im Wintersemester findet die Veranstaltung als Skiseminar statt: Nach einer Hinführung zum Thema und dessen genaue Spezifikation schreiben die Studierenden eine Hausarbeit. Die Hausarbeit hat – bis auf den Umfang – den formalen Anforderungen einer Bachelorarbeit zu entsprechen. Die Ergebnisse der Hausarbeit sind auf einem Skiseminar zu präsentieren, das typischerweise in Champéry (Schweiz; Skigebiet Portes du Soleil)				

durchgeführt wird, gemeinsam mit Studierenden der Fernuniversität Hagen und der Universität Wuppertal. Kenntnisse im Ski- oder Snowboardfahren sind wünschenswert, aber keine Bedingung. Für Studierende, die nicht nach Champéry mitfahren wollen oder können, findet die Präsentation der Hausarbeit an der Hochschule Bochum statt.

Literaturempfehlungen (Grundlagen, in der jeweils aktuellen Auflage):

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

Weiterführende und spezielle Literatur wird in der Veranstaltung bekanntgegeben.

Ausgewählte Fragen des Gesundheitsmanagements					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5./6. Sem.	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Wahl aus verschiedenen Lehrveranstaltungen des Fachbereichs Gesundheitswesen (Hochschule Bochum Gesundheitscampus)		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße in Abhängigkeit vom Angebot
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Aus dem Modulhandbuch des Bachelorstudienganges Gesundheitsökonomie des Fachbereichs Gesundheitswesen der Hochschule Bochum, Gesundheitscampus, können die Studierenden eine der folgenden Veranstaltungen wählen: <ul style="list-style-type: none"> • Jeweils im Sommersemester <ul style="list-style-type: none"> ○ Public Health ○ Gesundheitsökonomische Evaluation & Outcome Research ○ Versorgungsmanagement • Jeweils im Wintersemester <ul style="list-style-type: none"> ○ Gesundheitswesen und Gesundheitswirtschaft ○ Angewandte Unternehmensführung Auf das Modulhandbuch des Bachelorstudienganges Gesundheitsökonomie, erhältlich unter https://gesundheitscampus.hochschule-bochum.de/fileadmin/user_upload/Studieren_am_Standort_Gesundheitscampus/MHB_Verlaufsplaene/MHB_GOE_2025_02_13.pdf , wird Bezug genommen.				
3	Inhalte: Auf das Modulhandbuch des Bachelorstudienganges Gesundheitsökonomie, erhältlich unter https://gesundheitscampus.hochschule-bochum.de/fileadmin/user_upload/Studieren_am_Standort_Gesundheitscampus/MHB_Verlaufsplaene/MHB_GOE_2025_02_13.pdf , wird Bezug genommen.				
4	Lehrformen Auf das Modulhandbuch des Bachelorstudienganges Gesundheitsökonomie, erhältlich unter https://gesundheitscampus.hochschule-bochum.de/fileadmin/user_upload/Studieren_am_Standort_Gesundheitscampus/MHB_Verlaufsplaene/MHB_GOE_2025_02_13.pdf , wird Bezug genommen.				
5	Teilnahmevoraussetzungen Auf das Modulhandbuch des Bachelorstudienganges Gesundheitsökonomie, erhältlich unter https://gesundheitscampus.hochschule-bo-chum.de/fileadmin/user_upload/Studieren_am_Standort_Gesundheitscampus/MHB_Verlaufsplaene/MHB_GOE_2025_02_13.pdf , wird Bezug genommen. Eine Anmeldung zum Sommersemester ist bis zum 01.03. und zum Wintersemester bis zum 01.09. bei Frau Bambal erforderlich.				
6	Prüfungsform Auf das Modulhandbuch des Bachelorstudienganges Gesundheitsökonomie, erhältlich unter https://gesundheitscampus.hochschule-bo-chum.de/fileadmin/user_upload/Studieren_am_Standort_Gesundheitscampus/MHB_Verlaufsplaene/MHB_GOE_2025_02_13.pdf , wird Bezug genommen.				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Aktive Teilnahme und eine mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, B.Sc. Gesundheitsökonomie				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r Der/die Studiendekan/Studiendekanin in Kooperation mit dem Fachbereich Gesundheitswesen der Hochschule Bochum, Gesundheitscampus				
11	Literaturempfehlungen Je nach Wahl der Veranstaltung aktuelle spezifische Empfehlungen. Studierende können sich bei Fragen zu diesem Modul an die Studiengangsmanagerin BWL – Emine Bambal - wenden.				

B2B-Marketing					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. u. 6. Sem.	Häufigkeit des Angebots Mind. 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 <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> die Besonderheiten von B2B-Märkten, die Mechanismen industriellen Kaufverhaltens sowie die unterschiedlichen Voraussetzungen für das Marketing gemäß dem Geschäftstypenansatz erläutern Marketing-Programme für diese spezifischen Marktbedingungen entwickeln und somit die Marketinginstrumente kunden- und geschäftstypenspezifisch einsetzen auf Basis der erlernten Einsatzmöglichkeiten von KI und Digitalisierung den Marketingauftritt zukunftsorientiert gestalten <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> strukturiertes und selbständiges Erarbeiten von Lösungen für relevante praxisbezogene Aufgabenstellungen auf Basis erlernter wissenschaftlicher Sachverhalte sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) sich auf Basis des Verständnisses von KI und Digitalisierungsmöglichkeiten für das Entwickeln innovativer und zukunftsorientierter Lösungen fit zu machen 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> Besonderheiten von B2B-Märkten Analyse organisationalen Kaufverhaltens Geschäftstypenansatz (Projekt-, Produkt-, System-, Integrationsgeschäft) Entwicklung von Marketingprogrammen, die jeweils für diese bestimmten Typen von B2B-Märkten geeignet sind Einsatzmöglichkeiten von KI und Digitalisierung allgemein (Geschäftsmodelle des E-Commerce im B2B, Relevanz und Einsatzgebiete von EDI, Social Media Marketing, Content Marketing u.ä.) 				
4	Lehrformen Seminaristische Vorlesung, gestützt auf Fallstudien- und Gruppenarbeiten sowie im Einzelfall Case Study Workshops				
5	Teilnahmevoraussetzungen Grundlegende Kenntnisse in „Grundlagen Marketing“ wird empfohlen				
6	Prüfungsformen Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule oder unter Fernaufsicht) ODER mündliche Prüfung (30 Min.)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte Prof. Dr. Ritterfeld-Zell				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlung (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> Backhaus, K. / Voeth, M.: Industriegütermarketing Pförtsch, W., Manowicz, A.-A., Preikschas, M.: Business-to-Business-Marketing Kleinaltenkamp, M., Saab, S.: Technischer Vertrieb – Eine praxisorientierte Einführung in das B2B-Marketing 				

Beratungskompetenz und Leitung von Gruppen					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. o. 6. Sem.	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Beratungskompetenz und Leitung von Gruppen	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 15 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Sozialkommunikative Kompetenzen in Einzel- und Gruppensettings stellen eine zentrale Anforderung an Hochschulabsolvent*innen dar, unabhängig von der fachlichen Disziplin. Die Entwicklung dieser Kompetenzen erfordert einen anwendungsorientierten Rahmen, der Studierenden ermöglicht, sich in unterschiedlichen Gesprächsformaten (Moderation, Präsentation, Beratung, ...) zu üben. Das Mentorenprogramm am Fachbereich Wirtschaft bietet einen idealen Lernkontext für Studierende, Führungs- und Sozialkompetenzen in der Rolle von Mentor*innen zu entwickeln. Vor dem Hintergrund heterogener Gruppen mit Mentees verschiedener Kulturen fördert das Modul zudem die Fähigkeit, kulturbedingte Unterschiede im Denken, Fühlen und Handeln zu verstehen, zu respektieren und das eigene Verhalten danach auszurichten.</p> <p><i>Fachliche Kompetenzen</i> Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Grundstruktur von Mentoring-Programmen verstehen und situativ ausgestalten • Teamentwicklungsprozesse analysieren und gestalten • Grundlegende Gesprächsformate des Coachings lösungsorientiert anwenden <p><i>Überfachliche Kompetenzen</i> Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gruppenveranstaltungen strukturiert planen und effektiv moderieren. • Gruppendynamische Prozesse verstehen und konstruktiv beeinflussen. • Verschiedene Formate digitaler Interaktionen sowohl für die Zusammenarbeit innerhalb des Mentoren-Teams als auch für die Kommunikation mit Mentees anlassbezogen auswählen und zielgerichtet anwenden. • Eigenes Verhalten kompetenzorientiert reflektieren und Entwicklungsfelder definieren. • KI basierte Software für eine schnelle thematische Orientierung bedarfsbezogen nutzen und den validen Wissensaufbau effizient durch eigenständige Literaturrecherchen absichern. <p>Als Ausdruck hochschulinternen Engagements bereichert die Mentorentätigkeit das Persönlichkeitsprofil von Studierenden beim Übergang vom Studium in die Berufspraxis und belegt Verantwortungs-übernahme und Leitungskompetenz.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Für ein Semester unterstützen die Studierenden Studienanfänger*innen bei deren sozialem, räumlichem und organisatorischem Einfinden an der Hochschule. In einem 3-tägigen Workshop entwickeln die Studierenden in der Gruppe ein eigenes Rollenverständnis ihrer Mentorentätigkeit und erleben gleichzeitig, wie aus einzelnen Studierenden ein Team werden kann. Zu Semesterbeginn werden jedem Studierenden ca. 15 Mentees zugeordnet, die über ein Semester begleitet werden. Die Studierenden erarbeiten und vereinbaren gemeinsam in der Gruppe die inhaltliche Ausgestaltung des Mentorings. Fertigkeiten der Gesprächsführung (Aktives Zuhören, Prozess- und Expertenberatung) und Moderation werden in kurzen Trainingsphasen eingeübt und im Mentoring weiter gefestigt.</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Blockveranstaltungen vor Semesterbeginn, März (SoSe), September (WiSe) • Reflexionstreffen im Semesterverlauf / Moderierte Peer-Coachings • Seminaristische Veranstaltungen für die Wissensvermittlung und zum Methodentraining 				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen Erfolgreiche Bewerbung (Bewerbungsunterlagen + Kurzinterview)</p>				
6	<p>Prüfungsform: Portfolioprfung (Elemente: Präsentation [50 %] + Lernprozess-Reflektion [50 %])</p>				
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung.</p>				
8	<p>Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management</p>				
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung</p>				
10	<p>Modulbeauftragter Dipl.-Kfm. Andreas Schmidt</p>				
11	<p>Literaturempfehlung: Studierende erhalten methodenorientierte Handouts im Semesterverlauf</p>				

Beschaffung und Logistik 1					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. Sem.	Häufigkeit des Angebots mind. einmal jährlich	Dauer 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 <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • den Systemcharakter von Beschaffungs- und Logistikaufgaben erläutern • Methoden und Modelle zur Analyse, Optimierung und zur Bewertung von Logistiksystemen auf praktische Problemstellungen anwenden, einschließlich der Integration von digitalen Technologien. • Neueste Entwicklungen im Beschaffungs- und Logistikmanagement benennen und zu den bislang erworbenen Grundlagen in Beziehung setzen <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten • sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz, Problemlösefähigkeit und Kollaboration) • Zielkonflikte und Synergien zwischen Beschaffung, Logistik und Nachhaltigkeit identifizieren, bewerten und Maßnahmen ableiten unter Berücksichtigung digitaler Technologien 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Logistikstrategien • Warehousemanagement • Standortplanung • Transportsysteme • Tourenplanung • Beschaffungsmanagement • Kreislauflogistik 				
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht				
5	Teilnahmevoraussetzungen Es wird empfohlen, dass die Inhalte des Moduls „Grundlagen Beschaffung und Logistik“ bereits bekannt sind.				
6	Prüfungsformen Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) ODER mündliche Prüfung (20 Min.)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Wirtschaftswissenschaften, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Schröter				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • Hohmann, S.: Logistik- und Supply Chain Management. Grundlagen, Theorien und quantitative Aufgaben. Springer Gabler, Wiesbaden 2022 • Pfohl, Hans-Christian (2021) Logistikmanagement: Konzeption und Funktionen. • Pfohl, Hans-Christian (2018) Logistiksysteme: Betriebswirtschaftliche Grundlagen. • Wellbrock, W.; Ludin, D. (Hrsg.): Nachhaltiges Beschaffungsmanagement: Strategien – Praxisbeispiele – Digitalisierung, Berlin 2019 				

Beschaffung und Logistik 2					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 6. Sem.	Häufigkeit des Angebots mind. 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 <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • den Systemcharakter integrierter Lieferketten erkennen und verstehen • logistische Systeme formal beschreiben und betriebswirtschaftlich analysieren • die Potenziale der Digitalisierung in der logischen Systemgestaltung erläutern und können diese in einem praktischen Kontext zur Wirkung bringen <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten • aus einer Vielzahl analoger und digitaler Informationen valides Wissen zu ausgewählten Themengebieten aufbauen und für die Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit nutzen • Wissenschaftliche Inhalte erarbeiten, schriftlich verfassen und zielgruppenorientiert präsentieren • sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz, Problemlösefähigkeit und Kollaboration) 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Vertiefung der Themen aus dem Modul „Beschaffung und Logistik 1“ • Branchenbezogene Logistiksysteme • Beschaffungs- und Logistikmanagement im Kontext der Nachhaltigen Entwicklung • moderne informations- und kommunikationstechnische Systeme in der logischen Systemgestaltung 				
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht				
5	Teilnahmevoraussetzungen Es wird empfohlen, dass die Inhalte des Moduls „Grundlagen Beschaffung und Logistik“ bereits bekannt sind.				
6	Prüfungsformen Referat mit Handout oder Hausarbeit (12 Seiten) mit Präsentation				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Schröter				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • Hohmann, S.: Logistik- und Supply Chain Management. Grundlagen, Theorien und quantitative Aufgaben. Springer Gabler, Wiesbaden 2022 • Pfohl, Hans-Christian (2021) Logistikmanagement: Konzeption und Funktionen. • Pfohl, Hans-Christian (2018) Logistiksysteme: Betriebswirtschaftliche Grundlagen. • Wellbrock, W.; Ludin, D. (Hrsg.): Nachhaltiges Beschaffungsmanagement: Strategien – Praxisbeispiele – Digitalisierung, Berlin 2019 				

Bewertung von Finanzinstrumenten					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. oder 6. Sem.	Häufigkeit des Angebots einmal jährlich	Dauer 1 Sem.
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse / Kompetenzen</p> <p>Fachliche Kompetenzen: Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Funktionsweise und den Einsatz von Finanzinstrumenten beschreiben. • die zur Bewertung erforderlichen mathematischen Überlegungen wiedergeben. • geeignete Finanzinstrumente (ggf. computergestützt mit Machine/Deep Learning Algorithmen) auf einen ökonomischen Sachverhalt anwenden. • Risiken durch Ermittlung geeigneter Kennzahlen quantifizieren und den Einsatz damit beurteilen. • auf eine angemessene Situation geeignete Finanzinstrumente auswählen, dadurch bewerten und beurteilen. <p>Fachübergreifende Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten • Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren • Digitale Schlüsselkompetenzen in Form von Nutzung gängiger Software, Fähigkeit zum digitalen Lernen durch die Bearbeitung von randomisierten Onlineaufgaben trainieren, Datenaufbereitung unter Berücksichtigung qualitativer Aspekte • Technologische Kompetenzen durch die effiziente Analyse großer Datenmengen zur Informationsgewinnung 				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einfache Zinsgeschäfte • Forwards und Futures • Portfoliotheorie • Optionen • Value at Risk 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristischer Unterricht, Programmierübungen</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Kenntnisse aus den Modulen „Investition und Finanzierung“, „Wirtschaftsmathematik und Wirtschaftsstatistik“, Excel- und Programmierkenntnisse</p>				
6	<p>Prüfungsform</p> <p>Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) ODER Hausarbeit ODER Referat</p>				
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung</p>				
8	<p>Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen</p> <p>BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management</p>				
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>siehe Prüfungsordnung</p>				
10	<p>Modulbeauftragte; hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Skill</p>				
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Heitmann, D; Skill, Th; Weiß, C.: Finanzmathematik 2) Hull, J.: Optionen, Futures und andere Derivate 				

Business Case Studies, englisch/deutsch					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. o. 6. Sem.	Häufigkeit des Angebots Mind. 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 <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> im Rahmen der Veranstaltung eigenständig betriebswirtschaftliche Problemstellungen in englischer und/oder deutscher Sprache in Form von Fallstudien aus der Unternehmenspraxis unter Anleitung der Lehrenden bearbeiten durch Anwendung ihrer betriebswirtschaftlichen Methoden- und Analysekompetenz Lösungen und Handlungsempfehlungen für praxisorientierte Fragestellungen im Team entwickeln und schriftlich dokumentieren <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> Allgemein anwendbare Methoden zur anwendungsorientierten Analyse und Präsentation Entwicklung von Fähigkeiten zur strukturierten Präsentation der Arbeitsergebnisse vor den Seminarteilnehmern 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> Die Fallstudien berücksichtigen aktuelle Fragestellungen von Unternehmen mit unterschiedlichem Branchenkontext und Internationalisierungsgrad. Die in den Fallstudien vorgestellten Unternehmen stehen vor unterschiedlichen Herausforderungen, die in verschiedenen betriebswirtschaftlichen Funktionsbereichen angesiedelt sind 				
4	Lehrformen Seminar im interdisziplinären Ansatz (geleitet durch 2 Professoren aus Marketing & Vertrieb und Kostenmanagement & Controlling), Übungen, Bearbeitung von Fallstudien und Präsentation				
5	Teilnahmevoraussetzungen Hinreichende Englischkenntnisse sind sinnvoll und wünschenswert.				
6	Prüfungsformen Referat (30 Min. Vortragszeit, Handout)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Sturm, Prof. Dr. Schlottmann				
11	Sonstige Informationen				

Controlling 1					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. Sem.	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Controlling	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • die Aufgaben des Controllings erläutern sowie in den Controlling-Regelkreis und die Unternehmensprozesse einordnen • ausgewählte Instrumente des strategischen und operativen Controllings für die Unternehmensplanung und -kontrolle anwenden • traditionelle Kennzahlen zur Unternehmenssteuerung ermitteln, in Kennzahlensystemen miteinander verknüpfen und interpretieren • das Konzept der wertorientierten Unternehmensführung erläutern, entsprechende Kennzahlen ermitteln und interpretieren <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • zielgruppenadäquate Kommunikation von Ergebnissen beobachten und erlernen (Kommunikative Kompetenz) • die notwendige Literatur recherchieren, lesen und verstehen (Kompetenz zur Eigeninitiative) • sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen (Kommunikative Kompetenz) • gemeinsam Lösungsansätze für unternehmerische Entscheidungen entwickeln (Kompetenz der Lösungsfähigkeit) 				
3	Lerninhalte Das Modul befasst sich mit den Aufgaben des Controllings im Rahmen des Controlling-Regelkreises aus Planung, Kontrolle und Steuerung. Nach einem ersten Überblick liegt der Schwerpunkt des Moduls auf den strategischen und operativen Controllinginstrumenten. Im Bereich der strategischen Controllinginstrumente stehen die SWOT-Analyse sowie Portfolio-Konzepte im Vordergrund. Im Bereich der operativen Controllinginstrumente geht es vor allem darum, die strategischen Zielsetzungen in verschiedenen Controllingbereichen wie Investitionscontrolling, Prozess- und Liquiditätsmanagement sowie Budgetierung zu konkretisieren. Darüber hinaus werden operative Entscheidungsrechnungen erstellt. Im Bereich zur Unternehmenssteuerung liegt der Fokus auf den traditionellen und wertorientierten Kennzahlen(systemen). Nach der Aufbereitung von entscheidungsrelevanten Informationen wird deren Berichterstattung an das Management thematisiert. Durchgängig wird für alle Controlling-Instrumente aufgezeigt, wie digitale Konzepte (u.a. auf Basis von Künstlicher Intelligenz) eingesetzt werden können.				
4	Lehrformen Vorlesung und Übung				
5	Teilnahmevoraussetzungen Das Modul setzt grundlegende Kenntnisse in „Jahresabschluss“, „Kostenrechnung“ und „Controlling“ voraus.				
6	Prüfungsformen Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Sturm, Prof. Dr. Wiesmann, Prof. Dr. Brill				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • Weber/Schäffer, Einführung in das Controlling • Fischer/Möller/Schultze, Controlling • Horváth/Gleich/Seiter, Controlling • Reichmann/Kißler/Baumöl, Controlling mit Kennzahlen • Müller, Investitionsrechnung und Investitionscontrolling • Britzelmaier, Controlling 				

Controlling 2					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	150 h	5	6. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Controlling	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • bedeutende Instrumente und Konzepte des Controllings fallorientiert auswählen und darstellen sowie auf Anwendungsfälle beziehen • einschätzen und erläutern, welche Bedeutung diese Instrumente und Konzepte in der Unternehmenspraxis haben <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • eine konkrete Fragestellung innerhalb einer Hausarbeit strukturiert und unter Anwendung der Regeln des wissenschaftlichen Arbeitens bearbeiten (Kompetenz zur Eigeninitiative) • eine Präsentationsunterlage zu einem Themengebiet mit geeigneten Präsentationsmedien (digitale und analoge) erstellen (Kompetenz der Kreativität) • eine zielgruppenadäquate Präsentation zu einem Themengebiet unter Nutzung der erstellten Unterlage halten (Kommunikative Kompetenz) • eine Auswahl geeigneter Instrumente zur Lösungsfindung vornehmen und begründen (Kompetenz der Urteilsfähigkeit) 				
3	Lerninhalte Das Modul vertieft Themen des Controllings aus im Studium vorgelagerten Modulen, ergänzt diese um weitere (zuvor nicht besprochene) aktuelle Themen und deren jeweilige Ausgestaltung in der Unternehmenspraxis. Über die Hauptprozesse des Controllings hinaus werden auch Fragestellungen des Bereichscontrollings, wie beispielsweise das Finanz-, IT-, Personal- und Marketing- und Vertriebscontrolling behandelt. Für alle Themenbereiche sind digitale Instrumente (u.a. auf Basis von Künstlicher Intelligenz) von Relevanz.				
4	Lehrformen Seminar				
5	Teilnahmevoraussetzungen Das Modul setzt Kenntnisse aus im Studium zeitlich vorgelagerten Controlling-Veranstaltungen voraus.				
6	Prüfungsformen Hausarbeit (15 Seiten) mit Präsentation				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Wiesmann, Prof. Dr. Sturm, Prof. Dr. Brill				
11	Sonstige Informationen Allgemeine Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • Weber/Schäffer, Einführung in das Controlling • Fischer/Möller/Schultze, Controlling • Horváth/Gleich/Seiter, Controlling • Reichmann/Kißler/Baumöl, Controlling mit Kennzahlen • Müller, Investitionsrechnung und Investitionscontrolling • Britzelmaier, Controlling Zur Erstellung der Hausarbeiten ist themenspezifische Literatur von den Studierenden zu sichten und zu verwenden. Im Rahmen der Präsentationen werden die wichtigsten Quellen von den jeweils Vortragenden Studierenden dargelegt.				

Controlling mit SAP®					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. Sem.	Häufigkeit des Angebots Mind. mind. einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Controlling mit SAP®	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Kennen die Studierenden die grundlegenden Komponenten von SAP s/4HANA und deren Basisfunktion • spezifische Kenntnisse über die dv-gestützte Arbeitsweise auf der Basis des Programmsystems SAP S/4HANA im betrieblichen Kosten- und Erlöscontrolling wiedergeben • wesentliche CO-Funktionen, die Integration innerhalb CO sowie mit anderen Teilmodulen anwenden, typische Kostenrechnungsverfahren inkl. integrierter Planung und den Periodenabschluss abbilden, Reportingwerkzeuge für aussagefähige Analysen anwenden • konkrete Anwendungsfälle aus der betrieblichen Praxis theoretisch und praktisch darstellen sowie Lösungsvorschläge erarbeiten <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Vorstellung des Programmsystems mit den Möglichkeiten der Anpassung an die Unternehmensbedingungen (Customizing) • Einführung in die notwendigen Teilmodule insbesondere eines effizienten Kosten- und Erlöscontrollings • die Vermittlung des Grundgedankens einer integrierten Planung im Zusammenspiel mit den betrieblichen Funktionsbereichen • auf Basis konkreter Buchungsfälle im Controlling wird die Integration mit anderen Teilmodulen aufgezeigt und der grundlegende Gedanke der vorgangsbezogenen Buchung verdeutlicht 				
4	Lehrformen Seminar – Übungen/ Projektarbeit				
5	Teilnahmevoraussetzungen Das Modul setzt grundlegende theoretische Kenntnisse des Rechnungswesens und des betrieblichen Controllings voraus.				
6	Prüfungsform Klausurarbeit (120 Min., schriftliche Form, in der Hochschule)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Klönne				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • Brück, U.: Praxishandbuch SAP-Controlling • Gadatsch, A.; Frick, D.: SAP® gestütztes Rechnungswesen • Fitzner, W., Fitzner, D.: SAP S/4HANA: Der Grundkurs für Einsteiger und Anwender • Heuser, R., et. al.: Integrierte Planung mit SAP • Kaiser, B.-U.: Unternehmensinformation mit SAP®-EIS • Klenger, F.; Falk-Kalms, E.: Kostenstellenrechnung mit SAP® • Löw, I.: Finanzwesen in SAP S/4HANA • Lebefromm, U. et al: Operatives Controlling Und Kostenrechnung • Mehrwald, C.: SAP Business Information Warehouse 3 				

Current Topics of Marketing (engl.)					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5./6. Sem.	Häufigkeit des Angebots Mind. einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Current Topics of Marketing English		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Professional competencies:</i> <i>Upon completion of the module students will be able to:</i> <ul style="list-style-type: none"> deal with current marketing issues and independently develop solutions to specific problems understand developments in marketing practice and assess trends explain new approaches in marketing science and their practical significance <i>Interdisciplinary competencies:</i> <ul style="list-style-type: none"> research literature for a given topic design a presentation on a subject area using suitable presentation media (digital and analog) case study work 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> The seminar is characterised by a change of current content, current cases, and trends in marketing science and marketing business. The module intends to complement and enrich other marketing and sales classes through in-depth discussion of selected topics. The content can vary with focus more on science or more on practice. 				
4	Lehrformen Seminar, exercises, case studies, guest lecture(s)				
5	Teilnahmevoraussetzungen Grundlegende Kenntnisse in „Grundlagen Marketing“, hinreichende Englischkenntnisse				
6	Prüfungsformen Hausarbeit (Seitenzahl abhängig von der Gruppengröße) und mündliche Prüfung (max. 20 Minuten) ODER Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Riegermann				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): Wird im Seminar bekannt gegeben				

Data Science 1					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	150 h	5	5. Sem.	mind. einmal jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Data Science 1	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • die Aufgaben, Methoden und Möglichkeiten der Datenanalyse mit Bezug zu realen Anwendungen erläutern • die Lernaufgaben in Anwendungen identifizieren und die Schritte von der Datenvorbereitung zur (prädiktiven) Analyse durchführen und die Ergebnisse von Analysen evaluieren • die erlernten Fähigkeiten praktisch anwenden und Prototypen für analytische Prozesse eigenständig erstellen • die Auswirkungen von Datenanalysen und deren gesellschaftlichen Bedeutung kritisch einordnen und beurteilen <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) • Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • 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 Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) ODER Hausarbeit (8 Seiten) mit Präsentation				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Bockermann				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • McKinney, Wes: Datenanalyse mit Python • Apaydin, Ethem: Maschinelles Lernen • Hastie, Trevor; Tibshirani, Robert; Friedman, Jerome: The Elements of Statistical Learning Weitere aktuelle Literatur wird vom Dozenten ggf. während der Veranstaltung bekannt gegeben.				

Data Science 2					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	150 h	5	6. Sem.	mind. einmal jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Data Science 2	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • die Aufgaben, Methoden und Möglichkeiten der Datenanalyse mit Bezug zu realen Anwendungen erläutern • die Lernaufgaben in Anwendungen identifizieren und die Schritte von der Datenvorbereitung zur (prädiktiven) Analyse durchführen und die Ergebnisse von Analysen evaluieren • die erlernten Fähigkeiten praktisch anwenden und Prototypen für analytische Prozesse eigenständig erstellen • die Auswirkungen von Datenanalysen und deren gesellschaftlichen Bedeutung kritisch einordnen und beurteilen <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Optimierung im Kontext der Industrie 4.0 • Datengetriebenes (Online-)Marketing • Datenanalyse in der Medizin • Datenanalyse im Sport 				
4	Lehrformen seminaristischer Unterricht				
5	Teilnahmevoraussetzungen Inhalte von "Data Science 1"				
6	Prüfungsformen Hausarbeit (8 Seiten) mit Präsentation				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Bockermann				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • McKinney, Wes: Datenanalyse mit Python • Apaydin, Ethem: Maschinelles Lernen • Hastie, Trevor; Tibshirani, Robert; Friedman, Jerome: The Elements of Statistical Learning Weitere aktuelle Literatur wird vom Dozenten ggf. während der Veranstaltung bekannt gegeben.				

Datengestützte Entscheidungsfindung in den Wirtschaftswissenschaften					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5./6. Sem.	Häufigkeit des Angebots Wintersemester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Datengestützte Entscheidungsfindung in den Wirtschaftswissenschaften		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • das Zusammenspiel zwischen Statistik, Ökonomik und Informatik erfassen und anwenden • mit Hilfe von statistischen Methoden Daten über das wirtschaftliche (sowohl betriebs- als auch volkswirtschaftliche) Geschehen analysieren • zu gegebenen Datensätzen Fragestellungen entwickeln, methodisch korrekt bearbeiten und Ergebnisse interpretieren • vorgelegte Studien auf verwendete Methoden analysieren, in einfachen Fällen die Untersuchung replizieren und sich kritisch mit der Studie auseinandersetzen <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Kommunikationsfähigkeit • eine empirische Studie auf ihre Methoden analysieren, ihre Inhalte beschreiben und sich (fach-)sprachlich sowohl schriftlich als auch korrekt mündlich ausdrücken • sich im Dialog mit Anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln • Beherrschung grundlegender digitaler Skills, z.B. Interagieren mit Künstlicher Intelligenz 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Analyse des wirtschaftlichen Geschehens (volks- und betriebswirtschaftlich) • Ethische und wissenschaftstheoretische Aspekte empirischer Arbeit • Statistische Methoden zur Datenanalyse • Big Data, Machine Learning, Künstliche Intelligenz • Business Analytics 				
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht				
5	Teilnahmevoraussetzungen Kenntnisse der Module „Mikroökonomik“, „Makroökonomik“, „Wirtschaftsinformatik“ und „Wirtschaftsmathematik und Wirtschaftsstatistik 1 + 2“ werden empfohlen				
6	Prüfungsformen Portfolioprüfung (Elemente: Fallstudienbearbeitung [40 %], Hausarbeit 10 Seiten [30 %], Referat mit 30 Minuten Vortragszeit [30 %] + Lernprozess-Reflektion [unbewertet]/Resümee)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
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.				

Datenverarbeitung in der Steuerberatung (DATEV)					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5./6. Sem.	Häufigkeit des Angebots Mind. mind. einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Datenverarbeitung in der Steuerberatung (DATEV)		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 14 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Finanzbuchführungen, Jahresabschlüsse und Steuererklärungen mit Hilfe von DATEV-Software erstellen • Unternehmensdaten analysieren • anhand eines Steuergestaltungsfalls verschiedene Gestaltungsalternativen unter Anwendung der DATEV-Software vergleichen und bewerten <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Einsatzmöglichkeiten der EDV in Unternehmen nutzen • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten • Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren • Daten systematisch auswerten und beurteilen • Analysetools bei der Lösung von Entscheidungsproblemen nutzen 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Finanzbuchführung, Berechnung der Steuerrückstellungen und Erstellung des Jahresabschlusses • Erstellung von Körperschaftsteuer-, Gewerbesteuer- und Einkommensteuererklärungen • Einheitliche und gesonderte Gewinnfeststellung bei Personengesellschaften • Rechtsformbelastungsvergleich 				
4	Lehrformen Seminaristische Veranstaltung				
5	Teilnahmevoraussetzungen Das Modul setzt grundlegende Kenntnisse von „Grundlagen der Ertragsbesteuerung“ sowie „Buchhaltung ...“, und „Jahresabschluss“ voraus				
6	Prüfungsformen Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) ODER Portfolioprüfung (Elemente: Lösen von Aufgaben [50 %] + Fallstudienbearbeitung [50 %] + Lernprozess-Reflektion [unbewertet]/Resümee)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Thönnies				
11	Sonstige Informationen ---				

Digital Business Transformation					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. u. 6. Sem.	Häufigkeit des Angebots Mind. einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Digital Business Transformation	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> die mit der digitalen Transformation verbundenen Chancen und Herausforderungen nachvollziehen die zentralen Vorgehensweisen, aktuelle Technologien, Auswirkungen künstlicher Intelligenz und Prinzipien der Digitalen Transformation und deren Einfluss auf Strukturen, Prozesse, Informations- und Kommunikationssysteme, Kultur, Führung, Strategie und Geschäftsmodelle von Unternehmen verstehen selbstständig mit diversen Aspekten digitaler Transformationsprojekte umgehen eigene Digitalisierungsansätze entwickeln und bewerten an der Entwicklung von unternehmensspezifischen Digitalisierungsstrategien mitwirken sowie förderliche Strukturen, Prozesse und Kulturen für die nachhaltige digitale Transformation eines Unternehmens gestalten <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> ein Gruppenarbeitsprojekt organisieren, planen und durchführen eine Präsentation zu einem Themengebiet mit geeigneten Präsentationsmedien (digitale und analoge) visuell gestalten ihr persönliches Verhalten und Auftreten bei Präsentationen verbessern 				
3	Inhalte In Kleingruppen bearbeiten die Studierenden ein eigenes Digitalisierungsprojekt. Unterstützt und ergänzt wird die Projektarbeit durch die inhaltliche Auseinandersetzung mit Fragen zu technischen Innovationen und den daraus resultierenden Kundennutzen sowie strukturellen und kulturellen Herausforderungen, die mit der digitalen Transformation in der Unternehmenspraxis verbunden sind.				
4	Lehrformen Begleitete Projektarbeit / seminaristischer Unterricht / Rollenspiel				
5	Teilnahmevoraussetzungen keine				
6	Prüfungsformen Portfolioprüfung (Elemente: Projektentwurf [45 %], Referat [45 %] + Lernprozess-Reflektion [10 %])				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Tappe; Prof. Dr. Gieselmann				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> Botzkowski, Tim: Digitale Transformation von Geschäftsmodellen im Mittelstand, Wiesbaden. Creusen, Utho et. Al: Digital Leadership. Führung in Zeiten des Digitalen Wandels, Wiesbaden Gerdenitsch, Cornelia und Korunka, Christian: Digitale Transformation der Arbeitswelt, Berlin Keuper, Frank et. Al: Disruption und Transformation Management; Digital Leadership - Digitales Mindset - Digitale Strategie, Wiesbaden. Schallmö et al.: Digitale Transformation von Geschäftsmodellen erfolgreich gestalten. Trends, Auswirkungen und Roadmap, Wiesbaden. Wallmüller, Ernst: Praxiswissen digitale Transformation: den Wandel verstehen, Lösungen entwickeln, Wertschöpfung steigern, München. Weitere aktuelle Literatur wird vom Dozenten ggf. während der Veranstaltung bekannt gegeben.				

Energie & Umwelt 1					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. u. 6. Sem.	Häufigkeit des Angebots Zum Wintersemester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Energieökonomik und -politik	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • die Marktstrukturen und Preisbildungsmechanismen in den relevanten Energiemärkten (Öl, Gas, Kohle, Uran, erneuerbare Energien, Strom) verstehen und maßgebliche Techniken zur operativen und strategischen Entscheidungsfindung in Energieunternehmen einzuschätzen und anwenden • die Ziele und Mittel der Energiepolitik hinsichtlich ihrer Begründungen und Effizienz analysieren und beurteilen <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten • Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Das Modul „Energie & Umwelt 1“ befasst sich mit den Grundlagen der Energieökonomik und -politik. Aufbauend auf der Ressourcenökonomik und der Marktversagenstheorie werden die Marktstrukturen und Preisbildungsmechanismen auf den wesentlichen Energiemärkten der Gegenwart behandelt. • Der Fokus liegt dabei auf der Transformation der Energiemärkte hin zu einer nachhaltigen Energieversorgung. Dazu werden die politischen Ziele der Energiewende auf internationaler, europäischer und nationaler Ebene sowie die Strategien und Instrumente zu deren Umsetzung analysiert und deren Wirkungen auf die Akteure in den Energiemärkten diskutiert. • Mithilfe von Fallstudien, Praxisbeispielen und der Diskussion von aktuellen Entwicklungen in der Energiepolitik werden die Herausforderungen der Transformation der Energiewirtschaft inhaltlich vertieft und eigenständig erarbeitet. 				
4	Lehrformen Seminaristische Vorlesung				
5	Teilnahmevoraussetzungen Die Veranstaltung Energieökonomik und -politik setzt grundlegende Kenntnisse in „Mikroökonomie“ und „Makroökonomie“ voraus.				
6	Prüfungsformen Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen, BA Nachhaltigkeit				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Häder				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • Häder, M.: Energiepolitik in Deutschland, Bochum. • Löschel, A. et. al.: Energiewirtschaft, Berlin. • Panos, K.: Praxisbuch Energiewirtschaft, Berlin. • Seeliger, A.: Energiepolitik, München. 				

Energie & Umwelt 2					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. u. 6. Sem.	Häufigkeit des Angebots Zum Sommersemester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Umweltökonomik und -politik	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • die wirtschaftstheoretischen Grundlagen zur Analyse umweltökonomischer Probleme wiedergeben • die wesentlichen Strategien zur Internalisierung externer Effekte erläutern • die in der Praxis relevantesten Typen von umweltpolitischen Instrumenten hinsichtlich ihrer ökologischen, ökonomischen und sozialen Wirkungen analysieren, • die erworbenen theoretischen Kenntnisse zum Umgang mit Umweltressourcen auf aktuelle internationale und nationale umweltpolitische Probleme anwenden <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • eine Präsentation zu einem aktuellen politischen Thema unter Verwendung geeigneter Medien erarbeiten und vor einem Plenum halten • Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren und darauf aufbauend eine wissenschaftliche Hausarbeit selbstständig verfassen • sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Das Modul „Energie & Umwelt 2“ befasst sich mit den Grundlagen der Umweltökonomik (Theorie externer Effekte, Internalisierungsstrategien, Instrumente der Umweltpolitik) und deren Anwendung und Vertiefung auf relevante Umweltprobleme. • An ausgewählten aktuellen Problemen wie z.B. der (internationalen, europäischen und nationalen) Klimaschutzpolitik, der Energiepolitik, Abfallpolitik, Naturschutzpolitik wird die Vielschichtigkeit der Herausforderungen im Umgang mit Umweltressourcen verdeutlicht. 				
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit Übungen				
5	Teilnahmevoraussetzungen Die Veranstaltung Umweltökonomik und -politik setzt grundlegende Kenntnisse in „Mikroökonomie“ und „Makroökonomie“ voraus				
6	Prüfungsformen Hausarbeit (15 Seiten) mit Präsentation (30-45 Min. Vortragszeit)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen, BA Nachhaltigkeit				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Häder				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • 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 				

Entwicklungsprojekt					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester ab 5. Semester	Häufigkeit des Angebots nach Angebot	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Projektarbeit in PBL Projekt	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße individuell	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Elemente aus den Grundlagenvorlesungen in Praxisprojekten einbringen • Betriebswirtschaftliche Problemstellungen in Anwendungen erkennen/formalisieren und gemeinsame Lösungen in einer Gruppe erarbeiten <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) • Lern- und Arbeitsprozesse in der Gruppe planen und vorbereiten • Konfliktlösungen in der Gruppe • Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren 				
3	Inhalte Das Modul sieht die aktive Teilnahme an einem PBL Projekt der Hochschule Bochum vor. Diese Projekte werden von verschiedenen Fachbereichen angeboten und ermöglichen die Arbeit an einem längerfristigen Thema innerhalb eines möglicherweise interdisziplinären Teams.				
4	Lehrformen Begleitete Projektarbeit				
5	Teilnahmevoraussetzungen Je nach Projekt Grundlagen in bestimmten Fächern, die für das jeweilige Projekt sinnvoll sind (Absprache mit dem Projektverantwortlichen)				
6	Prüfungsformen Portfolioprüfung (Elemente: Fallstudienbearbeitung (80%) + Lerntagebuch (20%))				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistungen				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) BA-Betriebswirtschaftslehre BA-International Business and Management				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Christian Bockermann; Lars Michael				
11	Sonstige Informationen				

Environmental Policy (engl.)					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. Sem.	Häufigkeit des Angebots Wintersemester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Environmental Policy	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h		Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	<p>Learning outcomes / competences</p> <p><i>Professional competences:</i> After completing the module, students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> • discuss the particular importance of the natural environment for long-term economic activity and the challenges involved in managing environmental resources • relate the knowledge learnt in the basic economics modules to current environmental issues (e.g. external effects or macroeconomic growth limits) • describe the need for environmental policy measures • understand ways to protect the environment and their effects on companies, households and entire economies and recognize related non-sustainable economic developments <p><i>Interdisciplinary skills:</i> In addition to the basics of environmental economics, the following interdisciplinary skills are highlighted:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cause and effect of economic activities and the environment (e.g. knowledge of biophysical consequences of external effects on biodiversity and climate) • Socio-economic consequences and aspects of justice in connection with environmental problems • Engage in dialog with others about environmental problems and jointly develop solutions (communicative competence) • Visually elaborate a presentation on a topical issue in environmental policy using suitable presentation media and present it in a scientific term paper 				
	<p>Content</p> <ul style="list-style-type: none"> • Basics of environmental economic (e.g. external effects, environmental policy instruments, environmental optimum) • Water management (e.g. discussion about “virtual” water, privatization and liberalization, water conflicts between states) • Climate policy (e.g. climate protection through emission limits, use of renewable energies, discussion about the capture and storage of CO₂, adaptation to the consequences of climate change) 				
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht				
5	Teilnahmevoraussetzungen Knowledge of micro and macroeconomics				
6	Prüfungsformen Hausarbeit (15 S.) mit Präsentation				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) BA-Betriebswirtschaftslehre BA-International Business and Management BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Sommer				
11	Sonstige Informationen Lecture notes will be provided to accompany the course. Literature recommendations will be given during the course.				

Existenzgründung					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. u. 6. Sem.	Häufigkeit des Angebots Mind. mind. einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Existenzgründung	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> eine Geschäftsidee und ein Produkt / eine Dienstleistung trennscharf, überzeugend und nachvollziehbar darstellen nachvollziehen was der Markt verlangt, welches Problem sie lösen, welcher Nutzen daraus entsteht, für wen dieser Nutzen einen Wert hat und wer daher letztlich bereit ist, für den Nutzen zu zahlen die Bedeutung, Adressaten & deren Informationsbedürfnis, Inhalte, Vorgehensweise bei der Erstellung, formale Anforderungen nachvollziehen und einen Businessplan für eine eigene Geschäftsidee erstellen <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> die notwendige Literatur recherchieren, lesen und verstehen Präsentationsfähigkeiten perfektionieren 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> Diskussion: Business Administration = Entrepreneurship? Was steckt eigentlich hinter einer „Geschäftsidee“ und wie finde ich eine Idee? Entwicklung eines eigenen Ideenpapiers der Teilnehmer (ca. 2-3 Seiten) auf Basis von Leitfragen Was ist ein Businessplan? Weitere mögliche Themen: Unternehmertypen & Finanzierungsmöglichkeiten in der Gründungsphase 				
4	Lehrformen Seminar, Gruppenarbeit (z.B. Analyse von Artikeln/Fachbeiträgen), Projektarbeit (Erstellung eines Ideenpapiers, s.o.), Ausschnitte aus Filmen, Dokumentationen, Hörbüchern sind möglich				
5	Teilnahmevoraussetzungen keine				
6	Prüfungsformen Portfolioprüfung (Elemente: Erstellen eines schriftlichen Businessplans mit Finanzteil [90 %], Online-Test [10 %] + Lernprozess-Reflektion [unbewertet]/Resümee)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Renner				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> Faltin, G.: Kopf schlägt Kapital. Die ganz andere Art, ein Unternehmen zu gründen. Von der Lust, ein Entrepreneur zu sein Fischl, B.; Wagner, Stefan: Der perfekte Businessplan Fueglistaller, U.; Müller, C.; Volery, T.; Entrepreneurship: Modelle - Umsetzung - Perspektiven. Mit Fallbeispielen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz Grichnik, D. et.al.: Entrepreneurship: Unternehmerisches Denken, Entscheiden und Handeln in innovativen und technologieorientierten Unternehmungen Kailer, N.; Weiß, G.; Gruber-Mücke, T.: Gründungsmanagement kompakt 				

Finanzmanagement 1					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. o. 6. Sem.	Häufigkeit des Angebots mind. einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Finanzielle Unternehmensführung		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • die im Grundstudium erworbenen Vorkenntnisse der betrieblichen Finanzwirtschaft und der Wirtschaftlichkeitsrechnung führungsorientiert anhand von vier inhaltlichen Blöcken vertiefen • das Instrumentarium der finanziellen Unternehmensführung kennenlernen • komplexere finanzwirtschaftliche Planungs- und Kontrollrechnungen erstellen sowie verfeinerte Wirtschaftlichkeitsrechnungen durchführen • Probleme aus dem Finanzmanagement mit Techniken/Systemen der Informatik lösen <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten • Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Block 1: Von der Planung zur Kontrolle und zurück (Treasury Management im engeren Sinne); • Block 2: Hoher Beitrag zur Rentabilität des Unternehmens (Theorie der Kapitalkosten, Jahresabschlussanalyse, Rating, Wandelanleihen); • Block 3: Hohe Liquidität zwecks Sicherung der Zahlungsfähigkeit (Duration, Zinsstrukturkurve, Derivate); • Block 4: Steuerung von Risiken (Wirtschaftlichkeitsrechnung unter Berücksichtigung von Unsicherheit, Wirtschaftlichkeitsrechnung unter Berücksichtigung von Steuern, Unternehmensbewertung) • Soft Skills (Sorgfalt bei Planung, Organisation und Kontrolle, kritische Distanz gegenüber qualitativer und quantitativer Information etc.) und Future Skills (Treasury-Systeme, KI, Kryptowährungen und Blockchain etc.) 				
4	Lehrformen Seminaristische Lehrveranstaltung mit Schwerpunkt auf Vorlesung und Übung				
5	Teilnahmevoraussetzungen Inhalte der Veranstaltung „Investition und Finanzierung“				
6	Prüfungsformen Klausurarbeit (120 Min., schriftliche Form, in der Hochschule)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Kaiser				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • Kaiser, D.: Treasury Management. Betriebswirtschaftliche Grundlagen der Finanzierung und Investition • Kaiser, D.: Advanced Treasury Management. Finanzierung und Investition für Fortgeschrittene 				

Finanzmanagement 2					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 6. Sem.	Häufigkeit des Angebots jedes Semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Banken und Versicherungen	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h		Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • die institutionelle Seite der Unternehmensfinanzierung nachvollziehen • die Bedeutung von Finanzintermediären für die finanzielle Unternehmensführung nachvollziehen • ihr Verständnis für das wirtschaftliche Tagesgeschehen vertiefen <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten • Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Block 1: Rechnungswesen und Jahresabschluss; • Block 2: Theorie der Finanzintermediation; • Block 3: Hoheitliche Beaufsichtigung • Soft Skills (Lifelong Learning, Innovationsfähigkeit etc.), Future Skills (innovative IT, Datenanalyse etc.), Aktualitäten insb. zum makroökonomischen Umfeld der Finanzmärkte) sowie einschlägige analoge und digitale Quellen und das Arbeiten mit diesen 				
4	Lehrformen Seminaristische Lehrveranstaltung				
5	Teilnahmevoraussetzungen Kenntnisse in Finanzmanagement 1				
6	Prüfungsformen Portfolioprüfung (Elemente: Hausarbeit (40%), Lösen von Aufgaben (20%), schriftlicher Test (40%) + Lernprozess-Reflektion (unbewertet)/Resümee)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Kaiser				
11	Sonstige Informationen Das Lösen von Aufgaben erfolgt auch im Rahmen der Präsenzlehre. Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • Peppmeier, A. / Kurz, G.: Bankbetriebslehre • Bieg, H.: Bankbilanzierung nach HGB und IFRS • Farny, D.: Versicherungsbetriebslehre • Farny, D.: Buchführung und Periodenrechnung im Versicherungsunternehmen • Fischer, R. / Boos, K.-H. / Schulte-Mattler, H. (Hrsg.): Kreditwesengesetz, Kommentar • Führer, C. / Grimmer, A., Versicherungsbetriebslehre • Führer, C. / Grimmer, A.: Einführung in die Lebensversicherungsmathematik • Hartmann-Wendels, T. / Pfingsten, A. / Weber, M.: Bankbetriebslehre • Kaiser, D.: Finanzintermediation durch Banken und Versicherungen. Die theoretischen Grundlagen der Bankassurance • Prölls, E. R.: Versicherungsaufsichtsgesetz mit europäischem Gemeinschaftsrecht und Recht der Bundesländer, Kommentar 				

Geld- und Finanzpolitik					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5./6. 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 <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Die Probleme der Geld- und Finanzpolitik mit Hilfe von theoretischen Modellen und empirischer Arbeit analysieren • die Funktionsweise der Finanzpolitik in einem föderalen System wie der Bundesrepublik, die Rolle der Zentralbanken in modernen Währungssystemen und die speziellen Bedingungen, die durch die Einführung des Euro entstanden sind nachvollziehen • die eigene Meinung zu Fragen der Geld- und Finanzpolitik entwickeln und diese Meinung sowohl schriftlich als auch in der mündlichen Diskussion vertreten <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • die Analyse von Texten aus verschiedenen Quellen lernen • Quelltexte im Hinblick auf deren Qualität und Glaubwürdigkeit einschätzen • konkrete Forschungsfragen präzise formulieren 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • 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, aktueller Zustand der Währungsunion 				
4	Lehrformen seminaristischer Unterricht, Projektarbeit				
5	Teilnahmevoraussetzungen Grundkenntnisse der Volkswirtschaftslehre, Fähigkeit zum wissenschaftlichen Schreiben und Präsentieren.				
6	Prüfungsformen Hausarbeit (15 S.) mit Präsentation ODER Hausarbeit (15 S.) mit mündl. Prüfung (15 Min.)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Kronenberg				
11	Sonstige Informationen Zu Beginn des Semesters wird eine Liste mit ausgewählten Literaturhinweisen für die einzelnen Vortragsthemen zur Verfügung gestellt.				

Gesellschaftsrecht					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. u. 6. Sem.	Häufigkeit des Angebots Mind. 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 <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Gesellschaftsrechtliche Problemfelder identifizieren und eigene Positionen auf der Grundlage der einschlägigen Rechtsquellen entwickeln • die gewonnenen Kenntnisse über das Personen-, Kapitalgesellschaftsrecht und Konzernrecht auf unternehmerische Zusammenhänge anwenden und juristische Konsequenzen von betriebswirtschaftlichen Entscheidungen rechtlich werten und Handlungsempfehlungen ableiten • sachgerechte Entscheidungen in Fragen der Rechtsformwahl für ein Unternehmen treffen und entsprechende Handlungsmöglichkeiten sinnvoll einsetzen <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten • Präsentationsfähigkeiten ausbauen • Stärkung der Argumentationsfähigkeit • Problemlösungsfähigkeit, indem Studierende Lösungen zu Fallstudien und rechtlichen Problemen in einem Team finden, diskutieren und reflektieren • Digital Learning, indem Studierende Literatur für ein vorgegebenes Fachthema aus einer Vielzahl digitaler Quellen valides Wissen zu ausgewählten Themengebieten aufbauen und zu ausgewählten Themengebieten recherchieren. 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Personengesellschaften (GbR, OHG, KG, Partnerschaft) • Kapitalgesellschaften (AG, SE, KGaA, GmbH, UG (haftungsbeschränkt)) • Gründung, Finanzverfassung, Geschäftsführung, Vertretung, Haftung, Auflösung und Liquidation der wichtigsten privatrechtlichen Unternehmensrechtsformen • Umstrukturierungen und Umwandlungen • Unternehmenskauf • Konzernrecht 				
4	Lehrformen Seminar				
5	Teilnahmevoraussetzungen keine				
6	Prüfungsformen Referat (30 Min. Vortragszeit, Handout) ODER Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) ODER mündliche Prüfung (20 Min.)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Renner				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • Bitter, G. / Schumacher, F., Gesellschaftsrecht • Grunewald, B., Gesellschaftsrecht • Emmerich, V. / Habersack, M. / Lüdeking, M. Konzernrecht • Kindler, P., Grundkurs Handels- und Gesellschaftsrecht • Langenbucher, K., Aktien- und Kapitalmarktrecht • Saenger, I., Gesellschaftsrecht • Schmidt, K., Gesellschaftsrecht • Windbichler, C., Gesellschaftsrecht 				

Informations- und Kommunikationssysteme 1					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. u. 6. Sem.	Häufigkeit des Angebots mind. 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 <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Konstruktion und Aufbau sowie die Integration und Kommunikation unternehmensweiter und -übergreifender Anwendungssysteme erläutern • die Programmierung und Konzepte von Internetanwendungen nachvollziehen <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten • Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Aufbau von Internetanwendungen • Webseiten-Gestaltung • Client-Programmierung • Server-Programmierung • Analyse, Design und Implementierung von Anwendungen 				
4	Lehrformen Seminar mit Übung				
5	Teilnahmevoraussetzungen Das Modul setzt grundlegende Kenntnisse der Mathematik und die im Modul "Wirtschaftsinformatik" vermittelten Inhalte voraus.				
6	Prüfungsformen Klausurarbeit (120 Min., elektronisch gestützt, in der Hochschule)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsinformatik				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Klingspor; Brockmann, Dipl.-Ing. (FH), Dipl.-Wirtsch.-Ing., B.Eng. (Hons.); Schennonek, B.Eng.				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • 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 150 h	Credits 5	Studiensemester 6. Sem.	Häufigkeit des Angebots mind. 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 <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • selbstständig betriebliche Aufgabenstellungen analysieren, Anwendungssysteme entwerfen und implementieren • die Grundlagen der Durchführung komplexer Projekte beherrschen <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten • Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • 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 Klausurarbeit (120 Min., elektronisch gestützt, in der Hochschule)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsinformatik				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Klingspor; Brockmann, Dipl.-Ing. (FH), Dipl.-Wirtsch.-Ing., B.Eng. (Hons.); Schennonek, B.Eng.				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • 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 150 h	Credits 5	Studiensemester 5./6. Sem.	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Innovationsmanagement 1		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p><i>Fachliche Kompetenzen:</i> Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die zentralen Elemente eines Innovationsmanagements und deren Rolle und Bedeutung für Unternehmen beschreiben und einordnen • die mit einem systematischen Innovationsmanagement verbundenen Chancen und Herausforderungen nachvollziehen und entsprechende Gestaltungsansätze anwenden und bewerten • relevante Innovationsmethoden und Instrumente des Innovationsmanagements wiedergeben, situationsgerecht auswählen und anwenden • neueste Entwicklungen im Innovationsmanagement benennen und bewerten und mit den bislang erworbenen Grundlagen in Beziehung setzen (z.B. Gestaltungsmöglichkeiten künstlicher Intelligenz) • effektiv an der Entwicklung und Umsetzung von Innovationen mitwirken sowie innovationsförderliche Strukturen, Prozesse und Kulturen im Unternehmen gestalten • Innovationsmöglichkeiten erkennen und systematisch fördern, zielorientiert bewerten und auswählen und effektive Mechanismen zur Umsetzung von Innovationen etablieren <p><i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • sich im Dialog mit anderen über Informationen, Problemstellungen und Chancen und Risiken austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Sozial- und Kommunikationskompetenz) • eine Präsentation zu einem Themengebiet mit geeigneten Präsentationsmedien (digitale und analoge) visuell gestalten (Selbstkompetenz) • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten (Selbstkompetenz) 				
3	<p>Inhalte</p> <p>Die Studierenden befassen sich mit den grundlegenden Inhalten des Innovationsmanagements. Neben der Erörterung relevanter Innovationsprozesse und -strukturen, lernen die Teilnehmer klassische und moderne Innovationsmethoden kennen und wenden Sie praktisch in Kleingruppen an. Dabei werden die theoretischen und konzeptionellen Inhalte an Hand praktischer Beispiele diskutiert und in ihrer Relevanz veranschaulicht. Im Rahmen der Konzeptionierung, Einführung und Weiterentwicklung eines effektiven Innovationsmanagements werden die strukturellen und kulturellen Herausforderungen, die mit der Etablierung und kontinuierlichen Weiterentwicklung eines effektiven Innovationsmanagements einhergehen, behandelt. Dabei werden insbesondere aktuelle Entwicklungen und Trends des Innovationsmanagements (z.B. Rolle und Integration von Künstlicher Intelligenz) behandelt und integriert.</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristischer Unterricht, Gruppenübungen</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>keine</p>				
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausurarbeit (90 Min., elektronisch gestützt, in der Hochschule) ODER Portfolioprüfung (Elemente: Online Tests [30%], Referat [25%], Erarbeitung oder Bearbeitung von Aufgaben [30%], + Lernprozess-Reflexion [15%]/Resümee)</p>				
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung</p>				
8	<p>Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen</p> <p>BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen</p>				
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>siehe Prüfungsordnung</p>				
10	<p>Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Tappe</p>				
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Albers, Sönke; Gassmann, Oliver: Handbuch Technologie- und Innovationsmanagement. Wiesbaden 2015. • Disselkamp, Markus: Innovationsmanagement. 2. Auflage. Wiesbaden 2012. • Hauschildt, Jürgen et al.: Innovationsmanagement. 7. Auflage. 2023. • Kägi, Martin: Innovationsmanagement: Orientierung im Gebirge der modernen Methoden. 2. Auflage. buch & netz 2020. 				

- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">• Dietmar Vahs; Alexander Brem: Innovationsmanagement - Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung. 6. Auflage. Stuttgart 2023. |
|--|---|

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

Innovationsmanagement 2					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 6. Sem.	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Innovationsmanagement 2	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> aktuelle unternehmerische Herausforderungen, Opportunitäten und Fragestellungen erkennen, bewerten und strukturieren verschiedene Methoden und Instrumente des Innovationsmanagements praktisch und zielgerichtet anwenden, um unternehmensrelevante Problemstellungen und Chancen zu erkennen und zu verstehen effektive Gestaltungsansätze für unternehmerische Entscheidungen ableiten, plausibilisieren, bewerten und auswählen hinsichtlich der priorisierten Strategieempfehlung konkrete Umsetzungsmaßnahmen definieren <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> Ein Gruppenarbeitsprojekt organisieren, planen und durchführen (Sozial- und Organisationskompetenz) Informationen, Probleme und Lösungsansätze im Dialog mit anderen austauschen und gemeinsam Lösungen entwickeln (Sozial- und Kommunikationskompetenz) Die entwickelten Lösungen vor Unternehmensvertretern präsentieren und verteidigen (Kommunikationskompetenz) Strategien und Maßnahmen zur erfolgreichen Bewältigung typischer Unwägbarkeiten und Hindernisse eines Innovationsprozesses entwickeln und umsetzen (Selbstkompetenz) Lern- und Arbeitsprozesse selbstständig planen und vorbereiten (Selbstkompetenz) eine Präsentation zu einem Themengebiet mit geeigneten Präsentationsmedien (digitale und analoge) visuell gestalten (Selbstkompetenz) 				
3	Inhalte Die Studierenden vertiefen die Beschäftigung mit dem Thema „Innovationen und Innovationsmanagement“, indem sie die im Kurs „Innovationsmanagement 1“ erlernten Inhalte und Methoden auf ein real existierendes Unternehmen im Rahmen eines Praxisprojektes anwenden. Hierbei durchlaufen die Teilnehmer die typischen Phasen eines Innovationsprojektes (Analyse der Ausgangssituation, Entwicklung und Validierung der Innovationsansätze und Erstellung eines Umsetzungskonzeptes inkl. Business Plan). Die Studierenden haben während des Projektes und Semesters mehrere Berührungspunkte mit dem Praxisunternehmen, um Ihre Analyseergebnisse und Innovationsideen bzw. Gestaltungs- und Umsetzungsideen zu präsentieren und zu verteidigen. Anschließend erhalten die Studierenden konkretes Feedback, um im weiteren Semesterverlauf die vorgestellte Innovationsidee weiter auszuarbeiten, mit dem Ziel, eine in der Praxis verwertbare Innovation zu implementieren. Wird in einem Semester kein Praxispartner gefunden, kann das Projekt mit seinen Inhalten und Phasen auch im Rahmen einer semesterbegleitenden Fallstudie durchgeführt werden.				
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeit				
5	Teilnahmevoraussetzungen Inhalte von Innovationsmanagement 1				
6	Prüfungsformen Portfolioprüfung (Elemente: Hausarbeit (10 Seiten) mit Präsentation (80%), + Lernprozess-Reflektion (20 %)/Resümee)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Tappe				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> Albers, Sönke; Gassmann, Oliver: Handbuch Technologie- und Innovationsmanagement. Wiesbaden 2015. Disselkamp, Markus: Innovationsmanagement. 2. Auflage. Wiesbaden 2012. Hauschildt, Jürgen et al.: Innovationsmanagement. 7. Auflage. 2023. 				

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Kägi, Martin: Innovationsmanagement: Orientierung im Gebirge der modernen Methoden. 2. Auflage. buch & netz 2020.• Stöhler, Claudia: Projektmanagement im Studium. 2. Auflage. Wiesbaden 2026.• Dietmar Vahs; Alexander Brem: Innovationsmanagement - Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung. 6. Auflage. Stuttgart 2023. |
|---|

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

Innovationspolitik					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. oder 6. Semester	Häufigkeit des Angebots ein- bis zweimal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Innovationspolitik		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> ökonomisch relevante Besonderheiten von Innovationen und Innovationsprozessen (bspw. Sicherung von Eigentumsrechten, Unsicherheit und Zeitbedarf, Ablehnung von Innovationen und die grundlegende Problematik von Informationsasymmetrien bei Interessenkollision) erläutern die grundsätzliche Notwendigkeit innovationspolitischer Maßnahmen erkennen und verschiedene Wege zur Förderung und Unterstützung und Anreizsetzung von Innovationen und Innovationsprozessen definieren innovationspolitische Steuerungsmaßnahmen im Hinblick auf ihre nachhaltige Wirkung unter Anwendung geeigneter Literaturquellen kritisch bewerten <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> die notwendige Literatur recherchieren, lesen und verstehen sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> Innovationsprozess und Innovationsprozessmanagement institutionelle Rahmenbedingungen und angrenzende Politikbereiche Ökonomische Besonderheiten von Forschung und Entwicklung in neueren Forschungsbereichen Staatliche Innovationsförderung versus Anreizkompatibilität Nachhaltige Wettbewerbsstrategien für innovationspolitische Zielsetzungen Patentschutz, Patentmanagement und Corporate Governance Position Deutschlands im internationalen Wettbewerb Räumliche Innovationsunterschiede Anreizsetzungen und Anreizverträglichkeit für die Innovationspolitik Technische Innovationen, Diffusionsprozesse und Plagiate Künstliche Intelligenz 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 „Mikroökonomik“, „Makroökonomik“ und „Wirtschaftspolitik und Grundlagen der Nachhaltigkeit“ sind unentbehrlich.				
6	Prüfungsformen Hausarbeit (15 S.) mit Präsentation ODER Hausarbeit (15 S.) mit mündl. Prüfung (15 Min.)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
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: Gazsó, A. / Greßler, S. / Schimer, F. (Hrsg.): Nano. Chancen und Risiken aktueller Technologien
- Renn, O: Wie aufgeschlossen sind die Deutschen gegenüber der Technik? in: Rektorat der Universität Stuttgart (Hrsg.): Themenheft Forschung Kultur und Technik
- Wildemann, H. u.a.: Plagiatschutz - Handlungsspielräume der produzierenden Industrie gegen Produktpiraterie, München.
- Wissenschaftsrat: Empfehlungen zur Interaktion von Wissenschaft und Wirtschaft, Oldenburg.
- Gomber, P. / Pujo, G. / Wranik, A. (2011). Best-Execution - Umsetzung der regulatorischen Anforderungen im Zeitablauf, in: Corporate Finance biz ,2.Jg. (2011) Heft 01/2011, Seite 24 -37 .

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

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

Insolvenzrecht					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	150 h	5	5. o. 6.Sem.	Jedes Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Insolvenzrecht	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h		Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> die juristischen Rahmenbedingungen von Insolvenzfällen beurteilen und die für sie praxisrelevanten juristischen Aufgabenstellungen analysieren und lösen die gewonnenen Kenntnisse über die Auswirkungen der Eröffnung eines Insolvenzverfahrens auf unternehmerische Zusammenhänge anwenden und juristische Konsequenzen von betriebswirtschaftlichen Entscheidungen rechtlich werten und Handlungsempfehlungen ableiten <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten Präsentationsfähigkeiten ausbauen Stärkung der Argumentationsfähigkeit Problemlösungsfähigkeit, indem Studierende Lösungen zu Fallstudien und rechtlichen Problemen in einem Team finden, diskutieren und reflektieren Digital Learning, indem Studierende Literatur für ein vorgegebenes Fachthema aus einer Vielzahl digitaler Quellen valides Wissen zu ausgewählten Themengebieten aufbauen und zu ausgewählten Themengebieten recherchieren. 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> Wirtschaftliche Relevanz, Ziel und Einordnung des Insolvenzrechts Insolvenzfähigkeit und Insolvenzgründe Ablauf des Insolvenzverfahren Rechte und Pflichten des Insolvenzverwalters Rechte und Pflichten des Insolvenzschuldners Rechte und Pflichten der Insolvenzgläubiger Grundzüge des Insolvenzplanverfahren Arbeitsverhältnisse im Insolvenzverfahren Grundzüge der Verbraucherinsolvenz Grundzüge des internationalen Insolvenzrechts Grundzüge des Insolvenzstrafrechts 				
4	Lehrformen Seminar				
5	Teilnahmevoraussetzungen keine				
6	Prüfungsform Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) ODER Referat (30 Min. Vortragszeit, Handout) ODER mündliche Prüfung (20 Min.)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Renner				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> Bork, Einführung in das Insolvenzrecht Ehricke /Biehl, Insolvenzrecht Foerste, Insolvenzrecht Keller, Insolvenzrecht Reischl, Insolvenzrecht Schulz/Ulrich/Lessing, Handbuch Insolvenz Weitere Literaturhinweise werden in der Veranstaltung gegeben.				

International Economic Policy (engl.)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	150 h	5	5. o. 6. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen International Economic Policy (engl.)		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Fragen der internationalen Wirtschaftspolitik mit Hilfe der volkswirtschaftlichen Theorie (v.a. Mikro- und Makroökonomie) beantworten • die Bedeutung der internationalen Verflechtungen für Wirtschaft und Gesellschaft in Deutschland und Europa einschätzen • ein besseres Verständnis für andere Kulturen, die Notwendigkeit zur internationalen Zusammenarbeit und die Rolle von internationalen Organisationen (Weltbank, IWF, EU, G8 etc.) aufbauen und nachvollziehen <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Kommunikationsfähigkeit aktivieren • sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) • Fremdsprachenkenntnisse (die Unterrichtssprache ist Englisch) 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • 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 Mikroökonomik, Makroökonomik, und Fähigkeit zum wissenschaftlichen Schreiben und Präsentieren werden empfohlen.				
6	Prüfungsform Hausarbeit (30 S.) mit Präsentation ODER Hausarbeit (30 S.) mit mündl. Prüfung (15 Min.)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Kronenberg				
11	Sonstige Informationen Als grundlegende Literatur werden regelmäßig verwendet (in der jeweils aktuellsten Aufgabe): <ul style="list-style-type: none"> • Krugman, P.R.; M. Obstfeld; M.J. Melitz (2012), International Economics: Theory & Policy, 9th global edition. Boston et al.: Pearson. • Pelkman, J.; European Integration: Methods and Economic Analysis, 2nd edition. Harlow et al.: Pearson. Dazu kommen themenbezogene aktuelle Beiträge aus internationalen Fachzeitschriften.				

Internationales Management					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. Sem.	Häufigkeit des Angebots Mind. einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Internationales Management Deutsch /Englisch	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> sich Wissen in einem gesamtwirtschaftlich-globalen Kontext aneignen Umfeld, Abläufe und Wirkungen des internationalen Wirtschaftsgeschehens begreifen außenwirtschaftlich relevante Begriffe, Zusammenhänge und Entwicklungen erklären und interpretieren <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> Internationalisierung der Wirtschaft und Auswirkungen der Globalisierung Freihandelsabkommen / Zollunion Strategieentwicklung im internationalen Umfeld Verfahren und Methoden der Marktanalyse, -auswahl und -erschließung Internationale Markteintrittsbarrieren (politisch-rechtlich, ökonomisch, verhaltensbedingt) Arten und Timing des Markteintritts Leistungsstrategien: Standardisierung vs. Differenzierung Interkulturelle Absicherung des internationalen Markteintritts Definition von Marktsegmenten und internationaler Kundentypen Internationales Marketingmanagement 				
4	Lehrformen Vorlesung/Seminaristischer Unterricht, Übungen, Fallstudien, Gastvorträge				
5	Teilnahmevoraussetzungen keine				
6	Prüfungsform Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) ODER Hausarbeit (Seitenzahl abhängig von der Gruppengröße) mit mündlicher Prüfung (max. 20 Min.)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Riegermann				
11	Sonstige Informationen <ol style="list-style-type: none"> Arbeitsunterlagen und spezielle Literaturempfehlungen, die zu Beginn des Semesters bekannt gegeben werden allgemeine Literatur (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> Kutschker, M., Schmid, S.: Internationales Management Rothlauf, J.: Interkulturelles Management Hollensen, S. : Essentials of Global Marketing 				

Konsumentenverhalten					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. u. 6. Sem.	Häufigkeit des Angebots Sommersemester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Konsumentenverhalten	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden: • relevanten Fragen des Marketings und Vertriebs auseinandersetzen und eigenständig Lösungsvorschläge zu spezifischen Problemstellungen erarbeiten • Marketing- und Vertriebswissenschaft und ihre Praxisbedeutung erläutern <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren, lesen und verstehen • eine Präsentation zu einem Themengebiet mit geeigneten Präsentationsmedien visuell gestalten • sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Grundlage des Moduls ist das Neobehavioristische SOR-Modell (Stimulus-Organismus-Response) anhand dessen aktivierende und kognitive Prozesse von Konsumenten erklärt und nachvollzogen werden können • Die vermittelten Inhalte schaffen ein grundlegendes Verständnis der Mechanismen relevanter Modelle und Theorien im Bereich der Konsumentenpsychologie, Marketing sowie Vertrieb • Dieses Verständnis bildet die Basis für Marketing- und Vertriebsentscheidungen z.B. in der Kommunikationspolitik oder bei der Entwicklung von Verkaufsstrategien, um diese wirkungsvoller zu gestalten • Erlernte Modelle und Theorien werden anhand von Praxisbeispielen, Fallstudien, Übungen und der Diskussion von Experimenten aus der Forschung in die Anwendung überführt. 				
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht				
5	Teilnahmevoraussetzungen Grundlegende Kenntnisse in „Grundlagen Marketing“				
6	Prüfungsformen Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) ODER Hausarbeit (10 Seiten) mit Präsentation				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Riegermann				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • Foscht, T., Swoboda, B., Schramm-Klein, H.: Käuferverhalten: Grundlagen- Perspektiven - Anwendungen, Springer Gabler. • Kroeber-Riel, W., Gröppel-Klein, A.: Konsumentenverhalten, Vahlen. Weitere Literaturempfehlungen werden in der Veranstaltung bekanntgegeben.				

Kostenmanagement 1					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. Sem.	Häufigkeit des Angebots mind. einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Kostenmanagement	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p><i>Fachliche Kompetenzen:</i> Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Ziele und Aufgaben des Kostenmanagements erläutern und die Systeme des Kostenmanagements strukturieren • die wesentlichen Systeme der Plankostenrechnung anwenden sowie mit deren Hilfe Kostenabweichungen identifizieren und analysieren • ausgewählte Techniken des Projektcontrollings anwenden, um den Kostenverlauf und den Leistungsfortschritt in Projekten zu beurteilen • verschiedene Konzepte und Methoden des produkt-, prozess- und gemeinkostenorientierten Kostenmanagements fallbezogen anwenden und daraus Handlungsalternativen ableiten <p><i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • zielgruppenadäquate Kommunikation von Ergebnissen beobachten und erlernen (Kommunikative Kompetenz) • die notwendige Literatur recherchieren, lesen und verstehen (Kompetenz zur Eigeninitiative) • sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen (Kommunikative Kompetenz) • gemeinsam Lösungsansätze für unternehmerische Entscheidungen entwickeln (Kompetenz der Lösungsfähigkeit) 				
3	<p>Lerninhalte</p> <p>Das Modul befasst sich mit den Aufgaben und Instrumenten des Kostenmanagements. Dabei geht es um die zukunftsorientierte Kostengestaltung in Unternehmen. Nach einem ersten Überblick über verschiedene Systeme der Plankostenrechnung liegt der Schwerpunkt des Moduls auf produkt-, prozess- und gemeinkostenorientierten Ansätze des Kostenmanagements. Im Bereich der prozessorientierten Ansätze steht das Prozesskostenmanagement im Vordergrund. Das produktorientierte Kostenmanagement befasst sich vor allem mit der frühzeitigen Gestaltung der Kostenposition von Unternehmen mit Instrumenten wie dem Life Cycle Costing und dem Target Costing. Im Bereich der gemeinkostenorientierten Ansätze liegt der Fokus auf dem Gemeinkostenmanagement mit Hilfe von Budgetierungsverfahren. Übergreifend wird das Cost Benchmarking zur Sicherstellung wettbewerbsfähiger Kosten behandelt. Für ausgewählte Instrumente des Kostenmanagements wird aufgezeigt, wie digitale Konzepte (u.a. auf Basis von Künstlicher Intelligenz) eingesetzt werden können.</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Vorlesung und Übung</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Das Modul setzt grundlegende Kenntnisse in „Kostenrechnung“ voraus</p>				
6	<p>Prüfungsform</p> <p>Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule)</p>				
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung</p>				
8	<p>Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen</p> <p>BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen</p>				
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>siehe Prüfungsordnung</p>				
10	<p>Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Wiesmann</p>				
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coenenberg/Fischer/Günther, Kostenrechnung und Kostenanalyse • Friedl/Hofmann/Pedell, Kostenrechnung • Fischer/Möller/Schultze, Controlling • Schweitzer u.a., Systeme der Kosten- und Erlösrechnung • Kilger/Pampel/Vikas, Flexible Plankostenrechnung und Deckungsbeitragsrechnung • Däumler/Grabe, Kostenrechnung 3 • Joos, Controlling, Kostenrechnung und Kostenmanagement 				

- | | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none">• Schmidt, Kostenrechnung• Friedl, Praxishandbuch Kostenmanagement• Rüth, Kostenrechnung Band II |
|--|--|

Kostenmanagement 2					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 6. Sem.	Häufigkeit des Angebots mind. einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Kostenmanagement	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • bedeutende Instrumente und Konzepte des Kostenmanagements fallorientiert auswählen, darstellen und deren praktische Anwendung verdeutlichen • erläutern, welche Bedeutung diese Instrumente und Konzepte in der Unternehmenspraxis haben <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • eine konkrete Fragestellung innerhalb einer Hausarbeit strukturiert und unter Anwendung der Regeln des wissenschaftlichen Arbeitens bearbeiten (Kompetenz zur Eigeninitiative) • eine Präsentationsunterlage zu einem Themengebiet mit geeigneten Präsentationsmedien (digitale und analoge) erstellen (Kompetenz der Kreativität) • eine zielgruppenadäquate Präsentation zu einem Themengebiet unter Nutzung der erstellten Unterlage halten (Kommunikative Kompetenz) • eine Auswahl geeigneter Instrumente zur Lösungsfindung vornehmen und begründen (Kompetenz der Urteilsfähigkeit) 				
3	Lerninhalte Das Modul vertieft die Ansätze des Kostenmanagements aus dem Modul „Kostenmanagement 1“ und bezieht diese auf aktuelle Themenstellungen. Im Vordergrund steht auch die jeweilige Ausgestaltung der Ansätze des Kostenmanagements in der Unternehmenspraxis. Für ausgewählte Themenbereiche sind digitale Instrumente (u.a. auf Basis von Künstlicher Intelligenz) von Relevanz.				
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht				
5	Teilnahmevoraussetzungen Das Modul setzt Kenntnisse aus im Studium zeitlich vorgelagerten Kostenrechnungs- und Kostenmanagement-Veranstaltungen voraus.				
6	Prüfungsform Hausarbeit (15 Seiten) mit Präsentation				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Wolfgang Wiesmann				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • Coenenberg/Fischer/Günther, Kostenrechnung und Kostenanalyse • Friedl/Hofmann/Pedell, Kostenrechnung • Fischer/Möller/Schultze, Controlling • Schweitzer u.a., Systeme der Kosten- und Erlösrechnung • Kilger/Pampel/Vikas, Flexible Plankostenrechnung und Deckungsbeitragsrechnung • Däumler/Grabe, Kostenrechnung 3 • Joos, Controlling, Kostenrechnung und Kostenmanagement • Schmidt, Kostenrechnung • Friedl, Praxishandbuch Kostenmanagement • Rüth, Kostenrechnung Band II 				

Lean Management und Logistikkinnovationen					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5./6. Semester	Häufigkeit des Angebots Mind. mind. einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Lean Management und Logistikkinnovationen		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • die zentralen Prinzipien und Methoden des Lean Managements erläutern und anwenden. • Verschwendung bei betrieblichen Prozessen und Strukturen eigenständig erkennen, analysieren und Verbesserungsmaßnahmen mit Hilfe von etablierten Lean Management Methoden umsetzen • das Wertstromdesign als essentielle Methode des Lean Management auf ein Logistik- und Produktionssystem anwenden und auf andere Unternehmensbereiche übertragen (z. B. Lager, Verwaltung, Vertrieb, Logistik etc.). • moderne Methoden der Digitalisierung und Industrie 4.0 auf das Lean Management übertragen und deren Potenziale in einer Smart Factory bewerten. <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • innovative Technologien der Industrie 4.0 in die Smart Factory einordnen und deren Beitrag zur Steigerung der Leistungsfähigkeit eines Unternehmens, deren Reifegrad sowie die Wirkung neuer Technologien auf die Rolle des Menschen in der zukünftigen Arbeitswelt bewerten • eine Technologiestudie eigenständig durchführen und Potenziale für deren wirtschaftlichen Einsatz bestimmen • aus einer Vielzahl analoger und digitaler Informationen valides Wissen zu ausgewählten Themengebieten aufbauen und für die Erstellung einer Technologiestudie nutzen • Wissenschaftliche Inhalte erarbeiten, schriftlich verfassen und zielgruppenorientiert präsentieren 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Lean Management als Basis für effiziente Organisationen/Prozesse • Lean Management Methoden und Prinzipien (z. B. KAIZEN, KVP, SMED, PDCA, 5S, 5W, Poka Yoke, Visual Management, KANBAN, etc.) • Anwendung der Methodik „Wertstromdesign“ im Rahmen einer Lean Management Fallstudie in Form einer umfassenden Gruppenarbeit. • Aktuelle Trends in Produktion und Logistik: Digitalisierung, Industrie 4.0, KI und Smart Factory • Zukünftige Entwicklungen in Produktion und Logistik sowie Übertragung der Lean Management Prinzipien auf verschiedene Unternehmensfunktionen und unterschiedliche Branchen. 				
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht				
5	Teilnahmevoraussetzungen keine				
6	Prüfungsform Hausarbeit (12 Seiten) mit Präsentation				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr.-Ing. Michael Toth				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (aktuelle Literatur wird vom Dozenten zu Beginn der Veranstaltung bekanntgegeben)				

Marketing 1: Strategisches Marketing					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. Sem.	Häufigkeit des Angebots mind. 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 <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> das Wesen des Strategischen Marketing als übergreifende Klammer zur operativen Ebene, dem Marketinginstrumentarium, begreifen komplexe Zielbündel des Marketings im ökonomischen und vor-ökonomischen Spannungsfeld verstehen und selbst entwickeln auf Basis der erlernten Systematik der vielfältigen Marketingstrategien fallspezifische und zukunftsorientierte Problemlösungen und Marketingstrategien erarbeiten, auch unter Berücksichtigung innovativer digitaler Lösungsansätze (Mass-Customization, Entwicklung disruptiver Innovationen u.ä.) Methoden zur Strategieentwicklung anwenden (Scoringmodelle, GAP-Analysen, Portfoliomethode etc.) <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> strukturiertes und selbständiges Erarbeiten von Lösungen für relevante praxisbezogene Aufgabenstellungen auf Basis erlernter wissenschaftlicher Sachverhalte sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) sich auf Basis des Verständnisses von Digitalisierungsmöglichkeiten für das Entwickeln innovativer und zukunftsorientierter Lösungen fit zu machen 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> Relevanz und Verständnis der Strategischen Marketingplanung und des entsprechenden Planungsprozesses Techniken zur Situationsanalyse als Ausgangsbasis für die Entwicklung einer Marketingkonzeption Formulierung und Operationalisierung von Marketingzielen und Entwicklung entsprechender Zielsysteme Systematik und intensive inhaltliche Auseinandersetzung mit einschlägigen Marketingstrategien (z.B. Wachstums- und Markenstrategien, komplexe Markenarchitekturen etc.) Vorgehensweise bei der Strategiebestimmung über einschlägige Methoden des Marketingcontrollings 				
4	Lehrformen Seminar, Fallstudien in Einzel- und Gruppenarbeit, Diskussion aktueller Themenstellungen, Übungen				
5	Teilnahmevoraussetzungen Grundlegende Kenntnisse in „Grundlagen Marketing“				
6	Prüfungsform Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule oder unter Fernaufsicht)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Ritzerfeld-Zell				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> Becker, J.: Marketing-Konzeption Esch, F.-R., <i>Strategie und Technik der Markenführung</i> Homburg, C.: Marketingmanagement Kotler, P./Keller, K./Opresnik, M.D.: Marketing-Management Walsh, G., Deseniss, A., Kilian, T., <i>Marketing</i> 				

Marketing 2: Branchenorientierung und Spezialgebiete des Marketing					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 6. Sem.	Häufigkeit des Angebots mind. 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 <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> das Marketingprinzip auf spezifische Branchen entsprechend ihren Besonderheiten sowie Einzelfragen des Marketingmix anwenden spezifische, jeweils aktuelle Entwicklungstendenzen aufgreifende Marketinginstrumente zielorientiert einsetzen, vor allem unter Einbeziehung digitaler Anwendungsmöglichkeiten (z.B. automatisierte kunden- und segmentspezifische Kampagnenentwicklung im CRM, Digitalisierungsmöglichkeiten im Beschwerdemanagement u.ä.) im Sinne einer fokussierten Berufsorientierung strategische und operative Marketingentscheidungen angepasst an die Besonderheiten spezifischer Branchen und an innovative, digitale Methoden treffen <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) eine Präsentation zu einem Themengebiet mit geeigneten Präsentationsmedien visuell gestalten ihr persönliches Verhalten und Auftreten bei Präsentationen verbessern sich selbst reflektieren und Leistungen anderer bewerten erlernte wissenschaftliche Inhalte auf eine konkrete praxisbezogene Aufgabenstellung transferieren und anwenden können sich auf Basis des Verständnisses von Digitalisierungsmöglichkeiten für das Entwickeln innovativer und zukunftsorientierter Lösungen fit zu machen 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> branchenspezifische Besonderheiten des Marketings Auseinandersetzung mit den Besonderheiten des Marketings im stationären Handel, bei der Vermarktung von Dienstleistungen u.ä. Spezialgebieten ausgewählte Fragen zu Marketinginstrumenten hinsichtlich aktueller Trends und neu entwickelter Methodenaktuelle Themen wie Marketing für Start-ups, Nachhaltigkeitsmarketing, interaktive Wertschöpfung etc. 				
4	Lehrformen Seminar, Diskussionsrunden, Arbeit an empirischen Cases				
5	Teilnahmevoraussetzungen Inhalte von „Marketing 1“				
6	Prüfungsform Portfolioprüfung (Elemente: Erarbeitung eines empirischen Cases einschließlich Präsentation (30%), schriftlicher Test (70%), Lernprozessreflektion (unbewertet))				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte Prof. Dr. Ritzerfeld-Zell				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellen Auflage): Wechselnd, je nach Auswahl der bearbeiteten Themen				

Marktforschung					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. o. 6. 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 <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Marktforschung als Ausgangsbasis für die marktorientierte Führung eines Unternehmens systematisch erarbeiten • die Entwicklung einer Marktforschungskonzeption, über die Stichprobenfestlegung, Methodenauswahl bis zur Berichterlegung und Ergebnispräsentation einer Marktstudie erläutern und alle Schritte im Vorgehen von Marktforschungsprojekten wiedergeben • Methoden der Primär- und Sekundärforschung erfolgreich einsetzen, um die notwendigen Kenntnisse über Markt und Trends für ein Unternehmen zu erkennen und somit die Basis für eine nachhaltige Unternehmenssicherung zu legen <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • die notwendige Literatur recherchieren, lesen, verstehen sowie wissenschaftlich darstellen und zitieren • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten • eine Präsentation zu einem Themengebiet mit geeigneten Präsentationsmedien (digitale und analoge) visuell gestalten 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Marktforschungsinstitute • Vorstellung und Erläuterung der gängigen Methoden (Befragung, Beobachtung, Experiment) • statistische Grundlagen (bspw. Repräsentativität, Stichprobenverfahren, Prognosemethoden) • Beispielstudien aus der (internationalen) Marktforschungspraxis 				
4	Lehrformen Seminar, Übungen, Fallbeispiele				
5	Teilnahmevoraussetzungen Grundlegende Kenntnisse in „Grundlagen Marketing“				
6	Prüfungsform Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) ODER Hausarbeit (10 Seiten) mit Präsentation				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Riegermann				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlung (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • Berekoven, Eckert, Ellenrieder: Marktforschung – methodische Grundlagen und praktische Anwendung • Lutz, B.: Effiziente Marktforschung auf internationalen Märkten 				

Methoden in der Erwachsenenbildung					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. o. 6. Sem.	Häufigkeit des Angebots Mind. mind. einmal jährlich	Dauer 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 <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • aktueller Ausbildungsmethoden (u.a. Unterweisungsmethoden, 4-Stufen-Methode, Juniorenfirma...) erläutern • gezielte Methoden zur Gestaltung der kaufmännischen, technischen und gewerblichen Ausbildung unter Berücksichtigung des BBiG einsetzen • Kreativitätstechniken, strategischen und technischen Methoden wiedergeben <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) • eine Präsentation zu einem Themengebiet mit geeigneten Präsentationsmedien (digitale und analoge) visuell gestalten • ihr persönliches Verhalten und Auftreten bei Präsentationen verbessern ein Teilgebiet der Betriebswirtschaft in einem kurzen Essay mit wissenschaftlichen Methoden darstellen 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Unterweisungsmethoden in Anlehnung der IHK (BBiG, • Berufsbild, Ausbildungsrahmenplan...) • 6-3-5 Methode, Szenariotechnik, Methoden im Bereich Ideenmanagement... • Open-Space • Six Sigma, Problemlösetechnik nach Kepner-Tregoe, FME... • Entscheidungsanalyse • Methoden im Bereich I-Learning 				
4	Lehrformen Seminaristische Veranstaltung				
5	Teilnahmevoraussetzungen Grundlegende BWL-Kenntnisse				
6	Prüfungsform Hausarbeit (10 Seiten) mit Präsentation (30 Min.)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Geiger				
11	Sonstige Informationen Literatur (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • Berufsbildungsgesetz • Handreichungen der IHK Bochum • Jung, Hans: Personalwirtschaft 				

Mitarbeiterführung					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. Sem.	Häufigkeit des Angebots mind. einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Mitarbeiterführung	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • grundlegende Kenntnisse des Verhaltens von Menschen in Organisationen wiedergeben • die Rolle der Führungskraft erläutern • erworbene Wissen unter Einbeziehung von Elementen des eigenen Verhaltens (Wahrnehmung, Arbeitszufriedenheit, Motivation etc.) als auch das Agieren in Gruppen (Führung, Gesprächsführung, Moderation, Konfliktmanagement etc.) zur Mitarbeiterführung und zum Verhalten in Organisationen auf konkrete Praxissituationen anwenden <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Einflussfaktoren in komplexen Wirkungsgefügen analysieren und priorisieren zu können (Analytische Kompetenz) • sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Dialog- und Konfliktfähigkeit) • Persönlichkeitsentwicklung durch Verhaltensreflexion (Selbstwahrnehmung vs. Fremdwahrnehmung) 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Führungssituation (Begrifflichkeiten Inhalte, Kontext, Bürokratiemodell) • Führungstheorien (Psychologischer Vertrag, Paradigmen und Modelle der Führung) • Organisationspsychologische Grundlagen (z.B. Wahrnehmung, Arbeitszufriedenheit, Teamarbeit) • Motivationstheorien (Inhalts - und Prozesstheorien) • Kommunikation (Kommunikationsmodelle, Wertschätzende Kommunikation, Transaktionsanalyse, nonverbale Kommunikation) 				
4	Lehrformen Vorlesung, Übung, Moodle				
5	Teilnahmevoraussetzungen keine				
6	Prüfungsform Portfolioprüfung (Online-Tests [20-50%], Fallstudienbearbeitung [20-50%], Simulationsprotokoll [20-50%] + Lernprozess-Reflektion [unbewertet]/Resümee]				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgendem Studiengang BA-Betriebswirtschaftslehre				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Roland Böttcher				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (jeweils neueste Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • Böttcher, R. /Fechtner, H. (2024): Mitarbeiterführung • Nerdinger, F. W., Blicke, G., Schaper, N.: Arbeits- und Organisationspsychologie • Plate, M.: Grundlagen der Kommunikation, Gespräche effektiv gestalten • Robbins, S.P.: Organizational Behavior • Weibler, J.: Personalführung • Wunderer, R.: Führung und Zusammenarbeit: Eine unternehmerische Führungslehre 				

Mittelstandspolitik					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. u. 6. Sem.	Häufigkeit des Angebots i.d.R. mind. 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 <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> ökonomisch relevante Besonderheiten des Mittelstands wiedergeben Herausforderungen, die eine mittelstandsorientierte Politik mit sich bringt, erläutern die Bedeutung des Mittelstands für die deutsche Volkswirtschaft und die Möglichkeit verschiedene Wege zur Förderung und Unterstützung mittelständischer Unternehmen erläutern <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> eine Präsentation zu einem aktuellen politischen Thema erarbeiten und unter Verwendung geeigneter Medien vor einem Plenum halten Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren und darauf aufbauend eine wissenschaftliche Hausarbeit selbstständig verfassen sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> Die Veranstaltung „Mittelstandspolitik“ befasst sich grundlegend mit der wirtschaftlichen Bedeutung mittelständischer Unternehmen für die deutsche Wirtschaft. Anhand von Ansätzen zur theoretischen Erklärung der Größe von Unternehmen (insb. der Transaktionskostentheorie) wird zudem die branchenspezifisch unterschiedliche Relevanz von KMU dargelegt. Anschließend werden aktuelle ordnungspolitische Themen, die für den Mittelstand von besonderer Relevanz sind, thematisiert, wie z.B. Föderalismusreform, Sozialversicherungssysteme, Bürokratieabbau, Arbeitsmarktpolitik, Wettbewerbspolitik, Steuerpolitik, Lobbying, Digitalisierung und Künstliche Intelligenz In einem weiteren Schwerpunkt werden spezifisch mittelstandsrelevante Themen erörtert, wie z.B. Mittelstandsfinanzierung, Existenzgründung, wirtschaftliche Betätigung der öffentlichen Hand, öffentliches Vergabewesen, Unternehmensnachfolge u.a. 				
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit Übungen				
5	Teilnahmevoraussetzungen Vorkenntnisse aus den Modulen Mikroökonomik und Makroökonomik sind unentbehrlich.				
6	Prüfungsform Hausarbeit (15 S.) mit Präsentation ODER Hausarbeit (15 S.) mit mündl. Prüfung (15 Min.)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Häder				
11	Sonstige Informationen Als grundlegende Literatur werden regelmäßig verwendet (in der jeweils aktuellsten Aufgabe): <ul style="list-style-type: none"> 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 <ul style="list-style-type: none"> Ifo Schnelldienst Perspektiven der Wirtschaftspolitik Wirtschaftsdienst 				

Modellbildung und Simulation					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. u. 6. Sem.	Häufigkeit des Angebots Mind. mind. einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Modellbildung und Simulation	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Möglichkeiten und Grenzen des Einsatzes der Modellbildung und Simulation bei Fragestellungen der Nachhaltigkeit erläutern • Konzepte und Werkzeuge der Methodik System Dynamics erläutern, wozu etwa Kausal- sowie Bestands- und Flussdiagramme gehören • die Methodik System Dynamics zur Modellierung und Simulation von dynamischen Problemstellungen der Nachhaltigkeit aus der Praxis anwenden und zur Lösungsfindung nutzen <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) • sich selbst reflektieren und Leistungen anderer bewerten • ein komplexes Arbeitsergebnis vor Publikum präsentieren 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • 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 keine				
6	Prüfungsform Modulprüfung in Form von einer Portfolioprüfung (Prüfungselemente [Gewichtung] im Portfolio: Lösen von Aufgaben zur Modellierung und Simulation [20%], Fallstudienbearbeitung [60%], mdl. Rücksprache [20%])				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bestandene Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Schröter				
11	Sonstige Informationen Literatur (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • Serman, J.: Business Dynamics: Systems Thinking and Modeling for a Complex World. Boston; London: Irwin/McGraw-Hill. • Morecroft, J.: Strategic Modelling and Busines Dynamics. Chichester: Wiley • Dörner, D.: Die Logik des Mislingens – 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. 				

Nachhaltigkeitsreporting & -controlling 1					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. u. 6. Sem.	Häufigkeit des Angebots Mind. einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Nachhaltigkeitsreporting und -controlling 1		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen nach Abschluss des Moduls:</i> <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden kennen und verstehen die Konzepte und Herausforderungen der nachhaltigen Entwicklung von Unternehmen, Die Studierenden können das Nachhaltigkeitsreporting und -controlling in die Organisation des Nachhaltigkeitsmanagements von Unternehmen einordnen. Die Studierenden kennen die für das Nachhaltigkeitsreporting zuständigen Institutionen sowie relevanten regulatorischen Rahmenbedingungen und Standards. Die Studierenden können Nachhaltigkeitsberichte von Unternehmen analysieren und bewerten. Die Studierenden sind mit den Instrumenten des strategischen und operativen Nachhaltigkeitscontrolling und deren Anwendungsmöglichkeiten vertraut. Die Studierenden können Kennzahlen zur nachhaltigen Unternehmenssteuerung definieren und anwenden. Die Studierenden kennen die Möglichkeiten der Digitalisierung des Nachhaltigkeitsreporting und -controlling. <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> Analytische Fähigkeiten: Die Studierenden können komplexe Informationen aus Nachhaltigkeitsberichten extrahieren und diese kritisch hinterfragen, um fundierte Urteile zu fällen. Kommunikationsfähigkeit: Die Studierenden sind in der Lage, die Ergebnisse ihrer Analyse von Nachhaltigkeitsberichten verständlich zu präsentieren und die Relevanz für unterschiedliche Zielgruppen, wie z.B. Stakeholder, darzulegen. Interdisziplinäres Denken: Die Studierenden verstehen die Verbindungen zwischen Nachhaltigkeitsberichterstattung und anderen betriebswirtschaftlichen Bereichen wie Unternehmensführung, Controlling und Marketing. Problem-solving-Kompetenz: Die Studierenden können praxisorientierte Probleme im Bereich Nachhaltigkeitsreporting und -controlling erkennen und Lösungsvorschläge entwickeln. 				
3	Inhalte Nachhaltigkeitsreporting: <ul style="list-style-type: none"> Das Konzept der Nachhaltigkeit und die Entwicklung der Nachhaltigkeitsberichterstattung EU-Taxonomie und CSRD / ESRS: Berichterstattung und -prüfung Berichterstattung zur Lieferkette Nachhaltigkeitsberichte von Unternehmen: Analyse und Vergleich Nachhaltigkeitscontrolling: <ul style="list-style-type: none"> Die Rolle des Controllings im Nachhaltigkeitsmanagement Instrumente des strategischen Nachhaltigkeitscontrolling Methoden zur Bewertung nachhaltiger Investitionsentscheidungen Integration der Nachhaltigkeitsziele in die Steuerungssysteme Ansätze des Sustainable Risk Management 				
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht / Fallstudien				
5	Teilnahmevoraussetzungen keine (empfohlen: Wirtschaftspolitik und Grundlagen Nachhaltigkeit)				
6	Prüfungsformen Klausur in schriftlicher Form unter Aufsicht in der Hochschule				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) BA-Betriebswirtschaftslehre BA-International Business and Management				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Hannemann / Prof. Dr. Wiesmann				

11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none">• Sopp / Baumüller / Scheid: Nachhaltigkeitsberichterstattung,• Aschauer / Tichy / Fuhrmann: Handbuch ESG-Berichterstattung,• Sailer: Nachhaltigkeitscontrolling,• Eisl / Losbichler / Engelbrechtsmüller / Lehner: Handbuch Nachhaltigkeitscontrolling und -reporting Da die Thematik sehr dynamisch ist, werden weitere Literaturhinweise jeweils begleitend zum Modul in der Veranstaltung bekannt gegeben.
-----------	--

Nachhaltigkeitsreporting & -controlling 2: Praxisprojekt					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. u. 6. Sem.	Häufigkeit des Angebots Mind. einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Nachhaltigkeitsreporting und controlling 2: Praxisprojekt	-	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen nach Abschluss des Moduls:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Praxisbezogene Anwendung regulatorischer und freiwilliger Rahmenwerke: Die Studierenden lernen im Umfeld eines interdisziplinären und von der Praxis begleiteten Projekts Nachhaltigkeitsanforderungen an die Unternehmensberichterstattung auf konkrete Unternehmenssituationen selbständig anzuwenden, kritisch zu reflektieren und Lösungsvorschläge zu entwickeln. • Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in das (Risiko-)Controlling: Die Studierenden verstehen im Umfeld des Praxisprojektes, wie Nachhaltigkeitsrisiken in Steuerungs- und Kontrollprozesse eingebunden werden (im Hinblick auf Risikobewertung, Berichterstattung, Investitionsentscheidungen und strategische Planung). Bei Bedarf reflektieren sie auch die Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in andere Controlling-Instrumente (z. B. Ziel- und Maßnahmensteuerung, KPI-Systeme oder Performance-Monitoring). • Analyse und Bewertung von Nachhaltigkeitsauswirkungen in der Praxis: Die Studierenden analysieren in Zusammenarbeit mit dem Nachhaltigkeitsteam eines Unternehmens und Vertretern einer Wirtschaftsprüfungsgesellschaft sowie Lehrenden der Hochschule Bochum die Nachhaltigkeitsauswirkungen eines Unternehmens. • Reflexion künftiger Entwicklungen: Die Studierenden lernen den Einfluss neuer regulatorischer, technologischer und gesellschaftlicher Entwicklungen (z. B. Digitalisierung, KI-gestützte Datenerhebung, Lieferkettentransparenz, ESG-Ratings) auf Reporting und Controlling kritisch bewerten und Handlungsempfehlungen für Unternehmen ableiten. <p><i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Erweiterte analytische Fähigkeiten: Die Studierenden können komplexe Informationen aus dem Nachhaltigkeitsmanagement eines Unternehmens analysieren und bewerten sowie die Auswirkungen auf die Berichterstattung erarbeiten • Projekt- und Teamkompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, die Ergebnisse ihrer Analyse verständlich zu präsentieren und die Relevanz für unterschiedliche Zielgruppen, wie z.B. Stakeholder, darzulegen. • Interdisziplinäres Denken: Die Studierenden verstehen die Verbindungen zwischen dem praktischen Nachhaltigkeitsmanagement, dem Risikomanagement, der Nachhaltigkeitsberichterstattung sowie und anderen betriebswirtschaftlichen Bereichen. • Problem-solving-Kompetenz: Die Studierenden können konkrete, für die Unternehmenspraxis relevante Fragestellungen im Bereich Nachhaltigkeitsreporting und - eigenständig zu strukturieren, kreative Lösungsansätze zu entwickeln und deren Umsetzbarkeit zu bewerten. 				
3	<p>Inhalte Das Modul vertieft Themen des Nachhaltigkeitsreporting und -controlling aus im Studium vorgelagerten Modulen, ergänzt diese um weitere (zuvor nicht besprochene) aktuelle Themen und deren jeweilige Ausgestaltung in der Unternehmenspraxis. Hierbei sind auch Fragestellungen des Nachhaltigkeitsmanagement von Relevanz.</p>				
4	<p>Lehrformen Seminar</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen Kenntnisse des Moduls Nachhaltigkeitsreporting und -controlling 1</p>				
6	<p>Prüfungsformen (Gruppen)Referat</p>				
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung</p>				
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) BA-Betriebswirtschaftslehre BA-International Business and Management</p>				
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote 5/225</p>				
10	<p>Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Klönne / Prof. Dr. Becker</p>				
11	<p>Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Becker/Faber/Manstetten: Nachhaltiges Handeln in Wirtschaft und Gesellschaft, 				

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Freiberg/Lanfermann: ESRS-Kommentar,• Aschauer / Tichy / Fuhrmann: Handbuch ESG-Berichterstattung,• Sailer: Nachhaltigkeitscontrolling,• Eisl / Losbichler / Engelbrechtsmüller / Lehner: Handbuch Nachhaltigkeitscontrolling und -reporting <p>Da die Thematik sehr dynamisch ist, werden weitere Literaturhinweise jeweils begleitend zum Modul in der Veranstaltung bekannt gegeben.</p> |
|--|

Online Marketing					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. o. 6. Sem.	Häufigkeit des Angebots mind. 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 <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • die Besonderheiten des Online Marketings erläutern • Onlinemarketing-Konzeptionen planen und anwenden, um den Einsatz innovativer Online Marketing Instrumente zu verstehen und zu organisieren • sicher mit den entsprechenden Marketinginstrumenten umgehen • die Potenziale des Onlinemarketing zum Aufbau und Erhalt von Kundenbeziehungen erkennen und in Form von Maßnahmen umsetzen • auf Basis der vermittelten Kenntnisse zum Thema KI (Definition, technologische Grundlagen wie maschinelles Lernen, Deep Learning, unterschiedliche Arten von künstlicher Intelligenz wie Generative KI usw.) und des Verständnisses dieser als Querschnittstechnologie konkrete Anwendungsmöglichkeiten im Onlinemarketing erkennen und anstoßen (z.B. dynamische, nutzerzentrierte Websitegestaltung, Real Time Bidding in der Onlinewerbung, intelligente Chatbots u.ä.) • auf Basis der erlernten Kenntnisse zur Marketing & Sales Automation Konzepte für automatisierte Lead Management-Prozesse entwickeln <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) • strukturiertes und selbständiges Erarbeiten von Lösungen für relevante praxisbezogene Aufgabenstellungen auf Basis erlernter wissenschaftlicher Sachverhalte • sich auf Basis des Verständnisses von KI und Digitalisierungsmöglichkeiten für das Entwickeln innovativer und zukunftsorientierter Lösungen fit zu machen 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Veränderung von Kommunikations- und Entscheidungsmustern als Grundlage des Online Marketing • Konzeptionen des Online Marketing auf Basis veränderter Planungsansätze (Buyer Persona, User Stories, UX-Optimierung etc.) • KI als Querschnittstechnologie und ihre Einsatzmöglichkeiten und Anwendung in Form von innovativen und optimierten Onlinemarketing-Instrumenten • Digitalisierung von Marketing- und Vertriebssystemen in Form von automatisierten Lead Management Prozessen • Instrumente des Online Marketing (Corporate Website Gestaltung, Suchmaschinenmarketing, Onlinewerbung und -PR, Affiliate Marketing, Social Media Marketing, Mobile Marketing etc.) • Erfolgskontrolle des Online Marketing 				
4	Lehrformen Seminaristische Vorlesung, Fallstudien- und Gruppenarbeiten, Case Study Workshops				
5	Teilnahmevoraussetzungen Grundlegende Kenntnisse in „Grundlagen Marketing“				
6	Prüfungsform Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule oder unter Fernaufsicht) ODER mündliche Prüfung (30 Min.)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in den Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte Prof. Dr. Ritterfeld-Zell				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • Keßler, E., Rabsch, S., Mandic, M., Erfolgreiche Websites – SEO, SEM, Online-Marketing, Usability • Kollmann, T.: Digital Marketing • Kreutzer, Ralf T.: Praxisorientiertes Online Marketing 				

- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">• Kreuzer, R., Sirrenberg, M.: Künstliche Intelligenz verstehen - Grundlagen - Use-Cases - unternehmenseigene KI-Journey• Lammenett, E.: Praxiswissen Online-Marketing |
|--|---|

Organisation 1					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. Sem.	Häufigkeit des Angebots mind. 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 <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • die Organisationslehre wissenschaftlich einordnen • organisatorische Gestaltungsspielräume aufzeigen und die Rolle der Organisation im Management einordnen • den Zusammenhang zwischen Führung und Organisation erkennen <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) • die notwendige Literatur recherchieren, lesen, verstehen • ein komplexes Arbeitsergebnis vor Publikum präsentieren 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Organisationswissenschaftliche Grundlagen: Systemtheorie, Organizational Behavior und die Hilfswissenschaften der Organisationsgestaltung • Organisation als Managementaufgabe • Organisationsgestaltung innerhalb des Unternehmens • Organisationsentwicklung: Change Management, Wissensmanagement, Fehlerkultur und Agilität • Der Zusammenhang zwischen Organisation und Führung • Fallstudien zur unternehmensinternen Organisationsarbeit • Vertiefung eines Spezialthemas im Rahmen eines Referates 				
4	Lehrformen Seminar				
5	Teilnahmevoraussetzungen keine				
6	Prüfungsform Hausarbeit (15 Seiten) mit Präsentation oder Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) oder Klausurarbeit (90 Min., elektronisch gestützt, in der Hochschule)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in den Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Siebenbrock				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • Bleicher, K.: Organisation • Carney, Brian M., Getz, Isaac, Freedom, Inc.: Free Your Employees and Let Them Lead Your Business, Crown Business 2009 • Graeber, David, Bullshit Jobs: Vom wahren Sinn der Arbeit, Klett Cotta (Stuttgart) 2018 • Laloux, Frederic, Reinventing Organizations, Ein Leitfaden zur Gestaltung sinnstiftender Formen der Zusammenarbeit, München 2015 • Schreyögg, G.: Organisation • Schulte-Zurhausen, M., Organisation • Siebenbrock, H., Führen Sie schon oder herrschen Sie noch, Eine Anleitung zum fairen Management, 2. Aufl., Tectum (Baden-Baden) 2021 • Siebenbrock, H.: Grundlagen der Organisationsgestaltung und -entwicklung • Siebenbrock/Mödler/Schürkamp/Siebenbrock/Wiesen: Führen Sie schon oder herrschen Sie noch, Faires Management - Der Methodenband, Tectum (Marburg) 2016 • Vahs, D.: Organisation 				

Organisation 2					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	150 h	5	6. Sem.	mind. einmal jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Organisation 2	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • die Organisationslehre wissenschaftlich einordnen • organisatorische Gestaltungsspielräume aufzeigen und die Rolle der Organisation im Management einordnen • den Zusammenhang zwischen Führung und Organisation erkennen <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) • die notwendige Literatur recherchieren, lesen, verstehen • sich selbst reflektieren und Leistungen anderer bewerten 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Organisationsgestaltung zwischen Unternehmen: Basistechnologien aus der IT, Netzwerkmanagement, Kooperation • Multiprojektmanagement • Fallstudien zur unternehmensübergreifenden Organisationsarbeit • Vertiefung Prozessmanagement im Rahmen von Gruppenarbeit • Managementkonzepte vor dem Hintergrund ausgewählter Leadership-Ansätze 				
4	Lehrformen Seminar				
5	Teilnahmevoraussetzungen keine				
6	Prüfungsform Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) oder Klausurarbeit (90 Min., elektronisch gestützt, in der Hochschule)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Siebenbrock				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • Bleicher, K.: Organisation • Carney, Brian M., Getz, Isaac, Freedom, Inc.: Free Your Employees and Let Them Lead Your Business, Crown Business 2009 • Graeber, David, Bullshit Jobs: Vom wahren Sinn der Arbeit, Klett Cotta (Stuttgart) 2018 • Laloux, Frederic, Reinventing Organizations, Ein Leitfaden zur Gestaltung sinnstiftender Formen der Zusammenarbeit, München 2015 • Schreyögg, G.: Organisation • Schulte-Zurhausen, M., Organisation • Siebenbrock, H., Führen Sie schon oder herrschen Sie noch, Eine Anleitung zum fairen Management, 2. Aufl., Tectum (Baden-Baden) 2021 • Siebenbrock, H.: Grundlagen der Organisationsgestaltung und -entwicklung • Siebenbrock/Mödler/Schürkamp/Siebenbrock/Wiesen: Führen Sie schon oder herrschen Sie noch, Faires Management - Der Methodenband, Tectum (Marburg) 2016 • Vahs, D.: Organisation 				

Personalmanagement 1					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. Sem.	Häufigkeit des Angebots mind. einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Personalmanagement	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p><i>Fachliche Kompetenzen:</i> Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> aus der Unternehmens- und Personalstrategie Handlungsfelder für das Personalmanagement ableiten zeitgemäße Instrumente des Personalmanagements bewerten, anwenden und teilweise eigenständig konzipieren das erlangte Wissen und die praktischen Fertigkeiten hinsichtlich des Personalmanagements in der Unternehmensführung interdisziplinär umsetzen <p><i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) Digitale Medien im Kontext der eigenen Lernprozesse reflektieren (z.B. Deutung von Informationen unterschiedlicher digitaler Quellen; Nutzung von Lernsoftware, Anwendung von AR,VR Formaten etc.) Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten 				
3	<p>Inhalte</p> <p>Grundlegende Bearbeitung der folgenden Themenbereiche (Auszug):</p> <ul style="list-style-type: none"> Vertiefung theoretischer Grundlagen des Personalmanagements Personalplanung und Personalcontrolling Recruiting 4.0, Employer-Branding, Eignungsdiagnostik Personalentwicklung, Führungskräfteentwicklung Anreizsysteme, Vergütung Ethik 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Vorlesung, Vortrag/Präsentation, Gruppenarbeit, Unternehmensfallstudien</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>keine</p>				
6	<p>Prüfungsform</p> <p>Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) mit freiwilligen Vorleistungen ODER Hausarbeit (15 Seiten) mit Präsentation (30 Min. Vortragszeit)</p>				
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung</p>				
8	<p>Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen</p> <p>BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen</p>				
+9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>siehe Prüfungsordnung</p>				
10	<p>Modulbeauftragte/r</p> <p>Prof. Dr. Geiger</p>				
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage)</p> <ul style="list-style-type: none"> Berthel, J./Becker, F.G.: Personalmanagement – Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit, Schäffer Poeschel Verlag Stuttgart Holtbrügge, D.: Personalmanagement, Springer Gabler Verlag Berlin Jung, H.: Personalwirtschaft, Oldenbourg Wissenschaftsverlag München Kauffeld, S. (Hrsg.): Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor, Springer Verlag Berlin Nerdinger, F./Blickle, G./Schaper, N.: Arbeits- und Organisationspsychologie, Springer Verlag Berlin Oechsler, W./Paul, C.: Personal und Arbeit, De Gruyter Oldenbourg Verlag, Berlin und Boston Scherm, E./Süß, S.: Personalmanagement, Verlag Franz Vahlen München Scholz, C./Scholz, T.: Grundzüge des Personalmanagements, Verlag Franz Vahlen München 				

Personalmanagement 2					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 6. Sem.	Häufigkeit des Angebots mind. einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Personalmanagement	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • erkennen welche Auswirkungen Digitalisierungsstrategien und agile Organisationen auf das Personalmanagement haben • Organisationen Anpassungsvorschläge aufgrund von Veränderungen von Geschäftsfeldern und Kundenerwartungen unterbreiten • HR-Instrumente, -Methoden und -Konzepte im Zusammenhang agiler Organisationen eigenständig analysieren <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren • Digitale Medien im Kontext der eigenen Lernprozesse reflektieren (z.B. Deutung von Informationen unterschiedlicher digitaler Quellen; Nutzung von Lernsoftware, Anwendung von AR/VR Technologie etc.) • Inhalte aus dieser Fachliteratur für andere verständlich darstellen und zitieren • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten 				
3	Inhalte Neue Arbeitswelten - HR im Spannungsfeld agiler Organisationen, z.B. <ul style="list-style-type: none"> • 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 und Arbeitsmethoden 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. Weiterbildungsperspektiven für Führungskräfte und Mitarbeitende in agilen Unternehmen verändern? 				
4	Lehrformen Vorlesung, Vortrag/Präsentation, Gruppenarbeit, Unternehmensfallstudien				
5	Teilnahmevoraussetzungen Inhalte von „Personalmanagement 1“				
6	Prüfungsform Hausarbeit (15 Seiten) mit Präsentation (30 Min. Vortragszeit)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Geiger				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlung (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • Berthel, J./Becker, F.G.: Personalmanagement – Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit, Schäffer Poeschel Verlag Stuttgart • Gerdenitsch, C./Korunka, C.: Digitale Transformation der Arbeitswelt – Psychologische Erkenntnisse zur Gestaltung von aktuellen und zukünftigen Arbeitswelten, Springer Verlag Berlin • Holtbrügge, D.: Personalmanagement, Springer Gabler Verlag Berlin • Jung, H.: Personalwirtschaft, Oldenbourg Wissenschaftsverlag München • Kauffeld, S. (Hrsg.): Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor, Springer Verlag Berlin • Nerdinger, F./Blickle, G./Schaper, N.: Arbeits- und Organisationspsychologie, Springer Verlag Berlin • Scherm, E./Süß, S.: Personalmanagement, Verlag Franz Vahlen München 				

- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">• 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 |
|--|---|

Procurement and Logistics 1 (engl.)					
Module ID	Workload 150 h	Credits 5	Semester 5th Semester	Frequency of Offer Every year	Duration 1 Semester
1	Lecture Procurement and Logistics 1		Contact Hours 4 HPW / 60 h	Self-Study 90 h	Planned Group Size 25 students
2	Learning Outcomes / Competencies <i>After completing the module, students will be able to</i> Professional Competencies: <ul style="list-style-type: none"> • Explain the system character of procurement and logistics tasks • Apply methods and models for the analysis, optimization and evaluation of logistics systems to practical problems • Name the latest developments in procurement and logistics management and relate them to the basic principles acquired so to date Interdisciplinary Competencies: <ul style="list-style-type: none"> • Plan and prepare learning and work processes independently • Exchange information and problems in dialog with others and develop solutions together (communicative competence) • Identify and evaluate conflicts of objectives and synergies between procurement, logistics and sustainability and derive measures 				
3	Contents <ul style="list-style-type: none"> • Logistics strategies • Warehouse management • Location planning • Transportation systems • Route planning • Procurement management • Process optimization in logistics management • Reverse logistics 				
4	Teaching Formats Seminar-based Teaching				
5	Participation Requirements None				
6	Assessment Methods Written examination (90 min.) OR oral examination (20 min.)				
7	Requirements for Earning Credit Points A passing grade (> 'sufficient') in the assessment				
8	Application of the Module in Other Degree Programs BA-Business Administration BA-International Business and Management BA-Industrial Engineering				
9	Weight of Grade for Final Grade siehe Prüfungsordnung				
10	Module Coordinator / Primary Lecturer Prof. Dr. Sprenger				
11	Additional Information Recommended Literature (current editions): Christopher, M.: Logistics and Supply Chain Management Chopra, S.: Supply Chain Management: Strategy, Planning and Operation Grand, D.: Sustainable Logistics and Supply Chain Management Tompkins J.: Warehouse Management Handbook				

Procurement and Logistics 2 (engl.)					
Module ID	Workload 150 h	Credits 5	Semester 6th Semester	Frequency of Offer Every year	Duration 1 Semester
1	Lecture Procurement and Logistics 2		Contact Hours 4 HPW / 60 h	Self-Study 90 h	Planned Group Size 25 students
2	Learning Outcomes / Competencies <i>After completing the module, students will be able to</i> Professional Competencies: <ul style="list-style-type: none"> Recognize and understand the system character of integrated supply chains Formally describe logistical systems and analyze them from a business perspective Explain the potential of modern information and communication technology systems in logical system design and can bring these to bear in a practical context Interdisciplinary skills: <ul style="list-style-type: none"> Independently plan and prepare learning and work processes Research literature for a given specialist topic 				
3	Contents <ul style="list-style-type: none"> Industry-related logistics systems procurement and logistics management in the context of sustainable development modern information and communication technology systems in logical system design 				
4	Teaching Formats Seminar-based Teaching				
5	Participation Requirements None				
6	Assessment Methods Paper with handout or term paper (12 pages) with presentation				
7	Requirements for Earning Credit Points A passing grade (> 'sufficient') in the assessment				
8	Application of the Module in Other Degree Programs BA-Business Administration BA-International Business and Management BA-Industrial Engineering				
9	Weight of Grade for Final Grade siehe Prüfungsordnung				
10	Module Coordinator / Primary Lecturer Prof. Dr. Sprenger				
11	Additional Information Recommended Literature (current editions): Christopher, M.: Logistics and Supply Chain Management Chopra, S.: Supply Chain Management: Strategy, Planning and Operation Grand, D.: Sustainable Logistics and Supply Chain Management Tompkins J.: Warehouse Management Handbook				

Prozess- und System-Analyse 1					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. u. 6. Sem.	Häufigkeit des Angebots Mind. 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 <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Prozesse analysieren, modellieren und mit Standardmethoden dokumentieren • Anwendungs- und Geschäftsprozesse modellieren • Prozesse analysieren und modellieren <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten • sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) • sich selbst reflektieren und Leistungen anderer bewerten • ein komplexes Arbeitsergebnis vor Publikum zu präsentieren 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Vorgehens- und Referenzmodelle • Anwendungs- und Geschäftsprozessmodellierung (Methodik: UML) • Prozessanalyse und -modellierung • Projektmanagement 				
4	Lehrformen Projektarbeit				
5	Teilnahmevoraussetzungen Das Modul setzt grundlegende Kenntnisse im Modul "Wirtschaftsinformatik" vermittelten Inhalte oder grundlegende Kenntnisse der Programmierung voraus.				
6	Prüfungsform Hausarbeit (15 Seiten) mit Präsentation (20 Minuten)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Blümel				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • Cockburn, A.: "Writing effective Use Cases" • Larman, C.: „Applying UML and Patterns“ 				

Prozess- und System-Analyse 2					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. u. 6. Sem.	Häufigkeit des Angebots Mind. 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 <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • für Unternehmen Datenmodelle entwickeln und notieren sowie den Datenfluss im Unternehmen beschreiben • Vor- und Nachteile unterschiedlicher Modelle erkennen und bewerten • Faktoren, wie Daten und ihre Modellierung die Digitalisierung unterstützt bzw. beeinflusst erkennen • technische Schnittstellen zwischen Systemen, die dem Austausch von Daten dienen, erkennen <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten • sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) • sich selbst reflektieren und Leistungen anderer bewerten • ein komplexes Arbeitsergebnis vor Publikum zu präsentieren 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Vorgehensmodelle • Datenmodellierung und Notationen zur Modellierung • Schnittstellen/Datenformate • Projektmanagement 				
4	Lehrformen Projektarbeit				
5	Teilnahmevoraussetzungen keine				
6	Prüfungsform Hausarbeit (15 Seiten) mit Präsentation (20 Min.)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Klingspor				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen werden in der Veranstaltung bekannt gegeben.				

Quantitative Methoden: Mathematische Planungsverfahren					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. Sem.	Häufigkeit des Angebots mind. einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Quantitative Methoden: Mathematische Planungsverfahren	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse / Kompetenzen <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Problemstellungen aus der Unternehmensplanung in mathematische Modelle übertragen und ein breites Spektrum an mathematischen Methoden zur Problemlösung einsetzen • quantitative Methoden anwenden, z.B. in Analysen, Prognosen und Simulationen ökonomischer Zusammenhänge • wirtschaftlichen Sachverhalte auswerten und wirtschaftliche Probleme sowohl quantitativ, als auch grafisch und nach den erforderlichen statistischen Argumentationsschritten statistisch analysieren und beurteilen <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten • Digitale Schlüsselkompetenzen in Form von Nutzung gängiger Software, Fähigkeit zum digitalen Lernen durch die Bearbeitung von randomisierten Onlineaufgaben trainieren, Datenerhebung unter Berücksichtigung von Datenschutzanforderungen • Technologische Kompetenzen durch die effiziente Analyse großer Datenmengen zur Informationsgewinnung 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Lineare Gleichungssysteme und ihre Anwendung in der BWL und VWL • Innerbetriebliche Leistungsverrechnung • Input-Output-Analyse mit dem Leontief-Modell • Lineare Optimierungsaufgaben (Transportkostenminimierung, optimale Produktionsstruktur, Bestellmengenoptimierung) • Unternehmerische Entscheidungsmodelle 				
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht				
5	Teilnahmevoraussetzungen Grundkenntnisse der wirtschaftsmathematischen Methoden				
6	Prüfungsform Klausurarbeit (90 Min., elektronisch gestützt, in der Hochschule)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte Prof. Dr. Moos				
11	Sonstige Informationen Veranstaltungsbegleitendes Skript mit Übungsaufgaben Allgemeine Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): Sydsaeter, Knut und Hammond Peter: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler. Hauke, Wolfgang und Opitz, Otto: Mathematische Unternehmensplanung, 2. Auflage, Norderstett 2003.				

Quantitative Methoden: Multivariate Methoden in der BWL und VWL					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. und 6. Semester	Häufigkeit des Angebots mind. einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Multivariate Methoden in der BWL und VWL		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> wirtschaftliche Sachverhalte statistisch auswerten und die multivariate statistische Analyse und Beurteilung von wirtschaftlichen Problemen sowohl quantitativ, als auch grafisch und nach den erforderlichen statistischen Argumentationsschritten darstellen empirischen Untersuchungen planen empirischen Untersuchungen durchführen <ul style="list-style-type: none"> a) statistische Ergebnisse auswerten b) die Ergebnisse im Hinblick auf die Forschungsfrage interpretieren die theoretischen Kenntnisse über eine in der Industrie als auch Hochschullandschaft weit verbreitete Software anwenden <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> Ergebnisse in einem kurzen Essay mit wissenschaftlichen Methoden darstellen eine Präsentation zu einem Themengebiet mit geeigneten Präsentationsmedien (digitale und analoge) visuell gestalten sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) 				
3	Inhalte Das Modul umfasst eine Auswahl aus den folgenden vier Lehreinheiten. Die Studierenden können ihre Wünsche und Ideen bei der schwerpunktmäßigen Ausgestaltung der behandelten Themen einbringen. <ul style="list-style-type: none"> Grundlagen <ul style="list-style-type: none"> Wiederholung einiger Grundlagen der deskriptiven und induktiven Statistik Einführung in eine Statistiksoftware Einführung in die Fragebogengenerstellung Kontingenz- und Korrelationsanalyse <ul style="list-style-type: none"> Korrelationshypothesen Vergleich von zwei Stichproben Erweiterte Regressionsansätze <ul style="list-style-type: none"> Einfaktorielle Varianzanalyse Logistische Regression Quantilsregression Multivariate Methoden der Datenreduktion <ul style="list-style-type: none"> Distanz- und Ähnlichkeitsmaße Clusteranalyse Faktoranalyse 				
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht				
5	Teilnahmevoraussetzungen Kenntnisse der deskriptiven und induktiven Statistik, wie sie beispielsweise in der Vorlesung „Wirtschaftsstatistik“ oder „Statistik für Wirtschaftsinformatiker“ vermittelt werden. Vorkenntnisse einer Statistiksoftware sind nicht erforderlich.				
6	Prüfungsform Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) ODER Hausarbeit (15 Seiten) mit Präsentation				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Skill				

11	Sonstige Informationen <ul style="list-style-type: none">• Veranstaltungsbegleitendes Skript mit Übungsaufgaben wird zur Verfügung gestellt• Allgemeine Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage):<ul style="list-style-type: none">– Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W., Weiber, R.: Multivariate Analysemethoden. Springer. 2016.– Chatterjee, S., Simonov, J.: Handbook of Regression Analysis. Wiley. 2013.– Hedderich, J., Sachs, L.: Angewandte Statistik. Methodensammlung mit R. Springer. 2016.– Galata, R., Wessler, M., Schaud, S., Augustin, R.: Empirische Wirtschaftsforschung. Hanser. 2013.– Müller, W.: Marketing Analytics - Clusteranalyse. Studienmanuskript Band 10. Wintersemester 2015.– Porst, R.: Fragebogen. Springer. 2014. Weitere Literaturempfehlungen werden in der Veranstaltung gegeben.
-----------	---

Quantitative Methoden: Statistische und ökonomische Verfahren					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. Sem.	Häufigkeit des Angebots mind. einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Quantitative Methoden: Statistische und ökonomische Verfahren		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • statistische und ökonomische Methoden anwenden • quantitative Methoden anwenden, z.B. in Analysen, Prognosen und Simulationen ökonomischer Zusammenhänge • wirtschaftliche Sachverhalte auswerten und wirtschaftliche Probleme sowohl quantitativ als auch grafisch und nach den erforderlichen statistischen Argumentationsschritten statistisch analysieren und beurteilen <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten • Digitale Schlüsselkompetenzen in Form von Nutzung gängiger Software, Fähigkeit zum digitalen Lernen durch die Bearbeitung von randomisierten Onlineaufgaben trainieren, Datenerhebung unter Berücksichtigung von Datenschutzanforderungen • Technologische Kompetenzen durch die effiziente Analyse großer Datenmengen zur Informationsgewinnung 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Univariate und multiple Regression • Lineares Regressionsmodell mit Normalverteilung • Nichtlineare Regressionsmodelle • Konfidenzintervalle für Prognosen • Hypothesentests zur Beurteilung der Modellgüte • Stochastische Prozesse und Zeitreihenmodelle • Anwendungsbeispiele von multiplen Regressionsmodellen und Zeitreihenmodellen in der BWL und VWL 				
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht				
5	Teilnahmevoraussetzungen Grundkenntnisse der wirtschaftsstatistischen Methoden				
6	Prüfungsform Klausurarbeit (90 Min., elektronisch gestützt, in der Hochschule)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte Prof. Dr. Moos				
11	Sonstige Informationen Veranstaltungsbegleitendes Skript mit Übungsaufgaben Allgemeine Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • Brase, Charles Henry, Pellillo Brase, Corrinne: Statistics, Concepts and Methods, 10th Edition. • Fahrmeir, Ludwig, Künstler, Rita, Pigeot, Iris und Tutz, Gerhard: Statistik, 9. Auflage, 2024 • Gujarati, Damodar N.: Basic Econometrics, 4. Edition, 2003. • Schira, Josef: Statistische Methoden der VWL und BWL, Theorie und Praxis, 6. Auflage, 2021. 				

Rechnungslegung 1					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. Sem.	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Rechnungslegung 1	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Fachliche Kompetenzen: Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden: <ul style="list-style-type: none"> • die Ziele der Rechnungslegung unter Principal-Agent-Gesichtspunkten herausarbeiten und den institutionellen Rahmen der Rechnungslegung inkl. seiner Akteure erläutern • Inhalte der internationalen Rechnungslegung (International Financial Reporting Standards (IFRS)) auf Ebene des Einzelabschlusses und die wesentlichen Unterschiede zur Rechnungslegung nach HGB wiedergeben • ausgewählte Unternehmensprozesse und Sachverhalte im IFRS-Einzelabschluss abbilden und dabei die bilanzpolitischen Möglichkeiten erkennen und analysieren Fachübergreifende Kompetenzen: Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden: <ul style="list-style-type: none"> • sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) • Fragestellungen der Internationalen Rechnungslegung einordnen und strukturieren sowie fallbezogen unternehmerische Entscheidungen treffen • KI-generierte Antworten zu Bilanzierungsfragen analysieren und beurteilen • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten 				
3	Inhalte Das Modul befasst sich mit den Grundlagen der internationalen Rechnungslegung sowie der Erstellung des Abschlusses nach den Vorschriften der IFRS. Der Schwerpunkt liegt dabei auf der Analyse von Unternehmensprozessen und sonstigen Sachverhalten und deren Auswirkungen auf den Abschluss nach IFRS. Im Bereich Grundlagen der internationalen Rechnungslegung wird vor dem historische und dem rechtlichen Hintergrund erläutert, warum und auf Basis welcher rechtlichen Vorschriften in Deutschland nach den IFRS zu bilanzieren ist bzw. bilanziert werden darf. Im Bereich Erstellung des Abschlusses werden Auswirkungen von Unternehmensprozessen auf den Abschluss analysiert. Dazu zählen, Beschaffungs-, Produktions- und Verkaufsprozesse wie auch Investitions- oder Finanzierungsprozesse sowie die Entlohnung von MitarbeiterInnen. Die Inhalte werden mit zahlreichen Aufgaben und Analysen von Geschäftsberichten bekannter Unternehmen vertieft.				
4	Lehrformen Vorlesung mit seminaristischen Anteilen				
5	Teilnahmevoraussetzungen Vorkenntnisse aus den Modulen: „Jahresabschluss“, „Kostenrechnung und Controlling“, „Ertragsteuern“, „Wirtschaftsmathematik und Statistik“ und „Grundlagen des Wirtschaftsprivatrechts“				
6	Prüfungsform <ul style="list-style-type: none"> • Portfolioprüfung (Elemente: Fallstudienbearbeitung [40 %], Referat [40 %] + Lernprozess-Reflektion [20 %]/Resümee) ODER • Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) ODER • Referat (30 Min. Vortragszeit, Handout) 				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Hendler				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • Meyer, C./Theile, C.: Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht • Pellens u.a.: Internationale Rechnungslegung • Theile, C./ Dittmar, P. (Hrsg.): IFRS-Handbuch • Theile, C.: Übungsbuch IFRS • Zülch, H./ Hendler, M.: Bilanzierung nach IFRS 				

Rechnungslegung 2					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 6. Sem.	Häufigkeit des Angebots mind. einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Rechnungslegung 2	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • darstellen welche Unternehmen einen Konzernabschluss zu erstellen haben und welche Konzernabschlüsse nach HGB und welche nach den IFRS zu erstellen sind • aus den Einzelabschlüssen der einzubeziehenden Unternehmen einen Konzernabschluss erstellen • die Unterschiede zwischen HGB- und IFRS-Vorschriften zum Konzernabschluss wiedergeben <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) • Fragestellungen des Konzernabschlusses einordnen und strukturieren sowie fallbezogen unternehmerische Entscheidungen treffen • KI-generierte Antworten zu Fragen zur Konzernrechnungslegung analysieren und beurteilen • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten • eine Präsentation zu einem Themengebiet mit geeigneten Präsentationsmedien (digitale und analoge) visuell gestalten 				
3	Inhalte Das Modul befasst sich mit den Grundlagen der Konzernrechnungslegung sowie mit der Konzernabschlussstellung. Im Bereich der Grundlagen der Konzernrechnungslegung wird analysiert, welche Unternehmen zur Erstellung eines Konzernabschlusses verpflichtet sind, nach welchen Vorschriften der Konzernabschluss zu erstellen ist und aus welchen Bestandteilen dieser besteht. Schwerpunkt der Veranstaltung ist die Analyse der Erstellung eines Konzernabschlusses. Dabei werden – ausgehend von einem Unternehmenserwerb in Form eines share-deals - die Abschlüsse von zwei oder mehr Unternehmen zusammengefasst und der Abschluss so dargestellt, als seien sie ein einziges Unternehmen. Daher sind die Auswirkungen innerkonzernlicher Transaktionen (Kapital- oder Schuldbeziehungen und Liefer- und Leistungsbeziehungen) zu eliminieren.				
4	Lehrformen Vorlesung und Übung				
5	Teilnahmevoraussetzungen Inhalte von „Rechnungslegung 1“				
6	Prüfungsform <ul style="list-style-type: none"> • Portfolioprfung (Elemente: Fallstudienbearbeitung [40 %], Referat [40 %] + Lernprozess-Reflektion [20 %]/Resümee) ODER • Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) ODER • Referat (30 Min. Vortragszeit, Handout) 				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Hendler				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • Baetge, J./Kirsch, H.-J. /Thiele, S.: Konzernbilanzen • Busse von Colbe u.a.: Konzernabschlüsse • Heuser, P. J./Theile, C.(Hrsg.): IFRS-Handbuch • Hommel, M.: Konzernbilanzierung case by case : Lösungen nach HGB und IFRS • Theile, C.: Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz • Theile, C.: Übungsbuch IFRS 				

Recht der Unternehmensfinanzierung					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. o. 6. Sem.	Häufigkeit des Angebots Mind. 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 <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • die Möglichkeiten der verschiedensten Maßnahmen einer Unternehmensfinanzierung erkennen und Vor- und Nachteile rechtsformspezifisch erläutern • Rahmenbedingungen der Unternehmensfinanzierung am Kapitalmarkt einschließlich der Folgepflichten (z.B. Ad-hoc-Publizität) wiedergeben • das für die Unternehmensfinanzierung relevante Zusammenspiel mit Finanzdienstleistern, insbesondere unter Berücksichtigung der maßgeblichen Rahmenbedingungen der Bankenaufsicht, analysieren <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten • Präsentationsfähigkeiten ausbauen • Stärkung der Argumentationsfähigkeit • Problemlösungsfähigkeit, indem Studierende Lösungen zu Fallstudien und rechtlichen Problemen in einem Team finden, diskutieren und reflektieren • Digital Learning, indem Studierende Literatur für ein vorgegebenes Fachthema aus einer Vielzahl digitaler Quellen valides Wissen zu ausgewählten Themengebieten aufbauen und zu ausgewählten Themengebieten recherchieren. 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Eigenfinanzierung bei den Kapitalgesellschaften und Personengesellschaften • Fremdfinanzierungsinstrumente • Kreditsicherungsrecht • Mezzanine Finanzierungsformen • Finanzierung von Anlagevermögen (Leasing, Factoring) • Unternehmensfinanzierung am Kapitalmarkt • Unternehmensfinanzierung durch Token • Finanzdienstleister und Unternehmensfinanzierung 				
4	Lehrformen Vorlesung / Übung / Seminar				
5	Teilnahmevoraussetzungen keine				
6	Prüfungsform Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) ODER Referat (30 Min. Vortragszeit, Handout) ODER mündliche Prüfung (20 Min.)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Renner				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • Eilers /Rödding /Schmalenbach (Hrsg.), Unternehmensfinanzierung • Habersack /Mülbert /Schlitt (Hrsg.), Unternehmensfinanzierung am Kapitalmarkt Weitere Literaturempfehlungen erfolgen in der Vorlesung				

Sales Management 1 (engl.)					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. o. 6. Sem.	Häufigkeit des Angebots mind. 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 <i>Professional Competencies:</i> <i>Upon completion of the module, students will be able to:</i> <ul style="list-style-type: none"> develop a sales plan and conduct the necessary analysis (e.g. competitive analysis) identify relevant trends and evaluate the impact on sales processes and organization (e.g. using Artificial Intelligence to improve sales forecasting and predictive lead scoring) select the appropriate sales channels and sales partners for different kinds of businesses while paying attention to the specific requirements resulting from multichannel management employ instruments for customer evaluation (e.g. customer lifetime analysis) and use these results for a differentiated customer treatment conduct a needs analysis and define the value proposition for the customer describe and use techniques for customer acquisition (e.g. Sales Cycle, SPIN concept) and negotiation (e.g. Harvard Concept) describe elements of customer retention and apply it to specific situations work in a "real-life" CRM system and apply in the CRM system concepts discussed before explain how an efficient and effective sales organization is set up make use of different incentive systems for the management of a sales force <i>Interdisciplinary competences:</i> <ul style="list-style-type: none"> exchange information and problems in dialogue with others and jointly develop solutions (communicative competence) Plan and prepare learning and work processes independently 				
3	Inhalte The module Sales Management I covers the most important topics which are relevant when setting up and running a sales organization. <p>A. Strategic Sales Management For this in the beginning international trends in sales will be discussed which give a framework for the following discussions. Then different options to set up a distribution system will be introduced with particular emphasis on the requirements resulting from multichannel-management. With respect to customers two main strategic decisions need to be taken:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Which customer groups can be identified, which are for example focus customers? - Which value can be given to the different customers groups identified before? <p>B. Operative customer management The sales cycle with the different phases will be discussed with particular emphasis on the tasks of the sales person. This includes in particular the prospecting and qualifying, the pre-approach, sales presentation, negotiation and closing. Thereafter customer retention, development and winback as important sales activities are introduced. This chapter concludes with a practical application in a CRM system in which the students can log in and apply the knowledge of the sales cycle.</p> <p>C. Operative management of a sales organization Options of sales organization specialization will be applied to different sales situations. Then two basic approaches to determine the appropriate number of sales representatives are introduced. For the management of a sales organization different incentive systems are worked out with a focus on target agreements.</p>				
4	Lehrformen Seminar, Exercises, Case Studies				
5	Teilnahmevoraussetzungen Knowledge of "Basic Marketing 1"				
6	Prüfungsform Exam (90 Min., written form at Hochschule Bochum) There is the possibility of taking into account an improvement of the grade by 5% when holding a short presentation acc. to § 9a of RPO. The demands to the presentation will be defined within the first 3 lecture weeks.				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Pass of the exam with at least „sufficient“				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen				

	BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA Wirtschaftsingenieurwesen
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Schlottmann
11	Sonstige Informationen Literature (latest edition): <ul style="list-style-type: none">• Jobber, D.; Lancaster, G.: Selling and Sales Management• Johnston, M.; Marshall, G.: Contemporary Selling – Building Relationships, Creating Value• Johnston, M.; Marshall, G.: Sales Force Management

Sales Management 2 (engl.)					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. o. 6. Sem.	Häufigkeit des Angebots mind. 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 <i>Professional Competencies:</i> <i>Upon completion of the module, students will be able to:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Work independently or in a team on a specific marketing and sales challenge with strong reference to practice • Apply the marketing and sales techniques and frameworks learned in the courses Marketing and Sales Management I to this marketing and sales challenge • Successfully communicate the working result <i>Interdisciplinary competences:</i> <ul style="list-style-type: none"> • exchange information and problems in dialogue with others and jointly develop solutions • Create and structure a presentation on a predefined topic • Improve presentation skills 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • use of techniques and frameworks to analyze a specific company's situation (internal and external analysis) • also analyse - if given - internal company data • discuss and evaluate different approaches which could be used to solve the marketing and sales challenge • come to a reasoned recommendation including implementation plan • synthesize the analysis and suggested solution in a convincing presentation 				
4	Lehrformen Project work				
5	Teilnahmevoraussetzungen Knowledge of "Basic Marketing 1"				
6	Prüfungsform Referat (length 30 minutes, handout)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Pass of the exam with at least „sufficient“				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Schlottmann				
11	Sonstige Informationen Literature (latest edition): <ul style="list-style-type: none"> • Jobber, D.; Lancaster, G.: Selling and Sales Management • Johnston, M.; Marshall, G.: Contemporary Selling – Building Relationships, Creating Value • Johnston, M.; Marshall, G.: Sales Force Management • Minto, B.: Pyramid Principle – Logic in Writing and Thinking 				

Sozialpolitik					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. oder 6. Semester	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 Fachliche Kompetenzen: Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden: <ul style="list-style-type: none"> ökonomische Besonderheiten einzelner Bereiche (bspw. Krankenversicherung, Rentenversicherung) der Sozialpolitik wiedergeben und erläutern die Herausforderungen, die Sozialpolitik in einer Marktwirtschaft mit sich bringt darstellen die grundsätzliche Notwendigkeit sozialpolitischer Maßnahmen in einer Marktwirtschaft erkennen, sowie die Möglichkeit verschiedene Wege zur Absicherung von Risiken oder zur Umverteilung, mit sehr unterschiedlichen Folgen für Unternehmen, Haushalte und ganze Volkswirtschaften, die nicht a priori zu einer volkswirtschaftlich nachhaltigen Entwicklung führen, erläutern Fachübergreifende Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten eine Präsentation zu einem Themengebiet mit geeigneten Präsentationsmedien (digitale und analoge) visuell gestalten ein Spezialgebiet der Volkswirtschaftslehre in einem kurzen Essay mit wissenschaftlichen Methoden darstellen 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> Probleme der sozialen Grundsicherung Kapitaldeckungs- und Umlageverfahren in der Alterssicherung Finanzierungsprobleme der GRV vor dem Hintergrund demografischen Wandels Reformoptionen in der Rentenpolitik asymmetrische Information auf Krankenversicherungsmärkten Finanzierungs- und Anreizprobleme in der GKV, Reformoptionen der Gesundheitspolitik Probleme der ökonomischen und sozialen Ungleichheit 				
4	Lehrformen Seminar				
5	Teilnahmevoraussetzungen Vorkenntnisse aus den Modulen „Mikroökonomik“ und „Makroökonomik“ sind unentbehrlich.				
6	Prüfungsform Hausarbeit (15 S.) mit Präsentation ODER Hausarbeit (15 S.) mit mündl. Prüfung (15 Min.)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Carla J. Vogt				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlung (in der jeweils aktuellsten Aufgabe): <ul style="list-style-type: none"> Blanchard, O. / Illing, G.: Makroökonomie, 5., aktual. u. erw. Aufl., München. Breyer, F.: Kapitaldeckungs- vs. Umlageverfahren, in: Perspektiven der Wirtschaftspolitik Breyer, F. / Buchholz, W.: Ökonomie des Sozialstaats Breyer, F. / Zweifel, P. / Kifmann, M.: Gesundheitsökonomik Graf von der Schulenburg, J.-H. / Greiner, W.: Gesundheitsökonomie, Tübingen. Lampert, H. / Althammer, J.: Lehrbuch der Sozialpolitik OECD (Hg.): In it together. Why less inequality benefits all. Piketty, T.: Das Kapital im 21. Jahrhundert Sinn, H.-W. / Holzner, C. / Meister, W. / Ochel, W. / Werding, M.: Aktivierende Sozialhilfe: Das Kombilohn-Modell des ifo Instituts, ifo Schnelldienst 				

	<ul style="list-style-type: none">• 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 <p>Die angegebenen Literaturverweise bieten eine adäquate und hinreichende Vorbereitung auf das Modul.</p>
--	---

Strategic Management 1 (engl.)					
Module code	Workload 150 h	Credits 5	Semester 5. Sem.	Frequency Every winter semester	Duration 1 semester
1	Courses Strategic Management 1 (engl.)		Contact hours 4 SWS / 60 h	Self study 90 h	Planned group size 25 students
2	Learning Outcomes / Competencies <i>Subject-Specific Competencies:</i> <i>Upon successful completion of this module, students will be able to:</i> <ul style="list-style-type: none"> Identify and categorize the key elements of strategic management and their role and significance for companies Understand the benefits and opportunities associated with a systematic strategic management process and explain organizational approaches to establishing strategic management in a company Recall, apply, and appropriately select traditional and modern methods and tools of strategic management Identify and evaluate current developments in strategic corporate practice and relate them to previously acquired foundational knowledge Effectively contribute to strategy development at different levels (corporate, business, functional) and design supportive structures, processes, and cultures within a company Recognize strategic action needs and opportunities, systematically develop them, assess them in a goal-oriented manner, select appropriate options, and establish effective mechanisms for implementing innovations <i>Interdisciplinary Competencies</i> <i>Upon completion of the module, students will be able to:</i> <ul style="list-style-type: none"> Engage in dialogue with others, exchange information, discuss problems and opportunities, and collaboratively develop solutions (social and communication skills). Visually design a presentation on a given topic using appropriate digital and analog presentation media (self-competency). Independently plan and prepare learning and work processes (self-competency). 				
3	Content Students will engage with the fundamental concepts of strategic management. In addition to discussing the significance of corporate strategies in a market economy context, participants will explore various levels of strategy and corresponding classical and modern strategy tools. These tools will be practically applied in small groups. The theoretical and conceptual content will be illustrated and discussed using practical examples to highlight its relevance.				
4	Teaching methods Seminar-based teaching, group exercises				
5	Prerequisites for participation None				
6	Examination forms Portfolio examination (online tests [20-50%], case studies [20-50%], presentations [20-50%] + learning process reflection [unassessed]/résumé)				
7	Requirements for earning Credits Passing the examination with at least a "sufficient" grade				
8	Applicability of the module (in other Study Programs) <ul style="list-style-type: none"> BA-Betriebswirtschaftslehre BA-International Business and Management BA-Wirtschaftsingenieurwesen 				
9	Contribution of Grade to Final Degree siehe Prüfungsordnung				
10	Module Coordinator / Primary Instructors Prof. Dr. Tappe				
11	Additional information Literature (latest editions): <ul style="list-style-type: none"> Wunder, T.: Essentials of Strategic Management. 1. Auflage 2016, Stuttgart Additional recommended literature: <ul style="list-style-type: none"> Ansoff H.I. (2007). Strategic Management. Palgrave Macmillan. Barney, J. and Hesterly, W. (2014), Strategic Management and Competitive Advantage: International Edition, 5/E. Pearson. Grant, R. (2021). Contemporary Strategic Analysis. Wiley. Whittington et. al (2020). Fundamentals of Strategy. 5/E Pearson. 				

	Further relevant literature may be provided by the lecturer during the course.
--	--

Strategisches Management 1					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. 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 <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • die zentralen Elemente des Strategischen Managements und deren Rolle und Bedeutung für Unternehmen benennen und einordnen • die mit einem systematischen strategischem Managementprozess verbundenen Vorteile und Chancen nachvollziehen und entsprechende organisationale Gestaltungsansätze zur Etablierung eines Strategischen Managements im Unternehmen darlegen • traditionelle und moderne Methoden und Instrumente des Strategischen Managements wiedergeben, anwenden und situationsgerecht auswählen • aktuelle Entwicklungen in der strategischen Unternehmenspraxis benennen und bewerten und mit den bislang erworbenen Grundlagen in Beziehung setzen • effektiv an der Entwicklung von Strategien auf unterschiedlichen Ebenen (Unternehmen, Geschäftsbereiche, Funktionen) mitwirken sowie förderliche Strukturen, Prozesse und Kulturen im Unternehmen gestalten • strategischen Handlungsbedarf und Opportunitäten erkennen, systematisch entwickeln, zielorientiert bewerten, auswählen und effektive Mechanismen zur Umsetzung von Innovationen etablieren <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • sich im Dialog mit anderen über Informationen, Problemstellungen und Chancen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Sozial- und Kommunikationskompetenz) • eine Präsentation zu einem Themengebiet mit geeigneten Präsentationsmedien (digitale und analoge) visuell gestalten (Selbstkompetenz) • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten (Selbstkompetenz) 				
3	Inhalte Die Studierenden befassen sich mit den grundlegenden Inhalten des Strategischen Managements. Neben der Erörterung der Bedeutung von Unternehmensstrategien im marktwirtschaftlichen Kontext, lernen die Teilnehmer die verschiedenen Strategieebenen sowie die korrespondierenden klassischen und modernen Strategieinstrumente kennen und wenden diese praktisch in Kleingruppen an. Dabei werden die theoretischen und konzeptionellen Inhalte an Hand praktischer Beispiele diskutiert und in ihrer Relevanz veranschaulicht.				
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht, Gruppenübungen				
5	Teilnahmevoraussetzungen keine				
6	Prüfungsformen Portfolioprüfung (Online-Tests [20-50%], Fallstudienbearbeitung [20-50%], Vorträge [20-50%] + Lernprozess-Reflektion [unbewertet]/Resümee])				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Tappe				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • Lombriser, R./Abplanalp, P.A.: Strategisches Management, Versus Zürich. • Kerth, K. et al.: Die besten Strategietools in der Praxis, Hanser. • Paul,H./Wolny, V.: Instrumente des strategischen Managements, Oldenburg München. • Reisinger, S. et al.: Strategisches Management, Pearson. • Hungenberg, H.: Strategisches Management in Unternehmen: Ziele – Prozesse – Verfahren, Springer Gabler. • Bergmann, Rainer/ Bungert, Michael: Strategische Unternehmensführung, Springer. Weitere aktuelle Literatur wird vom Dozenten ggf. während der Veranstaltung bekannt gegeben.				

Strategisches Management 2					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 6. 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 <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> aktuelle strategische Herausforderungen, Opportunitäten und Fragestellungen erkennen, bewerten und strukturieren verschiedene Methoden und Instrumente des strategischen Managements praktisch und zielgerichtet anwenden, um unternehmensrelevante Herausforderungen und Chancen zu erkennen und zu verstehen effektive Gestaltungsansätze/Strategieoptionen ableiten, plausibilisieren, bewerten und auswählen und hinsichtlich der priorisierten Strategieempfehlung konkrete Umsetzungsmaßnahmen definieren <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> Ein Gruppenarbeitsprojekt organisieren, planen und durchführen (Sozial- und Organisationskompetenz) Informationen, Probleme und Lösungsansätze im Dialog mit anderen austauschen und gemeinsam Lösungen entwickeln (Sozial- und Kommunikationskompetenz) Die entwickelten Lösungen vor Unternehmensvertretern präsentieren und verteidigen (kommunikative Kompetenz) Lern- und Arbeitsprozesse selbstständig planen und vorbereiten und eine Präsentation zu einem Themengebiet mit geeigneten Präsentationsmedien (digitale und analoge) visuell gestalten (Selbstkompetenz) 				
3	Inhalte Die Studierenden vertiefen die Beschäftigung mit dem Thema „Strategie und Strategisches Management“, indem sie die im Kurs „Strategisches Management 1“ erlernten Inhalte und Methoden auf ein real existierendes Unternehmen im Rahmen eines Praxisprojektes anwenden. Hierbei durchlaufen die Teilnehmer die typischen Phasen eines Strategieprojektes (Analyse der strategischen Ausgangssituation, Entwicklung und Bewertung strategischer Handlungsoptionen auf unterschiedlichen organisatorischen Ebenen). Die Studierenden haben während des Projektes und Semesters mehrere Berührungspunkte mit dem Praxisunternehmen, um Ihre Analyseergebnisse und strategischen Empfehlungen zu präsentieren und zu verteidigen. Anschließend erhalten die Studierenden ein konkretes Feedback, um im weiteren Semesterverlauf die vorgestellte strategische Handlungsempfehlung weiter auszuarbeiten. Wird in einem Semester kein Praxispartner gefunden, kann das Projekt auch im Rahmen einer semesterbegleitenden Fallstudie durchgeführt werden.				
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeit				
5	Teilnahmevoraussetzungen Inhalte von Strategisches Management 1				
6	Prüfungsformen Portfolioprüfung (Online-Tests [20-50%], Fallstudienbearbeitung [20-50%], Vorträge [20-50%] + Lernprozess-Reflektion [unbewertet]/Resümee)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Tappe				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> Lombriser, R./Abplanalp, P.A.: Strategisches Management, Versus Zürich. Kerth, K. et al.: Die besten Strategietools in der Praxis, Hanser. Paul,H./Wolny, V.: Instrumente des strategischen Managements, Oldenburg München. Reisinger, S. et al.: Strategisches Management, Pearson. Hungenberg, H.: Strategisches Management in Unternehmen: Ziele - Prozesse - Verfahren, Springer Gabler. Bergmann, Rainer/ Bungert, Michael: Strategische Unternehmensführung, Springer. 				

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

Strategisches Unternehmensplanspiel					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. o. 6. Sem.	Häufigkeit des Angebots Mind. 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 <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> mit digitalen Daten durch die Cloudbasierte Software umgehen und aus einer Vielzahl von digitalen Informationen Entscheidungen treffen die Interdependenzen betriebswirtschaftlicher Entscheidungen darstellen und somit strukturierte Lösungen erarbeiten, für die es keinen vorgefertigten Lösungsansatz gibt. die Implikationen strategischer Entscheidungen des Aufbaus, des Erwerbs und der Kooperation mit Produktions- und Vertriebsseinheiten im Rahmen einer expansiven Unternehmenspolitik erläutern in Systemzusammenhängen denken und gesamtunternehmerische Entscheidungen im Team eigenständig treffen, um als Team bessere Resultate als Einzelpersonen zu erzielen. alle typischen Merkmale unternehmerischer Funktionen, ihre Verbindung zu den Märkten und die Folgen von Entscheidungen im Hinblick auf die Ziele des Unternehmens unter Einfluss des Störverhaltens der Umwelt erkennen und beurteilen <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) eine Präsentation zu einem Themengebiet mit geeigneten Präsentationsmedien (digitale und analoge) visuell gestalten Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten und Ideen für neue Innovationen entwickeln Ergebnisse analysieren und Strategien verantwortlich auch gegen Widerstände zu Ende führen ein Gruppenarbeitsprojekt organisieren, planen und durchführen 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> umfasst alle Teilbereiche der BWL mit Hilfe des Unternehmensplanspiels Focus auf datenbasierte strategische unternehmerische Entscheidungen Reaktionen auf die Auswirkungen der Strategien 				
4	Lehrformen Durchführung der Planspiele „BO-FOUNDER“ und „TOPSIM ScaleUP“ unter kontinuierlicher Moderation. Gruppenarbeit. Seminaristischer Unterricht und Präsentationsphasen der Teams wechseln sich ab. Ergänzend gibt es Rollenspiele e.g. die Simulation einer Bilanzpressekonferenz.				
5	Teilnahmevoraussetzungen Kenntnisse aus „Unternehmensplanspiel“				
6	Prüfungsform mündliche Prüfung (20 Min.)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Wolik, Prof. Dr. Brill				
11	Sonstige Informationen Keine besonderen Literaturhinweise.				

Studium PLUS					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5./6. Sem.	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Wahl aus verschiedenen Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße in Abhängigkeit vom Angebot
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Studierende setzen sich mit fachübergreifenden Inhalten auseinander.				
3	Inhalte: Aus dem Veranstaltungskatalog der BO AKADEMIE können die Studierenden ein Seminar à 5 ECTS oder 2 Seminare à 2,5 ECTS aus den folgenden Bereichen wählen: <ul style="list-style-type: none"> • Horizonte eröffnen <ul style="list-style-type: none"> ○ Aspekte der Nachhaltigkeit ○ Gesellschaftliche Aspekte ○ Kreativwerkstatt • Personale Kompetenzen erweitern <ul style="list-style-type: none"> ○ Diversity Kompetenzen ○ Methodenkompetenzen (Wissenschaftliches Schreiben ausgenommen) ○ Soziale Kompetenzen • Sprachen (Englisch ausgenommen) Das aktuelle Kursangebot inkl. Kursbeschreibung wird auf der Homepage der BO Akademie veröffentlicht.				
4	Lehrformen Siehe jeweilige Kursbeschreibung aus dem ausgewählten Angebot des Katalogs der BO Akademie				
5	Teilnahmevoraussetzungen Siehe jeweilige Kursbeschreibung aus dem ausgewählten Angebot des Katalogs der BO Akademie				
6	Prüfungsform Siehe jeweilige Kursbeschreibung aus dem ausgewählten Angebot des Katalogs der BO Akademie				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Aktive Teilnahme und eine mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r Der/die Studiendekan/Studiendekanin in Kooperation mit der BO Akademie				
11	Literaturempfehlungen Je nach Wahl der Veranstaltung aktuelle spezifische Empfehlungen. Studierende können sich bei Fragen zu diesem Modul an die Studiengangsmanagerin BWL – Emine Bambal - wenden.				

Supply Chain Management					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	150 h	5	5. u. 6. Sem.	Mind. mind. einmal jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Supply Chain Management		Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> aus der Unternehmensstrategie eine passende SCM Strategie/Ziele herleiten und die daraus resultierenden Supply Chain Strukturen und Prozesse gestalten den Bullwhip-Effekt erkennen und auf diesen Effekt mit Hilfe von Strategien wirkungsvoll reagieren bzw. diesen im Vorhinein vermeiden die Volatilität und Anfälligkeit globaler Lieferketten erkennen und das strukturierte Risikomanagement anwenden moderne Ansätze des digitalen SCM erläutern und eine Supply Chain unter Einsatz moderner Methoden und Technologien steuern. <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> SCM in der Organisationsstruktur eines Unternehmens etablieren oder SCM-Projekte aus der Beratungssicht durchführen (Projektmanagementkompetenzen) gegenläufige Ziele in einem internationalen Projektumfeld benennen und Lösungsansätze im Konsens entwickeln (Kommunikative Kompetenz) die Zusammenhänge zwischen Supply Chain Management und Nachhaltigkeit erläutern und nachhaltige Lieferketten gestalten 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> Supply Chain Management (Grundlagen, Ziele, Strategien, SCM-Game und Bullwhip-Effekt) Gestaltung von Liefernetzwerken (Sourcing, Lieferantenmanagement, Standort- und Transportsysteme) Netzwerkplanung (Bedarfs- und Absatzplanung, Kundenauftragsmanagement, Nachhaltige Lieferketten) Global Supply Chain Management (Incoterms, Besonderheiten im internationalen Handel, Lebensmittelindustrie, Luft- und Raumfahrtindustrie und Automobilindustrie, Konzepte nachhaltiger Lieferketten) Risikomanagement in der Supply Chain (VUCA und Risikoanalyse, ISO 31000 Norm Strukturiertes Risikomanagement, Proaktives und Reaktives Risikomanagement) Nachhaltiges Supply Chain Management (Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz, Kreislaufwirtschaft, Fair Trade, etc.) Steuerung von Supply Chains (Operative Steuerungskonzepte, Identifikation, Tracking & Tracing, Supply Chain Monitoring und Chain Event Management, Digitalisierung und Einsatz von KI) 				
4	Lehrformen Vorlesung und Übung teilweise mit Computerunterstützung sowie Fallstudien				
5	Teilnahmevoraussetzungen keine				
6	Prüfungsform Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) ODER mündliche Prüfung (20 Min.)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bestandene Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr.-Ing. Toth				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlung (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> Alicke, K.: Planung und Betrieb von Logistiknetzwerken Simchi-Levi, D. et al.: Designing and Managing the Supply Chain Chopra, M.: Supply Chain Management Pfohl, H.-Chr.: Logistiksysteme – Betriebswirtschaftliche Grundlagen 				

- | | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none">• Stadler, H.; Kilger, C.; Meyr, H. (Hrsg.): Supply Chain Management and Advanced Planning Concepts, Models, Software and Case Studies |
|--|--|

Umwelt- und Wirtschaftsethik					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. u. 6. Sem.	Häufigkeit des Angebots mind. einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Umwelt- und Wirtschaftsethik		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> 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 <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) eine Präsentation zu einem Themengebiet mit geeigneten Präsentationsmedien (digitale und analoge) visuell gestalten ein Gruppenarbeitsprojekt organisieren, planen und durchführen 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> Konzept von Ethik und das Verständnis von Natur und Wirtschaft die philosophische Ethik zentrale Ethikkonzepte der Philosophie wirtschafts- und umweltphilosophische Konzepte Was ist Natur? Was ist Wirtschaft? wirtschafts- und umweltethische Entwürfe allgemeine Folgerungen hinsichtlich der Grundlegung einer Wirtschafts- und Umweltethik Synthese von Wirtschafts- und Umweltethik im Kontext der Nachhaltigkeitsdebatte 				
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit Übungen				
5	Teilnahmevoraussetzungen keine				
6	Prüfungsform Hausarbeit (15 S.) mit Präsentation ODER Hausarbeit (15 S.) mit mündl. Prüfung (15 Min.)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r Dr. Jacinta Kellermann				
11	Sonstige Informationen Als grundlegende Literatur werden regelmäßig verwendet (in der jeweils aktuellsten Aufgabe): M. Abländer (2011): Handbuch Wirtschaftsethik, Metzler, Stuttgart. Faber, Malte / Manstetten, Reiner (2003): Mensch - Natur - Wissen, Grundlagen der Umweltbildung, Vandenhoeck Ruprecht Verlag, Göttingen. Faber, Malte / Manstetten, Reiner (2007): Was ist Wirtschaft? Von der Politischen zur Ökologischen Ökonomie, Alber Verlag, Freiburg. Grunwald, Armin / Kofpmüller, Jürgen (2012): Nachhaltigkeit: 2., aktualisierte Auflage Campus Verlag, Frankfurt am Main. Harari, Yuval (2017): <i>Homo Deus. Eine kurze Geschichte von Morgen. Aus dem Englischen von Andreas Wirthensohn.</i> C.H. Beck, München Höffe, O. (2008): Einführung in die utilitaristische Ethik. Utb, Stuttgart. Holzmann, Robert (2018): Wirtschaftsethik, Studienwissen kompakt, Springer, Heidelberg.				

<p>Homann, Karl (2001): Ökonomik: Fortsetzung der Ethik mit anderen Mitteln, in: Georg Siebeck (Hrsg.): Artibus ingenuis, Tübingen 2001: 85-110.</p> <p>Homann, Karl (2002): Vorteile und Anreize: Zur Grundlegung einer Ethik der Zukunft, Tübingen.</p> <p>Manstetten, Reiner (2000): Das Menschenbild der Ökonomie. Der homo oeconomicus und die Anthropologie von Adam Smith, Alber, Freiburg/München.</p> <p>Manstetten, Reiner (2018): Die dunkle Seite der Wirtschaft: Philosophische Perspektiven: Irrwege, Auswege, Alber, Freiburg/München.</p> <p>Mieth, Dietmar / Olaf J. Schumann / Peter Ulrich (2004): Reflexionsfelder integrativer Wirtschaftsethik (Ethik in den Wissenschaften 16), Tübingen.</p> <p>Ott, K. und Döring, R.: Theorie und Praxis starker Nachhaltigkeit, Metropolis, Marburg 2004</p> <p>Sen, Amartya (2003): On Ethics and Economics, Oxford.</p> <p>Sen, Amartya (1998): On Ethics and Economics, Wiley-Blackwell; Hoboken N.J.</p> <p>Sen, Amartya (2005): Ökonomie für den Menschen, München</p> <p>Smith, Adam (1978) Der Wohlstand der Nationen, übers. und eingel. von H. Recktenwald, München.</p> <p>Ulrich, Peter (2001): Integrative Wirtschaftsethik: Grundlagen einer lebensdienlichen Ökonomie, Bern.</p>

Umweltpolitik					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. oder 6. 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 <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • die besondere Bedeutung der natürlichen Umwelt für langfristig ausgerichtetes wirtschaftliches Handeln darstellen und die Herausforderungen, die eine Bewirtschaftung von Umweltressourcen mit sich bringt erläutern • die in den grundlegenden volkswirtschaftlichen Modulen vermittelten Kenntnisse auf aktuelle Umweltthemen beziehen (bspw. externe Effekte oder gesamtwirtschaftlicher Wachstumsgrenzen) • die Notwendigkeit umweltpolitischer Maßnahmen beschreiben • Wege zum Schutz der Umwelt und deren Auswirkungen auf Unternehmen, Haushalte und ganze Volkswirtschaften verstehen und damit zusammenhängende nicht-nachhaltige volkswirtschaftliche Entwicklungen erkennen <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Neben den umweltökonomischen Grundlagen werden folgende fachübergreifende Themenfelder beleuchtet: <ul style="list-style-type: none"> ○ Ursache und Wirkung von ökonomischen Aktivitäten und Umwelt (z.B. Kenntnisse über biophysikalische Folgen von externen Effekten auf Artenvielfalt und Klima) ○ Sozio-ökonomische Konsequenzen und Gerechtigkeitsaspekte im Zusammenhang mit Umweltproblemen • sich im Dialog mit anderen über Umweltprobleme austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) • eine Präsentation zu einem aktuellen umweltpolitischen Thema mit geeigneten Präsentationsmedien (digitale und analoge) visuell gestalten und in einer wissenschaftlichen Hausarbeit darstellen 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Regelmäßig: Umweltökonomische Grundlagen (bspw. externe Effekte, umweltpolitische Instrumente, Umweltoptimum) • Wechselnde Vertiefung und Konkretisierung an ausgewählten Themengebieten, z.B. <ul style="list-style-type: none"> ○ 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 Seminaristischer Unterricht mit Übungen				
5	Teilnahmevoraussetzungen Vorkenntnisse aus den Modulen Mikroökonomik und Makroökonomik sind unentbehrlich.				
6	Prüfungsform Hausarbeit (30 S.) mit Präsentation ODER Hausarbeit (30 S.) mit mündl. Prüfung (15 Min.)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Lienhoop				
11	Sonstige Informationen Als grundlegende Literatur werden regelmäßig verwendet (in der jeweils aktuellsten Aufgabe): <ul style="list-style-type: none"> • Endres, A.: Umweltökonomie • Fritsch, M.: Marktversagen und Wirtschaftspolitik. Mikroökonomische Grundlagen staatlichen Handelns • Hartwig, K.-H.: Umweltökonomik, in: Apolte, T. u.a.: Vahlens Kompendium der Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik • Marggraf, R. u.a. (Hrsg.): Ökonomische Bewertung bei umweltrelevanten Entscheidungen. Einsatzmöglichkeiten von Zahlungsbereitschaftsanalysen in Politik und Verwaltung, Marburg. 				

- Pindyck, R. / Rubinfeld, D.: Mikroökonomie, 7. aktual. Aufl., München.
- Sturm, B. / Vogt, C.: Umweltökonomik. Eine anwendungsorientierte Einführung, Berlin u.a.O. (im Erscheinen).

Dazu kommen je nach Schwerpunktwahl aktuelle Beiträge vorwiegend aus folgenden Zeitschriften

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

Unternehmensbesteuerung 1					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. Sem.	Häufigkeit des Angebots mind. einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Unternehmensbesteuerung 1	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • den komplexen Privatbereich von natürlichen Personen steuerlich bearbeiten • steuerliche Gewinnermittlungsmethoden einsetzen • steuerliche Fragestellungen betreffend Unternehmen verschiedener Rechtsform und die Inhaber/Gesellschafter dieser Unternehmen bearbeiten <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam fachübergreifende Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) • Fragestellungen der Unternehmensbesteuerung einordnen und strukturieren sowie fallbezogen unternehmerische Entscheidungen treffen • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Steuerlicher Privatbereich des Unternehmers/Gesellschafters • Steuerliche Gewinnermittlung • Besteuerung von Mitunternehmerschaften • Besteuerung von Kapitalgesellschaften 				
4	Lehrformen Seminaristische Veranstaltung				
5	Teilnahmevoraussetzungen Grundlegende Kenntnisse des Moduls „Grundlagen der Ertragsbesteuerung“				
6	Prüfungsform Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Thönnies				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (jeweils neueste Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • Hubert: Unternehmenssteuern • Niehus/Wilke: Besteuerung von Personengesellschaften • Niehus/Wilke: Besteuerung von Kapitalgesellschaften • Beck'sches Steuerberater-Handbuch • Schmidt: EStG-Kommentar 				

Unternehmensbesteuerung 2					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 6. Sem.	Häufigkeit des Angebots mind. einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Unternehmensbesteuerung 2	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • die Grundlagen des Besteuerungsverfahrens (AO) erläutern und anwenden • komplexe steuerliche Fragestellungen betreffend Unternehmen verschiedener Rechtsform und die Inhaber/Gesellschafter dieser Unternehmen bearbeiten • die Grundlagen des internationalen Steuerrechts anwenden (nationales Recht und Doppelbesteuerungsabkommen) <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam fachübergreifende Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten • eine Präsentation zu einem Themengebiet mit geeigneten Präsentationsmedien (digitale und analoge) visuell gestalten 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Steuerliche Rechtsformwahl • Grundlagen des Besteuerungsverfahrens (AO) • Spezielle Aspekte der Unternehmensbesteuerung 				
4	Lehrformen Seminaristische Veranstaltung				
5	Teilnahmevoraussetzungen Inhaltlich: Veranstaltung Unternehmensbesteuerung 1				
6	Prüfungsform Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) ODER Hausarbeit (15 Seiten) mit Präsentation der wesentlichen Inhalte				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Thönnies				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (jeweils neueste Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • König/Maßbaum/Sureth-Sloane: Besteuerung und Rechtsformwahl • Große/Melchior: Abgabenordnung und Finanzgerichtsordnung • Jacobs/Spengel: Internationale Unternehmensbesteuerung • Literaturempfehlungen zu den jeweiligen Referatsthemen werden themenabhängig gegeben 				

Verkehr- und Substanzsteuern					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. u. 6. Sem.	Häufigkeit des Angebots mind. mind. einmal jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Verkehr- und Substanzsteuern	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> das Umsatzsteuergesetz, Erbschaft-/Schenkungssteuergesetz und Grunderwerbsteuergesetz fallbezogen anwenden verkehr- und substanzsteuerliche Problemstellungen unter Berücksichtigung der Zusammenhänge zwischen den verschiedenen Steuerarten erkennen und selbstständig und sachgerecht lösen (Umsatzsteuer, Erbschaft- und Schenkungsteuer, Grunderwerbsteuer) <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> notwendige Literatur und andere Quellen recherchieren, lesen, verstehen sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam fachübergreifende Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> Umsatzsteuer Erbschaft- und Schenkungsteuer Grunderwerbsteuer 				
4	Lehrformen Seminaristische Veranstaltung				
5	Teilnahmevoraussetzungen Grundlegende Kenntnisse des Moduls „Grundlagen der Ertragsbesteuerung“				
6	Prüfungsform Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) ODER mündliche Prüfung (20 Min.)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Hannemann				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> Maier: Lehrbuch Umsatzsteuer Loose: Erbschaftsteuer 				

Wettbewerbsrecht					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 5. u. 6. Sem.	Häufigkeit des Angebots Mind. 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 <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • unternehmensstrategische Entscheidungen auf dem Gebiet der Kooperation und der Unternehmenszusammenschlüsse auf der Grundlage der gewonnenen Kenntnisse im Kartellrecht sachgerecht beurteilen • rechtliche Risiken im Wettbewerbshandeln erkennen und abwägen • Fragen des Handelns im Wettbewerb einordnen und erläutern <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten • Präsentationsfähigkeiten ausbauen • Stärkung der Argumentationsfähigkeit • Problemlösungsfähigkeit, indem Studierende Lösungen zu Fallstudien und rechtlichen Problemen in einem Team finden, diskutieren und reflektieren • Digital Learning, indem Studierende Literatur für ein vorgegebenes Fachthema aus einer Vielzahl digitaler Quellen valides Wissen zu ausgewählten Themengebieten aufbauen und zu ausgewählten Themengebieten recherchieren. 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Rechtsmaterien, die in Deutschland durch das GWB einerseits und durch das UWG andererseits repräsentiert werden • Kartellverbot und -erlaubnisse, Vertikalvereinbarungen, Missbrauchsaufsicht und Fusionskontrolle, jeweils auch in ihrer europarechtlichen Ausprägung • Fragen des Handelns im Wettbewerb unter dem Gesichtspunkt der Unlauterkeit, insbesondere Fragen der Werbung des Direktverkaufs, der Sonderveranstaltungen, jeweils auch im Hinblick auf das Rechtsschutzverfahren. 				
4	Lehrformen Seminar – Übungen				
5	Teilnahmevoraussetzungen keine				
6	Prüfungsform Referat (30 Min.) nebst Handout ODER Klausurarbeit (90 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) ODER mündliche Prüfung (20 Min.)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Ünsal				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • Lemler: Kommentar zum Wettbewerbsrecht (UWG) • Berlitz: Wettbewerbstrecht • Kling/ Thomas: Kartellrecht • Immenga/ Mestmäcker: Wettbewerbsrecht, Kommentar 				

Wirtschaftsenglisch					
Kennnummer	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester a) 5. Sem. b) 6. Sem.	Häufigkeit des Angebots a) Wintersemester b) Sommersemester	Dauer 2 Semester
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 <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • höchst komplexe Wirtschaftstexte und Videosequenzen verstehen (Hören und Lesen) und wiedergeben • sich präzise ausdrücken und Dialoge selbst steuern • flüssig und studienfähig schreiben • behandelte Wirtschaftsthemen wiedergeben • verfestigt kommunizieren <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • flüssig und komplex kommunizieren • exzellent verhandeln • wie Muttersprachler präsentieren 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Schwerpunktthemen der betrieblichen Praxis • Aktuelle komplexe Texte werden gelesen und diskutiert, die auf das Wissen der Studierenden über das wirtschaftliche Tagesgeschehen abzielen • Fachgespräche zu thematischen Schwerpunkten • Berufliche Modellsituationen • Die Erweiterung sowie Vertiefung des Fachwortschatzes 				
4	Lehrformen Seminar				
5	Teilnahmevoraussetzungen keine				
6	Prüfungsform Referat (30 Min. Vortragszeit) ODER mdl. Prüfung (30 Min.) ODER Hausarbeit (12 Seiten)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgendem Studiengang BA-Betriebswirtschaftslehre				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r OSt. R. Sodmann				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlung (in der jeweils aktuellsten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> • Emerald Group Journals (z.B. Management Decision) • Hamblock, D.; Wessels, D.: Wörterbuch Wirtschaftsenglisch: Deutsch-Englisch: Englisch-Deutsch. • Harvard Business Review • Skript mit längeren, akademischen Texten, Video (Internet) 				

Wirtschaftsprüfung					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	150 h	5	5. Sem.	Mind. mind. einmal jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Wirtschaftsprüfung	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • erläutern, auf welche Institutionen und Systemen die betriebswirtschaftliche Überwachungslehre fußt. • den Beruf des Wirtschaftsprüfers im Hinblick auf Berufszugang und Berufsausübung erläutern • den risikoorientierten Prüfungsansatz erläutern und anhand von vorgegebenen Beispielen anwenden. • eine Beziehung zwischen wissenschaftlichen Erkenntnissen und praktischer Anwendung herstellen (z.B. auf dem Gebiet Unabhängigkeit des Abschlussprüfers). <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Literatur für eine vorgegebene fachliche Problemstellung recherchieren. • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten 				
3	Inhalte Vermittelt werden Grundkenntnisse der betriebswirtschaftlichen Überwachungslehre, einführende berufsrechtliche Kenntnisse über den Wirtschaftsprüfer sowie schwerpunktmäßig Kenntnisse zur Durchführung der Jahresabschlussprüfung. Die Kenntnisse werden anhand von Fallbeispielen vermittelt und vertieft. Begleitend werden Themen der HGB Rechnungslegung vertieft. Es werden u.a. folgende Aspekte vermittelt: <ul style="list-style-type: none"> • Institutionen und Systeme der betriebswirtschaftlichen Überwachungslehre • Berufsrechtliches Rahmengerüst eines Wirtschaftsprüfers (Rechtsgrundlagen, Berufspflichten, Berufsgrundsätze, Institutionen des Berufsstandes) • Die Vorgehensweise bei der Jahresabschlussprüfung (Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung, risikoorientierter Prüfungsansatz, die einzelnen Schritte im Prüfungsprozess) • Prüfungstechniken anhand ausgewählter Prüffelder 				
4	Lehrformen seminaristischer Unterricht, Übungen, Gruppenarbeiten, Vortrag,				
5	Teilnahmevoraussetzungen Grundwissen in Buchhaltung und der HGB-Rechnungslegung. Vorkenntnisse aus dem Modul „Jahresabschluss“ sind unentbehrlich. Wünschenswert sind Kenntnisse aus dem Modul „Grundlagen der Ertragsbesteuerung“. Die angegebenen Literaturverweise ermöglichen eine angemessene Begleitung des Moduls.				
6	Prüfungsform Klausurarbeit (120 Min., schriftliche Form, in der Hochschule) ODER mdl. Prüfung (20 Min.) ODER Hausarbeit (15 Seiten) mit Präsentation (15 Min. Vortragszeit, Handout)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen BA-Betriebswirtschaftslehre, BA-International Business and Management, BA-Wirtschaftsingenieurwesen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Hannemann				
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlung (in der jeweils aktuellsten Aufgabe): <ul style="list-style-type: none"> • Graumann: Wirtschaftliches Prüfungswesen. • Marten / Quick / Ruhnke: Wirtschaftsprüfung • IDW (Hrsg.): WP - Handbuch Verwandte Arbeitsmittel <ul style="list-style-type: none"> • Wirtschaftsgesetze • (ausgewählte) IDW Verlautbarungen 				

7. Semester

Praxisphase					
Kennnummer	Workload 450 h	Credits 15	Studiensemester 7. Sem.	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Praxisphase		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • im Studium erworbene theoretische Erkenntnisse praktisch anwenden • betriebswirtschaftlich praktische und soziale Kompetenzen, Motivation und Orientierung umsetzen • die Zusammenarbeit zwischen Praxis und Hochschule verbessern • personelle Kontakte knüpfen und einen laufenden Informationsaustausch pflegen <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten • in einem kurzen Essay berichten 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • schriftlicher Bericht über die Praxisphase <ul style="list-style-type: none"> ○ Überblick, der den zeitlichen Ablauf, die ausgeübten Tätigkeiten und die erhaltenen Informationen in wöchentlichen Abständen enthält ○ Reflektion in Hinblick auf die theoretisch erworbenen Kenntnisse 				
4	Lehrformen praktische Tätigkeit im Betrieb				
5	Teilnahmevoraussetzungen Die Praxisphase ist frühestens nach erfolgreichem Abschluss der ersten zwei Studienjahre und in der Regel im siebten Semester zu erbringen. Fehlen einer/einem Studierenden Prüfungsleistungen zum Abschluss der ersten beiden Studienjahre, so ist es zulässig, die Praxisphase dennoch unter Vorbehalt zu beginnen, wenn die fehlenden Prüfungsleistungen noch vor Beendigung der Praxisphase erbracht werden. Werden die fehlenden Prüfungsleistungen nicht in dieser Zeit erbracht, wird die Praxisphase nicht anerkannt.				
6	Prüfungsform Praxisphasenbericht				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Erfüllen der Regelungen zur Praxisphase, Anlage 5 der Studiengangprüfungsordnung				
8	Verwendung des Moduls in folgendem Studiengang BA-Betriebswirtschaftslehre				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende lehrende Professorinnen und Professoren				
11	Sonstige Informationen ---				

Bachelorarbeit					
Kennnummer	Workload 360 h	Credits 12	Studiensemester 7. Sem.	Häufigkeit des Angebots	Dauer 9 Wochen
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium 360 h	geplante Gruppengröße	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> • wissenschaftliche und fachliche Kompetenz nachweisen • ein fachbezogenes Thema nach wissenschaftlichen Kriterien darlegen (methodische Kompetenz) • fachspezifische Fragestellungen einer tragfähigen Lösung zuführen (fachliche Kompetenz) • eigenständig und gemäß eines vorgegebenen Zeitrasters arbeiten (persönliche Kompetenz) <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren • Inhalte aus dieser Fachliteratur für andere verständlich darstellen und zitieren • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten • ein Teilgebiet der Betriebswirtschaft in einer umfangreichen Bearbeitung mit wissenschaftlichen Methoden darstellen 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • ein spezielles Problem aus einem entsprechenden Fachgebiet auf wissenschaftlicher Grundlage in einer vorgegebenen Zeit selbstständig einer Lösung zuführen 				
4	Lehrformen ---				
5	Teilnahmevoraussetzungen Es müssen alle Prüfungen des ersten und zweiten Fachsemesters abgeschlossen und bis auf maximal zwei Modulprüfungen alle Prüfungen des dritten und vierten Fachsemesters bestanden sein. Zudem: Zur Bachelorarbeit kann nach schriftlichem Antrag an den Prüfungsausschuss zugelassen werden, wer <ol style="list-style-type: none"> 1. die Leistungspunkte der Module des ersten und zweiten Studienjahres vollständig und 2. mindestens 30 Leistungspunkte des dritten Studienjahres erbracht hat. 				
6	Prüfungsform Schriftliche Ausarbeitung mit einem Textteil von ca. 50 Textseiten.				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Die Bachelorarbeit gilt als bestanden, wenn diese mit mindestens 50 % bewertet wurde.				
8	Verwendung des Moduls in folgenden Studiengängen ---				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Lehrende des Fachbereiches				
11	Sonstige Informationen ---				

Kolloquium					
Kennnummer	Workload 90 h	Credits 3	Studiensemester 7. Sem.	Häufigkeit des Angebots	Dauer
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Fachliche Kompetenzen:</i> <i>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</i> <ul style="list-style-type: none"> nachweisen, dass sie in wissenschaftlicher und fachlicher Hinsicht den Ansprüchen einer Bachelorarbeit genüge geleistet haben und dieses auch in einem fachlichen Diskurs belegen (sprachliche Kompetenz) die Vorgehensweise und Methodik der Bachelorarbeit hinreichend belegen und das Ziel ihrer Untersuchung und deren Ergebnisse darlegen (fachliche Kompetenz) ihr Spezialproblem in den gesamten Kontext ihres wirtschaftswissenschaftlichen Studiums einordnen und dies in allgemeiner und gesellschaftlicher Hinsicht reflektieren (persönliche Kompetenz) <i>Fachübergreifende Kompetenzen:</i> <ul style="list-style-type: none"> Inhalte aus der Fachliteratur für andere verständlich darstellen und zitieren eine Präsentation zu einem Themengebiet mit geeigneten Präsentationsmedien (digitale und analoge) visuell gestalten ihr persönliches Verhalten und Auftreten bei Präsentationen verbessern ein Teilgebiet der Betriebswirtschaft in einem kurzen Essay mit wissenschaftlichen Methoden darstellen				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> Ergebnisse der Bachelorarbeit mündlich darstellen, selbstständig vertreten Bedeutung der Ergebnisse einschätzen sowie interdisziplinären Zusammenhänge einordnen und fachliche sowie außerfachliche Bezüge herstellen 				
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	Prüfungsform 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 folgenden Studiengängen ---				
9	Stellenwert der Note für die Endnote siehe Prüfungsordnung				
10	Modulbeauftragte/r; hauptamtlich Lehrende Lehrende des Fachbereiches				
11	Sonstige Informationen ---				