

Modulbeschreibungen
Bachelor Studiengang Business Administration BBA verkürzt
ab Wintersemester 2024

Inhalt

Wissenschaftliches Arbeiten I und Lerntechniken.....	5
Brückenkurs Mathematik.....	7
Brückenkurs Englisch 1: General English.....	9
Brückenkurs IT.....	10
Quantitative Methoden.....	12
Veranstaltung: Mathe – Statistik – Entscheidungstheorie – Business Excellence	12
BWL Nivellierung.....	15
BWL Nivellierung.....	15
Recht.....	18
Wirtschaftsrecht 1: Einführung Privatrecht.....	18
VWL Nivellierung.....	20
Veranstaltung: VWL Nivellierung.....	20
Recht.....	22
Veranstaltung: Wirtschaftsrecht 2: Grundlagen des Vertrags-, Wirtschafts- und Arbeitsrechts.....	22
Wissenschaftliches Arbeiten II.....	24
Wissenschaftliches Arbeiten II inkl. Multivariate Analysen.....	24
Change- und Projektmanagement:.....	26
Veranstaltung: Projektmanagement und agile Methoden.....	26
Strategisches Management.....	28
Veranstaltung: Strategisches Management & Digitalisierung.....	28
Internationales Management.....	30
Veranstaltung: Internationales Management.....	30
Corporate Social Responsibility.....	32
Veranstaltung: Corporate Social Responsibility.....	32
Change Management in Organisationen und Projekten.....	34
Veranstaltung: Change Management in Organisationen und Projekten.....	34
Praxisbericht.....	36
Veranstaltung: Praxisbericht.....	36
Business Planning / Entrepreneurship.....	37
Veranstaltung: Business Planning / Entrepreneurship.....	37
Alle VT: Digitales Schwerpunktmodul.....	39
Veranstaltung: Digitales Schwerpunktmodul.....	39
Schwerpunkt Marketing.....	41
Veranstaltung: Marketing.....	41
Schwerpunkt Marketing.....	43
Veranstaltung: Vertrieb.....	43
Schwerpunkt Finance.....	45

Veranstaltung: Controlling	45
Schwerpunkt Finance	47
Veranstaltung: Finanzen.....	47
Schwerpunkt Human Resources	49
Veranstaltung: Personal und Wirtschaftspsychologie	49
Schwerpunkt Human Resources	51
Veranstaltung: Arbeitsrecht.....	51
Schwerpunkt Technology Management	53
Veranstaltung: Supply Chain Management.....	53
Schwerpunkt Technology Management	55
Veranstaltung: Innovations- & Dienstleistungsmanagement	55
Schwerpunktseminar	57
Veranstaltung: Schwerpunktseminar.....	57
Bachelor Thesis	58
Veranstaltung: Bachelor Thesis	58
Bachelor Thesis - Präsentation	60
Veranstaltung: Bachelor Thesis – Präsentation	60
Planspiel	61
Veranstaltung: Planspiel.....	61
Auflagenkurs Semester 0	63
Grundlagen der BWL	63
Auflagenkurs Semester 0	65
Veranstaltung: Englisch 2: Business English	65
Auflagenkurs Semester 0	67
Veranstaltung: Rechnungswesen 2: Internes Rechnungswesen	67
Auflagenkurs Semester 0	69
Veranstaltung: Produktion und Kosten, Materialwirtschaft	69
Auflagenkurs Semester 1	71
Veranstaltung: Englisch 3: Science-English.....	71
Auflagenkurs Semester 1	72
Veranstaltung: Marketing.....	72
Auflagenkurs Semester 1	74
Veranstaltung: Controlling	74
Auflagenkurs Semester 1	76
Externes Rechnungswesen	76
Auflagenkurs Semester 1	78
Veranstaltung: Investition und Finanzierung.....	78
Auflagenkurs Semester 1	80

Wissenschaftliches Arbeiten I und Lerntechniken					
<i>Workload</i> 100h	<i>Credits</i> 4 ECTS	<i>Semester</i> 0	<i>Sprache</i> deutsch	<i>Praxisbericht</i> nein	<i>Dauer</i> 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext		Kontaktzeit 30 h (40 UE)	Selbststudium 70 h	Gruppengröße 35 Studierende
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Veranstaltung "Wissenschaftliches Arbeiten I und Lerntechniken" ist in zwei Blöcke aufgeteilt:</p> <p>Wissenschaftliches Arbeiten (30 UE):</p> <p>Nach Abschluss dieses Teils ist der Student in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Inhalte und Vorgehensweisen des wissenschaftlichen Arbeitens zu verstehen, • den Prozess der wissenschaftlichen Erkenntnisgewinnung und des Forschens zu erkennen und umzusetzen • die Besonderheiten der Recherche (incl. Einweisung in die Bibliotheksnutzung) zu verstehen, fachspezifische Literatur zu erfassen, zu verwerten und aufzubereiten sowie für die eigenständige Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten zu verwenden • mithilfe des „akademischen Handwerkszeugs“ Referate, Hausarbeiten und Bachelorthesis zu erstellen • sich kritisch mit vorhandener Literatur auseinandersetzen sowie • ein akademisches Verständnis zur Lösung von Problemen und komplexen Fragestellungen zu entwickeln. <p>Lerntechniken (10 UE):</p> <p>Nach erfolgreichem Besuch dieser Veranstaltung und entsprechendem Selbststudium sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die wissenschaftlichen Grundlagen erfolgreichen Lernens und Selbstmanagements zu verstehen • unterschiedliche Techniken für effektives Lernen und Selbstmanagement zu benennen und erfolgreich umzusetzen, • die eigene Lern-Kompetenz und Entwicklungsbedarfe einzuschätzen 				
3	<p>Inhalte</p> <p>Die Veranstaltung umfasst die Bereiche</p> <p>I. Teil - Wissenschaftliches Arbeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens und Forschens; • Der Prozess des Forschens: <ul style="list-style-type: none"> ○ Themen-/ Ideenfindung ○ Forschungsfragen und Hypothesen ○ Literaturrecherche und -auswertung ○ Forschungsdesign, Operationalisierung und Methodik ○ Durchführung der Forschung • Aufbau von Forschungsarbeiten und Studien; • Wissenschaftliches Schreiben: Vom Manuskript zum fertigen Text • formale Anforderungen an wissenschaftliche Arbeiten (Zitertechniken, Plagiate, Layout usw.); • Was bedeutet "Eigenleistung"? <p>II. Teil - Lerntechniken:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lernen Lernen – grundlegende Erkenntnisse der Lernforschung • Die wichtigsten Lerntechniken und ihr Einsatz. 				
4	Lehrformen				

	<i>Interaktive Vorlesung, Präsenz und Online</i>
5	Teilnahmevoraussetzungen <i>Formal: keine</i> <i>Inhaltlich: keine</i>
6	Prüfungsformen <i>in beiden Teilbereichen eine Einzel- oder Gruppenarbeit; nach Maßgabe des Dozenten möglicherweise auch eine Präsentationen. Die Gesamtnote als gewichteter Mittelwert der beiden Teilnoten.</i>
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten <i>Durchgeführte Gruppenarbeiten / Präsentationen mit bestandenen Prüfungen</i>
8	Stellenwert der Note für die Endnote <i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i>
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende <i>Modulbeauftragter: Prof. Dr. Thomas Keil; weitere Lehrende: Prof. Dr. Rieke Engelhardt / Prof. Dr. Stefan Klingelhöfer, weitere externe und interne Dozenten</i>
10	Verwendung in anderen Studiengängen <i>BBIM, BBS, BCE, BBWL</i>
11	Sonstige Informationen
12	Literatur <i>Balzert, H./ Schröder, M./ Schäfer, C. 2017: Wissenschaftliches Arbeiten, Lehrbuch und Online-Kurs, 2. Auflage, w3L.</i> <i>Matthews, B., & Ross, L. (2014). Research Methods. Pearson Higher Ed.</i> <i>Metzig, W./ Schuster M. (2020): Lernen zu lernen – Lernstrategien wirkungsvoll einsetzen. Springer, 10. Auflage.</i> <i>Stickel-Wolf, C./ Wolf, J. (2019). Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken; 9. Aufl., Wiesbaden: Springer.</i> <i>Theisen, M. R. (2021). Wissenschaftliches Arbeiten, 18. Aufl., München: Vahlen.</i> <i>Thornhill, A., Saunders, M., & Lewis, P. (2019). Research methods for business students. o. Auflage, Essex: Pearson Education Ltd</i>

Brückenkurs Mathematik					
<i>Workload</i> 100h	<i>Credits</i>	<i>Semester</i> 0	<i>Sprache</i> deutsch	<i>Praxisbericht</i> nein	<i>Dauer</i> 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext		Kontaktzeit 30 h (40 UE)	Selbststudium 70 h	Gruppengröße 35 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Die Studierenden sind mit den Grundlagen der Mathematik vertraut, so dass sie in der Lage sind, den weiterführenden Vorlesungen im Fach Quantitative Methoden zu folgen.</i>				
3	Inhalte <i>Zahlenlehre, Mengenlehre, Summen und Produkte, Grundlagen der Arithmetik, Potenzen, Logarithmen, Gleichungen und Gleichungssysteme, Funktionen und deren Ableitungen, Optimierungsaufgaben</i>				
4	Lehrformen				
5	Teilnahmevoraussetzungen <i>Formal: keine</i> <i>Inhaltlich: keine</i>				
6	Prüfungsformen Teil der 150-minütigen Abschlussklausur im Modul Quantitative Methoden				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkte				
8	Stellenwert der Note für die Endnote				
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende <i>Prof. Dr. Ursula Bicher-Otto</i>				
10	Verwendung in anderen Studiengängen <i>BBWL</i>				
11	Sonstige Informationen				
12	Literatur <i>Arrenberg, J. (2017). Wirtschaftsmathematik für Bachelor, (4.Aufl.).</i> <i>Auer, B., Seitz, F. (2013). Grundkurs Wirtschaftsmathematik: Prüfungsrelevantes Wissen – Praxisnahe Aufgaben - Komplette Lösungswege, (4., überarb. Aufl.).</i> <i>Blankenburg, von, K. (2017). Mathematik in der BWL: Anwendungsorientiert und verständlich.</i> <i>Dörsam, P. . (2014). Mathematik - anschaulich dargestellt - für Studierende der Wirtschaftswissenschaften (16. Aufl.).</i> <i>Peters, H. (2012). Wirtschaftsmathematik, 4. Aufl. Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler,</i> <i>Schwarze, J. (2010). Elementare Grundlagen der Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler (8. Aufl.). Herne.</i> <i>Schwarze, J. (2015/2010). Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler Band 1 und 2 (verschiedene Aufl.). Herne.</i>				

	Sydsaeter, K. & Hammond, P. (2014). <i>Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler: Basiswissen mit Praxisbezug</i> (4. Aufl.).
--	---

Brückenkurs Englisch 1: General English					
Workload 75 h	Credits 3	Semester 0	Sprache Englisch	Praxisbericht Nein	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Digitale Vorlesungen c) Im Unternehmenskontext		Kontaktzeit 4,5 h (6 UE) 13,5 h (18 UE)	Selbststudium 57 h	Gruppengröße 35 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>The students will acquire professional language and communication skills an B2-level. This will enable them to take part in professional discussions, to moderate discussions and to prepare academic writing.</i>				
3	Inhalte <i>These skills which will be taught:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Discussion, argumentation and debate • Moderation • The topics covered: Current events 				
4	Lehrformen <i>Vorlesung (interaktiv)</i>				
5	Teilnahmevoraussetzungen <i>Formal: keine</i> <i>Inhaltlich:</i>				
6	Prüfungsformen <i>Online-Test, Präsentationen und Quizze. Andere Prüfungsformen sind möglich, sofern sie das Lernergebnis in gleicher Weise unterstützen. Bei Wahl einer anderen Prüfungsform wird diese zu Beginn des Semesters von den Dozierenden verbindlich kommuniziert.</i>				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten <i>Bestehen aller Prüfungsformen</i>				
8	Stellenwert der Note für die Endnote <i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i>				
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende <i>Prof. Dr. Thomas Keil</i>				
10	Verwendung in anderen Studiengängen				
11	Sonstige Informationen				
12	Literatur <i>Gore, S. & Smith, D. G. (2014). English for Socializing and Smalltalk. Berlin.</i> <i>Grussendorf, M. (2007). English for Presentations. Berlin.</i> <i>Hughes, J. (2008). Success with BEC Vantage, Student's Book. Oxford.</i> <i>Murphy, R. (2019). English Grammar in Use. Cambridge. Smith, D. G. (2013). English for Telephoning. Berlin.</i> <i>Stevens, J. (2010). Business Grammar no Problem. Berlin.</i> <i>Thomson, K. (2017). English for Meetings. Berlin</i>				

Brückenkurs IT					
<i>Workload</i> 75 h	<i>Credits</i> 3	<i>Semester</i> 0	<i>Sprache</i> deutsch	<i>Praxisbericht</i> nein	<i>Dauer</i> 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Im Unternehmenskontext		Kontaktzeit 18 h (24 UE)	Selbststudium 57 h	Gruppengröße 35 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Der Teil IT for BA (24 UE) vermittelt den Studenten einen fundierten Einblick in die Anwendung der Informationstechnologie im betriebswirtschaftlichen Kontext. Es werden die Grundlagen und der Aufbau betriebswirtschaftlicher Standardsoftware vermittelt; die Studierenden lernen, die im ersten Teil erworbenen Kenntnisse mit Hilfe entsprechender Software umzusetzen. Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, betriebswirtschaftliche Standardsoftware aus strategischer und wirtschaftlicher Perspektive zu bewerten. Außerdem sind wesentliche Schritte der Einführung eines Informationsmanagements bekannt.				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Vernetzte Unternehmenswelt Informationssysteme, Wirtschaftsinformatik, ethische, soziale und politische Fragen • Informations- und kommunikationstechnische Infrastruktur Hardware, Software, Infrastrukturkomponenten, Daten, Kommunikationssysteme (Internet, WWW, Social Media) • Inner- und überbetriebliche Informationsverarbeitung Anwendungssysteme, integrierte Informationsverarbeitung, Electronic Commerce, Wissensmanagement, Entscheidungsunterstützung • Gestaltung und Management von Informationssystemen Informationsmanagement, Systementwicklung, IT-Sicherheit 				
4	Lehrformen Präsenzveranstaltung				
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine				
6	Prüfungsformen Klausur				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Klausur bestanden				
8	Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der CrPs				
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende Modulverantwortlich: Prof. Dr. Thomas Keil; weitere Lehrende: Prof. Dr. Michael Kiesel, Daniel Momberg, externe Dozierende				
10	Verwendung in anderen Studiengängen				
11	Sonstige Informationen				

12	<p>Literatur</p> <p><i>Amberg M., Bodendorf F., Möslein K.: Wertschöpfung-orientierte Wirtschaftsinformatik Heidelberg 2011</i></p> <p><i>Hansen, H.R. & Neumann, G. (2005). Wirtschaftsinformatik 2 – Informationstechnik (9. Aufl.) Stuttgart.</i></p> <p><i>Laudon, K., Laudon J., Schoder D.: Wirtschaftsinformatik – eine Einführung, 3. Auflage, München 2016</i></p> <p><i>Lemke C., Brenner W., Kirchner K.: Einführung in die Wirtschaftsinformatik, Band 2 – Gestalten des digitalen Zeitalters, Berlin 2017</i></p> <p><i>Levine D.M. & Krehbiel T.K. & Berenson M.L. (2003). Business Statistics: A First Course and CD (3rd Ed.). Boston.</i></p> <p><i>Mertens P., Bodendorf F., König W., Schumann M., Hess T., Buxmann P.: Grundzüge der Wirtschaftsinformatik, 12. Aufl., Berlin 2017</i></p> <p><i>Stahlknecht, P. & Hasenkamp, U. (2004). Einführung in die Wirtschaftsinformatik (11. Aufl.). Berlin.</i></p> <p><i>Thome R., Winkelmann A.: Grundzüge der Wirtschaftsinformatik, Organisation und Informationsverarbeitung, Heidelberg 2015</i></p>

Quantitative Methoden					
Veranstaltung: Mathe – Statistik - Entscheidungstheorie - Business Excellence					
Workload	Credits	Semester	Sprache	Praxisbericht	Dauer
350 h	14	0	deutsch	ja	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gruppengröße
	a) a Vorlesungen		82,5 h (110 UE)	267,5 h	35 Studierende
	b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit		0		
	c) Im Unternehmenskontext				
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p>Nach erfolgreichem Besuch haben die Studierenden zum einen die für die Wirtschaftswissenschaft relevanten mathematischen Aspekte verstanden und können das besprochene Instrumentarium anwenden. Sie verstehen die Unterschiede zwischen deskriptiver und induktiver Statistik, können relevante Ansätze korrekt anwenden und die Ergebnisse kritisch beurteilen. Sie können anderen die Ergebnisse erläutern. Im Rahmen der Entscheidungstheorie und Operations Research können sie dargestellte Methoden anwenden und kritisch hinterfragen sowie auf kompliziertere Fragestellungen übertragen. Im Rahmen von Business Excellence setzen sich die Studierenden mit Six Sigma Projekten auseinander, sie lernen den Umgang mit Programmen wie bspw. SPSS und können diese dann zielorientiert in ihrem unternehmerischen Umfeld anwenden.</p>				
3	Inhalte				
	<p>Der Teil Mathematik (20 h) umfasst: Funktionen mehrerer Variabler, partielle Differentiation, ökonomische Anwendungen</p> <p>Der Teil Statistik (40 h) umfasst:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffe, Mittelwerte, Streuung, • Zeitreihenanalysen und Prognose • Regressions- und Korrelationsanalysen • Wahrscheinlichkeiten, Wahrscheinlichkeitsverteilung sowie theoretische Verteilungen • Konfidenzintervalle <p>Der Teil Entscheidungstheorie (30 h) umfasst folgende Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Entscheidungslehre • Präferenzrelationen und Nutzenfunktionen • Entscheidungsregeln bei einem Ziel und Sicherheit • Entscheidungsregeln unter Risiko oder Ungewissheit • Einführung in das Operations Research • Grundmodell der linearen Optimierung • Graphische Lösung einer LP-Problems • Simplex-Methode und Anwendungen <p>Der Teil Business Excellence (20 h) umfasst:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hypothesen- und Markttests in der Marktforschung • Auswertung mit SPSS • Prognose mit Hilfe der Exponentiellen Glättung • Multivariate Verfahren – Clusteranalyse • Data Mining • Qualitätsbegriff sowie Nutzen und Kosten Qualitätsmanagements • Risikoanalyse • Qualitätskennzahlen • Six Sigma - Einordnung, Grundlagen und Methoden 				

4	Lehrformen
5	Teilnahmevoraussetzungen <i>Formal: keine</i> <i>Inhaltlich: Brückenkurs Mathematik, Kenntnisse Statistik aus der Berufsschule</i>
6	Prüfungsformen <i>150minütige Klausur (inkl. Brückenkurs Mathematik)</i>
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten <i>Klausur bestanden</i>
8	Stellenwert der Note für die Endnote <i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i>
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende <i>Prof. Dr. Uschi Bicher-Otto / Prof. Dr. Yvonne Lange-König / Claudia Hiese / Dr. Marcell Peukert</i>
10	Verwendung in anderen Studiengängen
11	Sonstige Informationen
12	Literatur <i>Arrenberg, J. (2017). Wirtschaftsmathematik für Bachelor, (4.Aufl.).</i> <i>Auer, B., Seitz, F. (2013). Grundkurs Wirtschaftsmathematik: Prüfungsrelevantes Wissen – Praxisnahe Aufgaben - Komplette Lösungswege, (4., überarb. Aufl.).</i> <i>Blankenburg, von, K. (2017). Mathematik in der BWL: Anwendungsorientiert und verständlich.</i> <i>Dörsam, P. . (2014). Mathematik - anschaulich dargestellt - für Studierende der Wirtschaftswissenschaften (16. Aufl.).</i> <i>Peters, H. (2012). Wirtschaftsmathematik, 4. Aufl. Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler,</i> <i>Schwarze, J. (2010). Elementare Grundlagen der Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler (8. Aufl.).</i> <i>Herne.</i> <i>Schwarze, J. (2015/2010). Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler Band 1 und 2 (verschiedene Aufl.).</i> <i>Herne.</i> <i>Sydsaeter, K. & Hammond, P. (2014). Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler: Basiswissen mit Praxisbezug (4. Aufl.).</i> <i>Bühl, A.: SPSS 22 Einführung in die moderne Datenanalyse, 14. Aufl., 2014, Hallbergmoos.</i> <i>Schira, J.: Statistische Methoden der VWL und BWL: Theorie und Praxis, 5. Aufl., 2016, München.</i> <i>Schulze, P. M. & Porath, D.: Statistik mit Datenanalyse und ökonomischen Grundlagen, 7. Aufl., 2012, München.</i> <i>Bamberg, G., Coenenberg, A.G., Krapp, M. (2008): Betriebswirtschaftliche Entscheidungslehre (14. Aufl)</i> <i>Dörsam, P. (2013). Grundlagen der Entscheidungstheorie (6. Aufl.)</i> <i>Eisenführ, F., Weber, M. & Langer, T. (2010). Rationales Entscheiden (5. Aufl.)</i> <i>Domschke, W. & Drexl, A. (2015). Einführung in Operations Research (9. Aufl.)</i> <i>Nickel, S., Stein, O. & Waldmann, K.-H. (2014): Operations Research (2. Auflage) Springer-Gabler, Berlin</i>

Aczel, A.D. & Sounderpandian, J. (2002). Complete Business Statistics with CD and Business Statistics Center (5th Ed.). Boston.

Berenson, M.L. & Levine, D.M. & Krehbiel, T.K. (2002). Basic Business Statistics: Concepts and Applications (8th Ed.). Boston.

Levine D.M. & Krehbiel T.K. & Berenson M.L. (2003). Business Statistics: A First Course and CD (3rd Ed.). Boston.

Levine D.M. & Ramsey P.P. & Smidt R.K. (2001). Applied Statistics for Engineers and Scientists: Using Microsoft Excel & Minitab. Boston.

Mason R. & Lind A. & Marchal W. (1998). Statistical Techniques in Business and Economics (10th Ed.). Boston.

BWL Nivellierung					
BWL Nivellierung					
<i>Workload</i> 200 h	<i>Credits</i> 8	<i>Semester</i> 1	<i>Sprache</i> deutsch	<i>Praxisbericht</i> nein	<i>Dauer</i> 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext		Kontaktzeit 60 h (80 UE)	Selbststudium 140 h	Gruppengröße 35 Studierende
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Das übergeordnete Lernziel der Veranstaltung besteht darin, die Studierenden aufbauend auf den Grundlagen, die sie in den Lernfeldern 1,2 (Einführung in die BWL), 10 (Marketing), 5 und 6 (Produktion und Kosten), 11 (Investition und Finanzierung) sowie 2,4,5,6,7,8,10 (Einblicke ins Controlling) während ihrer Ausbildung erarbeitet haben, in vertiefende Aspekte einzuarbeiten und Schnittmengen zwischen den Veranstaltungen aufzuzeigen.</p> <p><i>Marketing (15h):</i> Nach Abschluss dieses Teilmoduls sollen Studierende Kenntnisse über operative Marketingaufgaben erlangt haben, die Bedeutung des Marketing für den betrieblichen Erfolg erkennen und in der Lage sein, Marketing-Mix-Instrumente anhand vorgegebener Problemstellungen konzeptionell darzustellen und eigenständig methodisch-theoretisch fundierte Lösungsvorschläge zu erarbeiten und anzuwenden.</p> <p><i>Produktion/Kosten/Materialwirtschaft (15h):</i> Die Studierenden verstehen die in diesem Funktionsbereich jeweils zu lösenden Planungs- und Entscheidungsprobleme auf strategischer, taktischer und operativer Ebene und kennen die hierfür jeweils relevanten Beurteilungskriterien. Sie sind in der Lage, grundlegende Planungsverfahren in der Produktion zur Lösung der genannten Probleme anzuwenden und ihren Einsatz kritisch zu beurteilen.</p> <p><i>Investition und Finanzierung (15h):</i> Nach Absolvierung dieses Moduls können Studierende Finanzpläne erstellen, die unternehmerischen Auswirkungen von Eigen- und Fremdfinanzierung analysieren und Finanzierungspläne für konkrete Ausgangssituationen sowie Zielfunktionen aufstellen und optimieren. Ebenso sind sie in der Lage, Investitionsentscheidungsprozesse zu planen sowie Investitionsrechenverfahren und in der Praxis gängige Bewertungsverfahren anzuwenden.</p> <p><i>Controlling (15h):</i> Nach erfolgreichem Besuch der Veranstaltung haben die Teilnehmer ein grundlegendes Verständnis von der Funktion des Controlling, kennen die Teilnehmer die verschiedenen Ansatzpunkte des Controllings sowie deren Relevanz und sie sind befähigt mit Methoden der Unternehmenssteuerung betriebliche Situationen zu analysieren, zu bewerten und Lösungsalternativen zu erarbeiten.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Die Abschnitte dieser Lehrveranstaltung sind inhaltlich wie folgt gegliedert:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Marketing: - Kaufverhaltenstheorie (Konsumenten; Business to Business), Einführung in Marktforschung sowie Strategische Dimension des Marketing</i> • <i>Produktion/Kosten/Materialwirtschaft: Produktionsfunktionen (insb. Leontief-Technology und Gutenberg-Technologie), limitationale/substitutionale Faktoreinsatzverhältnisse, Fertigungstypen, Organisationstypen der Fertigung, Produktionsoptimierung und- kontrolle, Maschinenbelegungsplan mit Kapazitätsengpässen, Kostenfunktionen, Kostenverläufe, Anpassung an Schwankungen, Wahl der Fertigungstiefe, strategisch-taktische Beschaffungsplanung, Sourcing-Konzepte, Make-or-Buy-Entscheidungen, Kriterien und Methoden der Lieferantenauswahl, Vorgehensweise und Zwecksetzung der Materialklassifikation</i> 				

	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Investition und Finanzierung: Dynamische Verfahren ohne / mit Gewinnbesteuerung; Eigen- vs. Fremdfinanzierung, Innen- vs. Außenfinanzierung</i> • <i>Controlling: Unterscheidung operatives und strategisches Controlling; Planung, Budgetierung, Reporting, kosten- vs. finanzorientiertes Controlling, Kennzahlensysteme</i>
4	Lehrformen
5	Teilnahmevoraussetzungen <i>Formal: keine</i> <i>Inhaltlich: LF 1,2,4,5,6,7,8 10,11</i>
6	Prüfungsformen <i>120-minütige Abschlussklausur.</i>
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
8	Stellenwert der Note für die Endnote <i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i>
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende <i>Prof. Dr. Ursula Bicher-Otto und verschiedene Professoren des Fachbereiches</i>
10	Verwendung in anderen Studiengängen
11	Sonstige Informationen
12	Literatur <i>Bea, F.X., Friedl, B. & Schweitzer, M. (2009). Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Band 1: Grundfragen (10. Aufl.), Wiesbaden</i> <i>Thommen, J.-P. & Achleitner, A.-K. (2016). Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Umfassende Einführung auf Basis der 10. Auflage von F.X. Bea, B. Friedl und M. Schweitzer (2009). (13. Aufl.), Oldenbourg</i> <i>Vahs, D. & Schäfer-Kunz, J. (2015). Einführung in die Betriebswirtschaftslehre (7. Aufl.). Stuttgart: Schäffer-Poeschl</i> <i>Weber, W. & Kabst, R. & Baum, M. (2015). Einführung in die Betriebswirtschaftslehre (9. Aufl.). Wiesbaden: Vieweg+Tribner</i> <i>Wöhe, G. & Döring, U. & Drösel, G. (2016). Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre (26. Aufl.). München: Oldenbourg</i> <i>Woll, A. (2008). Wirtschaftslexikon (10. Aufl.). München: Oldenbourg.</i> <i>Weitere Wirtschaftslexika: Gabler Wirtschaftslexikon oder Handelsblatt Wirtschaftslexikon.</i> <i>Arnolds, H. et al. (2010). Materialwirtschaft und Einkauf (11. Aufl.) Wiesbaden, Gabler</i> <i>Corsten, H. (2016). Produktionswirtschaft: Einführung in das industrielle Produktionsmanagement (13. Aufl.), Oldenbourg</i> <i>Dinkelbach, W., Rosenberg, O. (2004). Erfolgs- und umweltorientierte Produktionstheorie (5. Aufl.), Berlin, Springer</i> <i>Kellner, F., Lienland, B. (2018): Produktionswirtschaft: Planung, Steuerung und Industrie 4.0 (1. Aufl.), Berlin, Springer</i> <i>Kummer, S. [Hrsg.], Grün, O., Jammernegg, W. (2013). Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik. (3. Aufl.), München, Oldenbourg</i> <i>Large, R. (2009). Strategisches Beschaffungsmanagement - eine praxisorientierte Einführung (4. Aufl.), Wiesbaden, Vieweg+Tribner</i> <i>Becker, P. (2018). Investition und Finanzierung (8. Aufl.). München, Oldenbourg</i> <i>Eilenberger, G. & Ernst, D. & Toebe, M. (2012). Betriebliche Finanzwirtschaft (8. Aufl.). München, Oldenbourg</i>

- Ermschel, U., Möbius, C., Wengert, H. (2016). *Investition und Finanzierung* (4. aktualisierte und korrigierte Aufl.).
- Hölscher, R., Helms, N. (2017). *Investition und Finanzierung* (2. Aufl.).
- Kruschwitz, L. (2014). *Investitionsrechnung* (14. Aufl.).
- Kruschwitz, L. (2018). *Finanzmathematik: Lehrbuch der Zins-, Renten-, Tilgungs-, Kurs- und Renditerechnung* (6., überarbeitete Aufl.).
- Olfert, K. (2013). *Finanzierung* (16. Aufl.).
- Pape, U. (2015). *Grundlagen der Finanzierung und Investition: Mit Fallbeispielen und Übungen* (3., überarbeitete und erweiterte Aufl.).
- Perridon, L. & Steiner, M. (2016). *Finanzwirtschaft der Unternehmung* (17. Aufl.).
- Wöhe, G. (2013). *Grundzüge der Unternehmensfinanzierung* (11. Aufl.). München.
- Deyhle, A. & Hauser, M. (2010), *Controller-Praxis* (2 Bände) (17. Aufl.). Würthsee-Ettersschlag.
- Horváth, P., Gleich, R., Seiter, M. (2015), *Controlling* (13. Aufl.). München.
- Horváth & Partners (2009). *Das Controllingkonzept* (7. Aufl.). München.
- Reichmann, T. u. a. Autoren (2017): *Controlling mit Kennzahlen* (9. Auflage), München
- Rieg, R., (2015). *Planung und Budgetierung: Was wirklich funktioniert*, (2. Auflage) Wiesbaden.
- Meffert, H., Burmann, C. & Kirchgeorg, M. (2007). *Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte und Instrumente* (11. Aufl.). Wiesbaden.
- Homburg, C. & Krohmer, H. (2009). *Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung* (11. Aufl.). Wiesbaden.
- Corsten, H. (2007). *Produktionswirtschaft: Einführung in das industrielle Produktionsmanagement* (11. Aufl.). Oldenburg.
- Kummer, S. [Hrsg.] & Grün, O. & Jammernegg, W. (2006). *Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik*. München.
- Becker, P. (2008). *Investition und Finanzierung* (2. Aufl.). Wiesbaden.
- Perridon, L. & Steiner, M. (2007). *Finanzwirtschaft der Unternehmung* (14. Aufl.). München.

Recht					
Wirtschaftsrecht 1: Einführung Privatrecht					
Workload 75 h	Credits 3	Semester 1	Sprache Deutsch	Praxisbericht Nein	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext		Kontaktzeit 30 h (40 UE) 0 h	Selbststudium 45 h	Gruppengröße 35 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Anhand der Vorlesungen und der Besprechung von Fällen soll in das juristische Denken, die Systematik und die juristische Arbeitsweise eingeführt werden. Die Studierenden sind sodann in der Lage, zivilrechtliche Basissachverhalte aufzuschlüsseln und zu analysieren.</i>				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das Recht • Grundbegriffe des Rechts; Quellen des Rechts; öffentliches Recht vs. Privatrecht; Gerichtsbarkeiten. • Einführung in das (Wirtschafts-)Privatrecht • Systematik des Privatrechts; Allgemeines zum BGB; Einführung in das BGB; Einführung in juristische Methodenlehre; Anspruch / Anspruchsgrundlagen; wichtige Rechtsbegriffe (Rechts-subjekte, Rechts- und Geschäftsfähigkeit, Rechtsobjekte, Berechtigte, rechtlich erhebliches Verhalten, Schuldverhältnisse, etc.); Grundlagen der Rechtsgeschäftslehre, Willenserklärung, Vertrag; Form des Rechtsgeschäfts; Fristen; Konsens und Dissens; Allgemeine Geschäftsbedingungen; besondere Vertriebsformen; Abstraktionsprinzip; Stellvertretung; fehlerhafte Verhältnisse und Rechtsschein; erste Anknüpfungen zum zivilrechtlichen Schuld-, Sachenrecht sowie Arbeits-, Gesellschafts- und Wirtschaftsrecht. • Einführung in das zivilrechtliche Deliktsrecht 				
4	Lehrformen <i>Vorlesung (interaktiv)</i>				
5	Teilnahmevoraussetzungen <i>Formal: keine</i> <i>Inhaltlich: Einführung in die BWL</i>				
6	Prüfungsformen <i>60-minütige Abschlussklausur</i>				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten <i>Klausur bestanden</i>				
8	Stellenwert der Note für die Endnote <i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i>				
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende <i>Prof. Dr. Peter Buelß</i>				
10	Verwendung in anderen Studiengängen <i>BBWL, BIM</i>				
11	Sonstige Informationen				
12	Literatur <i>Gesetzestexte Zivilrecht, z. B.</i> <i>Nomos-Gesetze Zivilrecht/Wirtschaftsrecht, aktuelle Auflage</i> <i>Lehrbuch, z. B.</i>				

Kallwass, W.: Privatrecht, Basisbuch, aktuelle Auflage

Müssig, P.: Wirtschaftsprivatrecht, aktuelle Auflage

Kommentar, z. B.

Palandt: Bürgerliches Gesetzbuch (und weitere Gesetze), aktuelle Auflage

Hinweis: Gesetzestexte sind als persönliches Arbeitsmaterial in Vorlesungen, bei der Vor- und Nacharbeit sowie als Hilfsmittel für die Klausuren unverzichtbar. Lehrbücher und Kommentare können in der Bibliothek eingesehen werden. Zur individuellen Vor- und Nacharbeit liegt es aber nahe, ein Lehrbuch anzuschaffen, das der persönlichen Arbeit dient.

VWL Nivellierung					
Veranstaltung: VWL Nivellierung					
Workload 150 h	Credits 6	Semester 1	Sprache deutsch	Praxisbericht Nein	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext		Kontaktzeit 45 h (60 UE) 0 h	Selbststudium 105 h	Gruppengröße 35 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <p>Das übergeordnete Lernziel der Veranstaltung besteht darin, die Studierenden aufbauend auf den Grundlagen, die sie in den Lernfeldern 9 und 12 während Ihrer Ausbildung erarbeitet haben, in vertiefende Aspekte der Volkswirtschaftslehre - Mikroökonomie sowie Makroökonomie - einzuarbeiten. Mikroökonomie (21h): Aufbauend auf den genannten Lernfeldern werden Kenntnisse zur volkswirtschaftlichen Analyse vermittelt. Ziel dieses Kurses ist, das Verständnis der Studierenden für das Funktionieren von Märkten durch Analyse ihrer Elemente, Strukturen, Funktionen und Zusammenhänge zu fördern. Nach Abschluss dieser Kurseinheit sind die Studierenden in der Lage, eigenständig Analysen von Konsumentenverhalten und Produktionsentscheidungen in einem volkswirtschaftlich relevanten Kontext vorzunehmen, Sie besitzen Kenntnisse über Produkt- und Faktorpreisbildung in unterschiedlichen Marktformen und verstehen die Grundsätze, die zur Formulierung von Politikmaßnahmen erforderlich sind, um bestimmte markt- und/oder wohlfahrtsökonomische Ziele zu erreichen. Makroökonomie (24h): Aufbauend auf den genannten Lernfeldern sowie der Mikroökonomie werden Kenntnisse zur volkswirtschaftlichen Analyse vermittelt. Ziel dieses Kurses ist, das Verständnis der Studierenden für gesamtwirtschaftliche Sachverhalte und Entwicklungen durch Analyse und Diskussion zu entwickeln und zu fördern. Nach Abschluss dieser Kurseinheit sind die Studierenden in der Lage, Interdependenzen zwischen den (aggregierten) ökonomischen Entscheidungen von Unternehmen, Konsumenten und Politik zu verstehen. Sie sind sich der Einflüsse und Auswirkungen makroökonomischer Politikmaßnahmen auf Sektoren, Branchen und Einzelunternehmen bewusst und können zwischen den unterschiedlichen Denkschulen und Denkmodellen unterscheiden, die die Basis für makroökonomische Politikentscheidungen bilden.</p>				
3	Inhalte <p>Im Rahmen der Veranstaltung werden folgende Themen vertiefend behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nachfragetheorie und Verhaltensweisen von Konsumenten • Produktions- und Kostentheorie (Produktions- und Kostenfunktionen) • Darstellung und Funktionsweise unterschiedlicher Marktformen (vollkommener und unvollkommener Wettbewerb, Monopol- und Oligopoltheorie) • wohlfahrtsökonomische Effekte • externe Effekte • Gleichgewichtsmodelle unter dynamischen Marktbedingungen • Gegenüberstellung Keynes und (Neo-)Klassik • Darstellung der aggregierten Einzelmärkte: Güter-, Geld-, Arbeits- und Wertpapiermarkt • resultierende Gesamtzusammenhänge (Entstehung des Volkseinkommens, Zinsbildung, Konsum, Investition, Staatsausgaben, Geldangebot und -nachfrage sowie Inflation und Wechselkurse) • Analyse und Diskussion von Politikmaßnahmen • neuere Ansätze der Makroökonomie, z.B. Rational Expectations • aktuelle Themenbereiche, z.B. Monetarismus, Neue Klassische Theorie und Supply-Side Economics • Anwendung der Modelle in einem europäischen als auch in einem internationalen Kontext • Spieltheorie 				
4	Lehrformen Präsenzveranstaltung				
5	Teilnahmevoraussetzungen				

	<p><i>Formal: keine</i> <i>Inhaltlich: keine</i></p>
6	<p>Prüfungsformen <i>90-minütige Abschlussklausur</i></p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten <i>Klausur bestanden</i></p>
8	<p>Stellenwert der Note für die Endnote <i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i></p>
9	<p>Modulbeauftragte/r und Lehrende <i>Prof. Dr. Thomas Keil und Prof. Dr. Thomas Keil / Prof. Dr. Yvonne Lange-König</i></p>
10	<p>Verwendung in anderen Studiengängen</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p>
12	<p>Literatur <i>Krugman, P. & Wells, R. (2009). Economics (2nd Ed.). New York: Palgrave.</i> <i>Mankiw, N.G. (2008). Principles of Economics (5th Ed.). Boston: Cengage.</i> <i>Mankiw, N.G. & Taylor, M.P. (2008). Grundzüge der Volkswirtschaftslehre (4. Aufl.). Stuttgart: Schäffer-Poe</i> <i>Samuelson, P.A. & Nordhaus, W.D. (2009). Economics (19th Ed.). Boston: McGraw-Hill.</i></p>

Recht					
Veranstaltung: Wirtschaftsrecht 2: Grundlagen des Vertrags-, Wirtschafts- und Arbeitsrechts					
<i>Workload</i>	<i>Credits</i>	<i>Semester</i>	<i>Sprache</i>	<i>Praxisbericht</i>	<i>Dauer</i>
75 h	3	1	Deutsch	Nein	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gruppengröße
	a) Vorlesungen		30 h (40 UE) 0 h	45 h	35 Studierende
	b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit				
	c) Im Unternehmenskontext				
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p>Ziel der Veranstaltung ist es, den Studenten vertiefende Kenntnisse der in Wirtschaftsrecht 1 behandelten Rechtsbereiche zu vermitteln und deren Bezug insbesondere zum Vertrags-, Handels- und Wirtschaftsrecht darzustellen. Dabei sollen die Studenten zugleich mit</p> <p>Grundlagen dieser Rechtsgebiete sowie mit dem notwendigen Basiswissen für das betriebliche Zusammenwirken im kollektiven und individuellen Arbeitsrecht vertraut gemacht werden. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, betriebsbezogene Sachverhalte insbes. zivilrechtlich systematisch einzuordnen und rechtlich begründete Lösungsvorschläge zu erarbeiten.</p>				
3	Inhalte				
	<p>Die Veranstaltung ist in vier Teile gegliedert.</p> <p>I. Teil – Zivilrechtliches Deliktsrecht Systematik, Grundtatbestände, Haftung für Unterlassen, Gefährdungshaftung.</p> <p>II. Teil - Besondere Schuldverhältnisse Systematik: Vertragliche Schuldverhältnisse – Kaufvertrag, internationales Kaufrecht; Werkvertrag; Gesetzliche Schuldverhältnisse – Geschäftsführung ohne Auftrag, unerlaubte Handlung, Produkthaftung, ungerechtfertigte Bereicherung. Grundlagen des Sachenrechts und des Kreditsicherungsrechts Strukturen: Besitz, Eigentum (an beweglichen Sachen, an Grundstücken, incl. Grundpfandrechte); Personalsicherheiten; Realsicherheiten – Mobiliarsicherheiten, Immobiliarsicherheiten.</p> <p>III. Teil - Ausgewählte Themen des Wirtschaftsrechts (Grundbegriffe) Grundlagen des Handelsrechts, Besonderheiten unternehmerischer Rechtsgeschäfte Kaufleute; Unternehmen/r; Firma; Handelsregister; Handelsbücher; kaufmännische Stellvertretung; Handelsgeschäfte; Transport- und Lagergeschäfte; Urheberrecht; gewerbliche Schutzrechte; unlauterer Wettbewerb; Kartellrecht; Datenschutzrecht; UN-Kaufrecht;</p> <p>IV. Teil - Ausgewählte Themen des Arbeitsrechts (Grundbegriffe) Arten und Geltung von Tarifverträgen; Systematik der Mitbestimmung nach dem Betriebsverfassungsrecht; Begründung und Beendigung von Arbeitsverhältnissen; Rechte und Pflichten im laufenden Arbeitsverhältnis; Schutz besonderer Personengruppen; Diskriminierungsverbote.</p>				
4	Lehrformen				
	Vorlesung (interaktiv)				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	Formal: keine				
	Inhaltlich: Wirtschaftsrecht 1				
6	Prüfungsformen				
	60-minütige Abschlussklausur				

7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten <i>Klausur bestanden</i>
8	Stellenwert der Note für die Endnote <i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i>
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende <i>Prof. Dr. Peter Bueß</i>
10	Verwendung in anderen Studiengängen <i>BBWL, BIM</i>
11	Sonstige Informationen
12	<p>Literatur</p> <p><i>Gesetzestexte Zivilrecht, z. B. Nomos-Gesetze Zivilrecht/Wirtschaftsrecht, aktuelle Auflage</i></p> <p><i>Arbeitsgesetze, dtv 5006, jeweils aktuelle Auflage</i></p> <p><i>Lehrbuch, z. B. Kallwass, W.: Privatrecht, Basisbuch, aktuelle Auflage</i></p> <p><i>Müssig, P.: Wirtschaftsprivatrecht, aktuelle Auflage</i></p> <p><i>Kommentar, z. B. Palandt: Bürgerliches Gesetzbuch (und weitere Gesetze), aktuelle Auflage</i></p> <p><i>Hinweis: Gesetzestexte sind als persönliches Arbeitsmaterial in Vorlesungen, bei der Vor- und Nacharbeit sowie als Hilfsmittel für die Klausuren unverzichtbar. Lehrbücher und Kommentare können in der Bibliothek eingesehen werden. Zur individuellen Vor- und Nacharbeit liegt es aber nahe, ein Lehrbuch anzuschaffen, das der persönlichen Arbeit dient.</i></p> <p><i>Wandtke, A.; Bullinger, W.: Urheberrecht, Praxiskommentar zum Urheberrecht, aktuelle Auflage.</i></p> <p><i>Baumbach, A. et. al.: Wettbewerbsrecht, , aktuelle Auflage</i></p>

Wissenschaftliches Arbeiten II					
Wissenschaftliches Arbeiten II inkl. Multivariate Analysen					
<i>Workload</i> 250h	<i>Credits</i> 10 ECTS	<i>Semester</i> 1	<i>Sprache</i> Deutsch/Englisch	<i>Praxisbericht</i> ja	<i>Dauer</i> 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext		Kontaktzeit 30h (40 UE)	Selbststudium 70 h 75 h 75 h	Gruppengröße 35 Studierende
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Nach Abschluss des Teils „Wissenschaftlichen Arbeitens“ ist der Studierende in der Lage, eine praxisrelevante Fragestellung mit Hilfe wissenschaftlicher Methoden zu analysieren und zu beantworten. Hierfür erwirbt er die Kompetenzen</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Inhalte und Vorgehensweisen des wissenschaftlichen Arbeitens zu verwenden und erkennt deren Relevanz für die betrieblichen Entscheidungsprozesse, • die Bedeutung einer geeigneten Recherche für die Qualität der Arbeit zu erkennen und diese durchzuführen, • Quellen kritisch zu analysieren, • Unter Anwendung wissenschaftlicher Standards einen Praxisbericht zu erstellen, • ein akademisches Verständnis vom Umgang mit Problemen, komplexen Fragestellungen und Meinungsverschiedenheiten zu entwickeln. <p>Multivariate Analysen:</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> • Methoden der Analyse multivariater statistischer zu beschreiben und anzuwenden, • erlernte Verfahren mit Hilfe von statistischer Software einzusetzen, • Vor- und Nachteile der erlernten Methoden zu beurteilen, • Eignung der erlernten Methoden für Anwendungsfälle kritisch zu hinterfragen eigenständig kleinere Adaptionen durchzuführen 				
3	<p>Inhalte</p> <p>Wissenschaftliches Arbeiten (20 UE):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufbau und Durchführung von Forschungsarbeiten und Studien; • Vorgehen im Rahmen der Literaturrecherche zu wissenschaftlichen Publikationen; • Selbstständiges Erstellen wissenschaftlicher Arbeiten • Präsentation und Diskussion der Arbeitsergebnisse <p>Multivariate Analysen (20 UE Unterrichtseinheiten):</p> <ul style="list-style-type: none"> • multivariate Varianz- und Regressionsmodelle, • Clusteranalyse , • Diskriminanzanalyse und • Faktorenanalyse 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Präsenzveranstaltung, Coaching, Präsentationen.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p>				

	<i>Inhaltlich: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken</i>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p><i>Gruppenarbeit und WAB inklusive Präsentation.</i></p> <p><i>Anstatt der Gruppenarbeit sind andere Prüfungsformen nach Maßgabe des Dozenten möglich, sofern sie das Lernergebnis gleichermaßen unterstützen. Die Prüfungsform wird zu Beginn des Semesters verbindlich kommuniziert.</i></p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p><i>Prüfungsleistung bestanden</i></p>
8	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p><i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i></p>
9	<p>Modulbeauftragte/r und Lehrende</p> <p><i>Prof. Dr. Bicher-Otto / Prof. Dr. Keil / Prof. Dr. Engelhardt / Prof. Dr. Klingelhöfer</i></p>
10	<p>Verwendung in anderen Studiengängen</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p>
12	<p>Literatur</p> <p><i>Stickel Wolf, C. (2016) Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken; 8. Aufl., Wiesbaden.</i></p> <p><i>Scheld, G. A. (2015) Anleitung zur Anfertigung von Praktikums- Seminar und Diplomarbeiten sowie Bachelor- und Masterarbeiten; 8. Aufl., Büren</i></p> <p><i>Theisen, M. R. (2017). Wissenschaftliches Arbeiten, 17. Aufl., München</i></p> <p><i>Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W., Weber, R. (2016). Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung (14. überarb. u. aktualisierte Aufl.)</i></p> <p><i>Bleymüller, J., Weißbach, R. (2015). Statistik für Wirtschaftswissenschaftler (17. Aufl.)</i></p> <p><i>Kohn, W. (2005). Statistik: Datenanalyse und Wahrscheinlichkeitsrechnung (Statistik und ihre Anwendungen)</i></p> <p><i>Schulze, P. M. & Porath, D. (2012). Statistik mit Datenanalyse und ökonometrischen Grundlagen (7. Aufl.).</i></p>

Change- und Projektmanagement:					
Veranstaltung: Projektmanagement und agile Methoden					
Workload	Credits	Semester	Sprache	Praxisbericht	Dauer
100 h	4	2	Deutsch/Englisch	Nein	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen d) Vorlesungen e) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit f) Im Unternehmenskontext		Kontaktzeit 30 h (40 UE)	Selbststudium 70 h	Gruppengröße 35 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach erfolgreichem Besuch der Veranstaltung sind die Teilnehmer in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> • Projektmanagement im betrieblichen Umfeld richtig einzuordnen und zu gestalten • wichtigste Vorgehensweisen, Methoden und Werkzeuge des klassischen Projektmanagements einzusetzen • wichtigste Vorgehensweisen, Methoden und Werkzeuge des agilen Projektmanagements einzusetzen • gruppendynamische Prozesse und soziale Konflikte zu antizipieren und zielgerichtet zu beeinflussen. 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Projektmanagements (Projektdefinition, Grundbegriffe, Erfolgsfaktoren, Organisationsformen, Überblick klassisches/agiles Projektmanagement) • Kompetenzbereiche im Projektmanagement (in Anlehnung am PMI): Scope Mgt, Quality Mgt, Zeit Mgt, Ressource Mgt, Beschaffung, Kommunikation, Stakeholder, Risk Mgt, Integration Management • Klassische Projekte: Anwendungsbereiche, Aufbau und Vorgehen • Agile Projekte und Werkzeuge: Anwendungsbereiche, Aufbau und Vorgehen • Tools (Überblick) • Best Practices. 				
4	Lehrformen Interaktive Vorlesung				
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine				
6	Prüfungsformen 60 minütige Abschlussklausur oder alternative Prüfungsform nach Maßgabe des Dozenten, sofern sie das Lernergebnis in geeigneter Weise unterstützt. In diesem Fall wird die Prüfungsform zu Beginn des Semesters verbindlich kommuniziert.				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Alle Prüfungsleistungen bestanden				
8	Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der CrPs				
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende Modulverantwortlich: Prof. Dr. Keil Dozent:innen: Wechselnde Dozent:innen des FB und externe Lehrbeauftragte				
10	Verwendung in anderen Studiengängen				
11	Sonstige Informationen				
12	Literatur				

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">• <i>PMI Project Management Institute: PMBOK GUIDE (neueste Version, mind. 5. Auflage, englisch o. deutsch), USA</i>• <i>Schelle, H. (2018): Projekte zum Erfolg führen, dtv Beck Wirtschaftsberater, München.</i>• <i>Wagner, R. und Grau, N. (2013): Basiswissen Projektmanagement - Projekte planen, Risiken erkennen, Symposium, Düsseldorf</i>• <i>Wolf, H. und Roock, A. (2011 oder neuer): Agile Softwareentwicklung - Ein Überblick, dpunkt.verlag, Heidelberg.</i> |
|--|

Strategisches Management					
Veranstaltung: Strategisches Management & Digitalisierung					
<i>Workload</i>	<i>Credits</i>	<i>Semester</i>	<i>Sprache</i>	<i>Praxisbericht</i>	<i>Dauer</i>
125 h	5	2	Englisch	Nein	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gruppengröße
	a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext		30 h (40 UE)	95 h	35 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p>Nach der Teilnahme an der Modulveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • gesamtgesellschaftliche, gesamtwirtschaftliche und unternehmensbezogene Entwicklungen zu erkennen und aufbauend darauf Strategien unter Anleitung zu entwickeln, • aus diesen Überlegungen systematisch die geeignete Strategiealternative auszuwählen, • Umsetzungs- und Implementierungsmethoden (z.B. Balanced Scorecard) differenziert nach Geschäftsfeld- und Unternehmensebene umzusetzen, • ethische Aspekte als Voraussetzung für nachhaltigen Erfolg und Zukunftsfähigkeit mit einzubeziehen, • Strategien, Geschäftsmodelle, Prozesse und Produkte angesichts der Möglichkeiten der Digitalisierung zu überdenken und Transformationen in ihrer Organisation anzustoßen. 				
3	Inhalte				
	<p>Im Rahmen von Case Studies, deren zentrale Inhalte und Ergebnisse von den Studierenden präsentiert und in Form eines Berichtes vorgelegt werden, durchlaufen die Studierenden alle Bereiche und Ebenen des strategischen Managements:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Umweltanalyse • Unternehmensanalyse • Strategieformulierung • Strategieumsetzung • Strategische Herausforderungen multinationaler Unternehmen • Strategische Herausforderungen im Zusammenhang mit Digitalisierung und Nachhaltigkeit. 				
4	Lehrformen				
	Interaktive Vorlesung und Übungen				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	<p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: Einführung in die BWL, Marketing, Produktion & Logistik & Materialwirtschaft, Investition und Finanzierung, Controlling, Personalmanagement</p>				
6	Prüfungsformen				
	Gruppenbericht und Gruppenpräsentation des jeweiligen Projektteams (Gesamtnote ergibt sich zu 50% aus dem Gruppenbericht und zu 50% aus der Gruppenpräsentation).				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten				
	Alle Prüfungsleistungen bestanden				
8	Stellenwert der Note für die Endnote				
	Gewichtung entsprechend der CrPs				
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende				

	Modulverantwortlich: Prof. Dr. Sandra Thomas; weitere Lehrende: wechselnde Dozierende des Fachbereichs
10	Verwendung in anderen Studiengängen
11	Sonstige Informationen
12	<p>Literatur</p> <p>Albareda, L. (2008): <i>Corporate responsibility, governance and accountability: from self-regulation to co-regulation</i>, <i>Corporate Governance</i>, 8(4), 430-9.</p> <p>Altenburger, R.: (2013): <i>CSR und Innovationsmanagement: Gesellschaftliche Verantwortung als Innovationstreiber und Wettbewerbsvorteil (Management-Reihe Corporate Social Responsibility, Springer Gabler, Wiesbaden</i></p> <p>Barney, J.B. (2002): <i>Gaining and Sustaining Competitive Advantage (2. Ed.)</i>. Upper Saddle River: Prentice Hall.</p> <p>Blowfield, M. (2013): <i>Business and Sustainability</i>, Oxford University Press: Oxford</p> <p>Brynjolfsson, E.; McAfee, A.: (2014): <i>The Second Machine Age: Wie die nächste digitale Revolution unser aller Leben verändern wird</i>, Plassen, Kulmbach 2014</p> <p>Eckardt, G.H. (2011): <i>Business Management – Angewandte Unternehmensführung</i>, Göttingen.</p> <p>Frey, B.; Osborne, M. (2013): <i>The Future of Employment: How Susceptible are Jobs to Computerisation?;</i> Oxford</p> <p>Gassmann, O.; Frankenberger, K. (2013): <i>Geschäftsmodelle entwickeln: 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator</i>, C. Hanser, München</p> <p>Gladwell, M. (2016): <i>Tipping Point: Wie kleine Dinge Großes bewirken können</i>; Goldman, München</p> <p>Goldwell, Malcom (2015): <i>David und Goliath: Die Kunst, Übermächtige zu bezwingen</i>, Piper, München</p> <p>Grant, R.M. (2007): <i>Cases to Accompany Contemporary Strategy Analysis (6. Ed.)</i>. Malden: Blackwell.</p> <p>Grant, R.M. (2007): <i>Contemporary Strategy Analysis (6. Ed.)</i>. Malden: Blackwell.</p> <p>Kahnemann, D. (2012): <i>Thinking, Fast and Slow</i>, Pinguin, London</p> <p>Macharzina, K.; Wolf, J. (2005): <i>Unternehmensführung: Das internationale Managementwissen</i>. 5. Auflage, Gabler Verlag: Wiesbaden.</p> <p>Magretta; J. (2011): <i>Understanding Michael Porter: The Essential Guide to Competition and Strategy</i>, Harvard Business Review Press, Cambridge 2011</p> <p>Malik, F.: (2015): <i>Navigieren in Zeiten des Umbruchs</i>, Campus, Frankfurt/Main</p> <p>Mele, Nicco (2014): <i>The End of Big: How the Digital Revolution Makes David the New Goliath (2. Ed.)</i> : Picador</p> <p>Osterwalder, Alexander (2011): <i>Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer</i>, Campus, Frankfurt/Main</p> <p>Steinmann, H.; Schreyögg, G. (2005): <i>Management – Grundlagen der Unternehmensführung</i>. 6. Auflage, Gabler Verlag: Wiesbaden.</p> <p>Welge, M.K. & Al-Laham, A. (2003): <i>Strategisches Management. Grundlagen – Prozess – Implementierung (4. Aufl.)</i>. Wiesbaden: Gabler.</p>

Internationales Management					
Veranstaltung: Internationales Management					
Workload	Credits	Semester	Sprache	Praxisbericht	Dauer
125 h	5	2	Englisch	Nein	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext		Kontaktzeit 30 h (40 UE)	Selbststudium 95 h	Gruppengröße 35 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Students shall learn the context and challenges of doing business in an international context. The student should: understand the various motives for internationalisation, understand the international management strategy process, develop an awareness of environmental influences in international management, be able to understand the changing nature of the international trading environment, understand the social and cultural influences, differentiate between different types of market entry strategies, be able to apply frameworks to enable a systematic analysis of cultures within and across countries, have developed an understanding of the progress and practices of globalisation, and interpret internationalisation challenges based on case studies.</i>				
3	Inhalte (1) Introduction to international management / to global business (2) Theories of the Internationalisation Process (3) Different Types of market entry strategies (4) International Management / International Operating Enterprises / International Project Management (5) Global environment and institutions / The development of world trading groups / The European Union / The free Trade Area of America / The Asian Pacific Region / The Chinese economic area (6) Social and cultural considerations in international management (7) Business systems used abroad / Networks and Strategic Alliances / Organization, Management and Control of Global Operations (8) The importance of legal and political norms (9) Challenges for Managers abroad / Professional and Personal Qualifications (10) The Globalization Process				
4	Lehrformen <i>Interaktive Vorlesung, Case Studies</i>				
5	Teilnahmevoraussetzungen <i>Formal: keine</i> <i>Inhaltlich: Einführung in die BWL, Marketing, Produktion & Logistik & Materialwirtschaft, Investition und Finanzierung, Controlling, Personalmanagement</i>				
6	Prüfungsformen <i>Fallstudienpräsentation (Gruppenarbeit)</i>				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten <i>Prüfungsleistung bestanden</i>				
8	Stellenwert der Note für die Endnote <i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i>				
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende <i>Modulverantwortlich: Prof. Dr. Thomas Keil</i>				

10	Verwendung in anderen Studiengängen
11	Sonstige Informationen
12	<p>Literatur</p> <p><i>Bartlett, C.A. & Goshal, S. (2002): Managing Across Borders. The Transnational Solution (2. Ed.). Boston: Harvard Business School Press.</i></p> <p><i>Czinkota, M., Ronkainen, I., Moffett, M., Marinova, S. & Marinov, M. (2009): International Business – European Edition. Chichester: Wiley.</i></p> <p><i>Deresky, H. (2016): International Management. Managing across Borders and Cultures. Text and Cases (9th Ed.). Boston: Pearson.</i></p> <p><i>Hofstede, G. & Hofstede, G.J. (2005): Cultures and Organizations. Software of the Mind (2. Ed.). New York: McGraw-Hill.</i></p> <p><i>Kaufmann, L., Panhans, D., Poovan, B. & Sobotka, B. (2005): China Champions. Wie deutsche Unternehmen den Standort China für ihre globale Strategie nutzen. Wiesbaden: Gabler.</i></p> <p><i>Kutschker, M. & Schmid, S. (2011): Internationales Management (7. Aufl.). München: Oldenbourg.</i></p> <p><i>Macharzina, K. & Oesterle, M.-J. (Hrsg.). (2014): Handbuch Internationales Management (3. Aufl.). Wiesbaden: Gabler.</i></p> <p><i>Mead, R. & Andrews, T.G. (2009): International Management. Culture and Beyond (4th Ed.). Chichester: Wiley.</i></p> <p><i>Sure, M. (2017): Internationales Management: Grundlagen, Strategien und Konzepte.</i></p> <p><i>Neubert, M. (2006): Internationale Markterschließung. Vier Schritte zum Aufbau neuer Auslandsmärkte. Landsberg: mi-Verlag.</i></p> <p><i>Welge, M.K. & Holtbrügge, D. (2015): Internationales Management. Theorien, Funktionen, Fallstudien (6. Aufl.). Stuttgart: Schäffer-Poeschel.</i></p>

Corporate Social Responsibility					
Veranstaltung: Corporate Social Responsibility					
Workload	Credits	Semester	Sprache	Praxisbericht	Dauer
125 h	5	2	Deutsch	Nein	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gruppengröße
	a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext		30 h (40 UE)	95 h	35 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p><i>Business Ethics</i></p> <p>Nach der Modulveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> wirtschaftsethische Fragestellungen zu reflektieren, ethische Theorien anzuwenden, aktuelle Probleme der Gesellschaft als Systemdefizite zu identifizieren, aus ökonomischer und ethischer Sicht Argumente für eine Problemlösung zu erarbeiten, den Verantwortungsbereich relevanter Wirtschaftsakteure aus ethischer Perspektive kritisch zu reflektieren, die modernen Phänomene gesellschaftlicher Veränderung - Corporate Social Responsibility, Social Business - als Ansätze zur Lösung gesellschaftlicher Probleme und den ethischen Gehalt ökonomischer Theorien zu verstehen. <p><i>Sustainability</i></p> <p>Die Studierenden erkennen die verschiedenen Dimensionen nachhaltigen Handelns (sozial, ökonomisch, ökologisch) und begreifen die Einbettung unternehmerischen Handelns in gesellschaftliche Gesamtzusammenhänge. Auch die Implikationen der UN-Sustainable Development Goals für das Unternehmen als Chance und Herausforderung werden beleuchtet. Die Studierenden sind in der Lage, Trade-offs zwischen verschiedenen Nachhaltigkeitsdimensionen zu erkennen und sind mit den verschiedenen Handlungsfeldern von Corporate Social Responsibility vertraut. Sie können CSR-Strategiealternativen in verschiedenen Handlungsfeldern (Mitarbeiter; Lieferanten; Kunden; Zivilgesellschaft) formulieren und bewerten.</p>				
3	Inhalte				
	<p><i>Business Ethics</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Grundbegriffe der Ethik Ethische Perspektiven Moral und Wirtschaft (Grundlagen der Ökonomik und ihrer Perspektiven) Analyse ethischer Entscheidungsprozesse in Unternehmen vor dem Hintergrund einer differenzierten Untersuchung von Handlungssituationen und Handlungsstrategien sowie den Grundlagen einer Handlungsethik Wirtschaftsethische Rahmenbedingungen <p><i>Sustainability</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Dimensionen der Nachhaltigkeit Implikationen der Nachhaltigkeit für unternehmerische Entscheidungen Widersprüche und Widerspruchsmanagement Handlungsfelder innerhalb und außerhalb des Unternehmens 				
4	Lehrformen				
	Interaktive Vorlesung mit Gruppenarbeiten				
5	Teilnahmevoraussetzungen				

	<p><i>Formal: keine</i></p> <p><i>Inhaltlich: Grundlagenveranstaltungen BWL, Wirtschaftsrecht 1 + 2</i></p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p><i>Gruppenarbeiten mit Präsentation.</i></p> <p><i>Andere Prüfungsformen sind nach Maßgabe des Dozenten möglich, sofern sie das Lernergebnis gleichermaßen unterstützen. Dies wird von der Dozentin / dem Dozenten zu Beginn des entsprechenden Semesters, in dem das Modul absolviert wird, verbindlich festgelegt und den Studierenden kommuniziert.</i></p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p><i>Prüfungsleistung bestanden</i></p>
8	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p><i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i></p>
9	<p>Modulbeauftragte/r und Lehrende</p> <p><i>Modulbeauftragte: Prof. Dr. Hannes Utikal und Prof. Dr. Karsten Bredemeier</i></p>
10	<p>Verwendung in anderen Studiengängen</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p>
12	<p>Literatur</p> <p><i>Bak, P. M. (2015): Wirtschafts- und Unternehmensethik.</i></p> <p><i>Bocken, N.M.P. et al. (2014): A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes, Journal of Cleaner Production, 65, 42-56.</i></p> <p><i>Göbel, E. (2017): Unternehmensethik und praktische Umsetzung (5. Aufl.).</i></p> <p><i>Hahn, R. (2022): Sustainability Management. Fellbach.</i></p> <p><i>Homann, K. & Lütge, C. (2013): Einführung in die Wirtschaftsethik (3. Aufl.).</i></p> <p><i>Lütge, C. & Uhl, M. (2017): Wirtschaftsethik.</i></p> <p><i>Crane, A.; Matten, D. (2016): Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization, Oxford University Press.</i></p> <p><i>Lawrence, J.; Beamish, P. (2012): Globally Responsible Leadership: Managing According to the UN Global Compact (Ivey Casebook Series) (Englisch) Sage Publications.</i></p>

Change Management in Organisationen und Projekten

Veranstaltung: Change Management in Organisationen und Projekten

Workload 125 h	Credits 5	Semester 2	Sprache Deutsch	Praxisbericht Nein	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext		Kontaktzeit 30 h (40 UE)	Selbststudium 95 h	Gruppengröße 35 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach Besuch der Vorlesung: <ul style="list-style-type: none"> • kennen die Studierenden den Unterschied zwischen KVP, Change und Transformation und haben einen Blick für disruptive Ansätze entwickelt • kennen die Studierenden die grundlegenden Change-Theorien und können sie für die Analyse realer Sachverhalte einsetzen • verstehen die Studierenden die wirtschaftlichen, wirtschaftspsychologischen und rechtlichen Probleme von Change- und Transformationsprojekten Die Studierenden verstehen die Möglichkeiten und Grenzen der aktiven Gestaltung von Veränderungsprozessen und beherrschen die relevanten Methoden zur zielorientierten und nachhaltigen Gestaltung von sozialen Systemen. Sie lernen, wie und wann sie die passenden Konzepte einsetzen. Weiterhin erkennen die Studierenden arbeitsrechtliche Rahmenbedingungen im Zusammenhang mit Veränderungsprozessen, die sich im betrieblichen Alltag ergeben können, und berücksichtigen diese bei der Konzepterarbeitung und der Ausarbeitung von Projekten.				
3	Inhalte Die Veranstaltung umfasst folgende Inhalte: <ul style="list-style-type: none"> • Ansätze, Prinzipien und Theorien der Organisationsgestaltung • Unternehmensentwicklung und organisationales Lernen • Theorien des Wandels und der organisationalen Beharrung • der ganzheitliche Ansatz zur Gestaltung sozialer Systeme • Erfolgsfaktoren, Instrumente und Verfahren bei der Steuerung von Change-Management-Prozessen, Identifizierung der ethischen Kernfragen des Change Managements • Grundlagen: Tarifrecht, Verbands- und Haustarifverträge, Rechte und Pflichten aus Tarifverträgen, Fortgeltung und Nachwirkung von Tarifverträgen, Einführung in das Arbeitskampfrecht • Belegschaftsvertretungen, z. B. Überblick über das Wahlverfahren, Stellung des Gremiums und der einzelnen Mitglieder, Aufgabenspektrum von Betriebsrat, Sprecherausschuss, Schwerbehindertenvertretung, JAV • Betriebsverfassungsrechtliches Regelwerk, insbesondere Regelungsabrede, Betriebsvereinbarung, Interessenausgleich, Sozialplan; Bedeutung und Arbeit von Einigungsstellen • Betriebsverfassungsrechtliche Rahmenbedingungen von Veränderungsprozessen, insbesondere bei Betriebsänderungen, Mitbestimmung in sozialen Angelegenheiten, Personalplanung, Auswahlrichtlinien • Strukturen: Arbeitsrechtliche Konsequenzen von Veränderungsprozessen in Betrieben ohne Belegschaftsvertretung, z. B. Gesamtzusage, betriebliche Übung • Einführung: Betriebsübergang 7) Betriebsverfassungsrechtliches Regelwerk, insbesondere Regelungsabrede, Betriebsvereinbarung, Interessenausgleich, Sozialplan; Bedeutung und Arbeit von Einigungsstellen 				
4	Lehrformen Vorlesung mit Interaktion, Wissenserwerb durch angeleitetes Selbststudium, Gruppenarbeiten, Analysegespräche, Fallstudien, Übungen in der Interaktion zum Umgang mit Widerständen, Projektarbeit				
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine				

	<i>Inhaltlich: Einführung in die BWL, Personalmanagement</i>
6	Prüfungsformen <i>60minütige Abschlussklausur</i>
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten <i>Prüfungsleistung bestanden.</i>
8	Stellenwert der Note für die Endnote <i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i>
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende <i>Prof. Dr. Peter Bueß , Prof. Dr. Rieke Engelhardt</i>
10	Verwendung in anderen Studiengängen
11	Sonstige Informationen
12	Literatur <i>Doppler, K., Lauterburg, C. (2019): Change Management. Den Unternehmenswandel gestalten. (14. Aufl.). Frankfurt.</i> <i>Lauer, T. (2019): Change Management Grundlagen und Erfolgsfaktoren. (3. Aufl.) Stuttgart.</i> <i>Küttner, W. (2022): Personalhandbuch 2022. (29. Aufl.) München.</i> <i>Münchener Handbuch zum Arbeitsrecht (2022): Band 3 und 4 (5. Aufl.). München.</i> <i>Schreyögg, G. (2015): Organisation: Grundlagen moderner Organisationsgestaltung. (6. Aufl.) Wiesbaden.</i> <i>Erfurter Kommentar zum Arbeitsrecht, neueste Auflage.</i> <i>Vieweg W. Management in Komplexität und Unsicherheit, Wiesbaden 2015</i> <i>dtv 5006, Arbeitsgesetze, neueste Auflage.</i>

Praxisbericht

Veranstaltung: Praxisbericht

<i>Workload</i> 150 h	<i>Credits</i> 6	<i>Semester</i> 2	<i>Sprache</i> Deutsch/ Englisch	<i>Praxisbericht</i> Ja	<i>Dauer</i> 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext	Kontaktzeit 0 h	Selbststudium 0 h 150h	Gruppengröße 35 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Die Studierenden nutzen das im Studienverlauf gewonnene Wissen, um mit Hilfe des wissenschaftlichen Handwerkszeugs eine betriebswirtschaftliche Problemstellung ihres Unternehmens in einem der Fächer des 5. Semesters zu beschreiben und Lösungsansätze zu formulieren.</i>				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • wissenschaftliche Erkenntnisse akademisch anwenden • Unternehmenspraxis aus theoretischer Sicht reflektieren • betriebswirtschaftliche Probleme eigenständig lösen; d.h. Konzeption der Herangehensweise bei der Problemlösung, Beschaffung der erforderlichen Literatur, Anwenden der erlernten Methoden auf die Fragestellung • Erkenntnisfortschritte durch Vergleich der Kompetenzen vor und nach Erstellung des Praxisberichts feststellen 				
4	Lehrformen				
5	Teilnahmevoraussetzungen <i>Formal: keine</i> <i>Inhaltlich: keine</i>				
6	Prüfungsformen <i>Praxisbericht plus Präsentation</i>				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten				
8	Stellenwert der Note für die Endnote <i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i>				
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende <i>Prof. Dr. Thomas Keil und jeweils verantwortlicher Dozent</i>				
10	Verwendung in anderen Studiengängen				
11	Sonstige Informationen				
12	Literatur <i>Vgl. die Literatur zu den Modulen Wissenschaftliches Arbeiten 1 und 2 sowie die Literaturangaben der einzelnen Fächer des 5. Semesters.</i>				

Business Planning / Entrepreneurship					
Veranstaltung: Business Planning / Entrepreneurship					
Workload	Credits	Semester	Sprache	Praxisbericht	Dauer
250 h	10	3	Deutsch	ja	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gruppengröße
	a) Vorlesungen		45 h (60 UE)	80 h	35 Studierende
	b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit			62,5 h	
	c) Im Unternehmenskontext			62,5 h	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<i>Mit dem Block „Business Planning“ sollen die unternehmerischen Fähigkeiten der Teilnehmerinnen und Teilnehmer gestärkt werden. Die Veranstaltung bietet sowohl eine theoretische Einführung in den Aufbau und die Inhalte eines Business Plans als auch die praktische Erstellung und ggf. Umsetzung des erarbeiteten Business Plans. Auch die überzeugende Präsentation des Geschäftskonzeptes gehört zu den zentralen Lernzielen der Veranstaltung.</i>				
3	Inhalte				
	<i>Das Themenspektrum der Veranstaltung umfasst u.a. Anlässe und Anforderungen der Business-Plan-Erstellung, Geschäftsidee, Kundennutzen und Positionierung, Geschäftsmodell, Qualifikation und Organisation des Unternehmens, Umsatzplanung, Kapitalbedarf und Finanzierung, Erfolgsplanung, Risikoanalyse, Executive Summary sowie die Präsentation des Geschäftsplans. Der Block „Business Planning“ wird als Teil der Vertiefungen „Unternehmensführung und Marketing“ sowie Controlling im 6. Semester den Bachelorstudierenden der Fächer Business Administration und Business Information Management angeboten. Die Teilnahme an der Veranstaltung ist verpflichtend. Die zu entwickelnden Geschäftsideen sollen sich auf das betriebliche Umfeld, die Region Rhein-Main oder den Industriepark Höchst beziehen. Im unternehmerischen Umfeld wäre z.B. zu denken an die Markteinführung von innovativen Produkten bzw. die Erschließung neuer Märkte mit etablierten Produkten. Vorstellbar ist auch die interdisziplinäre Bearbeitung einer Fragestellung. Die Hochschule regt an, dass die Studierenden in ihrem unmittelbaren betrieblichen Umfeld nach neuen Geschäftsideen suchen. Besonderes Augenmerk soll dabei auf Aspekte der Nachhaltigkeit gelegt werden.</i>				
4	Lehrformen				
	<i>Vorlesung und eigenverantwortliche Arbeit in 5-7-köpfigen interdisziplinären Gruppen.</i>				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	<i>Formal: keine</i>				
	<i>Inhaltlich: Einführung in die BWL, Einführung in die BWL, Marketing, Produktion & Logistik & Materialwirtschaft, Investition und Finanzierung, Controlling, Personalmanagement</i>				
6	Prüfungsformen				
	<i>Ausgearbeiteter Business Plan (Gruppenarbeit) und Business Plan Präsentation (Gesamtnote ergibt sich zu 50% aus dem verschrifteten Business Plan und zu 50% aus der Business Plan Präsentation).</i>				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten				
	<i>Alle Prüfungsleistungen bestanden</i>				
8	Stellenwert der Note für die Endnote				
	<i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i>				
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende				
	<i>Modulverantwortliche: Prof. Dr. Wolfgang Rams und Prof. Dr. Ralf Ehret</i>				
10	Verwendung in anderen Studiengängen				
	<i>BBIM, BIN, BCE, BBS</i>				
11	Sonstige Informationen				

12	Literatur <i>Arnold, J. (2009). Existenzgründung. Businessplan & Chancen (2. Aufl.). Ulm: Uvis.</i> <i>Bea, F.X., Scheurer, S. & Hesselmann, S. (2008). Projektmanagement: Grundwissen der Ökonomik. Stuttgart: UTB.</i> <i>Kuster, J., Huber, E. & Lippmann, R. (2008). Handbuch Projektmanagement (2. Aufl.). Berlin: Springer.</i> <i>Macharzina, K. & Wolf, J. (2008). Unternehmensführung: Das internationale Managementwissen. Konzepte – Methoden – Praxis (6. Aufl.). Wiesbaden: Gabler.</i> <i>Mangold, P. (2009). IT-Projektmanagement kompakt (3. Aufl.). Heidelberg: Spektrum.</i> <i>Welge, M.K. & Al-Laham, A. (2003). Strategisches Management. Grundlagen – Prozess – Implementierung (4. Aufl.). Wiesbaden: Gabler.</i>

Alle VT: Digitales Schwerpunktmodul

Veranstaltung: Digitales Schwerpunktmodul

<i>Workload</i> 125 h	<i>Credits</i> 5	<i>Semester</i> 3	<i>Sprache</i> Deutsch/Englisch	<i>Praxisbericht</i> nein	<i>Dauer</i> 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Wissenschaftlich angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext		Kontaktzeit 22,5 h (30 UE)	Selbststudium 102,5 h	Gruppengröße 35 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> a) die individuell relevantesten Online-Module für die persönliche Weiterentwicklung aus einer großen Auswahl potenziell belegbarer Module auszuwählen b) dabei auf Basis eines Ressourcenbudgets eine machbare Kombination von Modulen zu entwickeln und die richtige Anzahl ECTS zu erreichen c) selbstorganisiert ihre Arbeit in Bezug auf gewünschte Erfolgsziele zu steuern. <p>Im Zusammenspiel mit der Lern- und Prüfungsform des Moduls verbessern die Studierenden folgende Fähigkeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selbstverantwortlichkeit, Selbstreflexion, Setzen von Zielen • Priorisierung und individuelle Budgetverwaltung • Eigenständiges Erwerben von Wissen aus digitalen Quellen 				
3	Inhalte Es werden ausgewählte Themenstellungen bearbeitet, die zu der jeweiligen Vertiefungsrichtung passen. Die Inhalte werden durch einen kuratierten Katalog vom Fachbereich zur Verfügung gestellt. Hier können die Studierenden zwischen verschiedenen Online-Modulen auswählen. Die Auswahl der entsprechenden Angebote wird seitens der zuständigen Dozierenden gecoacht und überprüft.				
4	Lehrformen Asynchroner Online-Inhalt (multimedial) Coaching und gemeinsame Reflektion				
5	Teilnahmevoraussetzungen <i>Formal: keine</i> <i>Inhaltlich: Im Studienverlauf erworbene Kenntnisse, abhängig von der gewählter Vertiefung</i>				
6	Prüfungsformen <i>Prüfungsleistung gemäß Vorgabe des online Moduls. Abstimmung des zu wählenden Moduls und Nachweis der Vorgabenerfüllung in Lehrgespräch mit betreuendem Dozenten.</i>				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten <i>Bestehen der angegebenen Prüfungsform.</i>				
8	Stellenwert der Note für die Endnote <i>Das Modul wird auf Basis der Durchführung der Kurse mit „bestanden“ oder „nicht bestanden“ bewertet.</i>				
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende <i>Modulverantwortlich Prof. Dr. Thomas Keil</i> <i>Dozent: Prof. Dr. Thomas Keil sowie wechselnde Prof. aus den FBs WI und WIWI oder freie Dozenten</i>				
10	Bezug zu anderen Lehrveranstaltungen				

11	Sonstige Informationen <i>Lehrmaterial und Übungsaufgaben werden elektronisch zur Verfügung gestellt.</i>
12	Literatur <i>Brown, J. (2020). An examination of the Skills Framework for the Information Age (SFIA) version 7. International Journal of Information Management, 51, 102058</i> <i>Ratcheva, V., Leopold, T. A., & Zahidi, S. (2020). Jobs of tomorrow: mapping opportunity in the new economy. In World Economic Forum, Geneva, Switzerland.</i> <i>World Economic Forum. (2020). The Future of Jobs Report 2020. Geneva: World Economic Forum.</i>

Schwerpunkt Marketing					
Veranstaltung: Marketing					
Workload	Credits	Semester	Sprache	Praxisbericht	Dauer
125 h	5	3	Deutsch	Nein	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gruppengröße
	a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext		30 h (45 UE)	95 h	35 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p>Die Studierenden vertiefen in diesem Schwerpunktmodul vor allem die strategischen, organisatorischen und controlling-relevanten Aspekte des Marketings und beschäftigen sich intensiv und fallstudiengestützt mit konkreten Entscheidungen des Marketing-Bereichs im Unternehmen. Die Studierenden können nach Abschluss wesentliche Konzepte, Techniken und Tools des Marketings darstellen und kritisch würdigen, relevante Marketingphänomene unter Rückgriff auf die eingeführten Konzepte systematisch analysieren, praktische Marketingentscheidungen systematisch und theoriegestützt angehen und zur Entscheidungsfindung vorbereiten. Darüber hinaus können die Studierenden Umsetzungsbarrieren für die Marketing-Strategie auf der Basis bewährter Theorien und Konzepte identifizieren, Lösungsmöglichkeiten zur Handhabung der Umsetzungsbarrieren entwickeln und situationsspezifisch bewerten. Systematisch werden dabei die Optionen und Implikationen der Digitalisierung sowie die Anforderungen, die aus dem Streben nach einem nachhaltigen Wirtschaften resultieren, berücksichtigt.</p>				
3	Inhalte				
	<p>Konzeption der Marketing-Strategie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verhaltenswissenschaftliche Grundlagen des Marketing • Marktforschung: Datengewinnung und -interpretation • Marketing-Strategie: Einordnung, Funktion und Ausgestaltung • Marketing-Mix-Optimierung • Institutionelle Bereiche des Marketing <p>Marketing-Implementierung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bereiche der Marketing-Implementierung • Marketing- und Vertriebsorganisation • Marketing- und Vertriebscontrolling 				
4	Lehrformen				
	Interaktive Vorlesung und Gruppenarbeiten				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	<p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: Einführung in die BWL, Einführung in die BWL, Marketing, Produktion & Logistik & Materialwirtschaft, Investition und Finanzierung</p>				
6	Prüfungsformen				
	<p>Präsentation.</p> <p>Andere Prüfungsformen sind nach Maßgabe des Dozenten möglich, sofern sie das Lernergebnis gleichermaßen unterstützen. Dies wird von der Dozentin / dem Dozenten zu Beginn des entsprechenden Semesters, in dem das Modul absolviert wird, verbindlich festgelegt und den Studierenden kommuniziert.</p>				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten				
8	Stellenwert der Note für die Endnote				

	<i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i>
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende <i>Modulverantwortlich: Prof. Dr. Michael Kiesel; weitere Lehrende: Prof. Dr. Hannes Utikal.</i>
10	Verwendung in anderen Studiengängen
11	Sonstige Informationen
12	Literatur <i>Backhaus, K. & Voeth, M. (2014): Industriegütermarketing (10. Aufl.). München: Vahlen.</i> <i>Bruhn M. (2023): Relationship Marketing, (6. Aufl.) München.</i> <i>Esch, F.R.; Herrmann, A.; Sattler, H. (2017): Marketing – Eine managementorientierte Einführung. München: Vahlen (5. Aufl.)</i> <i>Herrmann, A., Homburg, C. & Klarmann, M. (Hrsg.). (2014): Handbuch Marktforschung: Methoden – Anwendungen – Praxisbeispiele (4. Aufl.). Wiesbaden: Gabler.</i> <i>Homburg, C. (2017): Marketingmanagement: Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung (6. Aufl.). Wiesbaden: Gabler.</i> <i>Kotler, P., Armstrong, G.; Harris, L. (2022): Grundlagen des Marketing (8. Aufl.). München: Pearson.</i> <i>Meffert, H., Burmann, C., Kirchgeorg, M. & Eisenbeiß, M. (2019): Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele (13. Aufl.). Wiesbaden: Gabler.</i>

Schwerpunkt Marketing					
Veranstaltung: Vertrieb					
Workload	Credits	Semester	Sprache	Praxisbericht	Dauer
125 h	5	3	Deutsch	Nein	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gruppengröße
	a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext		30 h (40 UE)	95 h	35 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p>Die Studierende erlangen die Fähigkeit, selbständig die verschiedenen Schritte des Vertriebsprozesses (u. a. Kundenakquisition, Vertriebskanäle, Kundenbindung, Kundenrück-gewinnung) zu erarbeiten und gehen dabei zudem auf Planung sowie auf Markt- und Kundenanalysen ein. Anhand kriterien-basierter Abweichungsanalysen sind die Studierenden dazu in der Lage, die Wirksamkeit einzelner Vertriebsmaßnahmen kritisch zu beurteilen. Sie können das Konstrukt der Kundenbindung als strategisches Ziel der Kundenbeziehung einordnen und dessen Bedeutung für den Verkauf und damit verbundene Verkaufsansätze erklären. Durch die teilweise in Gruppenarbeit zu erarbeitenden Themen wird die Fähigkeit zur Projektarbeit gefördert sowie die Entwicklung von Empathie und Verhandlungsfähigkeit.</p>				
3	Inhalte				
	<ul style="list-style-type: none"> • Abgrenzung Marketing – Vertrieb • Effiziente Vertriebsorganisation • Verkaufskonzeption • Phasen der Kundenbeziehung • Einkaufs-/ Verkaufssituation • aufgabenbezogene Verkäufertypologien • Kommunikationspartner • Verkaufsansätze • Vertriebspsychologie • Management des Außendienstes (inkl. entsprechender Instrumente der Personalpolitik) • CRM-Systeme (operative CRM-Systeme, analytische CRM-Modelle) • Integrierte Verkaufsteuerung (Multi-Channel-Management) • Ansätze der Vertriebssegmentierung • Operative Verkaufsplanung 				
4	Lehrformen				
	Interaktive Vorlesung, Gruppenarbeiten				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	Formal: keine Inhaltlich: Einführung in die BWL, Marketing				
6	Prüfungsformen				
	Präsentation. Andere Prüfungsformen sind nach Maßgabe des Dozenten möglich, sofern sie das Lernergebnis gleichermaßen unterstützen. Dies wird von der Dozentin / dem Dozenten zu Beginn des entsprechenden Semesters, in dem das Modul absolviert wird, verbindlich festgelegt und den Studierenden kommuniziert.				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten				
	Leistungsnachweis bestanden				
8	Stellenwert der Note für die Endnote				
	Gewichtung entsprechend der CrPs				

9	Modulbeauftragte/r und Lehrende <i>Modulverantwortlich: Prof. Dr. Hannes Utikal; weitere Lehrende: Prof. Dr. Björn Hekman, Prof. Dr. Michael Kiesel</i>
10	Verwendung in anderen Studiengängen
11	Sonstige Informationen
12	Literatur <i>Homburg, C. / Schäfer, H. /Schneider, J. (2016): Sales Excellence: Vertriebsmanagement mit System, 8. Aufl., Wiesbaden.</i> <i>Scheed, B. & Scherer, P. (2019): Strategisches Vertriebsmanagement: B2B-Vertrieb im digitalen Zeitalter. Wiesbaden.</i> <i>Sönke A./Kraft, M. (2013): Vertriebsmanagement, 1. Aufl., Wiesbaden.</i> <i>Stauss, B. / Seidel W. (2023): Beschwerdemanagement, (6. Aufl.), München.</i> <i>Stiving, M. (2022): Selling Value. New York.</i>

Schwerpunkt Finance					
Veranstaltung: Controlling					
<i>Workload</i>	<i>Credits</i>	<i>Semester</i>	<i>Sprache</i>	<i>Praxisbericht</i>	<i>Dauer</i>
125 h	5	3	Deutsch	Nein	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext		Kontaktzeit 30 h (40 UE)	Selbststudium 95 h	Gruppengröße 35 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach erfolgreichem Besuch der Veranstaltung: <ul style="list-style-type: none"> • können die Teilnehmer die Wirksamkeit von wesentlichen Controlling-Werkzeugen einschätzen, • haben die Teilnehmer ein Verständnis, wie Controlling die Unternehmensführung wirkungsvoll und zielkompatibel unterstützen kann, • wie Teilausschnitte aus der Unternehmenssteuerung harmonisiert werden können und • wie Rationalitätssicherung als umfassende Controlling-Konzeption operationalisiert werden kann. 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Controlling im Führungssystem der Unternehmung • Grundlagen der wertorientierten Unternehmensführung • integriertes Erfolgs- und Risikomanagement • Integration von strategischer und operativer Planung • Analysemethoden im Controlling (Business Intelligence und Predictive Analytics) 				
4	Lehrformen Interaktive Vorlesung				
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Controlling, Rechnungswesen				
6	Prüfungsformen Ausarbeitung und Präsentation Andere Prüfungsformen sind nach Maßgabe des Dozenten möglich, sofern sie das Lernergebnis gleichermaßen unterstützen. Dies wird von der Dozentin / dem Dozenten zu Beginn des entsprechenden Semesters, in dem das Modul absolviert wird, verbindlich festgelegt und den Studierenden kommuniziert.				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Leistungsnachweise bestanden				
8	Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der CrPs				
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende Modulverantwortlich: Prof. Dr. Karsten Oehler				
10	Verwendung in anderen Studiengängen BBWL				
11	Sonstige Informationen				
12	Literatur Vanini, U., Rieg, R. (2021): Risiko-Management – Grundlagen, Instrumente, Unternehmenspraxis (2. Aufl.), München				

<p><i>Horváth, P., Gleich, R., Seiter, M. (2019), Controlling (14. Aufl.). München</i></p> <p><i>Seiter, M. (2019): Business Analytics (2. Aufl.), München</i></p> <p><i>Rieg, R., (2015). Planung und Budgetierung: Was wirklich funktioniert, (2. Auflage) Wiesbaden.</i></p> <p><i>Weber, J., Schäffer, U. (2022). Einführung in das Controlling (17. Aufl.). Stuttgart.</i></p> <p><i>Coenenberg, A. G. u. a. Autoren (2013): Strategisches Controlling (5. Aufl.), Stuttgart</i></p> <p><i>Coenenberg, A. C. u. a. Autoren (2015): Wertorientierte Unternehmensführung, Stuttgart</i></p>
--

Schwerpunkt Finance					
Veranstaltung: Finanzen					
Workload	Credits	Semester	Sprache	Praxisbericht	Dauer
125 h	5	3	Deutsch	Nein	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gruppengröße
	a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext		30 h (40 UE)	95 h	35 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	Nach erfolgreichem Besuch der Veranstaltung: <ul style="list-style-type: none"> • können die Teilnehmer weiterführende Modelle im Bereich Investitionsrechnung ergänzt um den Aspekt der Unsicherheit anwenden und kritisch hinterfragen, • haben die Teilnehmer ein Verständnis der Portfoliotheorie und können somit Anlagestrategien anwenden und beurteilen, • können die Studierenden, unterschiedlichste Finanzierungsmöglichkeiten hinsichtlich ihrer Eignung beurteilen, • haben die Teilnehmer die Grundlagen der unterschiedlichen Verfahren zur Unternehmensbewertung kennen gelernt und können diese zielgerichtet einsetzen, • haben die Studierenden ein Grundverständnis der unterschiedlichen Derivatformen und sind sich deren Risiken bewusst. 				
3	Inhalte				
	<ul style="list-style-type: none"> • Investitionsentscheidungen unter Unsicherheit (Traditionelle Verfahren, Formen der Risikoeinstellung, μ-σ-Prinzip, Bernoulli-Prinzip, Sensitivitätsanalysen) • Portfoliotheorie und CAPM Modell • Verfahren der Unternehmensbewertung • Private-Equity / Venture Capital • Mezzanine-Finanzierungen • Asset-Backed-Securities • Derivate • Technische Analyse vs. Chartanalyse 				
4	Lehrformen				
	Interaktive Vorlesung und Gruppenarbeiten				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	Formal: keine Inhaltlich: Einführung in die BWL, Data Literacy, Data Management, Controlling, Investition und Finanzierung				
6	Prüfungsformen				
	Schriftliche Ausarbeitung, Präsentation und Diskussion. Andere Prüfungsformen sind nach Maßgabe des Dozenten möglich, sofern sie das Lernergebnis gleichermaßen unterstützen. Dies wird von der Dozentin / dem Dozenten zu Beginn des entsprechenden Semesters, in dem das Modul absolviert wird, verbindlich festgelegt und den Studierenden kommuniziert.				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten				
	Leistungsnachweise bestanden				
8	Stellenwert der Note für die Endnote				
	Gewichtung entsprechend der CrPs				
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende				

	<i>Modulverantwortlich: Prof. Dr. Uschi Bicher-Otto</i>
10	Verwendung in anderen Studiengängen <i>BBWL</i>
11	Sonstige Informationen
12	Literatur aktualisieren <i>Berk, J. & DeMarzo, P. (2018): Grundlagen der Finanzwirtschaft (4. Aufl.). Pearson.</i> <i>Bitz, M. & Ewert, J. & Terstege, U. (2012): Investition – Multimediale Einführung in finanzmathematische Entscheidungskonzepte (2. Aufl.), Wiesbaden.</i> <i>Böttcher, J. & Blattner, P. (2013): Projektfinanzierung (3. Aufl.), München.</i> <i>Hill, M. & Pfaue, M. & Wolf, B. (2011): Strukturierte Finanzierungen (2. Aufl.), Stuttgart.</i> <i>Kruschwitz, L. & Lorenz, D. (2019). Investitionsrechnung (15. Aufl.), Berlin.</i> <i>Pape, U. (2018). Grundlagen der Finanzierung und Investition: Mit Fallbeispielen und Übungen (4. Aufl.), Berlin.</i> <i>Perridon, L. & Steiner, M. & Rathgeber, A. (2016): Finanzwirtschaft der Unternehmung (17. Aufl.). München.</i>

Schwerpunkt Human Resources					
Veranstaltung: Personal und Wirtschaftspsychologie					
Workload	Credits	Semester	Sprache	Praxisbericht	Dauer
125 h	5	3	Deutsch	Nein	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext		Kontaktzeit 30 h (40 UE)	Selbststudium 95 h	Gruppengröße 35 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach Abschluss des Moduls kennen die Studierenden die für moderne HR-Arbeit zentralen wirtschaftspsychologischen Theorien und haben diese an aktuellen Fragestellungen erprobt und für von ihnen gewählten Teilbereiche angewandt. Sie haben ein umfassendes Verständnis für die aktuellen Herausforderungen in der Personalarbeit und einen Blick auf zukünftige Entwicklungen aus wirtschaftspsychologischer Perspektive. Sie sind in der Lage, das erworbene Wissen anzuwenden: Sie beherrschen ausgewählte Theorien und Modelle zur Analyse von Sachverhalten sowie Methoden und Instrumente zur Umsetzung im Arbeitsalltag. Sie haben eine Selbsteinschätzung Ihrer Kenntnisse und Fähigkeiten im Personalmanagement.				
3	Inhalte <i>Zentrale wirtschaftspsychologische Theorien und Erkenntnisse für die Personalarbeit:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Denkschulen und Menschenbilder (Taylorismus bis Systemik) • Grundlegende Mind Sets • Psychologie des Menschen - im Kontext der Betriebswirtschaftslehre • Wirtschaftspsychologie – im Kontext der Personalarbeit • Arbeits- und Organisationspsychologie • Problemlösungsmuster für New Work <i>Anwendungsfelder und -probleme in der Personalarbeit:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Führung • Personalauswahl und -entwicklung • Arbeitsgestaltung, Motivation, Arbeitszufriedenheit, Work-Life-Balance - New Work, • Skill- und Kompetenzmanagement. 				
4	Lehrformen <i>Interaktive Vorlesung, Gruppenarbeiten, Simulationen, Räume für strukturierte virtuelle Interaktion</i>				
5	Teilnahmevoraussetzungen <i>Formal: keine</i> <i>Inhaltlich: Personalmanagement</i>				
6	Prüfungsformen <i>Gruppenarbeit und Präsentation.</i> <i>Andere Prüfungsformen sind nach Maßgabe des Dozenten möglich, sofern sie das Lernergebnis gleichermaßen unterstützen. Dies wird von der Dozentin / dem Dozenten zu Beginn des entsprechenden Semesters, in dem das Modul absolviert wird, verbindlich festgelegt und den Studierenden kommuniziert.</i>				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten <i>Mitarbeit und Beitrag zum Wissenserwerb für alle Teilnehmer</i>				

	<i>Eigene Leistung und Unterstützung des Teams</i>
8	Stellenwert der Note für die Endnote <i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i>
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende <i>Modulverantwortlich: Prof. Dr. Stefan Klingelhöfer; weitere Lehrende: Prof. Dr. Rieke Engelhardt</i>
10	Verwendung in anderen Studiengängen <i>BBWL</i>
11	Sonstige Informationen
12	Literatur <i>Brinkmann, R. (2018), Angewandte Wirtschaftspsychologie.</i> <i>Fichter, C. (Hg.). (2018).Wirtschaftspsychologie für Bachelor. Berlin, Heidelberg: Springer.</i> <i>Scholz, C./ Scholz, T. (2019): Grundzüge des Personalmanagements, Vahlen, 3. Auflage, Vahlen.</i> <i>Stock-Homburg, R./ Groß, M. (2019): Personalmanagement: Theorien – Konzepte – Instrumente, Wiesbaden: Springer Gabler.</i>

Schwerpunkt Human Resources					
Veranstaltung: Arbeitsrecht					
<i>Workload</i>	<i>Credits</i>	<i>Semester</i>	<i>Sprache</i>	<i>Praxisbericht</i>	<i>Dauer</i>
125 h	5	3	Deutsch	Nein	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gruppengröße
	a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext		30 h (40 UE)	95 h	35 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	Nach Abschluss der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage, arbeitsrechtliche Grundbegriffe mit Schwerpunkt im individuellen Arbeitsrecht zu verstehen und zu erklären, übliche im betrieblichen Kontext auftretende arbeitsrechtliche Problemstellungen zu erkennen und zu strukturieren sowie sachgerechte Lösungsvorschläge erarbeiten und vertreten zu können.				
3	Inhalte				
	<p>Individuelles Arbeitsrecht wird vertieft dargestellt und dessen Bezüge zum kollektiven Arbeitsrecht einbezogen. Dabei werden insbesondere folgende Themen behandelt:</p> <p>Begründung von Arbeitsverhältnissen, insbesondere Fragerecht des Arbeitgebers, Abschluss des Arbeitsvertrags, Nachweispflicht, Einführung in die AGB-Kontrolle für Arbeitsverträge; Überblick über Rechte und Pflichten im laufenden Arbeitsverhältnis, insbesondere Direktionsrecht des Arbeitgebers, Vergütung, Lohn ohne Arbeit (z.B. Urlaub, Entgeltfortzahlung im Krankheitsfall), Versetzung, Eingruppierung, Allgemeiner Gleichbehandlungsgrundsatz, Schutz besonderer Personengruppen (z.B. Mutterschutz, Elternzeit, Schwerbehinderung), Krankheit im Arbeitsverhältnis, Diskriminierungsverbote, Arbeitszeit, Teilzeit, betriebliche Übung, Gesamtzusage, Wettbewerbsverbot, Haftung im Arbeitsverhältnis bei Personen- bzw. Sachschäden (auch sozialrechtliche und strafrechtliche Aspekte); Anknüpfungspunkte zur Sozialversicherung; Leistungsminderung.</p> <p>Einführung: Beendigung von Arbeitsverhältnissen, insbesondere Befristung von Arbeitsverhältnissen, außerordentliche und ordentliche Kündigung, Tat- und Verdachtskündigung, Systematik der Kündigungsgründe, Änderungskündigung, Aufhebungsvertrag, Anfechtung, Abmahnung; allgemeiner und besonderer Kündigungsschutz; Zeugnis.</p> <p>Bezüge des individuellen Arbeitsrechts zum Tarifrecht, insbesondere unter systematischer Betrachtung von Verbands-, Firmen- und firmenbezogene Verbandstarifverträgen, Geltung von Tarifverträgen, typische Regelungsinhalte, arbeitsrechtliche Bezugnahmeklauseln.</p> <p>Bezüge zum Betriebsverfassungsrecht, insbesondere Systematik der betrieblichen Mitbestimmung, Mitbestimmung bei personellen Einzelmaßnahmen, Beschwerderecht.</p> <p>Grundzüge des arbeitsgerichtlichen Urteilsverfahrens.</p>				
4	Lehrformen				
	Präsenzveranstaltung und Gruppenarbeiten				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	<p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: Einführung in die BWL, Recht 1 und 2</p>				
6	Prüfungsformen				
	<p>Portfolioprüfung</p> <p>Andere Prüfungsformen sind nach Maßgabe des Dozenten möglich, sofern sie das Lernergebnis gleichermaßen unterstützen. Dies wird von der Dozentin / dem Dozenten zu Beginn des entsprechenden Semesters, in dem das Modul absolviert wird, verbindlich festgelegt und den Studierenden kommuniziert.</p>				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten				
	Leistungsnachweise bestanden				

8	Stellenwert der Note für die Endnote <i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i>
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende <i>Modulverantwortlich: Prof. Dr. Thomas Keil.</i>
10	Verwendung in anderen Studiengängen
11	Sonstige Informationen
12	Literatur <i>Arbeitsgesetze, dtv 5006, aktuelle Auflage</i> <i>Erfurter Kommentar zum Arbeitsrecht, aktuelle Auflage</i>

Schwerpunkt Technology Management

Veranstaltung: Supply Chain Management

Workload 125 h	Credits 5	Semester 3	Sprache Deutsch	Praxisbericht Nein	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext	Kontaktzeit 30 h (40 UE)	Selbststudium 95 h	Gruppengröße 35 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Mit Abschluss dieses Moduls erlangen die Studierenden Kenntnis zu einem zusammenfassenden Überblick über die Grundlagen der Logistik und des Supply Chain Managements. Die Studierenden sind in der Lage, die ganzheitliche Betrachtung des Material- und Warenflusses, hervorgerufen durch Lagern, Umschlagen, Transportieren, Verpacken, Signieren und der Abwicklung von Aufträgen darzustellen und darauf aufbauend, strategische Implikation der Logistik (insbesondere der Standortwahl) zu identifizieren.</p> <p>Die Studenten sind in der Lage, Relevanz und Normen für Entscheidungstatbestände der Logistik in Beschaffung, Produktion, Distribution und Entsorgungs-/Retrologistik inhaltlich zu deuten sowie deren entsprechende Prozesse einzuschätzen.</p> <p>Die Studierenden erlernen die wichtigsten Aspekte eines modernen Supply Chain Management und – Controlling und werden somit befähigt, bestehende Supply Chain Systeme zu bewerten und sinnvolle Ergänzungen vorzuschlagen. Die Studierenden sind in der Lage, die Entwicklung hin zu einem Wettbewerbsumfeld, in dem sich ganze Wertschöpfungsketten gegenüberstehen und eine schnittstellenarme Organisation und Konfiguration der gesamten Supply Chain erfordert, zu hinterfragen und die für reibungslose Informations- und Materialflüsse geeigneten Werkzeuge zu entwickeln.</p> <p>Die Studenten sind in der Lage, Zusammenhänge eines erfolgreichen Kooperationsmanagement, das sich bemüht, die Geschäftsbeziehungen sowohl auf der Lieferanten- als auch auf der Abnehmerseite aufzubauen, branchenübergreifend im Unternehmenskontext darzustellen und den Einsatz entsprechender Instrumentarien auszuwählen und zu verteidigen.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Logistik</p> <ul style="list-style-type: none"> • Logistikkonzepte und Logistikstrategien; Beschaffungs-, Produktions- und Distributionslogistik; Entsorgungslogistik / Retrologistik (rechtliche Rahmenbedingungen, Packaging Management, Selbstentsorgungssysteme) • Grundlagen der Transport- und Verkehrsprozesse: • Produktions- und Distributionssysteme aus verschiedenen Wirtschaftsperspektiven • Infrastrukturplanung und –betrieb • Netzwerkplanung (Verbindung von Logistiknetzwerken, Graphentheorie) • Standorttheorie - Standortpraxis <p>Supply Chain Management</p> <ul style="list-style-type: none"> • Supply Chain Management-Grundlagen • Herausforderungen für die Ausgestaltung von Wertschöpfungsketten • Einordnung des Kooperationsmanagements • Netzplananalysen, Kooperationsmanagement • Digitalisierung der Supply Chain • Supply Chain Controlling • CSR und Nachhaltigkeit als Teil von Supply Chain Management • Efficient Consumer Response: Efficient Replenishment, Efficient Assortment, Efficient Promotion, Efficient Product Introduction • Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment (CPFR) • Risikomanagement als Teil eines modernen Supply Chain Managements 				

4	<p>Lehrformen</p> <p><i>In diesem Modul werden im Rahmen der Vorlesungen sowohl alle theoretisch relevanten Inhalte thematisiert als auch praxisrelevante Fallstudien (Case Studies) inhaltlich vertieft. Dadurch soll gewährleistet werden, dass einerseits der vermittelte Stoff vor allem praktisch angewendet werden kann und andererseits die Fähigkeit einer Theorie Praxis Reflexion entwickelt wird.</i></p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p><i>Formal: keine</i></p> <p><i>Inhaltlich: Einführung in die BWL, Materialwirtschaft</i></p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p><i>Fallstudie und Präsentation.</i></p> <p><i>Andere Prüfungsformen sind nach Maßgabe des Dozenten möglich, sofern sie das Lernergebnis gleichermaßen unterstützen. Dies wird von der Dozentin / dem Dozenten zu Beginn des entsprechenden Semesters, in dem das Modul absolviert wird, verbindlich festgelegt und den Studierenden kommuniziert.</i></p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p><i>Leistungsnachweise bestanden</i></p>
8	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p><i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i></p>
9	<p>Modulbeauftragte/r und Lehrende</p> <p><i>Prof. Dr. Peter Holm, Prof. Dr. Dirk Engelhardt</i></p>
10	<p>Verwendung in anderen Studiengängen</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p>
12	<p>Literatur</p> <p><i>Chopra, S. (2015): Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation, Global Edition: Strategy, Planning, and Operation</i></p> <p><i>Cohen, S. & Roussel, J. (2004). Strategic Supply Chain Management, Mc Graw Hill.</i></p> <p><i>D'heur, M. (2014): CSR und Value Chain Management, Wiesbaden, Gabler</i></p> <p><i>Göpfert, I. (2005). Logistik Führungskonzeption; Grundlagen, Aufgaben und Instrumente des Logistikmanagements und -controllings (2. Aufl.). München.</i></p> <p><i>Heydt, v.d., A. (2003). Handbuch Efficient Consumer Response - Konzepte, Erfahrungen, Herausforderungen. München.</i></p> <p><i>Kummer. (Hrsg.), Grün O., Jammerneegg, W. (2013). Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik. (3. Aufl.), München, Pearson Studium</i></p> <p><i>Siepermann, Ch.; Vahrenkamp, R.: (2015). Risikomanagement in Supply Chains: Gefahren abwehren, Chancen nutzen, Erfolg generieren (1. Aufl.).</i></p> <p><i>Pfohl, H. C. (2004). Erfolgsfaktor Kooperation in der Logistik. ESV Verlag, Berlin</i></p> <p><i>Tempelmeier, H. (Hrsg.), (2016): Produktion und Logistik: Supply Chain und Operations Management</i></p> <p><i>Weber, T.; Fröhlich, E., (2017): Nachhaltigkeit in der unternehmerischen Supply Chain,</i></p> <p><i>Weber, J. Wallenburg, C., (2010): Logistik- und Supply Chain Controlling, 6. Aufl., Schaefer-Poeschel, Stuttgart</i></p> <p><i>Wente, I. (2017): Supply Chain Risikomanagement; EUL Verlag</i></p>

Schwerpunkt Technology Management					
Veranstaltung: Innovations- & Dienstleistungsmanagement					
Workload	Credits	Semester	Sprache	Praxisbericht	Dauer
125 h	5	3	Deutsch	Nein	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gruppengröße
	a) Vorlesungen		30 h (40 UE)	95 h	35 Studierende
	b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit		0 h		
	c) Im Unternehmenskontext				
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p>Die Teilnehmer erhalten fundierte Kenntnisse in dem Management von Innovationen und Technologien und Wissen.</p> <p>Nach Abschluss des Moduls werden die Teilnehmer:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zusammenhänge und Herausforderungen der digitalen Transformation im Kontext von Services illustrieren und praxisorientiert transferieren, • die Bedeutung technologischer Neuerungen für den Unternehmenserfolg erkennen können sowie die in diesem Zusammenhang relevanten Theorie beherrschen • Herausforderungen aus Services und Digitalisierung identifizieren und mit Hilfe von fundiertem Theoriewesen analysieren und beurteilen • die für den Innovationsprozess relevanten theoretischen Ansätze, Konzepte und Methoden kennen und praktisch anwenden können. <p>Damit sind die Teilnehmer in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • strategisches Management von Technologien zu verstehen und zu beurteilen. • Ansätze zur Beschaffung und zum Schutz von Innovationen zu auswählen. • aktuelle Verfahren zur Bewertung von Innovationen in verschiedenen Phasen des Innovationsprozesses anwenden können • mögliche Hindernisse von Innovationen innerhalb und außerhalb einer Organisation zu kennen und antizipieren. • Chancen der digitalen Transformation erkennen und theoretisch fundiert im Unternehmenskonzept beurteilen 				
3	Inhalte				
	<ul style="list-style-type: none"> • Innovation und Unternehmenserfolg • Strategien im Umgang mit Innovationen • Servicemanagement in Zeiten der digitalen Transformation • Grundbegriffe Internet of Things (IoT), Cloud, Big Data Analytics, KI • Customer Centricity • digitale Wertschöpfung • Wachstum und Wachstumsmanagement (Wachstumsstrategien, Wachstumshemmnisse) • Innovationsmanagement (Ideengenerierung, -bewertung, -umsetzung; Phasen des Innovationsprozesses, Konzepte zur zielorientierten Steuerung von Innovationsprozessen) • Praktische Anwendungen und aktuelle Fallstudien 				
4	Lehrformen				
	Vorlesung und Übungen anhand praktischer Beispiele				
5	Teilnahmevoraussetzungen				

	<i>Formal: keine</i>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p><i>Fallstudie und Präsentation.</i></p> <p><i>Andere Prüfungsformen sind nach Maßgabe des Dozenten möglich, sofern sie das Lernergebnis gleichermaßen unterstützen. Dies wird von der Dozentin / dem Dozenten zu Beginn des entsprechenden Semesters, in dem das Modul absolviert wird, verbindlich festgelegt und den Studierenden kommuniziert.</i></p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p><i>Leistungsnachweise bestanden</i></p>
8	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p><i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i></p>
9	<p>Modulbeauftragte/r und Lehrende</p> <p><i>Prof. Dr. Peter Holm</i></p>
10	<p>Verwendung in anderen Studiengängen</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p>
12	<p>Literatur</p> <p><i>Bertini, M., Koenigsberg, Oded (2020): The Ends Game – How smart Companies stop selling products and start delivering value</i></p> <p><i>Bostrom, N. (2022): Die Zukunft der Menschheit, Suhrkamp</i></p> <p><i>Brynjolfsson, E. & McAfee, A. (2014): The second machine age. Work, progress, and prosperity in a time on brilliant technologies. Norton & Company 2014</i></p> <p><i>Chesbrough, H. (2006): Open Innovation: The new Imperative for Creating and Profiting from Technology. Harvard Business School Press, Boston.</i></p> <p><i>Christensen, M./Matzler, K./Eichen von den, S. F. (2013): The Innovators Dilemma: Warum etablierte Unternehmen den Wettbewerb um bahnbrechende Innovationen verlieren. Vahlen, München.</i></p> <p><i>Corsten, H.; Gössinger, R.; Schneider, H. (2006): Grundlagen des Innovationsmanagements, München.</i></p> <p><i>Gassmann, O./Frankenberger, K./Csik, M. (2020): Geschäftsmodelle entwickeln., 2. Aufl. Hanser, München.</i></p> <p><i>Maurya, A. (2013): Running Lean, O'Reilly, Köln.</i></p> <p><i>Osterwalder, A./Pigneur, Y. (2010): Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. Wiley, Hoboken (NJ).</i></p> <p><i>Roth (Hrsg.) (2016), Einführung und Umsetzung von Industrie 4.0 Grundlagen, Vorgehensmodell und Use Cases aus der Praxis, Springer</i></p> <p><i>Specht, D.; Möhrle, M.G. (2002): Technologiemanagement - Management von Innovationen und neuen Technologien im Unternehmen, Wiesbaden.</i></p> <p><i>Streibich, K.-H. (2014): The Digital Enterprise. The Moves and Motives of the Digital Leaders. Software AG Darmstadt 2014</i></p> <p><i>Tegmark, Max (2017): Leben 3.0, Ullstein</i></p> <p><i>Thiel, Peter, Masters, Blake (2021): Zero to One, Campus</i></p> <p><i>Volkman, C. K.; Tokarski, K.O. (2006) Entrepreneurship – Gründung und Wachstum von jungen Unternehmen, Stuttgart u.a.</i></p> <p><i>Westerman, G., Bonnet, D. & McAfee, A. (2014): Leading digital: Turning technology into business transformation. Harvard Business Review Press 2014</i></p>

Schwerpunktseminar					
Veranstaltung: Schwerpunktseminar					
<i>Workload</i>	<i>Credits</i>	<i>Semester</i>	<i>Sprache</i>	<i>Praxisbericht</i>	<i>Dauer</i>
125 h	5	3	Deutsch	Nein	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext		Kontaktzeit 22,5 h (30 UE)	Selbststudium 102,5 h	Gruppengröße 35 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach dieser Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> • ein praxisrelevantes oder theoretisches wissenschaftliches Thema unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden und Standards zu analysieren, • wissenschaftlich fundierte Entscheidungen zu dem Thema zu treffen, • ihre Arbeit unter wissenschaftlichen Gesichtspunkten zu reflektieren • selbständig einen geeigneten Plan zum Erstellen einer wissenschaftlichen Arbeit zu erarbeiten und durchzuführen (Themenstellung, Leitfrage, Eingrenzung, Operationalisierung, Recherche, Darstellung), 				
3	Inhalte Die Studierenden erstellen zu einem eigenständig aber mit dem Dozenten gewählten Thema einen wissenschaftlichen Vortrag sowie eine schriftliche Ausarbeitung. Hinsichtlich Themenwahl, Literatur und anderer wissenschaftlicher Methoden sind Maßstäbe vergleichbar zur Erstellung einer Bachelor-Thesis anzuwenden.				
4	Lehrformen Präsenzveranstaltung, Coaching, Präsentationen				
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: vier bestandene Praxisberichte Inhaltlich: Wissenschaftliches Arbeiten 1 und 2, diverse BWL Fächer (je nach Thema der Ausarbeitung)				
6	Prüfungsformen Bewerteter Vortrag, schriftliche Ausarbeitung				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Leistungsnachweise bestanden				
8	Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der CrPs				
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende Prof. Dr. Thomas Keil				
10	Verwendung in anderen Studiengängen				
11	Sonstige Informationen				
12	Literatur themenabhängig				

Bachelor Thesis					
Veranstaltung: Bachelor Thesis					
<i>Workload</i> 300 h	<i>Credits</i> 12	<i>Semester</i> 4	<i>Sprache</i> Deutsch/Englisch	<i>Praxisbericht</i> Nein	<i>Dauer</i> 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext		Kontaktzeit 0 h	Selbststudium 0 h 150 h 150 h	Gruppengröße 35 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden sind in der Lage, in einem vorgegebenen Zeitraum für eine im Zusammenhang mit dem beruflichen Umfeld stehende Problemstellung des Fachgebiets Business Administration Lösungsansätze zu entwickeln. Die Vorgehensweise ist wissenschaftlich; das heißt: Die Studierenden wenden die in den Modulen des Studiengangs Business Administration vermittelten Vorgehensweisen und Ergebnisse in nachvollziehbarer Weise an. Dabei zeigen die Studierenden, dass sie die Tragweiten ihrer Vorgehensweisen und Ergebnisse bewerten und die Optimalität der vorgeschlagenen Lösungsansätze oder Lösungen belegbar einschätzen können.				
3	Inhalte Die Bachelor Thesis zeigt: Die Studierenden besitzen hinreichende analytische Fähigkeiten und Fachkompetenz, um komplexe Aufgaben der Praxis in einfache Teilaufgaben aufzubrechen, für diese Lösungsansätze zu entwickeln, Kriterien zur Auswahl der jeweils besten Lösung anzugeben und die favorisierten Teillösungen als Lösung der Gesamtaufgabe darzustellen. Die Ergebnisse sind nachvollziehbar. Die Vorgehensweisen und Überlegungen sind im Dokument der Thesis übersichtlich und verständlich beschrieben. Recherchen (z.B. Literatur, Expertengespräche) sind belegt, ebenso ggf. empirische Untersuchungen (z.B. Befragungen) und ihre Auswertungen. Die Form entspricht anerkannten Standards (Zitate, Quellennachweise, Fußnoten und, soweit sinnvoll: Anhang mit Index, Glossar, Abkürzungsverzeichnis, Bildverzeichnis). Das Dokument ist mit einer Zusammenfassung und einem Inhaltsverzeichnis versehen.				
4	Lehrformen				
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: laut Prüfungsordnung Inhaltlich: laut Prüfungsordnung				
6	Prüfungsformen Bachelor Thesis				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bachelor Thesis bestanden				
8	Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der CrPs				
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende Prof. Dr. Uschi Bicher-Otto und betreuende Referenten				
10	Verwendung in anderen Studiengängen				
11	Sonstige Informationen				

12	Literatur <i>Hängt vom jeweiligen Thema ab.</i>
-----------	---

Bachelor Thesis - Präsentation					
Veranstaltung: Bachelor Thesis - Präsentation					
<i>Workload</i>	<i>Credits</i>	<i>Semester</i>	<i>Sprache</i>	<i>Praxisbericht</i>	<i>Dauer</i>
75 h	3	4	Deutsch/Englisch	Nein	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gruppengröße
	a) Vorlesungen		0 h	0 h	35 Studierende
	b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit		75 h		
	c) Im Unternehmenskontext				
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<i>Die Studierenden können die Ergebnisse ihrer wissenschaftlichen Arbeit strukturiert und verständlich einem Fachpublikum präsentieren. Sie können dabei Ihre Annahmen, Methoden und Ergebnisse begründen, gegen kritische Fragen verteidigen und in einen erweiterten Kontext einordnen.</i>				
3	Inhalte				
	<i>Die Bachelor Thesis zeigt: Die Studierenden besitzen hinreichende analytische Fähigkeiten und Fachkompetenz, um komplexe Aufgaben der Praxis in einfache Teilaufgaben aufzubrechen, für diese Lösungsansätze zu entwickeln, Kriterien zur Auswahl der jeweils besten Lösung anzugeben und die favorisierten Teillösungen als Lösung der Gesamtaufgabe darzustellen. Die Ergebnisse sind nachvollziehbar. Die Vorgehensweisen und Überlegungen sind im Dokument der Thesis übersichtlich und verständlich beschrieben. Recherchen (z.B. Literatur, Expertengespräche) sind belegt, ebenso ggf. empirische Untersuchungen (z.B. Befragungen) und ihre Auswertungen. Die Form entspricht anerkannten Standards (Zitate, Quellennachweise, Fußnoten und, soweit sinnvoll: Anhang mit Index, Glossar, Abkürzungsverzeichnis, Bildverzeichnis). Das Dokument ist mit einer Zusammenfassung und einem Inhaltsverzeichnis versehen.</i>				
4	Lehrformen				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	<i>Formal: laut Prüfungsordnung</i>				
	<i>Inhaltlich: laut Prüfungsordnung</i>				
6	Prüfungsformen				
	<i>Kolloquium</i>				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten				
	<i>Kolloquium bestanden</i>				
8	Stellenwert der Note für die Endnote				
	<i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i>				
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende				
	<i>Prof. Dr. Uschi Bicher-Otto und betreuende Referenten</i>				
10	Verwendung in anderen Studiengängen				
11	Sonstige Informationen				
12	Literatur				
	<i>Hängt vom jeweiligen Thema ab.</i>				

Planspiel					
Veranstaltung: Planspiel					
Workload	Credits	Semester	Sprache	Praxisbericht	Dauer
150 h	6	4	Deutsch	Nein	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext		Kontaktzeit 22,5 h (30 UE) 0 h	Selbststudium 127,5 h	Gruppengröße 35 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach Abschluss dieses Moduls haben die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • im Team ihre sozialen und kreativen Kompetenzen gestärkt, • ihr bisher erworbenes Fach- und Methodenwissen vertieft und sie sind in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> • die strategische Orientierung ihres Unternehmens zu prägen und diese mit umzusetzen, • das Zusammenspiel der einzelnen Unternehmensbereiche zu erkennen und zu antizipieren, • zu erkennen, dass Entscheidungen von Konkurrenten, Marktdaten sowie Determinanten des Wirtschafts-, Politik-, Rechts- und Gesellschaftssystem den eigenen unternehmenspolitischen Handlungsspielraum einschränken, • die Abhängigkeiten sowie die Determinanten von unternehmerischen Entscheidungen zu erkennen und zu berücksichtigen, • in Teams unternehmerische Entscheidungen zu treffen und ihre Wirksamkeit bzw. ihre Konsequenzen zu antizipieren, • wesentliche Aspekte der Unternehmensplanung zu erkennen, kritisch zu beurteilen und mit Mitarbeitern umzusetzen. 				
3	Inhalte Ein virtuelles Unternehmen im Team unter Wettbewerbsbedingungen zum Erfolg bringen Analyse, Aufbereitung, Präsentation von Entscheidungen und deren virtuelle Umsetzung				
4	Lehrformen Präsenzveranstaltung, Planspiel in Gruppen				
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: drei bestandene Praxisberichte Inhaltlich: Wissenschaftliches Arbeiten 1 und 2, diverse BWL Fächer				
6	Prüfungsformen Portfolioprüfung (z.B.: Mitarbeit im Team, üblicherweise Anwesenheitspflicht. Sonderaufgaben, z.B. die Übertragung theoretischer Kenntnisse auf das virtuelle Unternehmen und entsprechende Präsentation; Gruppenpräsentation; Klausur (nach Maßgabe des Dozenten))				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Leistungsnachweise bestanden				
8	Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der CrPs				
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende Prof. Dr. Thomas Keil, Prof. Dr. Karsten Oehler				
10	Verwendung in anderen Studiengängen				

11	Sonstige Informationen <i>Den Studierenden werden Materialien zur eigenständigen Vorbereitung und zum selbstgesteuerten Lernen zur Verfügung gestellt bzw. empfohlen. (Insbesondere das entsprechende Planspielhandbuch; das Studium dieses Handbuches ist unabdingbare Voraussetzung für eine erfolgreiche Teilnahme an diesem Modul.)</i>
12	Literatur <i>Planspielhandbuch einschlägige Literatur zu bestimmten betrieblichen Themenbereichen, z.B. Rechnungswesen, Finanzierung</i>

Auflagenkurs Semester 0					
Grundlagen der BWL					
<i>Workload</i>	<i>Credits</i>	<i>Semester</i>	<i>Sprache</i>	<i>Praxisbericht</i>	<i>Dauer</i>
100 h	4	0	deutsch	nein	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gruppengröße
	a) Vorlesungen		3 h (4 UE)		35 Studierende
	b) Digitale Vorlesungen		7,5h (10 UE)		
	c) Selbststudium			89,5 h	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	Der Auflagenkurs vermittelt die Grundlagen der BWL. Nach Abschluss dieser Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage,				
	<ul style="list-style-type: none"> • die Grundlagen zum Aufbau und zur Funktionsweise von Unternehmen aus der Perspektive des Unternehmens als offene, dynamische, soziale Systeme zu verstehen, • die wesentlichen Grundproblemstellungen und Lösungsansätze aus den führungsrelevanten Bereichen zu erkennen, • die konstitutiven Entscheidungen einer Unternehmung nachzuvollziehen, kritisch zu beurteilen und unterstützend zu begleiten. 				
3	Inhalte				
	<ul style="list-style-type: none"> • Die Betriebswirtschaftslehre im System der Wissenschaften; • Darstellung wesentlicher Grundlagen: <ul style="list-style-type: none"> ○ Unternehmen als offene, dynamische soziale Systeme; ○ Vermittlung von Grundbegriffen; ○ Überblick: Güter- und Finanzströme im Unternehmensprozess; ○ konstitutive Entscheidungen (Rechtsformwahl, Standortentscheidungen sowie Kooperationen) ○ Grundzüge einer Unternehmensstrategie ○ Methoden und Tools der BWL. 				
4	Lehrformen				
	Digital bereitgestellte Vorlesungen plus Skript mit weiterführenden Literaturhinweisen und Übungsaufgaben sowie gecoachtes Selbststudium.				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	Formal: keine Inhaltlich: keine				
6	Prüfungsformen				
	Klausur. Andere Prüfungsformen sind nach Maßgabe des Dozenten möglich, sofern sie das Lernergebnis in gleichem Maße unterstützen. Die Prüfungsform wird von den Dozierenden zu Beginn des Semesters verbindlich kommuniziert.)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten				
	Bestehen der Prüfung				
8	Stellenwert der Note für die Endnote				
	Gewichtung entsprechend der CrPs				
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende				
	Modulverantwortlich: Prof. Dr. Thomas Keil; weitere Lehrende: Prof. Dr. Karsten Oehler, Prof. Dr. Rieke Engelhardt, wechselnde Professoren und Dozierende des Fachbereichs				
10	Verwendung in anderen Studiengängen				
	BBA, BBIM				

11	Sonstige Informationen
12	<p>Literatur</p> <p><i>Bea, F.X., Friedl, B. & Schweitzer, M. (2009): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Band 1: Grundfragen (10. Aufl.). Stuttgart: UTB.</i></p> <p><i>Thommen, J.-P. & Achleitner, A.-K. (2016): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht (8. Aufl.). Wiesbaden: Gabler.</i></p> <p><i>Vahs, D. & Schäfer-Kunz, J. (2015): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre (7. Aufl.). Stuttgart: Schäffer-Poeschel.</i></p> <p><i>Weber, W. & Kabst, R. & Baum, M. (2015): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre (9. Aufl.). Wiesbaden: Gabler.</i></p> <p><i>Wöhe, G. & Döring, U. & Drösel, G. (2020): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre (27. Aufl.). München: Vahlen.</i></p> <p><i>Woll, A. (2008): Wirtschaftslexikon (10. Aufl.). München: Oldenbourg.</i></p> <p><i>Weitere Wirtschaftslexika: Gabler Wirtschaftslexikon oder Handelsblatt Wirtschaftslexikon.</i></p>

Auflagenkurs Semester 0					
Veranstaltung: Englisch 2: Business English					
<i>Workload</i>	<i>Credits</i>	<i>Semester</i>	<i>Sprache</i>	<i>Praxisbericht</i>	<i>Dauer</i>
100 h	4	0	Englisch	Nein	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Digitale Vorlesungen c) Im Unternehmenskontext		Kontaktzeit 15 h (20 UE)	Selbststudium 85h	Gruppengröße 35 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>The students will acquire business and professional language and communication skills on C1-Level. This will enable them to take part in professional communication, to pose clear questions and to produce written work.</i>				
3	Inhalte <i>These skills will be taught:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Conducting and moderating discussions in a business context • Analyzing company reports; • Reporting and presentation of results <i>The topics covered:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Industry and Companies • Globalization and Economic policy • Corporate strategy and structure • Sustainability. 				
4	Lehrformen Vorlesung (interaktiv)				
5	Teilnahmevoraussetzungen <i>Formal: keine, Inhaltlich: Englisch I</i>				
6	Prüfungsformen <i>Online-Test, Präsentationen und Quizze (Andere Prüfungsformen sind nach Maßgabe der Dozierenden möglich, sofern sie das Kursziel gleichermaßen unterstützen. Die Prüfungsform wird von den Dozierenden zu Beginn des Semesters verbindlich kommuniziert und erläutert.)</i>				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten <i>Bestehen aller Prüfungsformen</i>				
8	Stellenwert der Note für die Endnote <i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i>				
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende <i>Modulverantwortlich: Prof. Dr. Thomas Keil; Lehrende: Robin Buck, Marcella Marburger</i>				
10	Verwendung in anderen Studiengängen BBWL				
11	Sonstige Informationen				
12	Literatur <i>Gore, S. & Smith, D. G. (2014): English for Socializing and Smalltalk. Berlin.</i> <i>Grussendorf, M. (2007): English for Presentations. Berlin.</i> <i>Hughes, J. (2008): Success with BEC Vantage, Student's Book. Oxford.</i> <i>Murphy, R. (2019): English Grammar in Use. Cambridge.</i>				

Smith, D. G. (2013): English for Telephoning. Berlin.

Stevens, J. (2010): Business Grammar no Problem. Berlin.

Thomson, K. (2017): English for Meetings. Berlin

Auflagenkurs Semester 0					
Veranstaltung: Rechnungswesen 2: Internes Rechnungswesen					
<i>Workload</i>	<i>Credits</i>	<i>Semester</i>	<i>Sprache</i>	<i>Praxisbericht</i>	<i>Dauer</i>
100 h	4	0	Deutsch	Nein	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gruppengröße
	a) Vorlesungen		30 h (40 UE)	70 h	35 Studierende
	b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit				
	c) Im Unternehmenskontext				
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p>Aufbauend auf den Lehrveranstaltungen Einführung in die BWL, Mathematik und Rechnungswesen 1 lernen die Studierenden wichtige Methoden und Instrumente der Kosten- und Leistungsrechnung anzuwenden. Nach Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, unterschiedliche Themenstellungen bezüglich des Einsatzes der Kosten- und Leistungsrechnung zu unterscheiden, zu bewerten und geeignete Werkzeuge zu identifizieren. Die Studierenden entwickeln und bewerten mögliche Antworten auf unternehmerische Entscheidungsprobleme, wie z.B. Preis- und Sortimentspolitik, das optimale Produktionsprogramm, Eigenfertigung oder Fremdbezug etc. Ebenso sind sie in der Lage, den Beitrag einzelner Teile eines Betriebes/ Unternehmens zum Betriebserfolg zu ermitteln und zu analysieren.</p>				
3	Inhalte				
	<p>Grundlagen und Teilbereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kostentheorie • Kostenartenrechnung • Kostenstellenrechnung • Kostenträgerrechnung (Kostenträgerstückrechnung und Kostenträgerzeitrechnung) • Deckungsbeitragsrechnungen • Plankostenrechnungen 				
4	Lehrformen				
	Vorlesung				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	<p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: Einführung in die BWL, Wirtschaftsmathematik, Rechnungswesen 1</p>				
6	Prüfungsformen				
	90-minütige Abschlussklausur				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten				
	Klausur bestanden				
8	Stellenwert der Note für die Endnote				
	Gewichtung entsprechend der CrPs				
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende				
	Prof. Dr. Karsten Oehler, Michael Birk				
10	Verwendung in anderen Studiengängen				
11	Sonstige Informationen				
12	Literatur				
	Däumler, K.-D. & Grabe, J. (2013): Kostenrechnung 1 (11.Aufl.). Herne/Berlin.				

- Däumler, K.-D. & Grabe, J. (2013): Kostenrechnung 2 (10.Aufl.). Herne/Berlin.*
- Däumler, K.-D. & Grabe, J. (2015): Kostenrechnung 3 (9.Aufl.). Herne/Berlin.*
- Coenenberg, A. (2016): Kostenrechnung und Kostenanalyse (9. Aufl.). Stuttgart*
- Fischbach, S. (2022): Grundlagen der Kostenrechnung (8. Aufl.). München*
- Haberstock, L. (2008): Kostenrechnung I: Einführung (13. Aufl.). Berlin.*
- Olfert, K. (2018): Kostenrechnung (18. Aufl.). Herne.*
- Riebel, P. (1994): Einzelkostenrechnung und Deckungsbeitragsrechnung (7. Aufl.). Wiesbaden.*
- Koeder, K.W. & Schmorleiz, W. (2004): Jahresabschluss (6. Aufl.). Stuttgart.*
- Schmolke, S. & Deitermann, M., Rückwart, W. (2022): Industrielles Rechnungswesen IKR (51. Aufl.). Darmstadt.*
- Weber, J. & Weißenberger, B. (2021): Einführung in das Rechnungswesen (10. Aufl.). Stuttgart.*

Auflagenkurs Semester 0					
Veranstaltung: Produktion und Kosten, Materialwirtschaft					
Workload	Credits	Semester	Sprache	Praxisbericht	Dauer
150 h	6	0	Deutsch	Ja	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gruppengröße
	a) Vorlesungen b) Digitale Vorlesungen c) Im Unternehmenskontext		37,5 h (50 UE)	112,5 h	35 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p>Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, Produktion als Grundfunktion des betrieblichen Leistungssystems zu beschreiben. Weiterhin werden die Studenten befähigt, grundlegende Aspekte der Materialwirtschaft und der Kostentheorie zu definieren. Die Studierenden identifizieren die in diesem Funktionsbereich zu lösenden Planungs- und Entscheidungsprobleme auf strategischer, taktischer und operativer Ebene und können die hierfür jeweils relevanten Beurteilungskriterien anwenden. Sie sind in der Lage, grundlegende Planungsverfahren in der Produktion zur Lösung der genannten Probleme auszuwählen und ihren Einsatz kritisch zu beurteilen.</p> <p>Aufbauend auf der Lehrveranstaltung Einführung in die BWL werden in dieser Veranstaltung die produktions- und kostentheoretischen Problemstellungen und Lösungen der Betriebswirtschaftslehre vertieft, wobei durch Einbettung praxisbezogener Beispiele jeweils der unmittelbare Bezug zum Unternehmensgeschehen hergestellt wird. Die Studierenden können den Nutzen der Methoden branchenübergreifend im Unternehmenskontext darstellen und illustrieren. Neben den etablierten Lehransätzen werden in maßgeblichem Umfang neuere Verfahren der Produktion, der Produktionsorganisation und des innerbetrieblichen Warenflusses vorgestellt. Die Teilnehmer dieses Moduls werden befähigt, Entscheidungstatbeständen der betrieblichen Materialwirtschaft einzuordnen und somit die notwendigen methodischen Anwendungen zu nutzen. Weiterhin sind die Studierenden in der Lage, die Perspektive der Logistik als flussorientiertes Steuerungskonzept der Unternehmensführung zu identifizieren.</p> <p>Die Reflektion des Gelernten wird insbesondere im Rahmen der zu diesem Modul zugehörigen akademisch angeleiteten Berufspraxis sichergestellt.</p>				
3	Inhalte				
	<p>Aufgaben und Ziele der Produktionswirtschaft</p> <ul style="list-style-type: none"> • Überblick über den realgüterwirtschaftlichen Bereich im Betrieb, • Wesen der Produktion, • Gütertypologien, • Produktionswirtschaftliche Grundbegriffe, • innerbetrieblicher Warenfluss, • Produktionsfunktionen (insb. Leontief-Technologie und Gutenberg-Technologie), • Limitationale /substitutionale Faktoreinsatzverhältnisse, • Fertigungstypen, • Organisationstypen der Fertigung, • Produktionsprogramm- und -Mengenplanung, • Produktionsoptimierung und -kontrolle, • Maschinenbelegungsplanung ohne/mit Kapazitätsengpässen, • Kostenfunktionen, • Kostenverläufe, • Anpassungen an Schwankungen, • Wahl der Fertigungstiefe, • Grundlagen der Produktionsplanung- und -steuerung 				

	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Industrie 4.0</i> <p><i>Aufgaben und Ziele von Beschaffung und Materialwirtschaft</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>strategisch-taktische Beschaffungsplanung,</i> • <i>Sourcing-Konzepte,</i> • <i>Make-or-Buy-Entscheidungen,</i> • <i>Kriterien und Methoden der Lieferantenauswahl,</i> • <i>Vorgehensweise und Zwecksetzungen der Materialklassifikation,</i> • <i>Wahl der Bevorratungsstrategie,</i> • <i>Bedarfsplanung und -prognose,</i> • <i>Bestellmengen- und Sicherheitsbestandsplanung.</i>
4	<p>Lehrformen</p> <p><i>Interaktive, mit Fallstudien durchgezogene Vorlesung .</i></p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p><i>Formal: keine</i></p> <p><i>Inhaltlich: keine</i></p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p><i>Klausur. Andere Prüfungsformen sind nach Maßgabe des Dozenten möglich, sofern sie das Lernergebnis in gleichem Maße unterstützen. Die Prüfungsform wird von den Dozierenden zu Beginn des Semesters verbindlich kommuniziert.)</i></p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p><i>Bestehen aller Prüfungsleistungen</i></p>
8	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p><i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i></p>
9	<p>Modulbeauftragte/r und Lehrende</p> <p><i>Modulverantwortlich: Prof. Dr. Michael Kiesel; weitere Lehrende: Prof. Dr. Peter Holm sowie wechselnde Dozierende des Fachbereichs</i></p>
10	<p>Verwendung in anderen Studiengängen</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p>
12	<p>Literatur</p> <p><i>Arnolds, H. et al. (2010): Materialwirtschaft und Einkauf (11. Aufl.) Wiesbaden, Gabler</i></p> <p><i>Corsten, H. Gössinger R. (2016): Produktionswirtschaft: Einführung in das industrielle Produktionsmanagement (13. Aufl.), Oldenburg</i></p> <p><i>Dinkelbach, W., Rosenberg, O. (2004): Erfolgs- und umweltorientierte Produktionstheorie (5. Aufl.), Berlin, Springer</i></p> <p><i>Kellner, F., Lienland, B. (2018): Produktionswirtschaft: Planung, Steuerung und Industrie 4.0 (1. Aufl.), Berlin, Springer</i></p> <p><i>Kummer, S. [Hrsg.] ,Grün, O., Jammernegg, W. (2013): Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik. (3. Aufl.), München, Pearson Studium</i></p> <p><i>Large, R. (2009): Strategisches Beschaffungsmanagement - eine praxisorientierte Einführung (4. Aufl.), Wiesbaden, Gabler</i></p>

Auflagenkurs Semester 1					
Veranstaltung: Englisch 3: Science-English					
Workload 75 h	Credits 3	Semester 1	Sprache Englisch	Praxisbericht Nein	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen d) Vorlesungen e) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit f) Im Unternehmenskontext		Kontaktzeit 12h (16 UE)	Selbststudium 88 h	Gruppengröße 35 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>The students will acquire scientific and professional language and communication skills on C1-level. This will enable them to prepare and deliver academic papers, and to defend and discuss them.</i>				
3	Inhalte <i>These skills which will be taught:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Scientific discussion, argumentation and debate • Moderation • Academic Writing <i>The topics covered:</i> <ul style="list-style-type: none"> • The Manchester Phrasebank 				
4	Lehrformen <i>Vorlesung (interaktiv)</i>				
5	Teilnahmevoraussetzungen <i>Formal: keine</i> <i>Inhaltlich: Englisch 1 und 2</i>				
6	Prüfungsformen <i>Online-Test, Präsentationen und Quizze.</i> <i>Andere Prüfungsformen sind nach Maßgabe des Dozenten möglich, sofern sie das Lernergebnis gleichermaßen unterstützen. Dies wird von der Dozentin / dem Dozenten zu Beginn des entsprechenden Semesters, in dem das Modul absolviert wird, verbindlich festgelegt und den Studierenden kommuniziert</i>				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten <i>Bestehen aller Prüfungsformen</i>				
8	Stellenwert der Note für die Endnote <i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i>				
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende <i>Modulverantwortlich: Prof. Dr. Thomas Keil; interne und externe Dozierende</i>				
10	Verwendung in anderen Studiengängen				
11	Sonstige Informationen				
12	Literatur <i>Gore, S. & Smith, D. G. (2014): English for Socializing and Smalltalk. Berlin.</i> <i>Grussendorf, M. (2007): English for Presentations. Berlin.</i> <i>Hughes, J. (2008): Success with BEC Vantage, Student's Book. Oxford.</i> <i>Murphy, R. (2019): English Grammar in Use. Cambridge.</i> <i>Smith, D. G. (2013): English for Telephoning. Berlin.</i> <i>Stevens, J. (2010): Business Grammar no Problem. Berlin.</i> <i>Thomson, K. (2017): English for Meetings. Berlin</i>				

Auflagenkurs Semester 1					
Veranstaltung: Marketing					
Workload	Credits	Semester	Sprache	Praxisbericht	Dauer
125 h	5	1	deutsch	ja	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gruppengröße
	a) Vorlesungen		4 h (6 UE)	103 h	35 Studierende
	b) Digitale Vorlesungen		12 h (16 UE)		
	c) im Unternehmenskontext				
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p>Die Vorlesung fokussiert auf die Prozesse des Unternehmens an seinen Schnittstellen zu den Absatzmärkten. Übergeordnetes Lernziel ist es, den Studierenden einen fundierten Einblick in Problemstellungen und Lösungen des Absatzmarketings zu geben. Zusätzlich zum Marketingmanagementprozess und zur operativen Marketingpolitik werden die Studierenden mit den Grundlagen der Marktforschung vertraut gemacht, wobei auch auf neue, internetbasierte methodische Ansätze eingegangen wird. Nach Abschluss dieses Moduls sollen Studierende Kenntnisse über operative Marketingaufgaben erlangt haben, die Bedeutung des Marketing für den betrieblichen Erfolg erkennen und in der Lage sein, Marketing-Mix-Instrumente anhand vorgegebener Problemstellungen konzeptionell darzustellen und eigenständig methodisch-theoretisch fundierte Lösungsvorschläge zu erarbeiten und anzuwenden.</p>				
3	Inhalte				
	<p>Marketing wird nicht nur in seiner funktionsbezogenen Sichtweise, sondern auch als Perspektive für die Unternehmensführung dargestellt. Dem Marketing kommt die Aufgabe zu, die Schnittstellen des Unternehmens im Lichte einer marktorientierten Managementperspektive zu gestalten. Entsprechend gliedert sich die Vorlesung wie folgt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Das Unternehmen an der Schnittstelle zu externen Märkten • Marketing als Perspektive der Unternehmensführung • Marketingpolitische Entscheidungsbereiche (operative Marketing-Politik) • Der Marketing-Mix als Kernbestandteil des operativen Marketing • Problemstellungen und Konzepte der Produktpolitik • Problemstellungen und Konzepte der Kommunikationspolitik • Problemstellungen und Konzepte der Preispolitik • Problemstellungen und Konzepte der Distributionspolitik • Die Unterstützung von Marketingentscheidungen durch die Marktforschung • Aufgaben und Stellenwert der Marktforschung • Die wichtigsten Methoden der Marktforschung: Stärken und Grenzen der Anwendung • Möglichkeiten und Grenzen der Online-Marktforschung 				
4	Lehrformen				
	Digital bereitgestellte Vorlesungen plus Skript mit weiterführenden Literaturhinweisen und Übungsaufgaben sowie gecoachtes Selbststudium.				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	<p>Formal: keine Inhaltlich: Einführung in die BWL</p>				
6	Prüfungsformen				
	<p>60-minütige Abschlussklausur (5 ECTS).</p> <p>Anstatt der Klausur sind andere Prüfungsformen nach Maßgabe des Dozenten möglich, sofern sie das Lernergebnis gleichermaßen unterstützen. Dies wird von der Dozentin / dem Dozenten zu Beginn des entsprechenden Semesters, in dem das Modul absolviert wird, verbindlich festgelegt und den Studierenden kommuniziert.</p>				

7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten <i>Leistungsnachweise bestanden</i>
8	Stellenwert der Note für die Endnote <i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i>
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende <i>Modulverantwortlich: Prof. Dr. Michael Kiesel; weitere Lehrende: Prof. Dr. Hannes Utikal sowie wechselnde Dozierende des Fachbereichs.</i>
10	Verwendung in anderen Studiengängen
11	Sonstige Informationen
12	Literatur <i>Backhaus, K. & Voeth, M. (2014): Industriegütermarketing (10. Aufl.). München: Vahlen.</i> <i>Esch, F.R.; Herrmann, A.; Sattler, H. (2017): Marketing – Eine managementorientierte Einführung. München (5. Aufl.)</i> <i>Herrmann, A., Homburg, C. & Klarmann, M. (Hrsg.). (2014): Handbuch Marktforschung: Methoden – Anwendungen – Praxisbeispiele (4. Aufl.). Wiesbaden: Gabler.</i> <i>Homburg, C. (2016): Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung (5. Aufl.). Wiesbaden.</i> <i>Homburg, C. (2017): Marketingmanagement: Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung (6. Aufl.). Wiesbaden.</i> <i>Koch, J. (2016): Marktforschung: Grundlagen und praktische Anwendungen (7. Aufl.). München.</i> <i>Kotler, P., Armstrong, G.; Harris, L. (2016): Grundlagen des Marketing (5. Aufl.). München.</i> <i>Meffert, H., Burmann, C. & Kirchgeorg, M. (2019): Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele (13. Aufl.). Wiesbaden</i>

Auflagenkurs Semester 1					
Veranstaltung: Controlling					
<i>Workload</i>	<i>Credits</i>	<i>Semester</i>	<i>Sprache</i>	<i>Praxisbericht</i>	<i>Dauer</i>
125 h	5	4	Deutsch	Nein	1 Semester
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gruppengröße	
a) Vorlesungen		4 h (6 UE)	109 h	35 Studierende	
b) Digitale Vorlesung		12 h (16 UE)			
c) Im Unternehmenskontext					
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen					
Nach erfolgreichem Besuch der Veranstaltung:					
<ul style="list-style-type: none"> • haben die Teilnehmer ein grundlegendes Verständnis von der Funktion des Controllings • kennen die Teilnehmer die verschiedenen Ansatzpunkte des Controllings sowie deren Relevanz • sind die Teilnehmer befähigt, mit Methoden der Unternehmenssteuerung betriebliche Situationen zu analysieren, zu bewerten und Lösungsalternativen zu erarbeiten. 					
Inhalte					
<ul style="list-style-type: none"> • Controlling-Konzeptionen, Verortung des Controllings im Führungssystem der Unternehmung • Strategisches und Operatives Controlling • Planung, Budgetierung und Kontrolle • Berichtswesen und Analyse • integrierte Erfolgs- und Finanzsteuerung • Kennzahlen und Kennzahlensysteme 					
Lehrformen					
Digital bereitgestellte Vorlesungen plus Skript mit weiterführenden Literaturhinweisen und Übungsaufgaben sowie gecoachtes Selbststudium.					
Teilnahmevoraussetzungen					
Formal: keine					
Inhaltlich: Einführung in die BWL, Rechnungswesen, Investition und Finanzierung					
Prüfungsformen					
90-minütige Abschlussklausur oder andere Prüfungsform nach Maßgabe des Dozenten/ der Dozentin. Die Prüfungsform wird zu Beginn der Veranstaltung festgelegt und verbindlich kommuniziert.					
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten					
Klausur bestanden					
Stellenwert der Note für die Endnote					
Gewichtung entsprechend der CrPs					
Modulbeauftragte/r und Lehrende					
Prof. Dr. Karsten Oehler					
Verwendung in anderen Studiengängen					
BBWL					
Sonstige Informationen					
Literatur					
Deyhle, A., Eiselmayer, K., Kleinhietpaß, G. (2016): Controller-Praxis (2 Bände) (18. Aufl.). Würthsee-Etterschlag.					
Horváth, P., Gleich, R., Seiter, M. (2019): Controlling (14. Aufl.). München.					
Horváth & Partners (2016): Das Controllingkonzept (8. Aufl.). München.					

Reichmann, T. u. a. Autoren (2017): Controlling mit Kennzahlen (9. Auflage), München

Rieg, R., (2015): Planung und Budgetierung: Was wirklich funktioniert, (2. Auflage) Wiesbaden.

Weber, J., Schäffer, U. (2020): Einführung in das Controlling (16. Aufl.). Stuttgart.

Auflagenkurs Semester 1					
Externes Rechnungswesen					
Workload 100 h	Credits 4	Semester 1	Sprache deutsch	Praxisbericht Nein	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen d) Vorlesungen e) Digitale Vorlesungen f) Im Unternehmenskontext		Kontaktzeit 4 h (6 UE) 12 h (16 UE)	Selbststudium 84 h	Gruppengröße 35 Studierende
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p><i>Diese Lehrveranstaltung ist in 2 Teile gegliedert: Zunächst werden grundlegende Kenntnisse und Zusammenhänge des externen Rechnungswesens vermittelt. Im Mittelpunkt stehen dabei das buchhalterische System und die Buchungstechnik. Aufbauend auf diesen Grundlagen werden im zweiten Teil weiterführende Kenntnisse der Buchführung, Bilanzierung und insbesondere des Jahresabschlusses auf Basis von HGB sowie internationaler Rechnungslegung (IFRS) vermittelt.</i></p> <p><i>Nach Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, Buchungsvorgänge durchzuführen, die Vermögenslage von Unternehmen sachlich und inhaltlich zu untersuchen, Bilanzen sowie Jahresabschlüsse zu erstellen, zu analysieren sowie Entscheidungen bei Bewertungsspielräumen zu treffen.</i></p> <p><i>Diese Lehrveranstaltung befasst sich mit einem entscheidungsunterstützenden Werkzeug, dem in der wirtschaftlichen Praxis große Bedeutung zukommt. Die Relevanz dieser entscheidungsunterstützenden Funktion wird anhand konkreter Beispiele aus der Unternehmenspraxis (veröffentlichte Bilanzen, Jahresabschlüsse, freigegebene Daten aus den Unternehmen der Studierenden und Dozenten) vermittelt.</i></p>				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Überblick über klassische Teilgebiete und Aufgaben des Rechnungswesens • Grundzüge der Finanzbuchhaltung (GoB, Bestandsrechnung, Inventur und Inventar, Buchungskreislauf, Erfolgsrechnung, GKR, IKR) • Begriff und gesetzliche Grundlagen des Jahresabschlusses • Bilanz (Arten und Aufgaben, Grundsätze, Maßgeblichkeit, Gliederung, Bewertung und Bewertungsmaßstäbe) • Erfolgsrechnung (Gewinn- und Verlustrechnung, Aufgaben und Aufbau, Form, Prinzipien) • Anhang und Lagebericht (Aufgaben, Aufstellung, Inhalt) • Bedeutung der Jahresabschlussprüfung • Grundlagen der internationalen Rechnungslegung 				
4	<p>Lehrformen</p> <p><i>Digital bereitgestellte Vorlesungen plus Skript mit weiterführenden Literaturhinweisen und Übungsaufgaben sowie gecoachtes Selbststudium.</i></p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p><i>Formal: keine</i></p> <p><i>Inhaltlich: Einführung in die BWL</i></p>				
6	<p>Prüfungsformen</p> <p><i>60-minütige Abschlussklausur (5 ECTS).</i></p> <p><i>Anstatt der Klausur sind andere Prüfungsformen nach Maßgabe des Dozenten möglich, sofern sie das Lernergebnis gleichermaßen unterstützen. Dies wird von der Dozentin / dem Dozenten zu Beginn des entsprechenden Semesters, in dem das Modul absolviert wird, verbindlich festgelegt und den Studierenden kommuniziert.</i></p>				
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p><i>Klausur bestanden</i></p>				
8	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p>				

	<i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i>
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende <i>Modulverantwortlich: Daniel Momberg; weitere Lehrende: Prof. Dr. Karsten Oehler sowie wechselnde Dozierende des Fachbereichs</i>
10	Verwendung in anderen Studiengängen <i>BBWL, BIM</i>
11	Sonstige Informationen
12	Literatur <i>Baetge J. & Kirsch, H.-J. & Thiel, S. (2017): Bilanzen (14. Aufl.). Düsseldorf.</i> <i>Coenenberg, A. & Haller, A. & Schultze, W. (2016): Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse (24. Aufl.). Stuttgart.</i> <i>Koeder, K.W. & Schmorleiz, W. (2004): Jahresabschluss (6. Aufl.). Stuttgart.</i> <i>Kudert, St. & Sorg, P. (2016): Rechnungswesen leicht gemacht (7. Aufl.). Berlin</i> <i>Pellens, B & Fülbier, R. & Gassen, J. & Sellhorn, T. (2017): Internationale Rechnungslegung (10. Aufl.). Stuttgart</i> <i>Reimers, J.L. (2011): Financial Accounting: A Business Process Approach (3rd Ed.). Boston.</i> <i>Schmolke, S. & Deitermann, M., Rückwart, W. (2018): Industrielles Rechnungswesen IKR (47. Aufl.). Darmstadt.</i> <i>Weber, J. & Weißenberger, B. (2015): Einführung in das Rechnungswesen (9. Aufl.). Stuttgart.</i> <i>Wöhe, G. & Kußmaul, H. (2018): Grundzüge der Buchführung und Bilanztechnik (10. Aufl.). München.</i>

Auflagenkurs Semester 1					
Veranstaltung: Investition und Finanzierung					
Workload	Credits	Semester	Sprache	Praxisbericht	Dauer
125 h	5	1	Deutsch	Nein	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gruppengröße
	a) Vorlesungen		4 h (6 UE)	109 h	35 Studierende
	b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit		12 h (16 UE)		
	c) Im Unternehmenskontext				
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p>Zielsetzung ist, den Studierenden finanzwirtschaftliche Grundbegriffe, Grundlagen des Finanzmanagements, die unterschiedlichen Arten von Finanzierungsmöglichkeiten und deren Optimierung in anschaulicher und praxisrelevanter Weise näher zu bringen sowie Begriff, Arten von Investitionen, die bei Investitionsentscheidungen auftretenden Probleme und entsprechende Lösungsansätze zu vermitteln. Nach Absolvierung dieses Moduls können Studierende Finanzpläne erstellen, die unternehmerischen Auswirkungen von Eigen- und Fremdfinanzierung analysieren und Finanzierungspläne für konkrete Ausgangssituationen sowie Zielfunktionen aufstellen und optimieren. Ebenso sind sie in der Lage, Investitionsentscheidungsprozesse zu planen sowie Investitionsrechenverfahren und in der Praxis gängige Bewertungsverfahren anzuwenden sowie kritisch zu hinterfragen.</p>				
3	Inhalte				
	<p>Finanzmathematik</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zinsrechnung • Rentenrechnung • Tilgungsrechnung <p>Investition:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Investitionsbegriffe • Arten der Investition • Phasen des Investitionsentscheidungsprozesses • Investitionsrechenverfahren: statisch vs. Dynamisch <p>Finanzierung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Finanzmanagement: Finanzplanung, Finanzkontrolle, Kennzahlen des Finanzmanagements • Vermögens- und Kapitalstruktur • Innen- vs. Außenfinanzierung; Eigen- vs. Fremdfinanzierung • Kreditsubstitute 				
4	Lehrformen				
	<p>Digital bereitgestellte Vorlesungen plus Skript mit weiterführenden Literaturhinweisen und Übungsaufgaben sowie gecoachtes Selbststudium.</p>				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	<p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: Einführung in die BWL</p>				
6	Prüfungsformen				
	<p>60-minütige Abschlussklausur (5 ECTS).</p> <p>Anstatt der Klausur sind andere Prüfungsformen nach Maßgabe des Dozenten möglich, sofern sie das Lernergebnis gleichermaßen unterstützen. Dies wird von der Dozentin / dem Dozenten zu Beginn des entsprechenden Semesters, in dem das Modul absolviert wird, verbindlich festgelegt und den Studierenden kommuniziert.</p>				

7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten <i>Klausur bestanden</i>
8	Stellenwert der Note für die Endnote <i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i>
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende <i>Prof. Dr. Uschi Bicher-Otto, Prof. Dr. Michael Kiesel</i>
10	Verwendung in anderen Studiengängen <i>BBWL</i>
11	Sonstige Informationen
12	Literatur <i>Becker, P. & Peppmeier, A. (2022): Investition und Finanzierung; Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft (9. Aufl.), Heidelberg.</i> <i>Eilenberger, G. & Ernst, D. & Toebe, M. (2012): Betriebliche Finanzwirtschaft (8. Aufl.). München.</i> <i>Ermschel, U. & Möbius, C. & Wengert, H. (2016): Investition und Finanzierung (4. aktualisierte und korrigierte Aufl.), Heidelberg.</i> <i>Hölscher, R. & Helms, N. (2017): Investition und Finanzierung (2. Aufl.), Berlin.</i> <i>Kruschwitz, L. & Lorenz, D. (2019): Investitionsrechnung (15. Aufl.), Berlin.</i> <i>Kruschwitz, L. (2018): Finanzmathematik: Lehrbuch der Zins-, Renten-, Tilgungs-, Kurs- und Renditerechnung (6., überarbeitete Aufl.), Berlin.</i> <i>Olfert, K. (2017): Finanzierung (17. Aufl.), Herne.</i> <i>Pape, U. (2018): Grundlagen der Finanzierung und Investition: Mit Fallbeispielen und Übungen (4. Aufl.), Berlin.</i> <i>Perridon, L. & Steiner, M. & Rathgeber, A. (2016): Finanzwirtschaft der Unternehmung (17. Aufl.), München.</i> <i>Wöhe, G. & Bilstein, J. & Ernst, D. & Häcker, J. (2013): Grundzüge der Unternehmensfinanzierung (11. Aufl.). München.</i>

Auflagenkurs Semester 1					
Veranstaltung: Personalmanagement					
Workload 125 h	Credits 5	Semester 1	Sprache Deutsch	Praxisbericht nein	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext		Kontaktzeit 4 h (6 UE) 16h (20 UE)	Selbststudium 105 h	Gruppengröße 35 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Das Modul verfolgt das Ziel, die Studierenden mit allen grundsätzlichen Fragen des Personalwesens aus betriebswirtschaftlicher und psychologischer Sicht vertraut zu machen: Die Studierenden kennen die relevanten Entscheidungsbereiche im Personalwesen und können die zentralen Theorien und Instrumente selbständig beurteilen und anwenden.</i>				
3	Inhalte <i>Verdeutlichung der Vorgehensweisen und aktuellen Entwicklungen in den Bereichen:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Aufgaben und Ziele des Personalwesens • Organisationsstrukturen von Personalarbeit • Personalbedarfsermittlung • Personalbeschaffung • Personaleinsatz • Personalmotivation • Honorierung • Personalentwicklung • Personalfreistellung 				
4	Lehrformen <i>Digital bereitgestellte Vorlesungen plus Skript mit weiterführenden Literaturhinweisen und Übungsaufgaben sowie gecoachtes Selbststudium.</i>				
5	Teilnahmevoraussetzungen <i>Formal: keine</i> <i>Inhaltlich: Einführung in die BWL</i>				
6	Prüfungsformen <i>60-minütige Abschlussklausur (5 ECTS).</i> <i>Anstatt der Klausur sind andere Prüfungsformen nach Maßgabe des Dozenten möglich, sofern sie das Lernergebnis gleichermaßen unterstützen. Dies wird von der Dozentin / dem Dozenten zu Beginn des entsprechenden Semesters, in dem das Modul absolviert wird, verbindlich festgelegt und den Studierenden kommuniziert.</i>				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten <i>Prüfungsleistung bestanden</i>				
8	Stellenwert der Note für die Endnote <i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i>				
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende <i>Prof. Dr. Thomas Keil, Prof. Dr. Rieke Engelhardt, Prof. Dr. Stefan Klingelhöfer</i>				
10	Verwendung in anderen Studiengängen <i>BBWL</i>				
11	Sonstige				

12	Literatur <i>Bröckermann, R. (2016): Personalwirtschaft (7. Aufl.). Stuttgart.</i> <i>Scholz, C., & Scholz, T. (2018). Grundzüge des Personalmanagements. Vahlen.</i> <i>Stock-Homburg, R., & Groß, M. (2019): Personalmanagement: Theorien–Konzepte–Instrumente. Springer-Verlag.</i>