

Modulhandbuch

für den Bachelorstudiengang Betriebswirtschaftslehre (BWL)

Stand: September 2024



Inhaltsverzeichnis:

Einführung	1
Einführungsphase	8
Grundlagen Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensführung	9
Grundlagen Buchführung und Kostenrechnung	12
Grundlagen Personal und Organisation.....	14
Grundlagen Informationswirtschaft	16
Grundlagen Produktions- und Logistikwirtschaft	19
Business English.....	21
Grundlagen Marketing und Marktforschung	23
Mathematische und Statistische Anwendungen	25
Wirtschaftsrecht	27
Grundlagen Controlling und Externe Rechnungslegung	29
Softskills I.....	31
International Business Communication.....	32
Betriebliches Finanzmanagement und Steuerlehre	34
Projektmanagement.....	37
Business-to-Business-Marketing und Verhandlungsmanagement	39
ERP-Systeme	41
Wahlpflichtmodul I.....	43
Praxissemester	44
Human Resources Development (Schwerpunkt Human Resources Management)	45
Change Management (Schwerpunkt Human Resources Management)	47
Investitions- und Finanzierungspolitik (Schwerpunkt Finanzwirtschaft)	49
Finanzmanagement (Schwerpunkt Finanzwirtschaft)	51
Strategisches Marketing (Schwerpunkt Marketing)	53
Digitales Marketing (Schwerpunkt Marketing)	55
Allgemeine Volkswirtschaftslehre	57
Environmental Social Governance.....	59
Softskills II	61
Auslandsstudium (optional als Mobilitätsfenster)	62
International Management (Schwerpunkt International Management).....	63
Intercultural Management (Schwerpunkt International Management).....	65
Rechnungswesen - Ausgewählte Trends (Schwerpunkt Rechnungswesen / Controlling) ..	67
Controlling – Ausgewählte Trends (Schwerpunkt Rechnungswesen / Controlling).....	69
Geschäftsprozess-Modellierung (Schwerpunkt Wirtschaftsinformatik).....	71
E-Commerce (Schwerpunkt Wirtschaftsinformatik).....	73

Methoden	75
Spezielle Volkswirtschaftslehre	77
Wahlpflichtmodul II	79
Produktion und Logistik im Spiegel der Digitalisierung (Schwerpunkt)	80
Entrepreneurship und Innovation (Schwerpunkt)	82
Digitales Informationsmanagement (Schwerpunkt)	83
Masterstudium oder Arbeitsmarkt.....	86
Bachelorarbeit.....	88

Einführung

Dieses Modulhandbuch bezieht sich in seinen Ausführungen auf die Bachelorprüfungsordnung der Hochschule Bremerhaven für den Studiengang Betriebswirtschaftslehre (Fachspezifischer Teil) vom 3. September 2024.

Curriculum

Im Folgenden wird exemplarisch der ideale Studienverlaufsplan dargestellt.

Studienverlaufsplan Betriebswirtschaftslehre							CP
Sem. 1	Einführungsphase	Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensführung	Buchführung und Kostenrechnung	Personal und Organisation	Informationsmanagement und Business Tools	Produktions- und Logistikwirtschaft	30
Sem. 2	Business English	Marketing und Marktforschung	Mathematische und Statistische Anwendungen	Wirtschaftsrecht	Controlling und Externe Rechnungslegung	Softskills 1	30
Sem. 3	International Business Communication	Betriebliches Finanzmanagement und Steuerlehre	Projektmanagement	Business-to-Business-Marketing und Verhandlungsmanagement	ERP-Systeme	Wahlmodul 1	30
Sem. 4	Praxissemester						30
Sem. 5	Schwerpunktstudium Schwerpunkt 1 – Human Resources Management Schwerpunkt 2 – Finanzwirtschaft Schwerpunkt 3 – Marketing			Allgemeine Volkswirtschaftslehre	Environmental Social Governance	Softskills II	30
Sem. 6	Schwerpunktstudium Schwerpunkt 4 – International Management Schwerpunkt 5 – Rechnungswesen/Controlling Schwerpunkt 6 – Wirtschaftsinformatik			Methoden	Spezielle Volkswirtschaftslehre	Wahlmodul II	30
Sem. 7 1. Hälfte	Schwerpunktstudium Schwerpunkt 1 – Produktion und Logistik im Spiegel der Digitalisierung Schwerpunkt 2 – Entrepreneurship und Innovation Schwerpunkt 3 – Digitales Informationsmanagement				Masterstudium oder Arbeitsmarkt		20
Sem. 7 2. Hälfte	Anfertigung Bachelorarbeit						10
						Summe	210

Die ersten drei Semester findet die Vermittlung klassischen BWL-Grundlagenwissens statt, begleitet durch ein Softskills-Modul im 2. Semester und ein Wahlpflichtmodul im 3. Semester.

Im 4. Semester absolvieren die Studierenden ein komplettes Praxissemester im Umfang von mindestens 20 Wochen, in dem sie ihr bislang erworbenes Wissen anwenden und Praxiserfahrung sammeln. Die Betreuung der Studierenden im Praxissemester erfolgt durch die Professorinnen und Professoren des Studiengangs.

Im 5. und 6. Semester besteht die Wahlmöglichkeit zwischen jeweils drei Schwerpunkten mit jeweils zwei Modulen. Des Weiteren werden jeweils zwei Vertiefungsmodule angeboten. Im 5. Semester wird ein zweites Softskill-Modul angeboten, im 6. Semester ein zweites Wahlmodul.

Das 7. Semester ist in zwei Phasen unterteilt und beginnt in der ersten Hälfte mit einem weiteren Schwerpunktstudium, bei dem die Studierenden zwei aus drei Schwerpunkten wählen. Zudem findet parallel das Modul „Masterstudium oder Arbeitsmarkt“ zur Vorbereitung auf die Berufungspraxis statt. In der zweiten Hälfte des 7. Semesters erfolgt die Anfertigung der Bachelorarbeit sowie deren

Kolloquium ohne weitere Lehrveranstaltungen, was eine volle Konzentration auf die Ausarbeitung und Fertigstellung der Abschlussarbeit ermöglicht.

Arbeitsaufwand und Leistungspunkte

Pro Semester werden einheitlich 30 Credit Points vergeben, sodass eine Gleichverteilung dieser über die sieben Studiensemester erfolgt. Das gesamte BWL-Studium umfasst somit 210 Credit Points.

Für alle Module wird durchgehend ein einheitlicher Workload von 30 Zeitstunden pro Credit Point kalkuliert. Je nach Lehrform unterscheidet sich bei diesen das rechnerische Verhältnis von Präsenz- zu Selbststudienzeit, welches in den jeweiligen Modulbeschreibungen explizit beschrieben wird.

Aus obiger Kalkulation mit einer Zugrundelegung von 30 Stunden pro Credit Point resultiert in der siebensemestrigen Struktur von BWL ein Gesamtworkload für Studierende in Höhe von 6.300 Stunden.

Umgerechnet auf ein Semester, welches 26 Kalenderwochen umfasst, ergibt sich daraus ein durchschnittlicher wöchentlicher Workload von 34, 6 Stunden (= 6.300 Zeitstunden: 7 Tage : 26 Wochen).

Beispielhafter Aufbau einer Modulbeschreibung

Im Folgenden wird am Beispiel des Moduls Einführungsphase erläutert, wie die Modulbeschreibungen aufgebaut sind.

Die erste Angabe der Modulbeschreibung ist der *Titel des Moduls*, so wie er auch in der Prüfungsordnung zu finden ist. Darunter folgt die Kennnummer bzw. der *Modulcode* sowie die Angabe des *Workloads* und der Anzahl der *Credit Points*, die bei erfolgreichem Abschluss des Moduls erworben wird. Die Angabe *Studiensemester* macht kenntlich, in welchem Semester das Modul vorgesehen ist. Ferner gibt der Eintrag unter *Häufigkeit des Angebots* an, ob das Modul im Winter- oder Sommersemester (WiSe / SoSe) stattfindet. Die *Dauer* zeigt, ob das Modul innerhalb eines oder nach 2 Semestern abgeschlossen wird.

Auf den nächsten Seiten sind die Studien- und Modulstruktur (Auszug aus der Prüfungsordnung, Anlage 1) und anschließend die Modulbeschreibungen aller Module im Bachelorstudiengang Betriebswirtschaftslehre zu finden.

Studien- und Modulstruktur im Bachelorstudiengang
Betriebswirtschaftslehre

Prüf. nr.	Sem	Modulcode	Modul / Lehrveranstaltungen	Art	Spr.	SWS	SL	PL	GF	CP
11000	1	1.10	Einführungsphase		D/E	6	PF			5
12000	1	1.20	Grundlagen Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensführung		D/E	3		K	1	5
12100			Einführung in die BWL	Ü	D/E	1,5				
			Unternehmensführung	Ü	D/E	1,5				
13000	1	1.30	Grundlagen Buchführung und Kostenrechnung		D/E	4		K	1	5
13100			Buchführung und Jahresabschluss	S	D/E	2				
			Kostenrechnung	S	D/E	2				
14000	1	1.40	Grundlagen Personal und Organisation		D/E	4		K	1	5
14100			Personal	Ü	D/E	2				
			Organisation	Ü	D/E	2				
15000	1	1.50	Grundlagen Informationswirtschaft		D/E	4		PF	1	5
15100			Informationstechnologie und Business Tools	Ü	D/E	2				
			Informationsmanagement	Ü	D/E	2				
16000	1	1.60	Grundlagen Produktions- und Logistikwirtschaft		D/E	3		PF	1	5
16100			Produktionswirtschaft	Ü	D/E	1,5				
			Logistikwirtschaft	Ü	D/E	1,5				
21000	2	2.10	Business English		E	4		K, R	1	5
21100			Business English 1	Ü	E	2				
			Business English 2	Ü	E	2				
22000	2	2.20	Grundlagen Marketing und Marktforschung		D/E	4		PF	1	5
22100			Marketing	V	D/E	2				
			Marktforschung	Ü	D/E	2				
23000	2	2.30	Mathematische und Statistische Anwendungen		D/E	4		K	1	6
23100			Mathematische Anwendungen	Ü	D/E	2				
			Statistische Anwendungen	Ü	D/E	2				

24000	2	2.40	Wirtschaftsrecht		D/E	6		K	1	5
24100			Bürgerliches Recht und Handelsrecht	V	D/E	4				
			Arbeitsrecht	V	D/E	2				
25000	2	2.50	Grundlagen Controlling und Externe Rechnungslegung		D/E	4		K	1	5
25100			Controlling	S	D/E	2				
			Externe Rechnungslegung	S	D/E	2				
26000	2	2.60	Softskills I (mind. 2)		D/E	4		PF	1	4
26100			Studium Generale	S	D/E	2				
26200			Studium Generale	S	D/E	2				
31000	3	3.10	International Business Communication		E	3		K, R	1	5
31100			International Business Communication	Ü	E	3				
32000	3	3.20	Betriebliches Finanzmanagement und Steuerlehre		D/E	6		K	1	6
32100			Betriebliches Finanzmanagement	V, Ü	D/E	2/2				
			Betriebliche Steuerlehre	V	D/E	2				
33000	3	3.30	Projektmanagement		D/E	4		PF	1	5
33100			Grundlagen des Projektmanagements	V	D/E	2				
			Angewandte Projektarbeit	Ü	D/E	2				
34000	3	3.40	Business-to-Business- Marketing und Verhandlungsmanagement		D/E	4		PF	1	5
34100			Business-to-Business-Marketing	V	D/E	2				
			Verhandlungsmanagement	Ü	D/E	2				
35000	3	3.50	ERP-Systeme		D/E	3		K	1	5
35100			SAP-Rechnungswesen	S	D/E	1,5				
			SAP-Logistik	S	D/E	1,5				
36000	3	3.60	Wahlpflichtmodul 1 (2 von 4)		D/E	4			1	4
36100		3.61	Hot Topics im Marketing	S	D/E	2		M/R/P/PF		
36200		3.62	Arbeits-, Betriebs- und Organisationspsychologie	S	D/E	2		M/R/P/PF		
36300		3.63	Design Thinking	S	D/E	2		M/R/P/PF		
36400		3.64	Aktuelle Trends der IT	S	D/E	2		M/R/P/PF		
40000	4	4.00	Praxissemester	P	D/E	0,1	B			30
			Praxissemester		D/E					

			Kolloquium Praxissemester		D/E	0,1				
50000	5		Schwerpunktstudium 1 (Wahlpflicht zwischen den beiden Modulen aus 5.10, 5.20, 5.30 oder Modul 5.70)		D/E					16
51000	5	5.10	Studienschwerpunkt Human Resources Management		E	8				16
51100		5.11	Human Resources Development	S	E	4		PF	1	8
51200		5.12	Change Management	S	E	4		PF	1	8
52000	5	5.20	Studienschwerpunkt Finanzwirtschaft		D/E	8				16
52100		5.21	Investitions- und Finanzierungspolitik	S	D/E	4		PF	1	8
52200		5.22	Finanzmanagement	S	D/E	4		PF	1	8
53000	5	5.30	Studienschwerpunkt Marketing		D/E	8				16
53100		5.31	Strategisches Marketing	S	D/E	4		PF	1	8
53200		5.32	Digitales Marketing	S	D/E	4		PF	1	8
54000	5	5.40	Allgemeine Volkswirtschaftslehre		D/E	6		K	1	6
54100			Mikroökonomie	V	D/E	3				
			Makroökonomie	V	D/E	3				
55000	5	5.50	Environmental Social Governance		D/E	4		PF	1	4
55100			Nachhaltigkeit und ESG	V	D/E	2				
			Case Studies	V	D/E	2				
56000	5	5.60	Softskills II (mind. 2)		D/E	4		PF	1	4
56100			Studium Generale	S	D/E	2				
56200			Studium Generale	S	D/E	2				
57000	5	5.70	Auslandsstudium 1							30
60000			Schwerpunktstudium 2 (Wahlpflicht zwischen den beiden Modulen aus 6.10, 6.20, 6.30 oder Modul 6.70)							16
61000	6	6.10	Studienschwerpunkt International Management		E	8				16
61100		6.11	International Management	S	E	4		PF	1	8
61200		6.12	Intercultural Management	S	E	4		PF	1	8
62000	6	6.20	Studienschwerpunkt Rechnungswesen/Controlling		D/E	8				16
62100		6.21	Rechnungswesen Ausgewählte Trends	S	D/E	4		PF	1	8
62200		6.22	Controlling Ausgewählte Trends	S	D/E	4		PF	1	8

63000	6	6.30	Studienschwerpunkt Wirtschaftsinformatik		D/E	8				16
63100		6.31	Geschäftsprozess-Modellierung	S	D/E	4		PF	1	8
63200		6.32	E-Commerce	S	D/E	4		PF	1	8
64000	6	6.40	Methoden		D/E	2		PF	1	4
64100			Recherchieren, Schreiben, Präsentieren	Ü	D/E	1				
			Empirische Methoden	Ü	D/E	1				
65000	6	6.50	Spezielle Volkswirtschaftslehre		D/E	4		K	1	6
65100			Wirtschaftspolitik	V	D/E	2				
			Außenwirtschaftslehre	V	D/E	2				
66000	6	6.60	Wahlpflichtmodul II (2 von 4)		D/E	4			1	4
66100		6.61	Unternehmensarchitekturen	S	D	2		M/R/P/PF		
66200		6.62	Organisationsentwicklung	S	D	2		M/R/P/PF		
66300		6.63	Mittelstandsökonomie/Aktuelle Themen aus der Wirtschaftspolitik	S	D/E	2		M/R/P/PF		
66400		6.64	Management Soziale Arbeit	S	D	2		M/R/P/PF		
67000	6	6.70	Auslandsstudium 2							30
70000			Schwerpunktstudium 2 (2 von 3)			8				16
71000	7	7.10	Studienschwerpunkt Produktion und Logistik im Spiegel der Digitalisierung	S	D/E	4		PF	1	8
72000	7	7.20	Studienschwerpunkt Entrepreneurship und Innovation	S	D/E	4		PF	1	8
73000	7	7.30	Studienschwerpunkt Digitales Informationsmanagement	S	D/E	4		PF	1	8
74000	7	7.40	Masterstudium oder Arbeitsmarkt	Ü	D/E	2		PF	1	4
75000	7	7.30	Bachelorarbeit		D/E	0,15		Thesis		10
75100			Bachelorarbeit		D/E				0,75	
75200			Kolloquium		D/E	0,15			0,25	

Erläuterungen und Abkürzungen:

Prüf.-nr.:	Prüfungsnummer (für Prüfungsverwaltung)
Sem:	Semester
Modulcode:	Modulbezeichnung (vom Fachbereich festgelegt)
Art:	Veranstaltungsart (V –Vorlesung, L –Labor, Ü –Übung, S –Seminar)
Spr:	Sprache (D –deutsch, E –englisch)
SWS:	Semesterwochenstunden
SL:	Studienleistung (unbenotet)
PL:	Prüfungsleistung
GF:	Gewichtungsfaktor zur Ermittlung der Modulnote
CP:	Leistungspunkte (Credit-Points) nach dem European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS)

Abkürzungen bei den Studien- und Prüfungsleistungen:

K:	schriftliche Arbeit unter Aufsicht (Klausur)
M:	Mündliche Prüfung
R:	schriftlich ausgearbeitetes Referat
H:	Hausarbeit
P:	Projektarbeit
V:	Praktischer Versuch
B:	Bericht
PF:	Portfolioprüfung

Einführungsphase					
<i>Modulcode</i> 1.10	<i>Workload</i> 150 h	<i>Credits</i> 5	<i>Studiensemester</i> 1	<i>Häufigkeit des Angebots</i> jährlich zum WiSe	<i>Dauer</i> 2 Semester
<i>Lehrveranstaltungen</i> Diverse Formen			<i>Kontaktzeit</i> 6 SWS / 84 h	<i>Selbststudium</i> 66 h	<i>geplante Gruppengröße</i> max. 60 Studierende
Modulverantwortliche/r		Aktuelle*r Vorsitzende*r der Studienkommission			
Lehrende/r		2 hauptamtliche Professor*innen des Studiengangs			
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen		Die Studierenden erlangen geblockt in den ersten drei Semesterwochen eine gute Studienorientierung sowie eine schnelle fachliche und persönliche Integration in den Studiengang. Mit Hilfe spezieller Maßnahmen identifizieren sie sich mit ihrem gewählten Studiengang, erhalten komprimiert einen Gesamtüberblick über das Wesen und die Bedeutung der Betriebswirtschaftslehre als Wissenschaftsdisziplin und lernen die beruflichen Anwendungsfelder, Einsatzmöglichkeiten und Arbeitsmarktperspektiven von BWL-Studierenden kennen.			
Inhalte		<ul style="list-style-type: none"> • Studienprojekte • Exkursionen • Recherche und Präsentation • Grundlagen wissenschaftliches Arbeiten • Akademisches Schreiben • Studienerfolgstechniken • Studententypanalyse • Studierfähigkeitsselbsttests • Study-Work-Life-Balance 			
Didaktisches Konzept / Lehrformen		Komprimierte Einführungsphase mit diversen Maßnahmen zur besseren Studienorientierung und Erhöhung der Studierfähigkeit.			
Teilnahmevoraussetzungen		Keine			
Prüfungsformen		Portfolioprüfung			
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten		bestandene Modulprüfung			
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)		Keine			
Stellenwert der Note für die Endnote		Keine, da Studienleistung ohne Benotung			
Sonstige Informationen		Das Modul schließt mit einer Reflexionsphase in der Mitte des 2. Semesters ab.			
Literatur					

Grundlagen Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensführung					
<i>Modulcode</i> 1.20	<i>Workload</i> 150 h	<i>Credits</i> 5	<i>Studiensemester</i> 1	<i>Häufigkeit des Angebots</i> jährlich zum WiSe	<i>Dauer</i> 1 Semester
<i>Lehrveranstaltungen (Veranstaltungsart)</i> a) Einführung in die BWL (Übung) b) Unternehmensführung (Übung)			<i>Kontaktzeit</i> 3 SWS / 42 h	<i>Selbststudium</i> 108 h	<i>geplante Gruppengröße</i> 2 Gruppen a max. 30 Studierende
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Birte Kemmerling			
Lehrende/r		Prof. Dr. Birte Kemmerling			
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen		<p>Kenntnisse (Wissen)</p> <p>Nach intensivem Durcharbeiten des Moduls verstehen die Studierenden die wesentlichen Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre. Sie lernen die betriebswirtschaftliche Fachsprache anzuwenden, kennen die Ziele und Aufgaben der BWL und gewinnen einen Einblick in wissenschaftliche Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre.</p> <p>Die Studierenden verstehen nach Abschluss dieses Moduls die Grundlagen der Unternehmensführung. Sie verstehen die Relevanz von (Unternehmens-) Strategien, kennen Ansätze zur Strategieentwicklung und die Besonderheiten der Strategieumsetzung. Im Zusammenhang der Strategieumsetzung gewinnen sie Einblicke in die betrieblichen Funktionsbereiche und Organisationsstrukturen.</p> <p>Es wird Wissen zur Lösung betriebswirtschaftlicher Probleme der Unternehmensführung und zum analytischen Denken in betriebswirtschaftlichen Zusammenhängen erworben.</p> <p>Fertigkeiten (Können)</p> <p>Nach intensivem Durcharbeiten des Moduls können die Studierenden in wirtschaftsbezogenen Zusammenhängen denken, Lösungen für unternehmerische Fragestellungen erarbeiten und Maßnahmen für Problemstellungen ableiten. Ausgestattet mit Grundlagenwissen, sind die Studierenden nach Abschluss dieses Moduls in der Lage, ihre Erkenntnisse auch auf zukünftige Wirtschaftsentwicklungen zu übertragen und anwendungsorientiert zu diskutieren.</p> <p>Erste Fähigkeiten zur Führung eines Unternehmens, mindestens jedoch der Umgang mit Stellgrößen der Unternehmensführung im Rahmen von Fallstudien haben die Studierenden nach Abschluss dieses Moduls erworben.</p>			
Inhalte		<p>a) <u>Einführung in die BWL:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und Gegenstand der Betriebswirtschaftslehre (insb. Was ist der Unterschied zwischen dem öffentlichen und privaten Sektor? Was zeichnet Unternehmen/Betriebe aus? Wie lassen sich Unternehmen nach Güterart unterscheiden?) 			

	<p>Was heißt eigentlich „Wirtschaften“? Was sind Märkte? Was sind Stakeholder? Was sind konstitutive Entscheidungen?)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Standortwahl (insb. Wie legen Unternehmen ihre Standorte fest? Welche Standortfaktoren spielen eine Rolle? Wie läuft die Standortbewertung ab?) • Rechtsformentscheidungen (insb. Welche Rechtsformen können unterschieden werden? Welche Besonderheiten gibt es? Welche Rechtsform eignet sich für welches betriebswirtschaftliche Vorhaben?) • Unternehmenskooperationen und -zusammenschlüsse (insb. Welche Marktformen gibt es? Wie können Unternehmen auf Märkten kooperieren? Wie unterscheiden sich Kooperationen von Zusammenschlüssen? Was ist der Unterschied zwischen Mergers und Acquisitions?) • Grundlagen des Rechnungswesens (insb. Was sind die Bestandteile des Jahresabschlusses? Was ist eine Bilanz? Welche Formen der Bilanzveränderungen gibt es? Was beinhaltet die Kapitalflussrechnung? Was ist Bestandteil der Gewinn- und Verlustrechnung? Wie wird die Kostenrechnung durchgeführt? Welche Entscheidungsrechnungen gibt es?) • Vorstellung der Teilgebiete der BWL anhand der Wertschöpfungskette von Porter (insb. Einordnung der Teildisziplinen und auch Eingehen auf aktuelle Trends in den Disziplinen: Was macht der Einkauf? Was macht das Marketing? Wofür ist die Personalabteilung zuständig? Was macht die Logistik? Was passiert in der Produktion?) <p><u>b) Unternehmensführung:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Was ist eine Strategie? (insb. Was zeichnet eine Strategie aus? Wie sehen Strategien unterschiedlicher Unternehmen aus? Wie entwickelt man Strategien?) • Externe Unternehmensanalyse (insb. Analyse von Wettbewerbern, Kunden und Lieferanten im Zusammenhang der Strategieentwicklung) • Interne Unternehmensanalyse (insb. Analyse der internen Ressourcen und Fähigkeiten zur Ableitung der Strategie) • Grundlagen der Strategieumsetzung (insb. Planung und Controlling sowie Organisationsstrukturen) • Unternehmenskultur und Change Management (insb. Einfluss der Strategieumsetzung auf die Unternehmenskultur und Change Management Tools zur Unterstützung der Strategieumsetzung)
Didaktisches Konzept / Lehrformen	Vorlesung, seminaristische Gestaltung und interaktiver Austausch zur Vermittlung von Wissen, Fallstudien, Übungen
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Prüfungsformen	Klausur
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten	Bestandene Modulprüfung
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Keine
Stellenwert der Note für die Endnote	1/42

Sonstige Informationen	
Literatur	<ul style="list-style-type: none">• Vahs/Schäfer-Kunz, 2015: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 7. Auflage• Balderjahn/Specht, 2016: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 7. Auflage• Robbins/Coulter/Fischer 2014: Management – Grundlagen der Unternehmensführung, 12. Auflage• Lippold, 2017: Marktorientierte Unternehmensführung und Digitalisierung

Grundlagen Buchführung und Kostenrechnung					
<i>Modulcode</i> 1.30	<i>Workload</i> 150 h	<i>Credits</i> 5	<i>Studiensemester</i> 1	<i>Häufigkeit des Angebots</i> jährlich zum WiSe	<i>Dauer</i> 1 Semester
<i>Lehrveranstaltungen (Veranstaltungsart)</i> a) Buchführung und Jahresabschluss (Seminar) b) Kostenrechnung (Seminar)			<i>Kontaktzeit</i> 4 SWS / 56 h	<i>Selbststudium</i> 94 h	<i>geplante Gruppengröße</i> 2 Gruppen a max. 30 Studierende
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Claas Legenhausen			
Lehrende/r		Prof. Dr. Claas Legenhausen			
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen		<p>Kenntnisse (Wissen)</p> <p>Die Studierenden haben unterstützt durch wissenschaftliche Lehrbücher ein grundlegendes Wissen über die zentrale Stellung der Finanzbuchhaltung und der Kostenrechnung als Teile des betrieblichen Rechnungswesens erarbeitet.</p> <p>Fertigkeiten (Können)</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, das erarbeitete Wissen durch das Formulieren und Untermauern von Argumenten zu erklären und zu begründen. Es wurden grundlegende Methoden und Anwendungen im Bereich Buchführung, Jahresabschluss sowie Kosten- und Leistungsrechnung und die Fähigkeit zur Lösung von Buchführungsfällen sowie praktischen Anwendungen in der Kosten- und Leistungsrechnung aus der täglichen Praxis im Industriebetrieb erarbeitet.</p> <p>Zu vorgegebenen Aufgabenstellungen können relevante Informationen zu den Elementen der doppelten Buchführung sowie zu den Grenzen der Finanzbuchhaltung und des Nutzens der Kosten- und Leistungsrechnung für die Versorgung eines Unternehmens mit Steuerungsinformationen systematisch gesammelt und dargestellt werden.</p> <p>Durch das Erkennen der Zusammenhänge zwischen konkretem unternehmerischen Handeln und der quantitativen Darstellung der Betriebsabläufe durch die Finanzbuchhaltung sowie die Fähigkeit zur Einordnung der bedeutsamsten Kostenbegriffe und Kostenkategorien können Studierende Informationen innerhalb des Unterrichtes sicher und präzise kommunizieren.</p> <p>Studierende können unter Anleitung ihre Lernprozesse individueller und zielgerichteter gestalten und können mit einem höheren Maß an Selbstlernfähigkeit und Eigenorganisationsfähigkeit ihr Studium im Umfeld Rechnungswesen fortsetzen.</p>			
Inhalte		<p><u>a) Buchführung und Jahresabschluss:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Überblick über das betriebliche Rechnungswesen • Bedeutung der Finanzbuchhaltung als Teil des betrieblichen Rechnungswesens • System der doppelten Buchführung 			

	<ul style="list-style-type: none"> • Buchung eigenkapitalverändernder Vorgänge • Kontenrahmen und Kontenplan • Umsatzsteuer in der Buchführung • Buchungen im Beschaffungs- und Absatzbereich • Buchungen im Zahlungs- und Finanzbereich • Buchungen im Personalbereich • Jahresabschluss in der Buchhaltung • Buchführungsfälle aus der täglichen Praxis <p>b) <u>Kostenrechnung:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Stellung der Kosten- und Leistungsrechnung im betrieblichen Rechnungswesen • Rechnungszwecke der Kosten- und Leistungsrechnung • Grundbegriffe des externen und internen Rechnungswesens • Unterschiede und Verbindungen zwischen Finanzbuchhaltung und Kosten- und Leistungsrechnung • Anderskosten, Zusatzkosten und Abgrenzungsrechnung • Kostenartenrechnung, Kostenstellenrechnung, Kostenträgerstückrechnung • Kostenträgerzeitrechnung • Prinzipien der Kostenzurechnung • Systeme der Kosten- und Leistungsrechnung
Didaktisches Konzept / Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> • Seminaristische Veranstaltung im Computer-Labor mit wechselnden Anteilen an Vorlesung, Gruppendiskussionen und Übungen • Hybride Lern- und Lehrformen in Präsenz und Online; Flipped Classroom • Autonomes Selbststudium in der Studienphase
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Prüfungsformen	Klausur
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten	Bestandene Modulprüfung
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Keine
Stellenwert der Note für die Endnote	1/42
Sonstige Informationen	
Literatur	

Grundlagen Personal und Organisation					
<i>Modulcode</i> 1.40	<i>Workload</i> 150 h	<i>Credits</i> 5	<i>Studiensemester</i> 1	<i>Häufigkeit des Angebots</i> jährlich zum WiSe	<i>Dauer</i> 1 Semester
<i>Lehrveranstaltungen (Veranstaltungsart)</i> a) Personal (Übung) b) Organisation (Übung)			<i>Kontaktzeit</i> 4 SWS / 56 h	<i>Selbststudium</i> 94 h	<i>geplante Gruppengröße</i> 2 Gruppen a max. 30 Studierende
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Birgit Vock-Wannewitz			
Lehrende/r		Prof. Dr. Birgit Vock-Wannewitz			
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen		<p>Kenntnisse (Wissen)</p> <p>Entlang einer klar definierten Struktur – dem sog. ‚employee life cycle‘ wissen Studierende nach intensiver Auseinandersetzung mit den Inhalten dieses Moduls:</p> <ul style="list-style-type: none"> • welche Aufgaben es im Bereich ‚Personal‘ und ‚Organisation‘ gibt und welche angrenzenden Schnittstellen (z.B. HR Controlling, HR Informationstechnologie usw.) es gibt • wie ‚Personal-‘ und ‚Organisationsmanagement‘ auf interne (z.B. Unternehmensleitung) und externe (z.B. Arbeitsmarkt) Faktoren einwirken • welche grundlegenden Prozesse im Personal und Organisationsmanagement Einfluss auf den betrieblichen Ablauf nehmen und • welche aktuellen Trends die Entwicklung dieser Themenfelder bestimmen <p>Fertigkeiten (Können)</p> <p>Studierende können bei aktiver Mitarbeit in diesem Modul:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundzüge einer Personalstrategie erarbeiten und daraus konkrete operative Personalmaßnahmen für alle Teilbereiche des ‚employee life cycle‘ ableiten • Organisationsformen und -prozesse beschreiben, und auf unternehmerische Vorhaben anwenden (z.B. startups, Übernahmen, Unternehmensnachfolge) • Personalprozesse und Organisationsformen in Bezug zueinander setzen und erste Ideen zur Optimierung erarbeiten. 			
Inhalte		<p><u>a) Personal</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Einordnung des Fachgebiets und Einflussfaktoren der Personalarbeit • Arbeit im Kontext des Personalmanagements • Strategische Handlungsfelder des Personalmanagements • Employer Branding – Anziehen potenzieller Mitarbeitenden • Personalrekrutierung und onboarding • Personalentwicklung: Lernen, entwickeln, persönliches Wachstum • Vergütung: Tarif-, Lohn und Gehaltsvergütung; Leistungsanreize 			

	<ul style="list-style-type: none"> • Performance Management – Leistung und Verhalten als Grundlage einer Laufbahnentwicklung • Personalplanung und –controlling; Personaldatenmanagement • Mitarbeitenden-Bindung, Exit-Strategien <p><u>b) Organisation:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Strategie, Struktur, Kultur und Systeme einer Organisation • Gestaltung von Organisationen zur effektiven Bearbeitung betrieblicher Aufgaben • Veränderungs- und Management von Organisationen • Organisationsentwicklung • Die lernende Organisation als Grundlage der Personalentwicklung • Zukunft der Organisation: von Aufbau-, und Ablauf- zur ‚teal organisation‘
Didaktisches Konzept / Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> • Vorlesung im seminaristischen Stil, Diskurs im Plenum, faktenbasierte Meinungs- und Urteilsbildung, Austausch zu kontroversen / vielperspektivischen Themen, Reflexion auf individueller und Gruppenebene. • Einbindung von Gastrednern aus der Wirtschaft, Unternehmensbesuche, Messebesuche (z.B. Personal Nord), • Übungen in Kleingruppen, Erarbeitung von Lösungen zu konkreten Fragestellungen, Entwicklung praxisnaher Konzepte des strategischen und operativen Personal- und Organisationsmanagements
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Prüfungsformen	Klausur
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten	Bestandene Modulprüfung
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Keine
Stellenwert der Note für die Endnote	1/42
Sonstige Informationen	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Berthel, J., und Becker, F. G. (2022). Personal-Management, Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit, 12. Aufl.; Schäffer-Poeschel • Oechsler, W.; Paul, Chr. (2015): Personal und Arbeit. Einführung in das Personalmanagement. 10. Aufl,; de Gruyter • Nicolai, Chr.(2021): Personalmanagement. Beck, 7. Auflage • Schreyögg, G. (2016): Grundlagen der Organisation: Basiswissen für Studium und Praxis, Springer/Gabler <p>Dazu aktuelle Beiträge aus Fachzeitschriften wie z.B. Personalführung, aktuelle Meldungen aus der Wirtschaftstagespresse, Studien und Praxispapier der DGFP</p>

Grundlagen Informationswirtschaft					
<i>Modulcode</i> 1.50	<i>Workload</i> 150 h	<i>Credits</i> 5	<i>Studiensemester</i> 1	<i>Häufigkeit des Angebots</i> jährlich zum WiSe	<i>Dauer</i> 1 Semester
<i>Lehrveranstaltungen (Veranstaltungsart)</i> a) Informationstechnologie und Business Tools (Übung) b) Informationsmanagement (Übung)			<i>Kontaktzeit</i> 4 SWS / 56 h	<i>Selbststudium</i> 94 h	<i>geplante Gruppengröße</i> 2 Gruppen a max. 30 Studierende
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Miriam O'Shea			
Lehrende/r		a) Prof. Dr. Miriam O'Shea b) Prof. Dr. Benjamin Wagner vom Berg			
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen		<p>Kenntnisse (Wissen)</p> <p>Nach intensivem Durcharbeiten des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> • haben die Studierenden Kenntnisse über den grundlegenden Aufbau und die prinzipielle Funktionsweise eines modernen Rechners im Vernetzungskontext, • erlangen die Studierenden neben dem Verständnis des Anwendungspotenzials digitaler Systeme Wissen in Bezug auf Datenschutz, Informationssicherheit und Umweltimplikationen zur reflektierten Betrachtung des IT-Einsatzes, • verstehen Sie die typische Anwendungslandschaft der im Unternehmenskontext standardisiert eingesetzten Business Tools, • kennen Sie das Konzept betrieblicher Informationssysteme sowie exemplarisch verschiedene Ausprägungen mit ihren typischen Architekturen und Funktionen und • kennen Sie die Bedeutung von Daten und Informationen und die Aufgaben des Informationsmanagements der unterschiedlichen Ebenen <p>Fertigkeiten (Können)</p> <p>Nach intensivem Durcharbeiten des Moduls können die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lösungen zu einfachen Aufgaben konzipieren und mit Hilfe der Business Tools umsetzen, • betriebliche Informationssysteme beurteilen und den betrieblichen Anforderungen entsprechend bewerten • bei den strategischen, taktischen und operativen Aufgaben des Informationsmanagements im Unternehmen mitwirken, z.B. eine IT-Strategie beurteilen und Lösungsansätze für einzelne Problematiken im Rahmen der IT-Strategie entwickeln. • in der Lage sein ein betriebliches insb. betriebswirtschaftliches Problem aufzugreifen und auf Basis von Vorgehensmodellen zu lösen und ein Fachkonzept zu erstellen. 			

Inhalte	<p>Die Ressource Information hat in den letzten Jahren stark an Bedeutung gewonnen. Informationsmanagement ist daher eine zunehmend wichtige Aufgabe in den Unternehmen, die sich mit der Entwicklung und dem Management von informationstechnischen Ressourcen befasst. Das Modul gibt einerseits einen breiten Überblick über die Funktionalität der Informationsverarbeitung, über Anwendungssysteme im Unternehmen und führt andererseits in die strategischen, taktischen und operativen Aufgaben des Informationsmanagements und dessen Werkzeuge / Techniken ein.</p> <p><u>a) Informationstechnologie und Business Tools:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Funktionsweise von Computern und Computational Thinking • Zahlen- und Zeichencodierung (Digitalisierung) • Aufbau und Architektur eines modernen Rechners (CPU, Speicher und Ein-/Ausgabe) • Netze und Vernetzungen • Datenschutz und Informationssicherheit • Umweltimplikationen des IT-Einsatzes • Business Tools: Werkzeuge, Lizenzmodelle, Anwendung <p><u>b) Informationsmanagement:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das Informationsmanagement • Aufgaben des Informationsmanagements • Methoden und Techniken des Informationsmanagements mit Einführung in Prozess- und Datenmodellierung • IT-Controlling • Strategisches Informationsmanagement • Betriebliche Informationssysteme mit Vertiefung in CRM, OLTP und OLAP.
Didaktisches Konzept / Lehrformen	Problemorientierte Wissensvermittlung mit praktischen Laborübungen (Business Tools)
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Prüfungsformen	Portfolioprüfung
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten	Die Vergabe der Leistungspunkte wird im Teilmodul 'Informationstechnologie und Business Tools' über mehrere Aufgaben in einem Portfolio erbracht.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Das Teilmodul 'Informationstechnologie und Business Tools' lässt sich als Teilmodul 'Grundlagen der Informatik in der Logistik' des Studiengangs TWL anrechnen.
Stellenwert der Note für die Endnote	1/42
Sonstige Informationen	Die oder der Prüfende legt zum Beginn der Lehrveranstaltungen die Form für die Prüfung eines Semesters einheitlich fest.
Literatur	<p><u>a) Informationstechnologie und Business Tools:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Stahlknecht, Peter: Einführung in die Wirtschaftsinformatik, Springer Lehrbuch, 11. Auflage, 2004 • Leimeister, Jan Marco: Einführung in die Wirtschaftsinformatik, Springer Gabler, 12. Auflage, 2015 • de Lange, Norbert: Geoinformatik, SpringerSpektrum, 3. Auflage, 2013 <p><u>b) Informationsmanagement:</u></p>

	<ul style="list-style-type: none">• Gadatsch, Andreas: Grundkurs Geschäftsprozess-Management, Springer Vieweg, 7. Auflage, 2012• Krcmar, Helmut: Einführung in das Informationsmanagement, Springer Gabler, 2. Auflage, 2015• Mertens, P.; Bodendorf, F.; König, W.; Schumann, M.; Hess, T.; Buxmann, P.: Grundzüge der Wirtschaftsinformatik. 12. Auflage. Springer Gabler. 2017.• Marx-Gómez, J; Junker, H., Odebrecht, S.: IT-Controlling – Strategien, Werkzeuge, Praxis, Erich Schmidt Verlag, Berlin, 2009.
--	--

Grundlagen Produktions- und Logistikwirtschaft					
<i>Modulcode</i> 1.60	<i>Workload</i> 150 h	<i>Credits</i> 5	<i>Studiensemester</i> 1	<i>Häufigkeit des Angebots</i> jährlich zum WiSe	<i>Dauer</i> 1 Semester
<i>Lehrveranstaltungen (Veranstaltungsart)</i> a) Produktionswirtschaft (Übung) b) Logistikwirtschaft (Übung)			<i>Kontaktzeit</i> 3 SWS / 42 h	<i>Selbststudium</i> 108 h	<i>geplante Gruppengröße</i> 2 Gruppen a max. 30 Studierende
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Oliver Norkus				
Lehrende/r	Prof. Dr. Oliver Norkus				
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen	<p>Kenntnisse (Wissen)</p> <p>Nach intensivem Durcharbeiten des Moduls wissen die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • logistische und produktionswirtschaftliche Grundlagen und deren Zusammenhänge kennenzulernen und in Unternehmensprozessen einzuordnen, • die Kernfunktionen von Produktion und Logistik zu beschreiben, • Probleme und Lösungsansätze aus den Bereichen Produktion und Logistik zu verstehen und beurteilen, • wirtschaftliche Ziele und Systeme der Logistik und Produktion zu entwickeln und Zielkonflikte zu identifizieren, • die Bedeutung der Digitalisierung für Logistik und Produktion einzuschätzen, • moderne digitale Geschäftsmodelle für die Logistik und Produktion kennenzulernen, zu klassifizieren und beurteilen, • Unterschiede zwischen einer betriebswirtschaftlichen und technischen Perspektive auf die Logistik und Produktion darzustellen. <p>Fertigkeiten (Können)</p> <p>Nach intensivem Durcharbeiten des Moduls können die Studierenden qualitative und quantitative Methoden in Problemstellungen der Produktion und Logistik anwenden, um ökonomische und ökologische Potentiale identifizieren und auch realisieren zu können. Die Studierenden können diese Methoden hinsichtlich ihrer Stärken und Schwächen als auch zugrundeliegenden Annahmen auf ihre Anwendbarkeit beurteilen, grundsätzlich am Stand der Digitalisierung spiegeln und in Grundzügen weiterentwickeln. Weiterhin sind die Studierenden in der Lage geeignete Methoden auch in komplexen Zusammenhängen Ansätze für neue Lösungen zu entwickeln, beispielsweise Big-Data Applikationen für Produktion und Logistik sowie (digitalen) Geschäftsmodelle.</p>				
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen aus Produktion und Logistik für Wirtschaftswissenschaftler • Darstellung der Kernfunktionen von Produktion und Logistik aus technischer und wirtschaftswissenschaftlicher Perspektive • Aufgaben des Logistikmanagements • Grundzüge der Produktionssteuerung und Produktionsmanagement • Supply Chain Management, Supply Chain Design 				

	<ul style="list-style-type: none"> • Sourcing und Portfolio-Analysen • Grundsätzliche IT-Unterstützung von Logistik und Produktion • Grundlagen (digitaler) Geschäftsmodelle und aktuelle Entwicklungen in der Logistik und Produktion • Compliance in Produktion und Logistik
Didaktisches Konzept / Lehrformen	Seminaristische Vorlesung
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Prüfungsformen	Portfolioprüfung
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten	Bestandene Modulprüfung
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Keine
Stellenwert der Note für die Endnote	1/42
Sonstige Informationen	Keine
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Bousonville, T.. Logistik 4.0. Springer Fachmedien Wiesbaden, 2017. • Werner, H. . Supply Chain Management. Springer Gabler, Wiesbaden, 2020. • Gudehus, T.; Logistik. Grundlagen, Strategien, Anwendungen; Springer, 4. Akt. Auflage, 2012. • Tempelmeier, H., Günther, h-O.; Produktion und Logistik. Berlin, Heidelberg, New York ua: Springer-Verlag (2005). • Dreger, Ch.; Kosfeld, R.; Eckey, H.-F.: Ökonometrie. Grundlagen, Methoden, Beispiele. Springer, 5. Auflage 2014. • Wannenwetsch, H.: Integrierte Materialwirtschaft, Logistik und Beschaffung. 5. Aufl. Springer Vieweg Berlin, Heidelberg, 2014. • Göpfert, I.: Logistik der Zukunft – Logistics for the Future. 9. Aufl. Springer Gabler Wiesbaden, 2022. <p>Jeweils Skripte und aktuelle Hinweise zur Veranstaltung.</p>

Business English					
<i>Modulcode</i> 2.10	<i>Workload</i> 150 h	<i>Credits</i> 5	<i>Studiensemester</i> 2	<i>Häufigkeit des Angebots</i> jährlich zum SoSe	<i>Dauer</i> 1 Semester
<i>Lehrveranstaltungen (Veranstaltungsart)</i> a) Business English 1 (Übung) b) Business English 2 (Übung)			<i>Kontaktzeit</i> 4 SWS / 56 h	<i>Selbststudium</i> 94 h	<i>geplante Gruppengröße</i> 2 Gruppen a max. 24 Studierende
Modulverantwortliche/r		LfbA Karolin Halmai-Samel			
Lehrende/r		LfbA Karolin Halmai-Samel			
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen		<p>Kenntnisse (Wissen) und Fertigkeiten (Können)</p> <p>Das Modul führt von der Ausgangsstufe B1 zur Sprachniveaustufe B1.2 gemäß Common European Framework.</p> <p>Teilziele sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Erlangung von Lesekompetenzen mit spezieller betriebswirtschaftlicher Ausrichtung • die Erlangung von Schreibkompetenzen (Essay) zu betriebswirtschaftlichen Themen • die Erlangung interkultureller und allgemeinsprachlicher Kompetenzen • die fachsprachliche Vorbereitung auf ein Berufspraktikum/Studium im Ausland • die Entwicklung der Fähigkeit, einer Fachvorlesung in englischer Sprache zu folgen • die Entwicklung von Präsentationstechniken in englischer Sprache. 			
Inhalte		<p>Das Sprachmodul bildet eine Kombination aus Unterricht und betreutem Selbstlernen.</p> <p><u>Inhaltliche Komponenten:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • die Sprechfertigkeiten Hören/Sprechen, Lesen, Schreiben • Lernstrategien/Sprachreflexion • Sprachsystematisches Wissen <p>Thematisch ist der Unterricht am Studienfach BWL orientiert. Der Bereich „betreutes Selbstlernen“ beinhaltet folgende Komponenten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lernzielbestimmung • Erstellen eines Semesterplanes • Anleitung zur Arbeit in Selbstlerngruppen • Bearbeitung von Selbstlernaufgaben/Prüfungsvorbereitung 			
Didaktisches Konzept / Lehrformen		<p><u>Sprachkurs:</u> Partner- und Gruppenarbeit, Präsentationen, Projektarbeit</p> <p><u>Betreutes Selbstlernen</u> Vor- und Nachbereitung des Unterrichts, autonomes Lernen in Einzelarbeit, Partner- und Gruppenarbeit</p>			

	<p>Studierende mit Sprachkenntnissen unterhalb der Stufe B1.2 haben die Möglichkeit, ihre Englischkenntnisse zu verbessern:</p> <ul style="list-style-type: none"> • im Selbstlernzentrum (Sprachsoftware ist dort auf allen Niveaustufen vorhanden; gezielte Lernberatung wird geboten) • in entgeltpflichtigen Kursen des Fremdsprachenzentrums • anderswo
Teilnahmevoraussetzungen	Englisch B 1-Nachweis
Prüfungsformen	Referat (25% der Note) und Klausur von 90 Minuten (75% der Note)
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten	Bestandene Klausur und erfolgreiches Referat
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Keine
Stellenwert der Note für die Endnote	1/42
Sonstige Informationen	
Literatur	

Grundlagen Marketing und Marktforschung					
<i>Modulcode</i> 2.20	<i>Workload</i> 150 h	<i>Credits</i> 5	<i>Studiensemester</i> 2	<i>Häufigkeit des Angebots</i> jährlich zum SoSe	<i>Dauer</i> 1 Semester
<i>Lehrveranstaltungen (Veranstaltungsart)</i> a) Marketing (Vorlesung) b) Marktforschung (Übung)			<i>Kontaktzeit</i> 4 SWS / 56 h	<i>Selbststudium</i> 94 h	<i>geplante Gruppengröße</i> max. 60 Studierende für zentrale VL mit einer Gruppe und max. 30 für Übungen in 2 Gruppen
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Birte Kemmerling			
Lehrende/r		Prof. Dr. Birte Kemmerling			
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen		<p>Kenntnisse (Wissen)</p> <p>Nach intensivem Durcharbeiten des Moduls verfügen die Studierenden über fundierte Grundlagenkenntnisse im Marketing. Sie kennen die Marketing-Mix Elemente, verschiedene Analyseinstrumente und Methoden, und sind in der Lage, Fragestellungen des Marketings einzuordnen und zu strukturieren.</p> <p>Grundlagenwissen der Marktforschung und ihrer Instrumente – sowohl quantitativ als auch qualitativ, Möglichkeiten und Grenzen digitalisierter Marktforschungsmethoden, sowie der Aufbau von Marktforschungsprojekten runden dieses Modul ab.</p> <p>Fertigkeiten (Können)</p> <p>Nach intensivem Durcharbeiten des Moduls können die Studierenden das vermittelte Wissen bei der Entwicklung von Marketing-Strategien anwenden und situationsspezifische Problemlösungen erarbeiten. Darüber hinaus können die Studierenden ihre kommunikativen Kompetenzen erweitern: Im Rahmen von Projekten in Zusammenarbeit mit Unternehmen der Region erwerben sie neben der Beschaffung und Analyse projektrelevanter Daten, sich über Informationen und Problemstellungen mit den Unternehmen auszutauschen und gemeinsam Lösungsansätze zu entwickeln. Dieses Modul ist Grundlage weiterführender Marketing-Inhalte im Studiengang, z.B. Digitales Marketing sowie Strategisches Marketing.</p>			
Inhalte		<p><u>a) Marketing:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Was ist Marketing? (insb. Marketing als das Management von Komparativen Konkurrenzvorteilen, Marketing-Konzeption) • Situationsanalyse (insb. Marketing-Dreieck zur Identifikation von Komparativen Konkurrenzvorteilen, Kaufverhaltensforschung, Segmentierung, Wettbewerbsanalyse) 			

	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing-Ziele (insb. Unterschied zwischen ökonomischen und psychografischen Zielen, Zieldimensionen, SMART-Regel) • Marketing-Strategien (insb. Zielgruppenstrategie, Timing-Strategie, Marktstimulierungsstrategie, Kooperationspartnerstrategie) • Marketing-Instrumente: Produktpolitik, Preispolitik, Distributionspolitik, Kommunikationspolitik • Marketing-Controlling <p>b) Marktforschung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Marktforschung • Festlegung des Untersuchungsdesigns • Tests in der Marktforschung • Fragebogendesign • Fragebogenauswertung • Erstellung von Abschlusspräsentationen
Didaktisches Konzept / Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> • Zentrale Vorlesung zu Marketing (2 SWS) im seminaristischen Stil mit Wissensvermittlung, -diskussion und Anwendung in Übungen und Fallstudien • Marktforschung in zwei Gruppen (à 2 SWS) mit Vermittlung von Inhalten und Anwendung dieser in realen Marktforschungsprojekten in Kleingruppenarbeit
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Prüfungsformen	Portfolioprüfung
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten	Bestandene Modulprüfung
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Keine
Stellenwert der Note für die Endnote	1/42
Sonstige Informationen	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Kotler/Armstrong/Harris/Piercy, 2019: Grundlagen des Marketing, 7. Auflage • Becker, 2013: Marketing-Konzeption, 10. Auflage • Voeth/Herbst, 2013: Marketing-Management: Grundlagen, Konzeption und Umsetzung

Mathematische und Statistische Anwendungen					
<i>Modulcode</i> 2.30	<i>Workload</i> 180 h	<i>Credits</i> 6	<i>Studiensemester</i> 2	<i>Häufigkeit des Angebots</i> jährlich zum SoSe	<i>Dauer</i> 1 Semester
<i>Lehrveranstaltungen (Veranstaltungsart)</i> a) Mathematische Anwendungen (Übung) b) Statistische Anwendungen (Übung)			<i>Kontaktzeit</i> 4 SWS / 56 h	<i>Selbststudium</i> 124 h	<i>geplante Gruppengröße</i> 2 Gruppen a max. 30 Studierende
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Oliver Norkus/Prof. Dr. Birte Kemmerling			
Lehrende/r		a) Prof. Dr. Oliver Norkus b) Prof. Dr. Birte Kemmerling			
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen		<p>Kenntnisse (Wissen)</p> <p>Die Studierenden erarbeiten die Grundlagen zur Anwendung der Mathematik bei ökonomischen Fragestellungen in der Praxis. Sie lernen angewandte Methoden der Mathematik kennen, um betriebswirtschaftliche und logistische Probleme in der Praxis lösen zu können.</p> <p>Die Studierenden lernen die statistischen Grundbegriffe kennen. Sie verstehen die Grundsätze der Inferenzstatistik und können Hypothesentests mithilfe von uni-, bi- und multivariaten Analysen durchführen. Kenntnisse von Statistikprogrammen (SPSS und Jamovi für Windows) runden dieses Modul ab.</p> <p>Fertigkeiten (Können)</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage quantitative Problemanalysen durchzuführen, für betriebswirtschaftliche oder logistische Problemstellungen mathematische Modelle zu formulieren und diese mathematischen Modelle durch Optimierung zu lösen, sowie das theoretische Ergebnis praktisch zu interpretieren und zu reflektieren.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, Hypothesen aufzustellen und mithilfe von Analysen über die Statistikprogramme Jamovi und SPSS für Windows zu überprüfen. Sie können Empfehlungen aus den statistischen Ergebnissen ableiten.</p>			
Inhalte		<p><u>a) Mathematische Anwendungen:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Wahrscheinlichkeitsrechnung • Zins- und Zinseszinsrechnung • Renten - und Tilgungsrechnung • Ökonomische Funktionen • Lösungen Linearer Gleichungssysteme • Differentialrechnung • Rechnung mit Vektoren und Matrizen • Lineare und nichtlineare Optimierung (graphisch und analytisch) • Diskrete Optimierung <p><u>b) Statistische Anwendungen:</u></p>			

	<ul style="list-style-type: none"> • Statistische Grundbegriffe • Datenerhebung • Deskriptive Datenerhebung (insb. Hypothesentests) • Unterschiede & Zusammenhänge (insb. Chi-Quadrat-Test, Korrelationsanalysen, t-Tests) • Multivariate Analyseverfahren (insb. Regressionsanalysen, Conjoint Analysen) • Jamovi und SPSS
Didaktisches Konzept / Lehrformen	Seminaristische Vorlesung zu Mathematischen Anwendungen sowie auch zu Statistische Anwendungen mit Wissensvermittlung und Anwendung mit Übungen in jeweils zwei Gruppen (à 2 SWS)
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Prüfungsformen	Klausur
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten	Bestandene Modulprüfung
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Keine
Stellenwert der Note für die Endnote	1/35
Sonstige Informationen	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Eckstein, 2019: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, 6. Auflage • Rößler/Ungerer, 2016: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, 5. Auflage

Wirtschaftsrecht					
<i>Modulcode</i> 2.40	<i>Workload</i> 150 h	<i>Credits</i> 5	<i>Studiensemester</i> 2	<i>Häufigkeit des Angebots</i> jährlich zum SoSe	<i>Dauer</i> 1 Semester
<i>Lehrveranstaltungen (Veranstaltungsart)</i> a) Bürgerliches Recht und Handelsrecht (Vorlesung) b) Arbeitsrecht (Vorlesung)			<i>Kontaktzeit</i> 6 SWS / 84 h	<i>Selbststudium</i> 66 h	<i>geplante Gruppengröße</i> max. 60 Studierende
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Tobias Eckardt			
Lehrende/r		Prof. Dr. Tobias Eckardt			
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen		<p>Kenntnisse (Wissen)</p> <p>Nach intensivem Durcharbeiten des Moduls sind die Studierenden in der Lage, Grundprinzipien des Rechts im Allgemeinen zu verstehen und im Besonderen im kaufmännischen Leben anzuwenden. Hierbei wird besonderen Wert auf die Praxisrelevanz der Rechtskenntnisse gelegt.</p> <p>Ferner werden Querverbindungen zu anderen Fächern der BWL hergestellt, wie z.B. Controlling, Risikomanagement, Compliance.</p> <p>Fertigkeiten (Können)</p> <p>Nach intensivem Durcharbeiten des Moduls können die Studierenden rechtliche Fragen in ihrer wirtschaftlichen Relevanz beurteilen und sind in der Lage, zu entscheiden ob hier vertiefte Fachkenntnis von Juristen „einzukaufen ist“, oder ob diese sicher beurteilt werden können. Die Studierenden sind in der Lage, einfache Verträge aufzusetzen, zu verstehen und zu verhandeln.</p>			
Inhalte		<p><u>a) Bürgerliches Recht und Handelsrecht:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Rechts, Aufbau und Aufgabe des Rechts im Allgemeinen und im Besonderen für Kaufleute (Rechtsunsicherheit als Investitionshindernis); • Darstellung des BGB, insbesondere des Schuldrechts, Sachenrechts, besonderer Vertragstypen wie Kauf-, Dienst u. Werkvertrag, sowie der gesetzlichen Haftung aus Produkthaftung u.ä.; • Darstellung des HGB, des Handels- und Gesellschaftsrechts, einschließlich besonderer Fragen des (internationalen) Handelsrechts (z.B. Handelskauf, CISG); <p><u>b) Arbeitsrecht:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Arbeitsrechts, Aufbau und Systematik des Arbeitsrechts; • Individualarbeitsrecht; • Kollektives Arbeitsrecht (Betriebsverfassungs- und Personalvertretungsrecht, Tarifrecht, Unternehmensmitbestimmung) • Soziale Absicherung des Arbeitsverhältnisses; 			

	<ul style="list-style-type: none"> • Interdependenzen zwischen Arbeitsrecht und betriebswirtschaftlichen Anforderungen
Didaktisches Konzept / Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> • Vorlesungen in seminaristischer Form; Gruppenarbeit der Studierenden bei der Lösung von kleineren Praxisfällen. • Um eine ausreichende Praxisrelevanz zu geben, z.B. Vertragstypen zu besprechen und unterschiedliche Positionen bei Vertragsverhandlungen durch Rollenspiele sichtbar zu machen, muss diese Veranstaltung als seminaristische Vorlesung in interaktiv erreichbarer Gruppengröße stattfinden, damit jede*r Teilnehmer*in mindestens einmal während jeder Veranstaltung „zu Wort kommt“. • Seminaristische Vorlesung mit Gruppendiskussionen und Übungen • Autonomes Selbststudium in der Studienphase
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Prüfungsformen	Klausur
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten	Bestandene Modulprüfung
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Anerkennung im BA-Studiengang Transportwesen/Logistik für das dortige Modul Wirtschaftsrecht
Stellenwert der Note für die Endnote	1/42
Sonstige Informationen	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Gesetzestexte: BGB (Bürgerliches Gesetzbuch); GG (Grundgesetz); HGB (§§ 1 – 475h), Aktiengesetz, GmbHG in aktueller Ausgabe sowie Arbeitsgesetze. • Otto Lagodny, Gesetzestexte suchen, verstehen und in der Klausur anwenden • Peter Katko, Bürgerliches Recht – Schnell erfasst. • Eugen Klunzinger, Einführung in das Bürgerliche Recht. • Wörlen / Metzler-Müller / Balleis, BGB AT • Wörlen / Kokemoor / Lohrer, Handelsrecht mit Gesellschaftsrecht. • Tim Jesgarzewski, Wirtschaftsprivatrecht - Grundlagen und Praxis des Bürgerlichen Rechts • Joachim Gruber, Handelsrecht- schnell erfasst. • Peter Jung, Handelsrecht. • Peter Kindler, Grundkurs Handels- und Gesellschaftsrecht • Tim Jesgarzewski, Arbeitsrecht - Grundlagen und Praxis • Klaus Sakowski, Arbeitsrecht

Grundlagen Controlling und Externe Rechnungslegung					
<i>Modulcode</i> 2.50	<i>Workload</i> 150 h	<i>Credits</i> 5	<i>Studiensemester</i> 2	<i>Häufigkeit des Angebots</i> jährlich zum SoSe	<i>Dauer</i> 1 Semester
<i>Lehrveranstaltungen (Veranstaltungsart)</i> a) Controlling (Seminar) b) Externe Rechnungslegung (Seminar)			<i>Kontaktzeit</i> 4 SWS/ 56 h	<i>Selbststudium</i> 94 h	<i>geplante Gruppengröße</i> 2 Gruppen a max. 30 Studierende
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Claas Legenhausen			
Lehrende/r		Prof. Dr. Claas Legenhausen			
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen		<p>Kenntnisse (Wissen)</p> <p>Die Studierenden haben durch das Studium fortgeschrittener wissenschaftlicher Lehrbücher ein vertieftes Wissen über unterschiedliche Controlling-Auffassungen in der Unternehmenspraxis sowie Kenntnisse über Bedeutung und Funktionsweise des Controllings im Betriebsablauf aufgebaut.</p> <p>Bei der Erarbeitung von Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätzen haben die Studierenden unterstützt durch wissenschaftliche Lehrbücher Grundwissen auch über neueste Erkenntnisse in Externer Rechnungslegung und Bilanzierung erarbeitet.</p> <p>Fertigkeiten (Können)</p> <p>Grundwissen über Grundelemente von Controlling-Systemen kann in der unternehmerischen Praxis u.a. bei der Konzipierung und dem Aufbau einer Controlling-Konzeption professionell angewendet werden. In Diskussionen im Unternehmen und an der Hochschule können Argumente und Problemlösungen kompetent dargestellt werden.</p> <p>Aus wissenschaftlichen wie praxisbezogenen Quellen können Fakten, Daten und Informationen zum Berufsbild und Anforderungsprofil des Controllers systematisch gesammelt, eingeordnet, bewertet und beurteilt werden.</p> <p>Methoden und Anwendungen der Externen Rechnungslegung und Bilanzierung werden professionell im Unternehmen bei der Erarbeitungen von Problemlösungen eingesetzt.</p> <p>Zu relevanten Fakten bzgl. Bilanzierung und Bewertung, die systematisch gesammelt und interpretiert wurden, können Schlussfolgerungen formuliert werden, die Aspekte des Anlage- und Umlaufvermögens, des Eigen- und Fremdkapitals sowie der Ermittlung und Darstellung des Erfolges in der Gewinn- und Verlustrechnung berücksichtigen.</p> <p>Informationen, Ideen, Probleme und Lösungen zu fachlichen Inhalten in den Bereichen Controlling sowie externer Rechnungslegung und Bilanzierung kann die/der Studierende vor einen Fach- und Laienpublikum vorstellen und kommunizieren. Mit Vorbereitung ist die/er in der Lage, diese</p>			

	<p>Inhalte im Wesentlichen auch in einer anderen Sprache als Deutsch zu kommunizieren.</p> <p>Die Studierenden haben sich die Fähigkeiten erarbeitet, weitere Studien u.a. bzgl. der Lösung von Fallstudien mit den benötigten Lernstrategien größtenteils selbst bestimmt und autonom fortzusetzen.</p>
Inhalte	<p>a) <u>Controlling:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Controlling als Entwicklung der Unternehmenspraxis • Controlling als Teil des Führungssystems der Unternehmung • Grundelemente von Controlling Systemen • Controlling-Instrumente und -Systeme • Abgrenzung des Controllings zu verwandten Bereichen • Organisation des Controllings und Anforderungsprofil des Controlllers • Aktuelle IT Entwicklungen und -tools im Controllingumfeld <p>b) <u>Externe Rechnungslegung/Bilanzierung:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Bestandteile, Instrumente und Gliederung des Jahresabschlusses • Bilanzierungsgebote und Bilanzierungsverbote, Bilanzierungswahlrechte und Bilanzierungshilfen • Bewertungsgrundsätze und Wertkategorien • Bilanzierung und Bewertung der Vermögens- und Kapitalpositionen sowie Rechnungsabgrenzungsposten • Gesamtkostenverfahren und Umsatzkostenverfahren • Anhang und Lagebericht • Grundprinzipien beim Jahresabschluss nach HGB • Aspekte der internationalen und steuerlichen Rechnungslegung • Aktuelle IT Entwicklungen und -tools im externen Rechnungswesen
Didaktisches Konzept / Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> • Seminaristische Veranstaltung im Computer-Labor mit wechselnden Anteilen an Vorlesung, Gruppendiskussionen und Übungen • Hybride Lern- und Lehrformen in Präsenz und Online; Flipped Classroom • Autonomes Selbststudium in der Studienphase
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Prüfungsformen	Klausur
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten	Bestandene Modulprüfung
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Keine
Stellenwert der Note für die Endnote	1/42
Sonstige Informationen	
Literatur	

Softskills I					
<i>Modulcode</i> 2.60	<i>Workload</i> 120 h	<i>Credits</i> 4	<i>Studiensemester</i> 2	<i>Häufigkeit des Angebots</i> jährlich laufend im WiSe und SoSe	<i>Dauer</i> 1 Semester
<i>Lehrveranstaltungen (Veranstaltungsart)</i> ca. 25-30 Angebote aus dem Studium Generale-Themenpool (Seminare)			<i>Kontaktzeit</i> 4 SWS / 56 h	<i>Selbststudium</i> 64 h	<i>geplante Gruppengröße</i> bis zu 30 Studierende je Angebot
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Gerhard Feldmeier			
Lehrende/r		diverse Dozent*innen aus dem Studium Generale			
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen		<p>Kenntnisse (Wissen) Nach intensivem Durcharbeiten des Moduls sind die Studierenden mit erforderlichen fachübergreifenden Schlüsselqualifikationen in der beruflichen Praxis vertraut.</p> <p>Fertigkeiten (Können) Nach intensivem Durcharbeiten des Moduls verfügen die Studierenden über bessere kommunikative, methodische, soziale und persönlichkeitsbildende Kompetenzen.</p>			
Inhalte		Auswahl aus einem breiten regelmäßig aktualisierten hochschulübergreifenden Angebotspool aus dem Studium Generale			
Didaktisches Konzept / Lehrformen		Interaktive Vermittlung von multiplen Schlüsselqualifikationen in kleinen Gruppen			
Teilnahmevoraussetzungen		Keine			
Prüfungsformen		Portfolioprüfung			
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten		Bestandene Modulprüfung			
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)		Keine			
Stellenwert der Note für die Endnote		1/52,5			
Sonstige Informationen					
Literatur					

International Business Communication					
<i>Modulcode</i> 3.10	<i>Workload</i> 150 h	<i>Credits</i> 5	<i>Studiensemester</i> 3	<i>Häufigkeit des Angebots</i> jährlich zum WiSe	<i>Dauer</i> 1 Semester
<i>Lehrveranstaltung (Veranstaltungsart)</i> International Business Communication (Übung)			<i>Kontaktzeit</i> 3 SWS / 42 h	<i>Selbststudium</i> 108 h	<i>geplante Gruppengröße</i> 2 Gruppen a max. 24 Studierende
Modulverantwortliche/r		LfbA Karolin Halmai-Samel			
Lehrende/r		LfbA Karolin Halmai-Samel			
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen		<p>Das Modul führt von der Ausgangsstufe B1.2 zur Sprachniveaustufe B2 gemäß Common European Framework.</p> <p>Allgemeine Qualifikationsziele sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Erweiterung von Lesekompetenzen mit spezieller betriebswirtschaftlicher Ausrichtung • die Erweiterung von Schreibkompetenzen (Essay) zu betriebswirtschaftlichen Themen • die Erweiterung interkultureller und allgemeinsprachlicher Kompetenzen • die fachsprachliche Vorbereitung auf ein Berufspraktikum/Studium im Ausland • die Weiterentwicklung der Fähigkeit, einer Fachvorlesung in englischer Sprache zu folgen • die Entwicklung von Verhandlungsstrategien in englischer Sprache. <p>Die Studierenden haben die grundlegende Fähigkeit erworben, sich zu international relevanten Themen in englischer Sprache an Diskussionen im Rahmen der Veranstaltung zu beteiligen, auch etwas komplexere Zusammenhänge können sie verständlich und mediengerecht präsentieren. Sie können die erworbenen Fachkenntnisse aus den Praxisbeispielen der Veranstaltung nutzen, um unter fachlicher Anleitung und unter Zuhilfenahme geeigneter Fachliteratur selbständig ausländische Märkte und Unternehmen zu analysieren und zu bewerten. Die so erarbeiteten Ergebnisse können die Studierenden vor einem Laienpublikum verständlich kommunizieren.</p> <p>Durch das Englischmodul können die Studierenden ihr Englischfachvokabular schnell erweitern und vertiefen. Das Recherchieren von Literatur in einer anderen Sprache reduziert Barrieren, erhöht die sprachliche Wendigkeit der Studierenden und trägt so zur Verbesserung deren Selbstlernfähigkeit und Eigenorganisationsfähigkeit bei. Hierdurch wird eine sehr gute Basis für spätere Veranstaltungen in der Fachsprache Englisch gelegt.</p>			
Inhalte		<u>International Business Communication:</u> <ul style="list-style-type: none"> • Internationale Projekte • Projektmanagement in multinationalen Teams 			

	<ul style="list-style-type: none"> • Verhandlungstechniken • Wirtschaftliche Kooperationsformen in einer globalisierten Geschäftswelt • Arten und Formen der Internationalisierung von Unternehmen • Markt- und Standortwahl bei Internationalisierungsentscheidungen • Internationale Markteintritts- und -bearbeitungsstrategien von Großunternehmen und KMU • Analyse von globalen Branchen, Märkten und Unternehmen
Didaktisches Konzept / Lehrformen	Gruppenarbeit, Rollenspiel, Projektarbeit, Fallstudien
Teilnahmevoraussetzungen	Englisch B 1 – Nachweis
Prüfungsformen	Klausur und Referat
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten	Bestandene Modulprüfung
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Keine
Stellenwert der Note für die Endnote	1/42
Sonstige Informationen	
Literatur	

Betriebliches Finanzmanagement und Steuerlehre					
<i>Modulcode</i> 3.20	<i>Workload</i> 180 h	<i>Credits</i> 6	<i>Studiensemester</i> 3	<i>Häufigkeit des Angebots</i> jährlich zum WiSe	<i>Dauer</i> 1 Semester
<i>Lehrveranstaltungen (Veranstaltungsart)</i> a) Betriebliches Finanzmanagement (Vorlesung und Übung) b) Betriebliche Steuerlehre (Vorlesung)			<i>Kontaktzeit</i> 6 SWS / 84 h	<i>Selbststudium</i> 96 h	<i>geplante Gruppengröße</i> Jeweils für a) und b) eine zentrale Vorlesung mit max. 60 Studierenden und für a) eine Übung in 2 Gruppen a max. 30 Studierende
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Uwe Schikorra			
Lehrende/r		a) LB Prof. Dr. Thomas Ostendorf b) LB Tobias Siemssen			
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen		<p>Kenntnisse (Wissen)</p> <p>Die Studierenden sind nach erfolgreichem Abschluss des Moduls mit den grundlegenden Prinzipien der Finanzwirtschaft, der betrieblichen Finanzfunktion und der Investitionsrechnung sowie wesentlichen Formen der externen und internen Unternehmensfinanzierung vertraut. Sie kennen die Kriterien zur Eignung von Eigen-, Fremd- und Hybridkapital für die Finanzierung von Investitionsprojekten und geeignete Investitionsrechenarten.</p> <p>Ein vertieftes Wissen im Bereich der betrieblichen Steuerlehre wird durch die Vermittlung eines Überblickes über das deutsche Besteuerungssystem aufgebaut.</p> <p>Hierbei wird den Studierenden die betriebliche Relevanz der einzelnen Steuerarten u.a. durch das Studium fortgeschrittener wissenschaftlicher Lehrbücher vermittelt.</p> <p>Fertigkeiten (Können)</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls können die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • finanzwirtschaftliche Probleme erkennen, strukturieren und systematisch Lösungsansätze erarbeiten, • finanzwirtschaftliche Entscheidungsprozesse im Unternehmen begleiten, • statische und dynamische Investitionsrechnungsmethoden auf Real- und Finanzinvestitionen anwenden sowie Eignungsempfehlungen kritisch bewerten. <p>Die erworbenen Kenntnisse sollen den Umgang mit steuerlichen Prozessen in der betrieblichen Praxis ermöglichen. In</p>			

	<p>Diskussionen im Unternehmen und an der Hochschule können Argumente und Problemlösungen kompetent dargestellt werden.</p> <p>Informationen zum Verständnis und zur Bedeutung steuerlicher Prozesse in anderen Bereichen der Betriebswirtschaft können systematisch aus wissenschaftlichen Quellen gesammelt, eingeordnet, bewertet und beurteilt werden.</p> <p>Grundzüge der Einkommens-, Körperschafts-, Gewerbe- und Umsatzsteuer können vor einem Fach- und Laienpublikum kommuniziert werden.</p>
Inhalte	<p><u>a) Betriebliches Finanzmanagement:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Finanzwirtschaft inkl. relevanter finanzwirtschaftlicher Theorien • Finanzierungsprobleme in verschiedenen Phasen des Unternehmenslebenszyklus • Beteiligungsfinanzierung nicht-emissionsfähiger Unternehmen: Private Equity, Venture Capital, Business Angels und andere Privatinvestoren • Beteiligungsfinanzierung emissionsfähiger Unternehmen: Grundlagen des Kapitalmarkts, IPO, SPO • Kreditfinanzierung: Banken- vs. Anleihenfinanzierung, Ratings, Sicherheiten und Covenants • Mezzanine Finanzierung: Nachrangdarlehen, Wandel- und Optionsanleihen, Genussrechte etc. • Alternative Finanzierungsformen: Leasing, Factoring, ABS, Project Finance • Einführung: Investitionsbegriff, Investitionsarten und Investitionsplanungsprozess • Statische Investitionsrechenverfahren • Dynamische Investitionsrechenverfahren <p><u>b) Betriebliche Steuerlehre:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Gesetzliche Grundlagen des Steuerrechts - Verfassungsrechtliche Grundsätze, Finanzverfassung, Auslegungsmethoden. • Überblick über die Steuerarten • Grundzüge der Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer, Umsatzsteuer • Steuerwirkungen auf die Rechnungslegung, Rechtsform und Standorte
Didaktisches Konzept / Lehrformen	<p><u>Betriebliches Finanzmanagement:</u> Zentrale Vorlesung 2 SWS und Übungen in zwei Gruppen a 2 SWS</p> <p><u>Betriebliche Steuerlehre:</u> Vorlesungen in seminaristischer Form; Gruppenarbeit der Studierenden bei der Lösung von kleineren Praxisfällen</p>
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Prüfungsformen	Klausur
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten	Bestandene Modulprüfung
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Keine

Stellenwert der Note für die Endnote	1/35
Sonstige Informationen	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Becker/Peppmeier: Investition und Finanzierung – Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft • Berk/DeMarzo: Corporate Finance. Global Edition • Brealy/Myers/Allen: Principles of Corporate Finance. International Edition • Pape: Grundlagen der Finanzierung und Investition • Perridon/Steiner/Rathgeber: Finanzwirtschaft der Unternehmung • Breithecker, Volker: Einführung in die betriebswirtschaftliche Steuerlehre • Kußmaul, Heinz: Betriebswirtschaftliche Steuerlehre • Georg, Stefan: Basiswissen betriebliche Steuerlehre

Projektmanagement					
<i>Modulcode</i> 3.30	<i>Workload</i> 150 h	<i>Credits</i> 5	<i>Studiensemester</i> 3	<i>Häufigkeit des Angebots</i> jährlich zum WiSe	<i>Dauer</i> 1 Semester
<i>Lehrveranstaltungen (Veranstaltungsart)</i> a) Grundlagen des Projektmanagements (Vorlesung) b) Angewandte Projektarbeit (Übung)			<i>Kontaktzeit</i> 4 SWS / 56 h	<i>Selbststudium</i> 94 h	<i>geplante Gruppengröße</i> max. 60 Studierende für eine zentrale Vorlesung und max. 30 Studierende für die Übung in 2 Gruppen
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Birgit Vock-Wannowitz			
Lehrende/r		Prof. Dr. Birgit Vock-Wannowitz			
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen		<p>Kenntnisse (Wissen)</p> <p>Entlang der von der GPM (deutsche Gesellschaft für Projektmanagement) empfohlenen Struktur der Prozessschritte des Projektmanagements wissen Studierende nach intensiver Auseinandersetzung mit den Inhalten dieses Moduls wie modernes Projektmanagement für Organisationen aufgebaut ist, um effizient und effektiv unternehmensrelevante Projekte vorzubereiten, zu bearbeiten und erfolgreich abzuschließen. Darüber hinaus wissen sie, welche Projektmanagement-Modelle es gibt und für welche Art unternehmerischer Vorhaben diese jeweils sinnvoll zum Einsatz kommen.</p> <p>Nach erfolgreich absolviertem Modul sind Studierende in der Lage, die externe Prüfung zur Level-D Zertifizierung der GPM abzulegen.</p> <p>Fertigkeiten (Können)</p> <p>Durch intensive Mitarbeit in diesem Modul können Studierende:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eine faktenbasierte Entscheidung für die Auswahl eines Projektmanagement Modells treffen • Auf Basis der GPM-basierten Prozessschritte eine betriebliche Aufgabenstellung definieren, planen, durchführen und Maßnahmen dazu umsetzen • Systematisch, analytisch und Umfeld-orientiert in Teams zusammenarbeiten und gemeinsam fundierte Lösungen erarbeiten • Medien-basiert zu präsentieren und Fragen zum Projekt belegsicher und qualitätsvoll zu beantworten 			
Inhalte		<p><u>a) Grundlagen des Projektmanagementst:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Modelle des Projektmanagements • 14 Prozessschritte des Projektmanagements (GPM basiert): <ul style="list-style-type: none"> • Technische Kompetenzen 			

	<ul style="list-style-type: none"> • Persönliche und soziale Kompetenzen <p>b) Angewandte Projektarbeit:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Praxisrelevante Projektbearbeitung, vorzugsweise in Kooperation mit externen Partnern (Unternehmen, Instituten, Verwaltungen, usw.) • Coaching der einzelnen Projektteams • Milestone- und Abschlusspräsentationen
Didaktisches Konzept / Lehrformen	<p>a) Vorlesung im seminaristischen Stil, Diskurs im Plenum, Fallbeispiele und Reflexionen dazu</p> <p>b) Projektarbeit auf Basis realer unternehmerischer Fragestellungen in Kooperation mit externen Partnern (i.d.R. Unternehmen). Entlang der von der GPM empfohlenen Struktur werden neben methodischen auch persönliche Kompetenzen (Kommunikation, Selbst- und Zeitmanagement, Teamarbeit usw.) erworben</p>
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Prüfungsformen	Portfolioprüfung
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten	Bestandene Modulprüfung
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Keine
Stellenwert der Note für die Endnote	1/42
Sonstige Informationen	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Patzak/Rattay: Projektmanagement. Linde, 2019, 7. Auflage • Bea/Scheurer/Hesselmann: Projektmanagement. Beck/UTB, 2018, 3. Auflage • DIN: DIN-Normen im Projektmanagement, Beuth • GPM: Kompetenzbasiertes Projektmanagement (PM4)

Business-to-Business-Marketing und Verhandlungsmanagement					
<i>Modulcode</i> 3.40	<i>Workload</i> 150 h	<i>Credits</i> 5	<i>Studiensemester</i> 3	<i>Häufigkeit des Angebots</i> jährlich zum WiSe	<i>Dauer</i> 1 Semester
<i>Lehrveranstaltungen (Veranstaltungsart)</i> a) Business-to-Business-Marketing (Vorlesung) b) Verhandlungsmanagement (Übung)			<i>Kontaktzeit</i> 4 SWS / 56 h	<i>Selbststudium</i> 94 h	<i>geplante Gruppengröße</i> max. 60 Studierende für zentrale VL mit einer Gruppe und max. 30 für Übungen in 2 Gruppen
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Birte Kemmerling			
Lehrende/r		Prof. Dr. Birte Kemmerling			
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen		<p>Kenntnisse (Wissen)</p> <p>Nach intensivem Durcharbeiten des Moduls kennen die Studierenden die Besonderheiten des Business-to-Business-Marketings. Sie verstehen die Besonderheiten von organisationalen Beschaffungsprozessen, wissen wie eine Buying Center Analyse durchgeführt wird und kennen den Ansatz des geschäftstypenspezifischen Marketings.</p> <p>Die Studierenden verstehen, dass Verhandlungen in der Unternehmenspraxis in nahezu allen Funktionsbereichen regelmäßig eine Rolle spielen. Sie kennen die Bedeutung eines strukturierten Verhandlungsmanagements für wichtige und schwierige Verhandlungen. Sie wissen wie der Verhandlungsmanagementansatz mit den einzelnen Phasen in der Praxis angewendet wird.</p> <p>Insb. kennen sie die Besonderheiten von Einkäufer-Zulieferer-Verhandlungen im Business-to-Business-Marketing.</p> <p>Fertigkeiten (Können)</p> <p>Nach intensivem Durcharbeiten des Moduls können die Studierenden den Geschäftstypenansatz auf beliebige Industrieunternehmen anwenden.</p> <p>Zudem haben die Studierenden über eine Reihe von Verhandlungsübungen reale Verhandlungskompetenz erlangt. Sie sind in der Lage sich mit Hilfe des Verhandlungsmanagementansatzes auf Verhandlungen unterschiedlicher Natur vorzubereiten. Sie können Verhandlungsstrategien und Taktiken in der Verhandlungspraxis anwenden. Erlernte Verhandlungstechniken helfen ihnen dabei, Verhandlungen im Verlauf der Verhandlungsführung zum Erfolg zu führen.</p>			

	Die Studierenden können Ergebnisse aus der Verhandlungsforschung auf reale Verhandlungssituationen übertragen und bei Bedarf anwenden.
Inhalte	<p>a) <u>Business-to-Business-Marketing</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Besonderheiten des Business-to-Business-Marketing und Abgrenzung von Business-to-Consumer-Marketing • Buying Center Analyse • Geschäftstypenansatz • Produktgeschäft • Systemgeschäft • Projektgeschäft • Integrationsgeschäft • Business Development <p>b) <u>Verhandlungsmanagement</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Verhandlungen als Betrachtungsgegenstand von Wissenschaft und Praxis • Entwicklung eines Management Ansatzes für Verhandlungen • Verhandlungsanalyse • Verhandlungsorganisation • Verhandlungsvorbereitung • Verhandlungsführung • Verhandlungscontrolling • Implementierung von Verhandlungsmanagement
Didaktisches Konzept / Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> • Zentrale Vorlesung zu Business-to-Business-Marketing (2 SWS) im seminaristischen Stil mit Wissensvermittlung, -diskussion und Anwendung in Übungen und Fallstudien • Verhandlungsmanagement in zwei Gruppen (à 2 SWS) mit der Durchführung von Verhandlungsübungen in unterschiedlichen Kontexten
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Prüfungsformen	Portfolioprüfung
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten	Bestandene Modulprüfung
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Keine
Stellenwert der Note für die Endnote	1/42
Sonstige Informationen	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Backhaus, K.; und Voeth, M. (2014): Industriegütermarketing, 10. Auflage • Voeth, M.; und Herbst, U. (2015): Verhandlungsmanagement, 2. Auflage

ERP-Systeme					
<i>Modulcode</i> 3.50	<i>Workload</i> 150 h	<i>Credits</i> 5	<i>Studiensemester</i> 3	<i>Häufigkeit des Angebots</i> jährlich zum WiSe	<i>Dauer</i> 1 Semester
<i>Lehrveranstaltungen (Veranstaltungsart)</i> a) SAP Rechnungswesen (Seminar) b) SAP Logistik (Seminar)			<i>Kontaktzeit</i> 3 SWS / 42 h	<i>Selbststudium</i> 108 h	<i>geplante Gruppengröße</i> 2 Gruppen a max. 30 Studierende
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Claas Legenhausen			
Lehrende/r		Prof. Dr. Claas Legenhausen			
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen		<p>Kenntnisse (Wissen)</p> <p>Die Studierenden haben durch das Studium einführender und fortgeschrittener praktischer Lehrbücher ein vertieftes Wissen über ERP-Systeme in der Unternehmenspraxis am Beispiel des SAP-Systems sowie Kenntnisse über Bedeutung und Funktionsweise der Unternehmensführung und -organisation mit digitalen Technologien aufgebaut.</p> <p>Fertigkeiten (Können)</p> <p>Durch Kenntnisse des modularen Aufbaus von ERP Systemen am Beispiel des SAP-Systems sind Studierende in der Lage, Argumente bei der Konzeption von ERP Systemen im Rechnungswesen und im Logistikumfeld präzise zu formulieren und abzuwägen.</p> <p>Informationen, Ideen, Probleme und Lösungen aus fachlichen Inhalten bzgl. der Konzipierung und des Aufbaus eines Führungsberichtswesens mit ERP-Systemen können die Studierenden vor einem Fach- und Laienpublikum vorstellen und kommunizieren. Mit Vorbereitung sind sie in der Lage, diese Inhalte im Wesentlichen auch in einer anderen Sprache als Deutsch zu kommunizieren.</p>			
Inhalte		<p><u>a) SAP Rechnungswesen:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Buchungskreis-konzept des SAP ERP Systems, Customizing-Konzept am Beispiel SAP FI/CO • Grundkonzepte und Stammdaten • Kostenarten- / Kostenstellen- / Produktkostenträgerrechnung und -planung • Innenaufträge • Planung und Ist-Buchungen • Führungsinformationen: Kostenstellen- und Auftragsreporting <p><u>b) SAP Logistik:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Buchungskreis- und Werkskonzept des SAP ERP Systems, Customizing-Konzept am Beispiel SAP SD/MM • Grundkonzepte, Stammdaten, Organisationselemente • Belegflüsse und Geschäftsprozesse im Einkauf und Verkauf, • Integration logistischer Module mit dem Rechnungswesen 			

	<ul style="list-style-type: none"> • Integrationsfunktionen im Umfeld der Bedarfsplanung • Planung und Ist-Buchungen • Führungsinformationen im Einkaufs- und Vertriebsinfosystem
Didaktisches Konzept / Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> • Seminaristische Veranstaltung im Computer-Labor mit wechselnden Anteilen an Vorlesung, Gruppendiskussionen und Übungen • Hybride Lern- und Lehrformen in Präsenz und Online; Flipped Classroom • Autonomes Selbststudium in der Studienphase
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Prüfungsformen	Klausur
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten	Bestandene Modulprüfung
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Keine
Stellenwert der Note für die Endnote	1/42
Sonstige Informationen	
Literatur	

Wahlpflichtmodul I					
<i>Modulcode</i> 3.60	<i>Workload</i> 120 h	<i>Credits</i> 4	<i>Studiensemester</i> 3	<i>Häufigkeit des Angebots</i> jährlich zum WiSe	<i>Dauer</i> 1 Semester
<i>Lehrveranstaltungen (Veranstaltungsart)</i> a) Hot Topics im Marketing (Seminar) b) Arbeits-, Betriebs- und Organisationspsychologie (Seminar) c) Design Thinking (Seminar) d) Aktuelle Trends in der IT (Seminar)			<i>Kontaktzeit</i> 4 SWS / 56 h	<i>Selbststudium</i> 64 h	<i>geplante Gruppengröße</i> max. 30 Studierende
Modulverantwortliche/r		Aktuelle*r Vorsitzende*r der Studienkommission			
Lehrende/r		a) Prof. Dr. Birte Kemmerling b) Prof. Dr. Birgit Vock-Wannowitz c) Prof. Dr. Oliver Norkus d) Prof. Dr. Oliver Norkus			
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen		Kenntnisse (Wissen) und Fähigkeiten (Können) Die optional zu belegenden Fächer in diesem Wahlpflichtmodul (2 von 4 Angeboten) beziehen sich auf Themengebiete aus den Vormodulen, die inhaltlich vertieft und erweitert werden. Sie verfügen über einen direkten praktischen Anwendungsbezug, sind interaktiv ausgerichtet und fördern somit neben einer stärkeren fachlichen Durchdringung zugleich methodische, kommunikative und soziale Fähigkeiten der Studierenden.			
Inhalte		Variabel und der Aktualität im jeweiligen Fachgebiet entsprechend			
Didaktisches Konzept / Lehrformen		Seminaristische Vorlesung und (Labor-)Übungen			
Teilnahmevoraussetzungen		Keine			
Prüfungsformen		Mündliche Prüfung, Referat, Projektarbeit/Portfolioprüfung			
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten		Bestandene Modulprüfung			
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)		Keine			
Stellenwert der Note für die Endnote		1/52,5			
Sonstige Informationen					
Literatur					

Praxissemester					
<i>Modulcode</i> 4.00	<i>Workload</i> 900 h	<i>Credits</i> 30	<i>Studiensemester</i> 4	<i>Häufigkeit des Angebots</i> jährlich zum WiSe	<i>Dauer</i> 1 Semester
<i>Lehrveranstaltung</i> Kolloquium Praxissemester			<i>Kontaktzeit</i> 0,1 SWS/ 1,4 h	<i>Selbststudium</i> 898,6 h	<i>geplante Gruppengröße</i> 60 Studierende
Modulverantwortliche/r		Aktuelle*r Vorsitzende*r der Studienkommission			
Lehrende/r		alle 6 hauptamtlichen Professor:innen des Studiengangs			
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen		<p>Kenntnisse (Wissen)</p> <p>Im mindestens 20-wöchigen Praxissemester bekommen die Studierenden einen Einblick in betriebliche Organisationsstrukturen und Abläufe sowie in unternehmenspolitische Entscheidungen und werden mit Aufgabenstellungen vertraut, die künftige BWL-Studienabsolvent*innen in der unternehmerischen Praxis erwarten.</p> <p>Fertigkeiten (Können)</p> <p>Im Rahmen ihres Praktikums wirken die Studierenden aktiv am unternehmerischen Geschehen mit und bearbeiten eigenständig konkrete Aufgaben und Projekte, deren Ergebnisse für ihre aufnehmenden Unternehmen von Nutzen sind.</p>			
Inhalte		Die konkreten Inhalte sind von einer jeweiligen betrieblichen Aufgabenstellung abhängig. Diese entsprechen den zukünftigen Aufgabengebieten von BWL-Absolvent_innen und sollen an ihre zukünftige berufliche Tätigkeit heranführen.			
Didaktisches Konzept / Lehrformen		Das Praxissemester wird in der Regel in Unternehmen durchgeführt und die Studierenden werden während dieser Phase von Professor_innen des Studiengangs und Mentoren in den Betrieben betreut.			
Teilnahmevoraussetzungen		Mindestens 75 erreichte Credit Points aus dem bisherigen BWL-Studium			
Prüfungsformen		Bericht (unbenotet)			
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten		Bestandener Praktikumsbericht und erfolgreich durchgeführtes Praktikumskolloquium			
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)		Keine			
Stellenwert der Note für die Endnote		Keine, da Studienleistung ohne Benotung			
Sonstige Informationen					
Literatur					

Human Resources Development (Schwerpunkt Human Resources Management)					
<i>Modulcode</i> 5.11	<i>Workload</i> 240 h	<i>Credits</i> 8	<i>Studiensemester</i> 5	<i>Häufigkeit des Angebots</i> jährlich zum SoSe	<i>Dauer</i> 1 Semester
<i>Lehrveranstaltung (Veranstaltungsart)</i> Human Resources Development (Seminar)			<i>Kontaktzeit</i> 4 SWS / 56 h	<i>Selbststudium</i> 184 h	<i>geplante Gruppengröße</i> max. 30 Studierende
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Birgit Vock-Wannewitz			
Lehrende/r		Prof. Dr. Birgit Vock-Wannewitz			
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen		<p>Kenntnisse (Wissen)</p> <p>Aufbauend auf die im Modul ‚Grundlagen Personal und Organisation‘ erworbenen Kenntnisse, wissen Studierende nach erfolgreich absolviertem Modul:</p> <ul style="list-style-type: none"> • welche Rolle die Personalentwicklung im Kontext betrieblicher Prozesse spielt (Einordnung) • wie Personalentwicklung als Teil des Talent Managements zur strategischen Entwicklung von Organisationen beiträgt • wie historische Zusammenhänge zentrale Konzepte der PE bestimmt haben sowie welche Trends der Personalentwicklung moderne Unternehmen prägen • welche Modelle moderner Personal- (und Organisations-) entwicklung es gibt und wie sie zur Anwendung kommen <p>Fertigkeiten (Können)</p> <p>Wenn sich Studierende intensiv mit den Inhalten dieses Moduls beschäftigen, können sie anschließend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • aus Unternehmens- und HR-Strategien sinnvolle PE Konzepte entwickeln und Maßnahmenpakete gemeinsam mit/für externe Partner erarbeiten • Anwendungsbeispiele ganzheitlichen Talentmanagements erarbeiten und auf konkrete Personalsituationen in Unternehmen anwenden • Konzepte zur Entwicklung von Einzelpersonen oder Teams erarbeiten • Aus betrieblichen Fragestellungen adäquate Personalentwicklungsmaßnahmen ableiten und deren Umsetzung vorbereiten 			
Inhalte		<ul style="list-style-type: none"> • Strategische Entwicklung der Personalressourcen • Interventionsparadigmen der Personalentwicklung • Potentialerkennung und -förderung • Weiterbildungsstrategien • Personalbasierte Innovationskonzepte • Internationale und interkulturelle Personalentwicklung • Transfersicherung von Personalentwicklungsmaßnahmen • Auswahl von Trainern, Coaches, Beratern • Zusammenarbeit mit externen Kooperationspartnern • Design von Trainings und langfristigen Personalentwicklungskonzepten 			

	<ul style="list-style-type: none"> • Beratung von Führungskräften zum Weiterbildungsbedarf und zur Identifizierung und individuellen Entwicklung von Mitarbeitenden mit hohem Entwicklungspotenzial • Auftragsklärung, Ressourcensicherung, Professionalität • Führungs- und Steuerungsindikatoren und -instrumente der Personalentwicklung
Didaktisches Konzept / Lehrformen	Vermittlung der Grundlagen der PE im seminaristischen Stil mit dem Ziel, relevante Fragestellungen in Zusammenarbeit mit Unternehmen der Region im Rahmen von Projekten zu beantworten. Im Fokus stehen dabei umsetzungsreife Weiterbildungskonzepte als Ergebnis der Projektarbeit.
Teilnahmevoraussetzungen	Leistungsnachweis aus den Modulen „Grundlagen Personal und Organisation“ sowie „International Business Communication“
Prüfungsformen	Portfolioprüfung
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten	Bestandene Modulprüfung
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Keine
Stellenwert der Note für die Endnote	1/26,25
Sonstige Informationen	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Grieves, J (2003).: Strategic Human Resource Development. SAGE Publications • Henderson, I. (2017). Human Resource Management for Mba and Business Masters. Kogan Page Publishers. • Malik, A. (2018): Strategic Human Resource Management and Employee Relation • Paine, N. (2021): Workplace Learning, Kogan Page Publishers

Change Management (Schwerpunkt Human Resources Management)					
<i>Modulcode</i> 5.12	<i>Workload</i> 240 h	<i>Credits</i> 8	<i>Studiensemester</i> 5	<i>Häufigkeit des Angebots</i> jährlich zum SoSe	<i>Dauer</i> 1 Semester
<i>Lehrveranstaltung (Veranstaltungsart)</i> Change Management (Seminar)			<i>Kontaktzeit</i> 4 SWS / 56 h	<i>Selbststudium</i> 184 h	<i>geplante Gruppengröße</i> max. 30 Studierende
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Birgit Vock-Wannewitz			
Lehrende/r		Prof. Dr. Birgit Vock-Wannewitz			
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen		<p>Kenntnisse (Wissen)</p> <p>Studierende, die sich intensiv mit den Inhalten dieses Moduls auseinandersetzen, wissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • welche Modelle des Veränderungsmanagements es gibt und wie sie wissenschaftlich einzuordnen und in der Praxis zum Einsatz kommen • wie Veränderungsprozesse auf organisationaler und individueller Ebene initiiert, durchgeführt und nachhaltig in Unternehmen verankert werden • welche Interventionsinstrumente in Veränderungsprozessen in welchen Unternehmens-Situationen wirksam werden <p>Fertigkeiten (Können)</p> <p>Auf Basis intensiver Auseinandersetzung mit den Inhalten dieses Moduls können die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • betriebliche Veränderungsnotwendigkeiten diagnostizieren. • Konzeptvorschläge für Veränderungsprozesse in Unternehmen entwickeln. • in einem Change Management Team an der Realisierung von Veränderungsprozessen maßgeblich mitwirken: <ul style="list-style-type: none"> • Prozesse beschreiben und gestalten • Einzelne und Teams fachlich und emotional in den Change Prozess einbinden • Dokumentation und Fortschreibung etablieren • die unterschiedlichen Ansätze und Instrumente und deren jeweilige Einsatzmöglichkeiten abwägen, eine Empfehlung aussprechen und gegenüber der Unternehmensleitung und den Führungskräften argumentativ vertreten. • eine Bewerbung – z.B. als Change Agent – erfolgreich formulieren und im Vorstellungsgesprächen überzeugen. 			
Inhalte		<ul style="list-style-type: none"> • Modelle, Instrumente und Prozesse des Change Managements • Ganzheitliche Betrachtung von Organisationsmodellen und deren innovative Weiterentwicklung • Strategische Rahmenbedingungen für Change Prozesse • Design und Realisierung von Change Projekten • Anforderungen an interne und externe Stakeholder im Change Management 			

Didaktisches Konzept / Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> • Vermittlung der Grundlagen des Change Managements im seminaristischen Stil mit dem Ziel, relevante Fragestellungen in Zusammenarbeit mit Unternehmen der Region im Rahmen von Projekten zu beantworten. • Fallstudien, Praktische Übungen, Diskussion, Peer reviews ergänzen das didaktische Portfolio.
Teilnahmevoraussetzungen	Leistungsnachweise aus den Modulen „Grundlagen Personal und Organisation“ sowie „International Business Communication“
Prüfungsformen	Portfolioprüfung
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten	Bestandene Modulprüfung
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Keine
Stellenwert der Note für die Endnote	1/26,25
Sonstige Informationen	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Kotter, J.P.(2012): Leading Change. Harvard Business Review Press • Scarlett, H. (2019): Neuroscience for organizational change. Kogan Page. • Jacobsen, D.I. (2021): Organizational Change and Change Management. Vigmostad & Bjørke AS • Laloux, F. (2019): Reinventing Organizations. Nelson Parker

Investitions- und Finanzierungspolitik (Schwerpunkt Finanzwirtschaft)					
<i>Modulcode</i>	<i>Workload</i>	<i>Credits</i>	<i>Studiensemester</i>	<i>Häufigkeit des Angebots</i>	<i>Dauer</i>
5.21	240 h	8	5	jährlich zum SoSe	1 Semester
<i>Lehrveranstaltungen (Veranstaltungsart)</i>			<i>Kontaktzeit</i>	<i>Selbststudium</i>	<i>geplante Gruppengröße</i>
Investitions- und Finanzierungspolitik (Seminar)			4 SWS / 56 h	184 h	max. 30 Studierende
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Uwe Schikorra			
Lehrende/r		LB Prof. Dr. Thomas Ostendorf			
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen		<p><u>Kenntnisse (Wissen)</u></p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls können die Studierenden finanzwirtschaftliche Themen in einer ganzheitlichen unternehmerischen Perspektive verstehen und verfügen über vertiefte Kenntnisse zur strukturierten und risikobewussten Lösung komplexer Finanzierungsprobleme mit Hilfe alternativer Finanzierungsoptionen.</p> <p><u>Fertigkeiten (Können)</u></p> <p>Nach intensiver Mitarbeit im Modul können die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • aktuelle finanzwirtschaftliche Entwicklungen in den Bereichen Investition und Finanzierung verstehen, bewerten und systematisch einordnen, • finanzwirtschaftliche Problemstellungen im betrieblichen Kontext einer Lösung zuführen, • Finanzierungsalternativen benennen und deren Eignung bewerten, • finanzwirtschaftliche Risiken erkennen, bewerten und mit Hilfe natürlicher und finanzieller Hedges mitigieren, • die Eignung derivativer Finanzinstrumente im Risikomanagement beurteilen, • Kriterien für die Ermittlung des optimalen Verschuldungsgrades bewerten und entsprechende Instrumente anwenden. <p>Vorträge und ihre anschließende Verteidigung bzw. Diskussion bieten Übungsmöglichkeiten für die Kommunikations- und Präsentationsfähigkeit.</p>			
Inhalte		<ul style="list-style-type: none"> • Die Bedeutung der Finanzfunktion im betrieblichen Kontext • Shareholder- vs. Stakeholder-Value-Ansatz im kapitalmarktorientierten Umfeld • Einflussfaktoren für den optimalen Verschuldungsgrad • Grundlagen des Risikomanagements • Natürliche vs. finanzielle Hedges • Derivate als Hedginginstrumente • Finanzierungsalternativen aus Kosten- und Risikoperspektive: börsengestützt, traditionell oder FinTech? 			

Didaktisches Konzept / Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> • Seminar • Bearbeitung von Fallstudien • Gruppen- und Projektarbeiten • Einbindung von Praktikern
Teilnahmevoraussetzungen	Leistungsnachweis aus dem Modul „Grundlagen Finanzierung und Investition“
Prüfungsformen	Portfolioprüfung
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten	Bestandene Modulprüfung
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Keine
Stellenwert der Note für die Endnote	1/26,25
Sonstige Informationen	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Berk/DeMarzo: Corporate Finance. Global Edition • Brealy/Myers/Allen: Principles of Corporate Finance. International Edition • Perridon/Steiner/Rathgeber: Finanzwirtschaft der Unternehmung

Finanzmanagement (Schwerpunkt Finanzwirtschaft)					
<i>Modulcode</i> 5.22	<i>Workload</i> 240 h	<i>Credits</i> 8	<i>Studiensemester</i> 5	<i>Häufigkeit des Angebots</i> jährlich zum SoSe	<i>Dauer</i> 1 Semester
<i>Lehrveranstaltung (Veranstaltungsart)</i> Finanzmanagement (Seminar)			<i>Kontaktzeit</i> 4 SWS / 56 h	<i>Selbststudium</i> 184 h	<i>geplante Gruppengröße</i> max. 30 Studierende
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Uwe Schikorra			
Lehrende/r		LB Tim Pohlenz			
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen		<p>Kenntnisse (Wissen)</p> <p>Nach intensivem Durcharbeiten des Moduls werden die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • über die Grundlagen hinausgehend, vertiefende Kenntnisse im Bereich Finanzierung und Finanzcontrolling besitzen, • modernste Finanzierungsinstrumente kennen, einordnen sowie einsetzen können, • risikopolitische Aspekte im Rahmen der Finanzierung würdigen und theoretische Kenntnisse in Praxiskenntnisse umsetzen können. <p>Fertigkeiten (Können)</p> <p>Nach intensivem Durcharbeiten des Moduls können die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • nicht nur gängige, sondern auch spezielle Finanzierungs- und Kapitalbeschaffungsformen systematisch einordnen, anwenden und bewerten, • Finanzcontrollinginstrumente einordnen und anwenden. <p>Die Vermittlung von Kompetenz, Methodik und Analyse stehen im Vordergrund und dienen zur Findung von Praxislösungen.</p>			
Inhalte		<ul style="list-style-type: none"> • Alternative Finanzierungsentscheidungen • Asset Backed Securities, Projektfinanzierung, Factoring, Leasing, Mezzanine Kapital, Private Equity • Derivate Finanzierungsinstrumente • Bedingte und unbedingte Termingeschäfte, Forwards, Futures, Swaps, Caps, Floors, Collars • Finanzcontrolling • Kapital- und Finanzbedarfsplanung, Finanzbudgetierung, Kapitalflussrechnung, Finanzanalyse, Finanzsteuerung, • Wertorientiertes Controlling • Discounted Cashflow-Methode, ROI, ROE, ROCE, RONA, Cash Value Added, BSC, Risikocontrolling • Unternehmensberichterstattung 			
Didaktisches Konzept / Lehrformen		<ul style="list-style-type: none"> • Seminar • Bearbeitung von Fallstudien • Gruppen- und Projektarbeiten • Einbindung von Praktikern 			

Teilnahmevoraussetzungen	Leistungsnachweis aus dem Modul „Grundlagen Finanzierung und Investition“
Prüfungsformen	Portfolioprüfung
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten	Bestandene Modulprüfung
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Keine
Stellenwert der Note für die Endnote	1/26,25
Sonstige Informationen	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Finanzmanagement, Prätsch, Schikorra, Ludwig • Investition und Finanzierung, Becker • Strukturierte Finanzierungen, Wolf, Hill, Pfaue • Finanzwirtschaft der Unternehmung, Perridon, Steiner, Rathgeber • Projektfinanzierung, Böttcher, Blattner • Finanzierung, Gerke, Bank • Investition, Finanzierung und Steuern, Hölscher • Investitionen, Trautmann • Betriebliche Finanzwirtschaft, Eilenberger, Ernst, Toebe

Strategisches Marketing (Schwerpunkt Marketing)					
<i>Modulcode</i> 5.31	<i>Workload</i> 240 h	<i>Credits</i> 8	<i>Studiensemester</i> 5	<i>Häufigkeit des Angebots</i> jährlich zum SoSe	<i>Dauer</i> 1 Semester
<i>Lehrveranstaltung (Veranstaltungsart)</i> Strategisches Marketing (Seminar)			<i>Kontaktzeit</i> 4 SWS / 56 h	<i>Selbststudium</i> 184 h	<i>geplante Gruppengröße</i> max. 30 Studierende
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Birte Kemmerling			
Lehrende/r		Prof. Dr. Birte Kemmerling			
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen		<p>Kenntnisse (Wissen)</p> <p>Nach intensivem Durcharbeiten des Moduls wissen die Studierenden, dass Marketingstrategien sowohl auf Gesamtstrategieebene sowie auf Ebene der strategischen Geschäftsfelder eines Unternehmens eine Rolle spielen. Die Studierenden wissen, welche marketingstrategischen Fragestellungen für die unterschiedlichen Strategieebenen relevant sind.</p> <p>Fertigkeiten (Können)</p> <p>Nach intensivem Durcharbeiten des Moduls können die Studierenden Analysen zur Beantwortung von marketingstrategischen Fragestellungen durchführen und Empfehlungen für Unternehmen ableiten.</p> <p>Die Studierenden können ein vorab definiertes Projekt vom Projektauftrag des Projektgebers bis zur Abschlusspräsentation und -dokumentation eigenständig und selbstverantwortlich umsetzen.</p>			
Inhalte		<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des strategischen Marketings (insb. Was ist Marketing? Was ist Strategie?) • Marketingstrategische Komponenten der Gesamtstrategie (insb. Marktdurchdringung, Produkterweiterung, Markterweiterung und Diversifikation sowie Portfolio-Analyse über die Geschäftsfelder) • Marketingstrategien auf Geschäftsfeldebene (insb. Marktarealstrategie, Marktsegmentierungsstrategie und Marktteilnehmerstrategien und Ableitung von Marketinginstrumenten) 			
Didaktisches Konzept / Lehrformen		Seminaristischer und interaktiver Austausch zur Vermittlung von Wissen, Fallstudien, Übungen, Bearbeitung von realen Strategiprojekten von Unternehmen/Projektgebern aus der Region, Coaching auf Projektgruppenebene			
Teilnahmevoraussetzungen		Leistungsnachweis aus dem Modul „Grundlagen Marketing und Marktforschung“			
Prüfungsformen		Portfolioprüfung			
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten		Bestandene Modulprüfung			

Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Keine
Stellenwert der Note für die Endnote	1/26,25
Sonstige Informationen	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Backhaus/Schneider, 2020: Strategisches Marketing, 3. Auflage • Becker, 2020: Marketing-Konzeption, 11. Auflage • Backhaus/Voeth, 2010: Internationales Marketing, 6. Auflage

Digitales Marketing (Schwerpunkt Marketing)					
<i>Modulcode</i> 5.32	<i>Workload</i> 240 h	<i>Credits</i> 8	<i>Studiensemester</i> 5	<i>Häufigkeit des Angebots</i> jährlich zum SoSe	<i>Dauer</i> 1 Semester
<i>Lehrveranstaltungen (Veranstaltungsart)</i> Digitales Marketing (Seminar)			<i>Kontaktzeit</i> 4 SWS / 56 h	<i>Selbststudium</i> 184 h	<i>geplante Gruppengröße</i> max. 30 Studierende
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Birte Kemmerling			
Lehrende/r		Prof. Dr. Barbara Kleine-Kalmer			
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen		<p>Kenntnisse (Wissen)</p> <p>Nach intensivem Durcharbeiten des Moduls haben die Studierenden ein Grundverständnis des digitalen Marketings: Sie sind mit Methoden zur Analyse der digitalen Medienlandschaft und Plattformen sowie Instrumenten zur Planung, Umsetzung und Erfolgsmessung digitaler Marketingstrategien vertraut. Sie lernen die digitale Zielgruppe zu analysieren und darauf basierend Ziele und Maßnahmen abzuleiten. Die Studierenden sind in der Lage, neueste Trends des digitalen Marketings zu benennen, zu analysieren und zuzuordnen. Sie können einen klaren Zusammenhang zwischen dem klassischen Marketing-Mix Instrumenten und ihren digitalen Äquivalenten herstellen.</p> <p>Fertigkeiten (Können)</p> <p>Nach Bearbeitung des Moduls sind die Studierenden befähigt digitale Marketingstrategien, Konzepte und Maßnahmen zu erstellen und zu evaluieren. Sie sind in der Lage, eigenständige Analysen durchzuführen und daraus Ziele abzuleiten. Auf dieser Grundlage können sie eine Digitalstrategie formulieren, deren Umsetzung planen sowie den Erfolg messen.</p>			
Inhalte		<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen Digitales Marketing • Zielgruppenanalyse, Digital Persona • Digital Marketing Strategy & Planning • Festlegen von Kampagnenzielen und KPIs • Auswahl der geeigneten Kanäle und Plattformen • Entwicklung der Kreativstrategie • Content Strategie und Planung • Budgetplanung • Umsetzung und Messung 			
Didaktisches Konzept / Lehrformen		Seminaristische und interaktiver Austausch zur Vermittlung von Wissen. Fallstudien, Übungen, Coaching			
Teilnahmevoraussetzungen		Leistungsnachweis aus dem Modul „Grundlagen Marketing und Vertrieb“			
Prüfungsformen		Portfolioprüfung			
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten		Bestandene Modulprüfung			

Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Keine
Stellenwert der Note für die Endnote	1/26,25
Sonstige Informationen	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Terstiege, 2020: Digitales Marketing – Erfolgsmodelle aus der Praxis: Konzepte, Instrumente und Strategien im Kontext der Digitalisierung • Alt/Reinhold, 2016: Social Customer Relationship Management – Grundlagen, Anwendungen und Technologien

Allgemeine Volkswirtschaftslehre					
<i>Modulcode</i> 5.40	<i>Workload</i> 180 h	<i>Credits</i> 6	<i>Studiensemester</i> 5	<i>Häufigkeit des Angebots</i> jährlich zum SoSe	<i>Dauer</i> 1 Semester
<i>Lehrveranstaltungen (Veranstaltungsart)</i> a) Mikroökonomie (Vorlesung) b) Makroökonomie (Vorlesung)			<i>Kontaktzeit</i> 6 SWS / 84 h	<i>Selbststudium</i> 96 h	<i>geplante Gruppengröße</i> max. 60 Studierende
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Gerhard Feldmeier			
Lehrende/r		LB Prof. Dr. Thomas Ostendorf			
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen		<p>Kenntnisse (Wissen)</p> <p>Nach intensivem Durcharbeiten des Moduls haben die Studierenden einen Überblick über die grundsätzlichen Aufgaben, Ziele und Methodiken der Volkswirtschaftslehre gewonnen und sind mit Grundfragen der Volkswirtschaftslehre vertraut.</p> <p>Fertigkeiten (Können)</p> <p>Nach intensivem Durcharbeiten des Moduls sind die Studierenden in der Lage relevante gesamtwirtschaftliche Indikatoren zu analysieren und aufzubereiten sowie das erworbene theoretische Wissen aus der Volkswirtschaftslehre in aktuelle gesamtwirtschaftliche Situationen zu transferieren sowie gesamtwirtschaftliche und -gesellschaftliche Zusammenhänge zu erkennen.</p>			
Inhalte		<p><u>Mikroökonomie:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufgaben, Methodik und systemunabhängige Grundfragen der Volkswirtschaftslehre • Märkte und Preise Bestimmungsfaktoren der Güternachfrage und des Güterangebots am Markt Marktformen und Marktpreisbildung auf dem Güter-, Arbeits- und Kapitalmarkt Staatliche Eingriffe in den Marktpreismechanismus und unternehmerischen Wettbewerb <p><u>Makroökonomie:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung Entstehung, Verteilung bzw. Verwendung des Volkseinkommens • Konjunktur- und Wachstumspolitik Bestimmungsfaktoren der Konjunktur und des Wirtschaftswachstums Alternative wirtschaftspolitische Konzeptionen zur Konjunktur- und Wachstumsförderung • Grundlagen des Geldmarktes und der Geldpolitik • Bestimmungsfaktoren des Geldangebots und der Geldnachfrage • Ziele und Ausgestaltung der Geldpolitik • Grundlagen des Arbeitsmarktes und der Arbeitsmarktpolitik 			

Didaktisches Konzept / Lehrformen	Seminaristische Vorlesung mit Gruppendiskussionen und Übungen
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Prüfungsformen	Klausur
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten	Bestandene Modulprüfung
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Keine
Stellenwert der Note für die Endnote	1/35
Sonstige Informationen	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Mankiw/Taylor: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre • Altmann, Jörn: Volkswirtschaftslehre • Bartling, H./ Luzius, F.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre • Basseler, U./ Heinrich, J./ Koch, W.: Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft • Gablers Wirtschaftslexikon • coreecon, kostenloses Online-Lehrbuch, http://www.core-econ.org

Environmental Social Governance					
<i>Modulcode</i> 5.50	<i>Workload</i> 150 h	<i>Credits</i> 4	<i>Studiensemester</i> 5	<i>Häufigkeit des Angebots</i> jährlich zum SoSe	<i>Dauer</i> 1 Semester
<i>Lehrveranstaltungen (Veranstaltungsart)</i> a) Nachhaltigkeit und ESG (Vorlesung) b) Case Studies (Vorlesung)			<i>Kontaktzeit</i> 4 SWS / 56 h	<i>Selbststudium</i> 94 h	<i>geplante Gruppengröße</i> max. 60 Studierende
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Oliver Norkus			
Lehrende/r		Prof. Dr. Oliver Norkus			
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen		<p>Kenntnisse (Wissen)</p> <p>Nach intensivem Durcharbeiten des Moduls wissen die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • über die Bedeutung des hochrelevanten Feldes der Umwelt und Nachhaltigkeitsmanagements von Organisationen Bescheid, • kennen die verschiedenen Management und Analysemethoden, • kennen die Ansichten verschiedene Perspektiven z.B. Kunden, NGOs, Politik auf Environmental Social Governance, • Methoden zur Entwicklung einer Nachhaltigkeitsstrategie einzuordnen und kennen relevanten Schritte der Strategieentwicklung, • Maßnahmen zur konkreten Planung und Umsetzung der Strategie, Analyse der Auswirkungen anzuwenden, • Umwelt- und Nachhaltigkeitsaspekte im Lebenszyklus eines Produktes zu diskutieren und Produktzielen abzuleiten. <p>Fertigkeiten (Können)</p> <p>Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, Unternehmen systematisch auf Risiken zu analysieren und entsprechende Umwelt- und Nachhaltigkeitsstrategien zu formulieren, sowie konkrete Maßnahmen zu planen und eine Umsetzung zu begleiten und den Fortschritt zu messen.</p>			
Inhalte		<ul style="list-style-type: none"> • Grundlegende Konzepte der Nachhaltigkeit und Umweltwissenschaft • Rahmen des Umweltrechts, Schwerpunkt auf dem Umweltmanagement • Diskussion von relevanten Themen wie Klimawandel und Bevölkerungswachstum auf globaler Ebene oder Biodiversität, Luft- und Wasserqualität auf lokaler Ebene • Regelungen, Gesetze und Normen wie ISO 26000 (Richtlinien für soziale Verantwortung) oder ISO 14001 (Umweltmanagementsystemnorm) • Indikatoren und Maßnahmen zu Produktpolitik, Umweltkommunikation, Corporate Social Responsibility 			
Didaktisches Konzept / Lehrformen		Seminaristische Vorlesung			

Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Prüfungsformen	Portfolioprüfung
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten	Bestandene Modulprüfung
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Keine
Stellenwert der Note für die Endnote	1/42
Sonstige Informationen	
Literatur	

Softskills II					
<i>Modulcode</i> 5.60	<i>Workload</i> 120 h	<i>Credits</i> 4	<i>Studiensemester</i> 5	<i>Häufigkeit des Angebots</i> jährlich zum SoSe	<i>Dauer</i> 1 Semester
<i>Lehrveranstaltungen (Veranstaltungsart)</i> ca. 25-30 Angebote aus dem Studium Generale-Themenpool (Seminare)			<i>Kontaktzeit</i> 4 SWS / 56 h	<i>Selbststudium</i> 64 h	<i>geplante Gruppengröße</i> bis zu 30 Studierende je Angebot
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Gerhard Feldmeier			
Lehrende/r		diverse Dozent*innen aus dem Studium Generale			
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen		<p>Kenntnisse (Wissen)</p> <p>Nach intensivem Durcharbeiten des Moduls sollten die Studierenden mit erforderlichen fachübergreifenden Schlüsselqualifikationen in der beruflichen Praxis vertraut sein.</p> <p>Fertigkeiten (Können)</p> <p>Nach intensivem Durcharbeiten des Moduls sollten die Studierenden über bessere kommunikative, methodische, soziale und persönlichkeitsbildende Kompetenzen verfügen.</p>			
Inhalte		Auswahl aus einem breiten regelmäßig aktualisierten hochschulübergreifenden Angebotspool aus dem Studium Generale			
Didaktisches Konzept / Lehrformen		Interaktive Vermittlung von multiplen Schlüsselqualifikationen in kleinen Gruppen			
Teilnahmevoraussetzungen		Keine			
Prüfungsformen		Portfolioprüfung			
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten		Bestandene Modulprüfung			
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)		Keine			
Stellenwert der Note für die Endnote		1/52,5			
Sonstige Informationen					
Literatur					

Auslandsstudium (optional als Mobilitätsfenster)					
<i>Modulcode</i> 5.70 bzw. 6.70	<i>Workload</i> 900 h	<i>Credits</i> 30	<i>Studiensemester</i> 5 oder 6	<i>Häufigkeit des Angebots</i> jährlich zum WiSe oder SoSe	<i>Dauer</i> 1 Semester
<i>Lehrveranstaltungen</i> Diverse, je nach Wahl der Auslandshochschule			<i>Kontaktzeit</i> je nach Angabe der Auslands- hochschule	<i>Selbststudium</i> je nach Angabe der Auslands- hochschule	<i>geplante Gruppengröße</i> je nach Angabe der Auslands- hochschule
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Gerhard Feldmeier				
Lehrende/r	Dozent:innen in internationalen Gasthochschulen				
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen	Die (optional) teilnehmenden Studierenden verfügen über wertvolle Auslandsstudienenerfahrungen und ein höheres Maß an persönlicher Selbständigkeit, Reife und Mobilitätsbereitschaft. Sie haben eine ausgeprägte interkulturelle Sensibilisierung und ein stärkeres Bewusstsein über kulturelle Besonderheiten in Gastländern erlangt und verfügen somit über ein besseres Verständnis für kulturbedingte Unterschiede von Werten und Normen, insbesondere im Geschäftsleben im Umgang mit Interaktionspartnern aus anderen Kulturkreisen. Ferner zeichnen sie sich durch deutlich verbesserte Fremdsprachenkenntnisse in Wort und Schrift aus.				
Inhalte	Variabel je nach den im Ausland belegten (und anerkannten) Modulen oder Fächern.				
Didaktisches Konzept / Lehrformen	Variabel je nach den im Ausland belegten (und anerkannten) Modulen oder Fächern.				
Teilnahmevoraussetzungen	Erbringung von mindestens 30 ECTS Credit Points aus belegten Lehrveranstaltungen an der Gasthochschule, deren Anerkennung im Vorfeld der Entsendung in Learning Agreements vereinbart wird. Diese müssen bei den anerkannten Pflichtmodulen einen hohen fachlichen Bezug zu den eigenen Studieninhalten vorweisen, dürfen keine inhaltlichen Duplizierungen zu heimisch belegten Modulen enthalten oder sollen das heimische Modulspektrum erweitern bzw. vertiefen.				
Prüfungsformen	Variabel, je nach belegten Fächern an der Auslandshochschule				
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten	Nachweis der Erbringung von 30 Credit Points gemäß Learning Agreement in einem Transcript of Records der Gasthochschule				
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Keine				
Stellenwert der Note für die Endnote	1/7				
Sonstige Informationen					
Literatur					

International Management (Schwerpunkt International Management)					
<i>Modulcode</i> 6.11	<i>Workload</i> 240 h	<i>Credits</i> 8	<i>Studiensemester</i> 6	<i>Häufigkeit des Angebots</i> jährlich zum SoSe	<i>Dauer</i> 1 Semester
<i>Lehrveranstaltung (Veranstaltungsart)</i> International Management (Seminar)			<i>Kontaktzeit</i> 4 SWS / 56 h	<i>Selbststudium</i> 184 h	<i>geplante Gruppengröße</i> max. 30 Studierende
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Birgit Vock-Wannewitz			
Lehrende/r		Prof. Dr. Birgit Vock-Wannewitz			
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen		<p>Kenntnisse (Wissen)</p> <p>Intensive Beteiligung und das Arbeiten an den Inhalten dieses Moduls vermittelt den Studierenden Kenntnisse über:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Einordnung des Themas im wissenschaftlichen Diskurs • Die Abgrenzung und Definition von Begriffen im Kontext von Internationalisierung und Digitalisierung • Theoretische Modelle und Praxisbeispiele erfolgreichen internationalen Managements • Angrenzende Themen mit direktem Bezug und Einfluss auf das Management internationaler Organisationen: <ul style="list-style-type: none"> • Ethik und Compliance im Kontext multinationaler Unternehmen • Internationale Organisationen und die Effekte ihrer Entscheidungen/Empfehlungen • Expatriation – people management in multinationalen Unternehmen <p>Fertigkeiten (Können)</p> <p>Studierende, die sich intensiv mit den Inhalten des Moduls auseinandersetzen, sind in der Lage, eigenständig Lösungsansätze für Auslandsmarkteintritte oder -bearbeitungsformen von Unternehmen auszuarbeiten und vorhandene Auslandsmarktstrategien selektiver internationaler Unternehmen kritisch zu bewerten. Sie können ferner anhand klassischer Bewertungsinstrumente realistische Optionen für Produkt-, Markt- und Standortwahlentscheidungen erarbeiten und systematisch aufbereiten und Entscheidungsfinder in Unternehmen in der Umsetzung von gewählten Internationalisierungsstrategien kompetent beraten. Aufgrund ihres vernetzten Managementwissens sind sie zudem in der Lage in der unternehmerischen Praxis Entscheidungsgrundlagen und -optionen für anderweitige Managementbereiche und -aufgaben zu erstellen und gezielt umzusetzen.</p>			
Inhalte		<ul style="list-style-type: none"> • Geschichte, Kennzeichen und Stufen der Internationalisierung • Strukturen, Formen und Komplexität internationalen Wettbewerbs • Geoökonomische Trends und ihre Relevanz für die Internationalisierung von Unternehmen • Globale ökonomische Institutionen 			

	<ul style="list-style-type: none"> • NGO's und ihre Relevanz auf internationalen Märkten • Ethik und Compliance im internationalen Management • Expatriation • Das Managen globaler Krisen • ESG Kontext internationaler Unternehmen
Didaktisches Konzept / Lehrformen	Betreute Fallstudienbearbeitung in Teams, Einzel- und Gruppendiskussion, medienbasierte Ergebnispräsentation
Teilnahmevoraussetzungen	Leistungsnachweis aus dem Modul „International Business Communication“
Prüfungsformen	Portfolioprüfung
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten	Bestandene Modulprüfung
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Keine
Stellenwert der Note für die Endnote	1/26,25
Sonstige Informationen	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Schmid, Stefan (Hrsg.): Strategien der Internationalisierung • Lasserre, Philippe: Global Strategic Management • Kutschker, Michael; Schmid, Stefan: Internationales Management • Simon, Hermann: Hidden Champions – Aufbruch nach Globalia • Feldmeier, Gerhard et al: (Hrsg.): Globalisierung KMU – Entwicklungstendenzen, Erfolgskonzepte und Handlungsempfehlungen

Intercultural Management (Schwerpunkt International Management)					
<i>Modulcode</i> 6.12	<i>Workload</i> 240 h	<i>Credits</i> 8	<i>Studiensemester</i> 6	<i>Häufigkeit des Angebots</i> jährlich zum SoSe	<i>Dauer</i> 1 Semester
<i>Lehrveranstaltung (Veranstaltungsart)</i> Intercultural Management (Seminar)			<i>Kontaktzeit</i> 4 SWS / 56 h	<i>Selbststudium</i> 184 h	<i>geplante Gruppengröße</i> max. 30 Studierende
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Birgit Vock-Wannewitz			
Lehrende/r		LB Imke Guse			
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen		<p>Kenntnisse (Wissen)</p> <p>Nach intensivem Durcharbeiten des Moduls sind die Studierenden gut auf mögliche Auslandseinsätze vorbereitet, verfügen über eine nachhaltige interkulturelle Sensibilisierung und sind mit soziokulturellen Wertvorstellungen und rechtlich-politischen Normen in unterschiedlichen Kulturkreisen vertraut.</p> <p>Fertigkeiten (Können)</p> <p>Nach intensivem Durcharbeiten des Moduls kennen und verstehen die Studierenden unterschiedliche kulturbedingte Gepflogenheiten in internationalen Geschäftsbeziehungen und sind gut mit den Andersartigkeiten der Unternehmensumwelt im Ausland sowie kulturellen Umwelteinflüssen im Auslandsgeschäft vertraut. Sie sind ferner in der Lage auf einer höheren Bewusstseinsstufe interkulturelle Divergenzen, insbesondere im Arbeits- und Führungsverhalten unvoreingenommen zu analysieren und richtig einzuschätzen und vermeiden dadurch kulturbedingte Konflikte, Missverständnisse und absolute „Fettnäpfchen“ im Umgang mit Menschen aus anderen Kulturkreisen.</p> <p>Sie können außerdem aufgrund ihrer erlangten interkulturellen Sensibilisierung ihre interkulturellen Kompetenzen in persönlichen Auslandskontakten eigenständig erweitern und im Berufsleben erfolgreiche Auslandsgeschäfte tätigen.</p>			
Inhalte		<ul style="list-style-type: none"> • Interkulturelle Kompetenzen und Schlüsselqualifikationen im Auslandsgeschäft • Relevante Kulturebenen und Unternehmensumwelten im Auslandsmanagement • Gesellschaftliche Werte und Normen im interkulturellen Vergleich • Bedeutung sozialer Beziehungen und Bindungen in unterschiedlichen Kulturkreisen • Ausgestaltung rechtlich-politischer Normen in diversen Kulturkreisen • Managementkonzeptionen, Führungsstile und Führungsverhalten in unterschiedlichen Kulturkreisen • Kulturspezifische Verhandlungspraktiken und Geschäftsgepflogenheiten • Arbeitsbeziehungen und Mitarbeitermotivation im interkulturellen Kontext 			

	<ul style="list-style-type: none"> • Interpersonale und interkulturelle Kommunikation • Kulturwandel und -anpassung • Analyse von Kulturclustern
Didaktisches Konzept / Lehrformen	Interaktive Wissensvermittlung durch Fallstudienbearbeitung und Gruppendiskussionen
Teilnahmevoraussetzungen	Leistungsnachweis aus dem Modul „International Business Communication“
Prüfungsformen	Portfolioprüfung
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten	Bestandene Modulprüfung
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Keine
Stellenwert der Note für die Endnote	1/26,25
Sonstige Informationen	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Dülfer, Eberhard: Internationales Management in unterschiedlichen Kulturkreisen • Kutschker/Schmid: Internationales Management • Bergemann/Sourisseaux: Interkulturelles Management • Bosewitz/Kleinschroth: Let's go international • Lewis, Richard: When cultures collide • Wrede-Grischkat: Manieren und Karriere • Commer/von Thadden: Managerknigge

Rechnungswesen - Ausgewählte Trends (Schwerpunkt Rechnungswesen / Controlling)					
<i>Modulcode</i> 6.21	<i>Workload</i> 240 h	<i>Credits</i> 8	<i>Studiensemester</i> 6	<i>Häufigkeit des Angebots</i> jährlich zum SoSe	<i>Dauer</i> 1 Semester
<i>Lehrveranstaltung (Veranstaltungsart)</i> Rechnungswesen - Ausgewählte Trends (Seminar)			<i>Kontaktzeit</i> 4 SWS / 56 h	<i>Selbststudium</i> 184 h	<i>geplante Gruppengröße</i> max. 30 Studierende
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Claas Legenhausen			
Lehrende/r		Prof. Dr. Claas Legenhausen			
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen		<p>Kenntnisse (Wissen)</p> <p>Die Studierenden erwerben vertiefte Kenntnisse in typischen aktuellen Anwendungsfeldern des Rechnungswesens, sowohl durch praxisnahe, insbesondere DV-gestützte Anwendung als auch punktuelle Erweiterung der bestehenden theoretischen und konzeptionell-methodischen Kenntnisse. Unterstützt durch wissenschaftliche Lehrbücher wird hierbei an aktuelle Erkenntnisse bzgl. ausgewählter Trends im Rechnungswesen angeknüpft.</p> <p>Fertigkeiten (Können)</p> <p>Methoden und Anwendungen bzgl. ausgewählter Trends im Rechnungswesen – u.a. im Umfeld der Konzern- oder internationaler Rechnungslegung – werden professionell im Unternehmen angewendet und zur Erarbeitung von Problemlösungen, beispielsweise bei der DV-Implementierung von Reportingsystemen oder bei Datenhaltung im Umfeld paralleler Rechnungslegungsvorschriften, eingesetzt.</p> <p>Zu relevanten Fakten bzgl. aktueller Rechnungswesentrends, die systematisch gesammelt und interpretiert wurden, können Schlussfolgerungen formuliert und inhaltliche Bezüge hergestellt werden, die auch relevante Aspekte aus anderen Fachgebieten berücksichtigen.</p> <p>Die Studierenden können sicher alle relevanten Informationen, Ideen, Probleme und Lösungen aus fachlichen Inhalten des Moduls Ausgewählte Trends im Rechnungswesen vor einem Fach- und Laienpublikum vorstellen und kommunizieren. Mit Vorbereitung sind sie in der Lage, diese Inhalte im Wesentlichen auch in einer anderen Sprache als Deutsch zu kommunizieren.</p> <p>Die Studierenden haben sich die Fähigkeit erarbeitet, weitere Studien mit den benötigten Lernstrategien größtenteils selbst bestimmt und autonom fortzusetzen.</p>			
Inhalte		<p>Eine fachliche Zuordnung und Benennung entsprechender Lehrveranstaltungen und Dozent*innen erfolgt mit der jeweiligen Planung des Semesters. Inhaltliche Schwerpunkte können gesetzt werden in den Bereichen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Internationale Rechnungslegung, insbes. IAS/IFRS • Konzernrechnungslegung 			

	<ul style="list-style-type: none"> • Bilanzanalyse mit Kennzahlen • Implementierung von internationalen Rechnungslegungsvorschriften • Aufbau von Reportingsystemen mit DV-Unterstützung (z.B. SAP BI / Analytics on HANA etc.) • Sonstige aktuelle Trends im Rechnungswesen
Didaktisches Konzept / Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> • Seminaristische Veranstaltung im Computer-Labor mit wechselnden Anteilen an Vorlesung, Gruppendiskussionen und Übungen • Hybride Lern- und Lehrformen in Präsenz und Online; Flipped Classroom • Autonomes Selbststudium in der Studienphase
Teilnahmevoraussetzungen	Leistungsnachweise aus den Modulen „Grundlagen Buchführung und Kostenrechnung“ sowie „Controlling und Externe Rechnungslegung“
Prüfungsformen	Portfolioprüfung
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten	Bestandene Modulprüfung
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Keine
Stellenwert der Note für die Endnote	1/26,25
Sonstige Informationen	
Literatur	

Controlling – Ausgewählte Trends (Schwerpunkt Rechnungswesen / Controlling)					
<i>Modulcode</i> 6.22	<i>Workload</i> 240 h	<i>Credits</i> 8	<i>Studiensemester</i> 6	<i>Häufigkeit des Angebots</i> jährlich zum SoSe	<i>Dauer</i> 1 Semester
<i>Lehrveranstaltung (Veranstaltungsart)</i> Controlling - Ausgewählte Trends (Seminar)			<i>Kontaktzeit</i> 4 SWS / 56 h	<i>Selbststudium</i> 184 h	<i>geplante Gruppengröße</i> max. 30 Studierende
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Claas Legenhausen			
Lehrende/r		Prof. Dr. Claas Legenhausen			
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen		<p>Kenntnisse (Wissen)</p> <p>Die Studierenden erwerben vertiefte Kenntnisse in typischen aktuellen Anwendungsfeldern des Controllings, sowohl durch praxisnahe, insbesondere DV-gestützte Anwendung als auch punktuelle Erweiterung der bestehenden theoretischen und konzeptionell-methodischen Kenntnisse. Unterstützt durch wissenschaftliche Lehrbücher wird hierbei an aktuelle Erkenntnisse bzgl. ausgewählter Trends im Controlling angeknüpft.</p> <p>Fertigkeiten (Können)</p> <p>Methoden und Anwendungen bzgl. ausgewählter Trends im Controlling – u.a. im Umfeld des Rechnungswesen gestützten Controlling, des Aufbaus betrieblicher Planungssysteme oder bezüglich der Beurteilung von Verrechnungsphilosophien in Kostenrechnungssystemen – werden professionell im Unternehmen angewendet und zur Erarbeitungen von Problemlösungen beispielsweise bei der DV-Implementierung von Business Intelligence-Systemen oder bei der DV-gestützten Unternehmenssteuerung mit Kennzahlen eingesetzt.</p> <p>Zu relevanten Fakten bzgl. aktueller Trends im Controlling, die systematisch gesammelt und interpretiert wurden, werden die Studierenden in die Lage versetzt, Schlussfolgerungen zu formulieren und inhaltliche Bezüge herzustellen, die auch interdisziplinäre Aspekte aus anderen Fachgebieten einbeziehen.</p> <p>Die Studierenden können sicher alle relevanten Informationen, Ideen, Probleme und Lösungen aus fachlichen Inhalten des Moduls Ausgewählte Trends im Controlling vor einen Fach- und Laienpublikum vorstellen und kommunizieren. Mit Vorbereitung sind sie in der Lage, diese Inhalte im Wesentlichen auch in einer anderen Sprache als Deutsch zu kommunizieren.</p> <p>Die Studierenden haben die Fähigkeit zur Lösung von komplexen Controlling-Fallstudien erarbeitet und können diese Problemstellungen in Vorbereitung auf die zu erstellenden Abschlussarbeiten auf die betriebliche Praxis zu übertragen. Hierzu haben Studierende das Lernvermögen erarbeitet, Studien mit den benötigten Lernstrategien größtenteils selbst bestimmt und autonom fortzusetzen.</p>			

Inhalte	<p>Eine fachliche Zuordnung und Benennung entsprechender Lehrveranstaltungen und Dozent*innen erfolgt mit der jeweiligen Planung des Semesters. Inhaltliche Schwerpunkte können gesetzt werden in den Bereichen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Betriebswirtschaftliche Analyse mit Management Informationssystemen; ERP- und andere IT-Systeme als Datenquelle • Kenntnisse der Unternehmenssteuerung und Bilanzanalyse mit Kennzahlen und Kennzahlensystemen; u.a. RL System, Du Pont System, Goldene Bilanzregeln, ... • Lösungen zum Corporate Performance Management im Umfeld der Unternehmensgesamtplanung, wie z.B. integrierte Bilanz-, Ergebnis-, Liquiditäts- und Investitionsplanung • Ausgewählte Controllinginstrumente für spezifische Anwendungen • Einsatz praxisrelevanter DV Lösungen wie z.B. SAP BI, SAP ERP, professionelle Planungs- und Berichtssysteme
Didaktisches Konzept / Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> • Seminaristische Veranstaltung im Computer-Labor mit wechselnden Anteilen an Vorlesung, Gruppendiskussionen und Übungen • Hybride Lern- und Lehrformen in Präsenz und Online; Flipped Classroom • Autonomes Selbststudium in der Studienphase
Teilnahmevoraussetzungen	Leistungsnachweise aus den Modulen „Grundlagen Buchführung und Kostenrechnung“ sowie „Controlling und Externe Rechnungslegung
Prüfungsformen	Portfolioprüfung
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten	Bestandene Modulprüfung
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Keine
Stellenwert der Note für die Endnote	1/26,25
Sonstige Informationen	
Literatur	

Geschäftsprozess-Modellierung (Schwerpunkt Wirtschaftsinformatik)					
<i>Modulcode</i> 6.31	<i>Workload</i> 240 h	<i>Credits</i> 8	<i>Studiensemester</i> 6	<i>Häufigkeit des Angebots</i> jährlich zum SoSe	<i>Dauer</i> 1 Semester
<i>Lehrveranstaltung (Veranstaltungsart)</i> Geschäftsprozess-Modellierung (Seminar)			<i>Kontaktzeit</i> 4 SWS / 56 h	<i>Selbststudium</i> 184 h	<i>geplante Gruppengröße</i> max. 30 Studierende
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Miriam O´Shea			
Lehrende/r		Prof. Dr. Miriam O´Shea			
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen		<p>Kenntnisse (Wissen)</p> <p>Nach intensivem Durcharbeiten des Moduls werden die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Bedeutung der Prozessorientierung in modernen Managementansätzen verstehen, • die Bedeutung von Modellen für die Analyse und Gestaltung von Geschäftsprozessen für die Überführung in Workflows verstehen, • über fundierte Kenntnisse in der Modellierung von Geschäftsprozessen verfügen und • sowohl traditionelle als auch aktuell relevante formale Sprachen zur Modellierung kennen sowie • die Relevanz der Betrachtung des Informationsflusses zur Digitalisierung von Geschäftsprozessen erkennen. <p>Fertigkeiten (Können)</p> <p>Nach intensivem Durcharbeiten des Moduls können die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • in aktuellen Modellierungssprachen Modelle von Geschäftsprozessen zur Abbildung des Aktivitäten- und des Informationsflusses erstellen, • mit Unterstützung eines Software-Werkzeugs Prozessmodelle abbilden, verwalten, analysieren und simulieren, • komplexe Geschäftsprozesse im Team modellieren und dabei auch interdisziplinär arbeiten und • Prozesse an Fallbeispielen interaktiv gestalten. 			
Inhalte		<p>Mit dem Modul Geschäftsprozessmanagement verstehen die Studierenden Unternehmen als Systeme von miteinander verbundenen Geschäftsprozessen mit den verschiedenen Sichten Aktivitäten, Informationen und Rollen. Sie erlernen die Handhabung von Werkzeugen zur Analyse, Optimierung und Gestaltung von Geschäftsprozessen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prozessorientierung; Ablauf- und Aufbauorganisation im Zusammenspiel • Prozesse: Begriff, Merkmale, Modellierung • Modellierung: Prozesslandkarten und Prozessmodelle • Modellierungssprachen: Überblick, Charakterisierung 			

	<ul style="list-style-type: none"> • EPK: Syntax, Semantik, Fallbeispiele zur Modellierung • BPMN: Syntax, Semantik, Fallbeispiele zur Modellierung • Informationsfluss-Analyse: Informationsbedarfe, Informationsfluss-Matrix • Analyse von Prozessmodellen: Eigenschaften, Methoden • Simulation von Prozessmodellen: Fragestellungen, Techniken • Digitalisierte Geschäftsprozesse: <ul style="list-style-type: none"> • Spezifika, Workflow • Workflow-Management-Systeme:
Didaktisches Konzept / Lehrformen	Seminaristischer Unterricht und Labore
Teilnahmevoraussetzungen	Leistungsnachweis aus dem Modul „Grundlagen Informationswirtschaft“
Prüfungsformen	Portfolioprüfung
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten	Die Vergabe der Leistungspunkte wird über eine praktische Arbeitsleistung, in Form eines Projektes beziehungsweise über mehrere Aufgaben in einem Portfolio erbracht.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Dieses Modul lässt sich für das Wahlmodul Workflow Automation des Studienganges TWL anerkennen.
Stellenwert der Note für die Endnote	1/26,25
Sonstige Informationen	Die oder der Prüfende legt zum Beginn der Lehrveranstaltungen die Form für die Prüfung eines Semesters einheitlich fest.
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Gadatsch, Andreas: Grundkurs Geschäftsprozess-Management, Springer Vieweg, 7. Auflage, 2012 • Debevoise, T., Taylor, J., Decker, G.: Prozess- und Entscheidungsmodellierung in BPMN/DMN: Eine Kurzanleitung: Effektivere Prozesse durch Integration der Entscheidungsmodellierung in die Prozessmodellierung, 2015 • Richter-von Hagen C, Stucky W: Business-Process- und Workflow-Management, 2004 • Becker J, Kugeler M, Rosemann M: Prozessmanagement, 2012 • Freund J, Rücker B: Praxishandbuch BPMN 2.0, 2014

E-Commerce (Schwerpunkt Wirtschaftsinformatik)					
<i>Modulcode</i> 6.32	<i>Workload</i> 240 h	<i>Credits</i> 8	<i>Studiensemester</i> 6	<i>Häufigkeit des Angebots</i> jährlich zum SoSe	<i>Dauer</i> 1 Semester
<i>Lehrveranstaltung (Veranstaltungsart)</i> E-Commerce (Seminar)			<i>Kontaktzeit</i> 4 SWS / 56 h	<i>Selbststudium</i> 184 h	<i>geplante Gruppengröße</i> max. 30 Studierende
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Benjamin Wagner vom Berg				
Lehrende/r	Prof. Dr. Benjamin Wagner vom Berg				
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen	<p>Kenntnisse (Wissen)</p> <p>In diesem Modul wird eine Einführung in das Electronic Business gegeben. Absolventen*innen kennen grundlegende und aktuelle Technologien sowie fortgeschrittene Konzepte, Anwendungen und Wettbewerbsstrategien im Umfeld des E-Commerce, auch anhand von praktischen Beispielen. Nach intensivem Durcharbeiten des Moduls werden die Studierenden folgenden Fragen beantworten können:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wie haben sich durch das Internet die Chancen der Wertschöpfung und die Geschäftsmodelle verändert? Welche neuen Chancen bieten insbesondere Plattformmodelle und wie gestalten sich diese? • Was versteht man unter e-Business / e-Commerce? In welcher Weise hat e-Business den Einzelhandel und die Transaktionen zwischen Unternehmen verändert? Welche Konzepte werden im Rahmen des e-Business in den verschiedenen Bereichen des UN • Wie kann das Internet die Verwaltung von und die Koordination von internen und organisationsübergreifenden Geschäftsprozessen erleichtern? • Vor welche Herausforderungen wird das Management durch e-Business und e-Commerce im Sinne der digitalen Disruption (permanent) gestellt? <p>Fertigkeiten (Können)</p> <p>Nach intensivem Durcharbeiten des Moduls können die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Chancen und Risiken von E-Commerce und unterschiedliche Umsetzungsmöglichkeiten bewerten, • ein eigenes E-Commerce Geschäftsmodell entwickeln und in einem CANVAS-Modell manifestieren • Softwaremodellierung für die Grobarchitektur einer technischen Umsetzung z.B. mit UML und Entity-Relationship-Modelle (ERM) vornehmen • ein selbst entwickeltes E-Commerce Angebot in einem geeignetem System (z.B. Figma) prototypisch umsetzen. 				
Inhalte	Zunächst werden wichtige Begriffe im E-Business-Kontext definiert und die technischen Rahmenbedingungen für die Umsetzung von E-Business-Anwendungen betrachtet.				

	<p>Anschließend werden die verschiedenen Spielarten des E-Commerce vorgestellt, wobei insbesondere auf die Szenarien Business-to-Consumer (B2C) und auf Business-to-Business (B2B) eingegangen wird und aktuelle Best Practices vorgestellt werden. Die Betrachtung ökonomischer Aspekte des E-Business basiert maßgeblich auf einer Diskussion der Theorie der informationellen Mehrwerte. Weiterhin wird auf die Themengebiete Mass-Customization, Digitale Transformation und Disruption eingegangen und es werden in diesem Zusammenhang mehrere aktuelle Beispiele besprochen. Auch Themen wie die Kundenzentrierung und die digitale Kundenkommunikation und -interaktion in den Fokus genommen. Begrifflichkeiten wie Customer Experience (CX) und User Experience (UX) werden thematisiert und in Zusammenhang gebracht. Der zweite Bereich dieses Moduls widmet sich den technologischen Grundlagen des Webs und aktuellen Techniken zur Entwicklung von Webanwendungen für das E-Commerce. Insbesondere wird dabei Schwerpunkt auf (mobile) Online-Angebote und unterstützende Anwendungen gelegt. Dieser Teil der Vorlesung wird von praktischen Übungen zur Softwaremodellierung und Online-Shop-Entwicklung in Form von GUI-Prototypen begleitet.</p>
Didaktisches Konzept / Lehrformen	Laborveranstaltung
Teilnahmevoraussetzungen	Leistungsnachweis aus dem Modul „Grundlagen Informationstechnologie und Informationsmanagement“
Prüfungsformen	Portfolioprüfung
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten	Bestandene Modulprüfung
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Keine
Stellenwert der Note für die Endnote	1/26,25
Sonstige Informationen	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Meier, A. & Hofmann, J.: Zur Klassifikation von Geschäftsmodellen im Market Space. HMD Praxis der Wirtschaftsinformatik, Volume 45. Springer. 2014. • Kollmann, T.: E-Business: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Digitalen Wirtschaft. Springer Gabler, 2016. • Neckel, P., Knobloch, B.: Customer Relationship Analytics: Praktische Anwendung des Data Mining im CRM, dpunkt.verlag, 2009. • Czuchra, W.: UML in logistischen Prozessen – Graphische Sprache zur Modellierung der Systeme. Vieweg + Teubner. 2010.

Methoden					
<i>Modulcode</i> 6.40	<i>Workload</i> 120 h	<i>Credits</i> 4	<i>Studiensemester</i> 6	<i>Häufigkeit des Angebots</i> jährlich zum SoSe	<i>Dauer</i> 1 Semester
<i>Lehrveranstaltungen (Veranstaltungsart)</i> a) Recherchieren, Schreiben, Präsentieren (Übung) b) Empirische Methoden (Übung)			<i>Kontaktzeit</i> 2 SWS / 28 h	<i>Selbststudium</i> 92 h	<i>geplante Gruppengröße</i> 2 Gruppen a max. 30 Studierende
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Birgit Vock-Wannewitz			
Lehrende/r		Prof. Dr. Oliver Norkus			
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen		<p>Kenntnisse (Wissen)</p> <p>Studierende, die sich mit den Inhalten dieses Moduls intensiv auseinandersetzen, kennen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Herangehensweise einer systematischen wissenschaftlichen Problemlösung kennen, • die Kriterien der Auswahl relevanter Literatur kennen, • die Methodik der Literaturrecherche beherrschen, • die verschiedenen Ansätze empirischer Methodik kennen, • die Anforderungen an einen wissenschaftlichen Text inkl. wiss. Abschlussarbeiten kennen. <p>Fertigkeiten (Können)</p> <p>Studierende, die die Inhalte dieses Moduls intensiv aufnehmen können:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ein wissenschaftliches Papier verfassen, • eine empirische Studie konzipieren, durchzuführen, auswerten und in einem Ergebnisbericht darstellen, • wissenschaftliche Ergebnisse professionell und auf Zielgruppen ausgerichtet zu präsentieren. 			
Inhalte		<p><u>a) Recherchieren, Schreiben, Präsentieren:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Persönliche Arbeitstechniken: Zielsetzung, Arbeitsplanung, Kapazitätsschätzungen und entsprechende Hilfsmittel • Erschließung eines Themas; iterative Strukturierung; Informationsbeschaffung und -verarbeitung; Organisation der Quellenrecherche; Aufbereitung von recherchierten Quellen entsprechend wissenschaftlichen Anforderungen; Anwendung quantitativer und qualitativer Instrumente • Präsentation: Persönliches Auftreten und persönliche Wirkungen, Sprache und Artikulation, Medien, Darstellungsformate <p><u>b) Empirische Methoden:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung einer Forschungsfragestellung unter den Gesichtspunkten wissenschaftliche Relevanz und empirischer Machbarkeit • Methodologie: Forschungsfrage, empirische Grundlagen, Eignung von empirischen Methoden 			

	<ul style="list-style-type: none"> • Quantitative Methoden (deskriptive und inferentielle Statistik, Hypothesentests, Stichprobenmethodik, Einführung in SPSS) • Qualitative Methoden (grounded theory, Inhaltsanalyse, IT-basierte Auswertungsverfahren, Interpretationsverfahren)
Didaktisches Konzept / Lehrformen	
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Prüfungsformen	Portfolioprüfung
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten	Bestandene Modulprüfung
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Keine
Stellenwert der Note für die Endnote	1/52,5
Sonstige Informationen	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Dettmann, M.; Dense, R. (2019): Der Wegweiser zum wissenschaftlichen Arbeiten • Eco, U. (2010): Wie man eine wissenschaftliche Abschlussarbeit schreibt • Deml, S. (2012): Richtig zitieren

Spezielle Volkswirtschaftslehre					
<i>Modulcode</i> 6.50	<i>Workload</i> 180 h	<i>Credits</i> 6	<i>Studiensemester</i> 6	<i>Häufigkeit des Angebots</i> jährlich zum SoSe	<i>Dauer</i> 1 Semester
<i>Lehrveranstaltungen (Veranstaltungsart)</i> a) Wirtschaftspolitik (Vorlesung) b) Außenwirtschaftslehre (Vorlesung)			<i>Kontaktzeit</i> 4 SWS /56 h	<i>Selbststudium</i> 124 h	<i>geplante Gruppengröße</i> max. 60 Studierende
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Gerhard Feldmeier			
Lehrende/r		LB Prof. Dr. Thomas Ostendorf			
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen		<p>Kenntnisse (Wissen)</p> <p>Nach intensivem Durcharbeiten des Moduls sind die Studierenden mit den Bestimmungsfaktoren politischer Eingriffe in den Wirtschaftsprozess, grundlegenden wirtschaftspolitischen Zielen und Zielkonflikten, alternativen staatlichen Maßnahmen zur Beeinflussung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung sowie den Grundfragen der realen und monetären Außenwirtschaftslehre vertraut.</p> <p>Fertigkeiten (Können)</p> <p>Nach intensivem Durcharbeiten des Moduls können die Studierenden Wirkungszusammenhänge zwischen Wirtschaft und Politik erkennen, Motive wirtschaftspolitischen Handelns analysieren sowie Möglichkeiten und Grenzen staatlicher Eingriffe in das Marktgeschehen erklären und kontroverse Lösungsvorschläge kritisch reflektieren. Sie sind ferner in der Lage konträre wirtschaftspolitische und außenwirtschaftliche Konzeptionen und Positionen zu differenzieren, zwischen vulgär-populistischen und wissenschaftlich fundierten Lösungsansätzen in den Medien zu unterscheiden, den Wirtschaftsteil der FAZ zu verstehen und in wirtschaftspolitischen Diskussionen in der Öffentlichkeit kompetent mitzureden und staatsbürgerliche Verantwortung zu übernehmen.</p>			
Inhalte		<p><u>a) Wirtschaftspolitik:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Erscheinungsformen der Konjunktur und gesamtwirtschaftliche Konjunkturindikatoren • Alternative wirtschaftspolitische Konzeptionen zur Stabilisierung und Förderung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung • Ausgestaltung, Möglichkeiten und Grenzen der öffentlichen Fiskalpolitik • Bestimmungsgründe, Möglichkeiten und Grenzen gesamtwirtschaftlichen Wachstums • Ursachen, Erscheinungsformen und gesamtwirtschaftliche Wirkungen von Inflation • Ausgestaltung, Möglichkeiten und Grenzen der Geldpolitik • Beschäftigungspolitik und wirtschaftspolitische Zielkonflikte 			

	<u>b) Außenwirtschaftslehre:</u> <ul style="list-style-type: none"> • Bestimmungsgründe und Formen außenwirtschaftlicher Beziehungen • Erfassung außenwirtschaftlicher Transaktionen in der Zahlungsbilanz • Ursachen und Wirkungen außenwirtschaftlicher Ungleichgewichte • Bestimmungsgründe der Wechselkursbildung auf den Devisenmärkten • Währungssysteme mit festen und flexiblen Wechselkursen • Ursachen, Formen und Wirkungen des Protektionismus • Außenwirtschaftspolitik, Welthandelsordnung und regionale wirtschaftliche Integrationen • Probleme und Lösungsansätze in der Entwicklungshilfepolitik
Didaktisches Konzept / Lehrformen	Vorlesung, Gruppendiskussionen und Übungsaufgaben
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Prüfungsformen	Klausur
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten	Bestandene Modulprüfung
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Keine
Stellenwert der Note für die Endnote	1/35
Sonstige Informationen	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Mussel/Pätzold: Grundlagen der Wirtschaftspolitik • Altmann: Wirtschaftspolitik • Lorz/Siebert: Außenwirtschaft

Wahlpflichtmodul II					
<i>Modulcode</i> 6.60	<i>Workload</i> 120 h	<i>Credits</i> 4	<i>Studiensemester</i> 6	<i>Häufigkeit des Angebots</i> jährlich zum SoSe	<i>Dauer</i> 1 Semester
<i>Lehrveranstaltungen (Veranstaltungsart)</i> a) Unternehmensarchitekturen (Seminar) b) Organisationsentwicklung (Seminar) c) Mittelstandsökonomie/Aktuelle Themen aus der Wirtschaftspolitik (Seminar) d) Management Soziale Arbeit (Sozialmanagement) (Seminar)			<i>Kontaktzeit</i> 4 SWS / 56 h	<i>Selbststudium</i> 64 h	<i>geplante Gruppengröße</i> max. 30 Studierende
Modulverantwortliche/r		Aktuelle*r Vorsitzende*r der Studienkommission			
Lehrende/r		a) Prof. Dr. Oliver Norkus b) Prof. Dr. Birgit Vock-Wannewitz c) LB Prof. Dr. Thomas Ostendorf d) Prof. Dr. Birgit Vock-Wannewitz			
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen		Kenntnisse (Wissen) und Fähigkeiten (Können): Die optional zu belegenden Fächer in diesem Wahlpflichtmodul (2 von 4 Angeboten) beziehen sich auf erweiternde, vertiefende oder ergänzende Themengebiete mit hoher unternehmenspraktischer Relevanz. Sie verfügen über einen direkten praktischen Anwendungsbezug, sind interaktiv ausgerichtet und fördern somit neben einer stärkeren fachlichen Durchdringung zugleich methodische, kommunikative und soziale Fähigkeiten der Studierenden.			
Inhalte		Variabel und der Aktualität im jeweiligen Fachgebiet entsprechend			
Didaktisches Konzept / Lehrformen		Seminaristische Vorlesung und (Labor-)Übungen			
Teilnahmevoraussetzungen		Keine			
Prüfungsformen		Mündliche Prüfung, Referat, Projektarbeit/Portfolioprüfung			
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten		Bestandene Modulprüfung			
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)		Keine			
Stellenwert der Note für die Endnote		1/52,5			
Sonstige Informationen					
Literatur					

Produktion und Logistik im Spiegel der Digitalisierung (Schwerpunkt)					
<i>Modulcode</i> 7.01	<i>Workload</i> 240 h	<i>Credits</i> 8	<i>Studiensemester</i> 7	<i>Häufigkeit des Angebots</i> jährlich zum WiSe	<i>Dauer</i> 1 Semester
<i>Lehrveranstaltung (Veranstaltungsart)</i> Produktion, Materialwirtschaft, Logistik (Seminar)			<i>Kontaktzeit</i> 4 SWS / 56 h	<i>Selbststudium</i> 184 h	<i>geplante Gruppengröße</i> max. 45 Studierende
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Oliver Norkus			
Lehrende/r		Prof. Dr. Oliver Norkus			
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen		<p>Kenntnisse (Wissen)</p> <p>Nach intensivem Durcharbeiten des Moduls sind die Studierenden grundsätzlich mit den industriellen Revolutionen und den darauf basierenden Automatisierungen und Autonomisierung von Logistik und Produktion genauso vertraut wie mit Reife-Gradmodellen und grundsätzlich mit digitalen Methoden und technischen Werkzeugen. Die Studierenden wissen über die Bedeutung von Daten und Datenqualität sowie um wirtschaftliche und gesellschaftliche Auswirkungen digitaler Transformationen.</p> <p>Fertigkeiten (Können)</p> <p>Die Studierenden können Produktions- und Logistikprozesse analysieren und modellieren, sowie anhand ihres digitalen Reifegrades bewerten und klassifizieren. Die Studierenden können die digitalen Methoden und technischen Werkzeuge identifizieren und in den Produktions- oder Logistik-Prozess einordnen. Die Studierenden können moderne Datenmanagement- und Datenqualitäts-Konzepte skizzieren. Weiterhin können die Studierenden die wirtschaftlichen Auswirkungen und Folgen der Technik-Entwicklung analysieren und beurteilen.</p>			
Inhalte		<ul style="list-style-type: none"> • Wandel der Produktion und Logistik im Kontext der industriellen Revolutionen • Digitalen Methoden und technische Werkzeuge zur Automatisierung und Autonomisierung von Produktion und Logistik (z.B. IoT, Cyber-physikalische Systeme, System-Design for Production and Logistics) • Grundlagen der Automatisierung und Autonomisierung, beispielsweise am selbstfahrenden Auto oder Schiff • Modellierung von Logistik und Produktionsprozessen (z.B. mit BPMN) • Reifegrad-Modelle zur Einordnung und Bewertung der Digitalisierung und der Automatisierung und Autonomisierung von Produktions- und Logistik-Prozessen. • Relevanz von Daten, Datenmanagement und Datenqualität für künftige Anwendungen wie Smart Factory und Digital Supply Chain • Wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung und Technikfolgen-Abschätzung 			

Didaktisches Konzept / Lehrformen	Seminaristische Vorlesung
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Prüfungsformen	Portfolioprüfung
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten	Bestandene Modulprüfung
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Keine
Stellenwert der Note für die Endnote	1/26,25
Sonstige Informationen	Lehrveranstaltung ist geblockt in erster Semesterhälfte
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Werner, H. . Supply Chain Management. Springer Gabler, Wiesbaden, 2020. • Göpfert, I.: Logistik der Zukunft – Logistics for the Future. 9. Aufl. Springer Gabler Wiesbaden, 2022. • Schmidt, B., et al. "Digital supply chains: increasingly critical for competitive edge." European AT Kearney, WHU Logistics Study (2015). • Bhargava, Bharat, Rohit Ranchal, and Lotfi Ben Othmane. "Secure information sharing in digital supply chains." 2013 3rd IEEE international advance computing conference (IACC). IEEE, 2013. • MacCarthy, Bart L., and Dmitry Ivanov, eds. The digital supply chain. Elsevier, 2022. • Altekar, Rahul V. Supply chain management: Concepts and cases. PHI Learning Pvt. Ltd., 2023. <p>Jeweils Skripte und aktuelle Hinweise zur Veranstaltung.</p>

Entrepreneurship und Innovation (Schwerpunkt)					
<i>Modulcode</i> 7.02	<i>Workload</i> 240 h	<i>Credits</i> 8	<i>Studiensemester</i> 7	<i>Häufigkeit des Angebots</i> jährlich zum WiSe	<i>Dauer</i> 1 Semester
<i>Lehrveranstaltung (Veranstaltungsart)</i> Entrepreneurship und Innovation (Seminar)			<i>Kontaktzeit</i> 4 SWS / 56 h	<i>Selbststudium</i> 184 h	<i>geplante Gruppengröße</i> max. 45 Studierende
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Gerhard Feldmeier			
Lehrende/r		LfBA Ann-Cathrin Scheider			
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen		<p>Kenntnisse (Wissen)</p> <p>Nach intensivem Durcharbeiten des Moduls sind die Studierenden mit den Chancen und Risiken einer unternehmerischen Selbständigkeit vertraut und in der Lage, attraktive Marktfelder für eine eigene Unternehmensgründung zu erkennen und eine eigene Unternehmensgründung als Alternative zu einem Angestelltenverhältnis in Erwägung zu ziehen.</p> <p>Fertigkeiten (Können)</p> <p>Nach intensivem Durcharbeiten des Moduls kennen die Studierenden die Voraussetzungen für eine erfolgreiche Unternehmensgründung und sind in der Lage, innovative Geschäftsmodelle zu generieren und diese in einem Business Plan unter Berücksichtigung aller kritischen Erfolgskomponenten für eine erfolgreiche Unternehmensführung überzeugend darzulegen.</p>			
Inhalte		<ul style="list-style-type: none"> • Formen, Ausgestaltung, Chancen und Risiken einer unternehmerischen Selbständigkeit • Markt- und standortbezogene, finanzielle, persönliche, rechtliche und steuerliche Aspekte einer Unternehmensgründung • Generierung einer innovativen Geschäftsidee und Ausgestaltung eines Businessplans für eine eigene Unternehmensgründung 			
Didaktisches Konzept / Lehrformen		Workshop mit intensivem Coaching und Mentoring zur gezielten Vorbereitung auf eine Unternehmensgründung			
Teilnahmevoraussetzungen		Keine			
Prüfungsformen		Portfolioprüfung			
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten		Bestandene Modulprüfung			
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)		Keine			
Stellenwert der Note für die Endnote		1/26,25			
Sonstige Informationen		Lehrveranstaltung ist geblockt in erster Semesterhälfte			
Literatur					

Digitales Informationsmanagement (Schwerpunkt)					
<i>Modulcode</i> 7.03	<i>Workload</i> 240 h	<i>Credits</i> 8	<i>Studiensemester</i> 7	<i>Häufigkeit des Angebots</i> jährlich zum WiSe	<i>Dauer</i> 1 Semester
<i>Lehrveranstaltung (Veranstaltungsart)</i> Digitales Informationsmanagement (Seminar)			<i>Kontaktzeit</i> 4 SWS / 56 h	<i>Selbststudium</i> 184 h	<i>geplante Gruppengröße</i> max. 45 Studierende
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Oliver Norkus / Prof. Dr. Claas Legenhausen			
Lehrende/r		Prof. Dr. Oliver Norkus und Prof. Dr. Claas Legenhausen			
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen		<p>Kenntnisse (Wissen) und Fertigkeiten (Können)</p> <p>Studierende können Kenntnisse und Fertigkeiten erwerben, die sie auf ihre berufliche Laufbahn vor dem Hintergrund der steigenden Relevanz des Datenmanagement und der Datensouveränität vorbereiten: Von der Entstehung der Daten, über moderne Datenspeicherung bis hin zur Relevanz von Daten für Prozesse und Geschäftsmodelle und verschiedenen Reporting und Analyseszenarien erlernen die Studierenden Kenntnisse und Fähigkeiten des gesamten Data Lifecycle:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Datenentstehung und -integration: Studierende erwerben Grundlagen in der vielfältigen Datenentstehung und der Datenintegration verschiedener Quellen, sowie ein Verständnis für das Datenqualitätsmanagement. • Datenmodellierung und -strukturierung: Erwerb von Kenntnissen über verschiedene Datenmodelle und -strukturen, der Fähigkeit zur Gestaltung und Implementierung effizienter Datenmodelle sowie des Verständnisses relationaler und multidimensionaler Konzepte. • Moderne Datenspeicherung: Die Studierenden lernen die Grundlagen analytischer IT-Systeme kennen. Data Lakes, Data Warehousing, Data Spaces und Data Mats werden exemplarisch als Mittel der Informationsversorgung in Organisationen vorgestellt und diskutiert. Die Rolle des Cloud Computing sowie die Fähigkeit zur Nutzung von Cloud-Plattformen für die Speicherung und Analyse von Daten bis hin zu Konzepten wie data-as-a-service werden vermittelt. • Data Processing: Die Studierenden erlernen die Wichtigkeit von Daten für die Digitalisierung von Produkten hin zu hybriden Leistungsbündeln, sowie von Prozessen und Geschäftsmodellen. Die Bestimmung der digitalen Reife sowie die Verbesserung der digitalen Reife wird erlernt und erprobt. • Datenvisualisierung und Reporting: Studierende können nach Absolvierung des Kurses aussagekräftige Datenvisualisierungen gestalten, und sammeln Erfahrung in der Erstellung von Berichten und Dashboards für die Präsentation von Analyseergebnissen. • Datenanalyse: Die Studierende lernen die Grundlagen der Datenanalyse: Sie lernen descriptive, diagnose-orientierte, predictive und prescriptive Analysemethoden kennen. Es 			

	<p>erfolgt insbesondere die Erprobung ausgewählter Methoden für die Datenanalyse und die Interpretation der Analyseergebnisse.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Datensouveränität: Individuelle, gesellschaftliche und ökonomische Aspekte des selbstbestimmten Umgangs mit Daten werden diskutiert. Relevant ist ebenfalls das Verständnis von Datenschutzgesetzen und Compliance-Anforderungen. <p>Studierende erwerben Fähigkeiten zur Anwendung von gelernten Konzepten in realen Szenarien durch praktische Übungen, Fallstudien und Projekte sowie Problemlösungsfähigkeiten bei der Datenanalyse und -speicherung und verbessern sich bei Teamarbeit und Kommunikation.</p> <p>Studierende entwickeln ein Bewusstsein für aktuelle Trends und Entwicklungen im Bereich Data Analytics und Data Storage und erkennen den Wert der Fähigkeit zur Anpassung an neue Technologien und Methoden.</p>
<p>Inhalte</p>	<p>Den Studierenden wird ein umfassendes Verständnis für die wichtigsten Konzepte und Werkzeuge in den Bereichen Data Analytics und Data Storage vermittelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Datenentstehung und -integration: <ul style="list-style-type: none"> ○ Methoden zur effektiven Datenintegration aus verschiedenen Quellen, u.a. zur Datenqualität und -bereinigung. ○ Big Data Konzepten und deren Auswirkungen auf Datenanalyse und -speicherung • Datenmodellierung und -strukturierung: <ul style="list-style-type: none"> ○ Datenmodelle und ihre Bedeutung in der Datenanalyse und Datenspeicherung, Datenbankmodelle und -typen. ○ Strukturierung und Speicherung von Daten für operative Prozesse und effiziente Analyse. • Moderne Datenspeicherung: <ul style="list-style-type: none"> ○ Bedeutung von Cloud Computing, Cloud-basierte Daten-Management-Lösungen ○ Grundlagen zu relationalen und multidimensionalen Datenspeicherung. ○ Data Lakes, Data Warehousing, Data Spaces und Data Mats. • Data Processing: <ul style="list-style-type: none"> ○ Die Rolle von Daten in Unternehmen und Organisationen ○ Daten-getriebene Produkte und Geschäftsmodelle ○ Verknüpfung von Datenmanagement und Prozessmanagement ○ Digitale Reifegradmessung und Reifegradmodelle • Datenvisualisierung und Reporting: <ul style="list-style-type: none"> ○ Konzepte des Standard-Reportings und mobile Reporting ○ Berichte und Dashboards für die Präsentation von Analyseergebnissen ○ Praktische Umsetzung aussagekräftiger Datenvisualisierungen • Datenanalyse:

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Grundlagen des Data mining: Grundlagen zu und Unterscheidung von prescriptiven, diagnostischen, predictiven und prescriptiven Datenanalysenmethoden. ○ Einführung in professionelle Data Analytics-Tools sowie die Verwendung von Tools für Datenvisualisierung, Exploration und Analyse. • Datensouveränität: <ul style="list-style-type: none"> ○ Data Ownership, Governance und Compliance ○ Individuelle, gesellschaftliche und ökonomische Facetten des Datenmanagements, digitale Souveränität, ○ Open Data Konzepte und Data Marketplaces ○ Sicherheitsaspekt im gesamten Data Lifecycle <p>Insgesamt werden die Konzepte und Methoden stets durch praktische Anwendung begleitet:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Durchführung von praxisorientierten Übungen mit relevanten Data-Analytics- und Storage-Tools, ○ Umsetzung von Projekten, um die gelernten Konzepte in realen Szenarien anzuwenden sowie die Analyse von Fallstudien und Anwendung von Best Practices. <p>Abschließend erfolgt die Diskussion von aktuellen Trends in den Bereichen Data Analytics und Data Storage sowie aufkommender Technologien und ihre potenzielle Auswirkung.</p>
Didaktisches Konzept / Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> • Seminaristische Veranstaltung im Computer-Labor mit wechselnden Anteilen an Vorlesung, Gruppendiskussionen und Übungen • Hybride Lern- und Lehrformen; Flipped Classroom • Autonomes Selbststudium in der Studienphase
Teilnahmevoraussetzungen	Grundlagen BuJa / KoRe, Grundlagen InfoMngmt
Prüfungsformen	Portfolioprüfung
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten	Bestandene Modulprüfung
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Keine
Stellenwert der Note für die Endnote	1/26,25
Sonstige Informationen	Lehrveranstaltung ist geblockt in erster Semesterhälfte
Literatur	

Masterstudium oder Arbeitsmarkt					
<i>Modulcode</i> 7.20	<i>Workload</i> 120 h	<i>Credits</i> 4	<i>Studiensemester</i> 7	<i>Häufigkeit des Angebots</i> jährlich zum WiSe	<i>Dauer</i> 1 Semester
<i>Lehrveranstaltungen (Veranstaltungsart)</i> Masterstudium oder Arbeitsmarkt (Übung)			<i>Kontaktzeit</i> 2 SWS / 28 h	<i>Selbststudium</i> 92 h	<i>geplante Gruppengröße</i> 2 Gruppen a max. 30 Studierende
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Birgit Vock-Wannewitz			
Lehrende/r		Prof. Dr. Birgit Vock-Wannewitz			
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen		<p>Kenntnisse (Wissen)</p> <p>Studierende, die sich intensiv mit den Inhalten dieses Moduls auseinandersetzen, haben Kenntnisse über:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Methoden der Eignungsdiagnostik und der Potentialanalyse • Betriebliche Auswahlverfahren • die Erstellung von Bewerbungsunterlagen • den Arbeitsmarkt und geeignete Suchroutinen <p>Fertigkeiten (Können)</p> <p>Studierende können – sofern sie sich intensiv mit den Inhalten dieses Moduls auseinandergesetzt haben:</p> <ul style="list-style-type: none"> • eine Standortbestimmung ihrer Wünsche, Ziele, persönliche Stärken und Schwächen anfertigen • das eigene Potenzial realistisch einschätzen und Ziele definieren • Bewerbungsunterlagen erstellen (auch online) • Auswahlverfahren kennen und absolvieren (z.B. Assessment-Center) 			
Inhalte		<p><u>Berufsfindung:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Individuelle Bestimmung des Status Quo • Weiterstudium oder Berufseinstieg • Chancen am Arbeitsmarkt • Self-Assessment: Potentialanalyse, Berufswunsch, Weiterqualifikation <p><u>Bewerbung:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Bewerbungstraining: Erstellung Bewerbungsmappen, Online-Bewerbungen, Interview-Training • Assessment-Center Simulation • Eignungsdiagnostische Verfahren 			
Didaktisches Konzept / Lehrformen		<ul style="list-style-type: none"> • Interaktive Vermittlung: Methoden und Praxisbeispiele • Coaching, Peer-Coaching, Selbstreflexion, Feedback • Selbst-Tests, z.B. Edgar Shine, MBTI, Path Primer 			
Teilnahmevoraussetzungen		Keine			
Prüfungsformen		Portfolioprüfung			
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten		Bestandene Modulprüfung			

Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	keine
Stellenwert der Note für die Endnote	1/52,5
Sonstige Informationen	Lehrveranstaltung ist geblockt in erster Semesterhälfte
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Bolles, R. (2022): What color is your parachute? Penguin • Obermann, Chr. (2013): Assessment Center. Entwicklung. Durchführung. Trends • Kanning, U.; Ohlms, M.L.: (2024): Digitale Personalauswahl und Eignungsdiagnostik

Bachelorarbeit					
<i>Modulcode</i> 7.30	<i>Workload</i> 300 h	<i>Credits</i> 10	<i>Studiensemester</i> 7	<i>Häufigkeit des Angebots</i> jährlich zum WiSe	<i>Dauer</i> 1 Semester
<i>Lehrveranstaltung</i> Kolloquium zur Bachelorarbeit			<i>Kontaktzeit</i> 0,15 SWS / 2,1 h	<i>Selbststudium</i> 297,9 h	<i>geplante Gruppengröße</i> n/a
Modulverantwortliche/r	Aktuelle*r Vorsitzende*r der Studienkommission				
Lehrende/r	Betreuung und Durchführung der Bachelorkolloquien durch die 6 hauptamtlichen Professor*innen des Studiengangs				
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen	Die Studierenden weisen nach, dass sie gestützt durch wissenschaftliche Erkenntnisse und unter Anwendung wissenschaftlicher Methodik eine komplexe und konkrete betriebliche Fragestellung systematisch eigenständig bearbeiten und lösen können.				
Inhalte	Die konkreten Inhalte sind von einer jeweiligen Themenstellung der Arbeit abhängig. Die Themenwahl erfolgt idealerweise aus einer Teildisziplin der Betriebswirtschaftslehre oder einem ihr nahestehenden Studien- oder Wissensgebiet.				
Didaktisches Konzept / Lehrformen					
Teilnahmevoraussetzungen	Erreichung von mindestens 150 Credit Points aus dem Vorstudium				
Prüfungsformen	Thesis und Kolloquium (Gewichtung 80 und 20%)				
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten	Bestandener schriftlicher Teil und bestandenes Kolloquium				
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Keine				
Stellenwert der Note für die Endnote	1/21				
Sonstige Informationen					
Literatur					