

MODULHANDBUCH

für den Studiengang
Bachelor Betriebswirtschaft (7 Semester)
(Prüfungsordnungsversion 2018)

Studienverlaufsplan

Module und Modulprüfungen, Leistungspunkte nach dem European Credit Transfer System (ECTS-Punkte), Zeitpunkte der Modulprüfungen

Lfd. Nr.	Überfachgruppe	Modul	Modulnummer/ Prüfungsnummer	Modulbezeichnung	Art	Ver- anstaltungs- art	Prü- fungs- art	Semester							Gesamt		Voraussetzung zur Prüfungszulassung <i>Bemerkungen</i>		
								1 ECTS	1 SWS	2 ECTS	2 SWS	3 ECTS	3 SWS	4 ECTS	4 SWS	5 ECTS	5 SWS		
1	BWL-Funktionen	1	90010	Einführung in die Wirtschaftswissenschaften	Pf														
			90013	Einführung in Betriebswirtschaftslehre und Volkswirtschaftslehre		SV	TP	4	4									Teilnahmenachweis (aktive Teiln. gem. § 20 Absatz 1)	
			90014	Unternehmensplanspiel Basic*		SV	TP			2	2								
		2	90020/90023	Personal und Organisation	Pf	SV	MP	5	4									5	4
		3	90040/90041	Supply Chain Management	Pf	SV	MP			5	4							5	4
		4	90050/90051	Marketing	Pf	SV	MP					5	4					5	4
		5	90060/90061	Managementprojekte*	Pf	SV	MP							7	4			7	4
		6	90090	Unternehmensführung und Simulation	Pf													Prüfungsversuch in den Modulen 1 bis 3, 7, 8, 11, 12, 15, 17, 19, 21 und 22 (gem. § 20 Abs. 1)	
			90092	Strategisches Management		SV	TP												
			90093	Unternehmensplanspiel Advanced*		SV	TP												
2	Finanz- u. Rechnungswesen / Steuern	7	90110/90114	Rechnungswesen I	Pf	SV	MP	7	6								Auslandsstudien- oder Praxissemester		
				Buchhaltung															
				Jahresabschluss I															
				Kosten-, Erlös- u. Ergebnisrechnung I															
		8	90120/90123	Rechnungswesen II	Pf	SV	MP			5	4						7	6	
				Jahresabschluss II															
				Kosten-, Erlös- u. Ergebnisrechnung II															
		9	90150/90151	Investition und Finanzierung	Pf	SV	MP					5	4					5	4
		10	90160/90161	Steuern	Pf	SV	MP					5	4					5	4
3	Quantitative Grundlagen	11	90210/90211	Wirtschaftsmathematik	Pf	SV	MP	6	4									6	4
		12	90220/90221	Wirtschaftsstatistik	Pf	SV	MP			5	4							5	4
		13	90230/90231	Wirtschaftsinformatik I	Pf	SV	MP					5	4					5	4
		14a	90240/90241	Wirtschaftsinformatik II	Wpf	SV	MP											Die Studierenden wählen zwischen Wirtschaftsinformatik II und Operations Research, keine Kompensationsmöglichkeit.	
		14c	90261/90261	Operations Research	Wpf	SV	MP												

* Die Veranstaltungsanmeldung ist gleichzeitig die Prüfungsanmeldung.

Legende:
 Pf = Pflichtmodul
 Wpf = Wahlpflichtmodul

SV = Seminaristische Veranstaltung

MP = Modulprüfung
 TP = Teilprüfung

Fachhochschule Dortmund

University of Applied Sciences and Arts

Bachelor Betriebswirtschaft (7 Semester) 2018

Lfd. Nr.	Überfachgruppe	Modul	Modulnummer/ Prüfungsnummer	Modulbezeichnung	Art	Ver- anstal- tungs- art	Prü- fungs- art	Semester										Gesamt		Voraussetzung zur Prüfungszulassung <i>Bemerkungen</i>				
								1		2		3		4		5		6		7				
ECTS	SWS	ECTS	SWS	ECTS	SWS	ECTS	SWS	ECTS	SWS	ECTS	SWS	ECTS	SWS	ECTS	SWS	ECTS	SWS	ECTS	SWS					
4	Rahmenbedingungen der Betriebswirtschaftslehre	15	90310/90311	Wirtschaftstheorie	Pf	SV	MP			5	4								5	4				
		16	90320/90321	Wirtschaftspolitik	Pf	SV	MP					5	4						5	4				
			90330	Vertragsrecht																				
		17	90331	Vertragsmanagement I	Pf	SV	TP			2	2								5	4				
			90332	Vertragsmanagement II		SV	TP					3	2											
		18	90380/90381	Implikationen der Digitalisierung	Pf	SV	MP																	
				Rechtliche Aspekte (der Digitalisierung)															6	4				
				Nachhaltigkeit und Ethik																				
			90390	Business Communication I																				
		19	90391	English for International Trade	Pf	SV	TP	3	2										5	4				
			90392	Writing Skills		SV	TP			2	2													
		20	90400	Business Communication II	Pf														5	4				
			90401	Presentation Skills	Pf	SV	TP					2	2											
			90402	International Meetings		SV	TP							3	2									
5	Business Skills and Competencies	21	90410/90416	Business Skills: Soziale und personale Kompetenzen	Pf	SV	MP	5	4															
				Kommunizieren und Präsentieren															5	4	Teilnahmenachweis (aktive Teiln. gem. § 20 Absatz 1)			
				Interkulturelle Kompetenzen und Selbstmarketing																				
		22	90430/90431	Werkzeuge der wissenschaftlichen Arbeit	Pf	SV	MP	5	4										5	4	Teilnahmenachweis (aktive Teiln. gem. § 20 Absatz 1)			
				Wissenschaftliches Arbeiten und Recherchieren																				
				Wissenschaftliche Analyse mit Standardsoftware (Excel)																				
		23	90440/90441	Wissenschaftliche Kompetenzen	Wpf	SV	MP										10			10		Module 21 und 22 bestanden (gem. § 20 Abs. 1)		
		24	90620/90621	Praxissemester Ausland / Inland	Wpf		MP										20			20		mind. 75 ECTS aus den Semestern 1 - 5, außerdem Module 21 und 22 bestanden (gem. §§ 18a bzw. b, Abs. 3) Die Studierenden wählen alternativ das Auslandsstudien- oder das Praxissemester		
		25	90610	Auslandsstudiensemester	Wpf		MP										20			20				
6	Wahlpflichtmodule	26	90510	Wahlpflichtmodul I	Wpf		MP							10	6				10	6	mind. 60 ECTS aus den Semestern 1 - 3, besondere Zulassungsvoraussetzungen siehe Anlage 2 (gem. § 20 Abs. 1)			
		27	90520	Wahlpflichtmodul II	Wpf		MP							10	6				10	6				
		28	90530	Wahlpflichtmodul III	Wpf		MP							10	6				10	6				
		29	90540	Wahlpflichtmodul IV	Wpf		MP							10	6				10	6				
		30	90550	Wahlpflichtmodul V	Wpf		MP											10	6	10	6			
9	Thesis und Kolloquium		103	Thesis	Pf												10		13	siehe § 28 ff. StgPO				
				Kolloquium																				
			Summe							30	24	31	26	30	24	30	18	30	20	30	29	10	210	122

* Die Veranstaltungsanmeldung ist gleichzeitig die Prüfungsanmeldung.

Legende:

Pf = Pflichtmodul
Wpf = Wahlpflichtmodul

SV = Seminaristische Veranstaltung

MP = Modulprüfung

TP = Teilprüfung

Wahlpflichtmodule

Leistungspunkte nach dem European Credit Transfer System (ECTS-Punkte)

Wahlpflichtmodule	Besondere Zulassungsvoraussetzungen gem. § 20 Abs. 1 Satz 11 StgPO	Prüfungs-nr.	CP	Angebots-rhythmus ¹
Wahlpflichtmodul Angewandte empirische Wirtschaftsforschung	Module 11 und 12 müssen bestanden sein	90806	10	WiSe
Wahlpflichtmodul Arbeitsrechtsmanagement	Modul 17 muss bestanden sein	90780	10	WiSe
Wahlpflichtmodul Ausbildungsergebnisschein	Modul 17 muss bestanden sein; WPM „Arbeitsrechtmanagement“ und/oder „Human Resource Management“ muss bestanden sein	90803	10	WiSe/SoSe
Wahlpflichtmodul Beschaffung und Produktion	Modul 3 muss bestanden sein	90751	10	WiSe/SoSe
Wahlpflichtmodul Controlling	Module 7 und 8 müssen bestanden sein	90701	10	WiSe/SoSe
Wahlpflichtmodul Finanzmanagement	Modul 9 muss bestanden sein	90810	10	WiSe/SoSe
Wahlpflichtmodul Digitalisierung und Innovation	Modul 13 muss bestanden sein	90788	10	SoSe
Wahlpflichtmodul Europäische Wirtschaftspolitik	Modul 1 muss bestanden sein	90787	10	SoSe
Wahlpflichtmodul Human Resource Management	Modul 2 muss bestanden sein	90742	10	WiSe/SoSe
Wahlpflichtmodul Internationale Rechnungslegung	Modul 7 muss bestanden sein	90711	10	WiSe
Wahlpflichtmodul Internationale Wirtschaftsbeziehungen	Modul 1 muss bestanden sein	90784	10	WiSe
Wahlpflichtmodul Internes Rechnungswesen / Kostenmanagement	Module 7 und 8 müssen bestanden sein	90702	10	SoSe
Wahlpflichtmodul Portfoliomanagement	Modul 9 muss bestanden sein	90809	10	WiSe/SoSe
Wahlpflichtmodul Konzernabschluss und JA-Analyse	Modul 7 muss bestanden sein	90712	10	WiSe
Wahlpflichtmodul Managementprojekte II	keine	90807	10	WiSe/SoSe
Wahlpflichtmodul Marktwirtschaftliches Unternehmensumfeld	Modul 1 muss bestanden sein	90783	10	SoSe
Wahlpflichtmodul Modellbasiertes Logistikmanagement	Modul 3 muss bestanden sein	90808	10	WiSe
Wahlpflichtmodul Ökonometrie	Module 11 und 12 müssen bestanden sein	90786	10	WiSe
Wahlpflichtmodul Operatives Marketingmanagement	Modul 4 muss bestanden sein	90732	10	WiSe/SoSe
Wahlpflichtmodul Projektmanagement	keine	90802	10	SoSe
Wahlpflichtmodul Spezielle Fragen der Unternehmensführung	Module 1 - 4 und 7 - 9 müssen bestanden sein	90805	10	WiSe/SoSe
Wahlpflichtmodul Steuerbilanzpolitik und anwendungsorientierte Unternehmensbesteuerung	Modul 10 muss bestanden sein	90761	10	WiSe
Wahlpflichtmodul Steuerplanung im Unternehmen	Modul 10 muss bestanden sein	90762	10	SoSe
Wahlpflichtmodul Strategisches Marketingmanagement	Modul 4 muss bestanden sein	90731	10	WiSe/SoSe
Wahlpflichtmodul Unternehmensführung/Strategisches Management	Modul 1 muss bestanden sein	90741	10	WiSe/SoSe
Wahlpflichtmodul Vorbereitung auf die Zertifizierung in einem berufsqualifizierten ERP System	Modul 13 muss bestanden sein	90801	10	SoSe
"Aktuelle Themen" ²	Die angebotenen Wahlpflichtmodule im Bereich der aktuellen Themen werden durch Aushänge bekanntgegeben.		10	WiSe/SoSe

¹Änderungen vorbehalten

²Module aus dem Bereich „Aktuelle Themen“ stellen ebenfalls Wahlpflichtmodule dar. Um auf die zum Abschluss erforderliche Mindestanzahl von fünf Wahlpflichtmodulen zu kommen, können daher auch fünf Wahlpflichtmodule aus dem Bereich „Aktuelle Themen“ abgeschlossen werden, sofern ein ausreichendes Angebot besteht.

Fachhochschule Dortmund

University of Applied Sciences and Arts

Bachelor Betriebswirtschaft (7 Semester) 2018

Wahlpflichtmodulkatalog nach Intensivierungsbereichen

Wahlpflichtmodulkatalog aufgelistet nach Intensivierungsbereichen ¹	Prüfungsnr.	CP	Angebots- rhythmus ²
Intensivierungsbereich Personal und Recht			
Wahlpflichtmodul Arbeitsrechtsmanagement	90780	10	WiSe
Wahlpflichtmodul Human Resource Management	90742	10	WiSe/SoSe
Intensivierungsbereich Kostenmanagement und Controlling			
Wahlpflichtmodul Controlling	90701	10	WiSe/SoSe
Wahlpflichtmodul Internes Rechnungswesen / Kostenmanagement	90701	10	SoSe
Intensivierungsbereich Externes Rechnungswesen			
Wahlpflichtmodul Internationale Rechungslegung	90711	10	WiSe
Wahlpflichtmodul Konzernabschluss und JA-Analyse	90712	10	WiSe
Intensivierungsbereich Finanzwirtschaft			
Wahlpflichtmodul Finanzmanagement	90810	10	WiSe/SoSe
Wahlpflichtmodul Portfoliomanagement	90809	10	WiSe/SoSe
Intensivierungsbereich Marketing			
Wahlpflichtmodul Strategisches Marketingmanagement	90731	10	WiSe/SoSe
Wahlpflichtmodul Operatives Marketingmanagement	90732	10	WiSe/SoSe
Intensivierungsbereich Projektmanagement			
Wahlpflichtmodul Projektmanagement	90802	10	SoSe
Wahlpflichtmodul Managementprojekte II	90807	10	WiSe/SoSe
Intensivierungsbereich Supply Chain Management			
Wahlpflichtmodul Beschaffung und Produktion	90751	10	WiSe/SoSe
Wahlpflichtmodul Modellbasiertes Logistikmanagement	90808	10	WiSe
Intensivierungsbereich Unternehmensbesteuerung			
Wahlpflichtmodul Steuerbilanzpolitik und anwendungsorientierte Unternehmensbesteuerung	90761	10	WiSe
Wahlpflichtmodul Steuerplanung im Unternehmen	90762	10	SoSe
Intensivierungsbereich Unternehmensführung			
Wahlpflichtmodul Unternehmensführung/ Strategisches Management	90741	10	WiSe/SoSe
Wahlpflichtmodul Spezielle Fragen der Unternehmensführung	90805	10	WiSe/SoSe
Intensivierungsbereich Volkswirtschaftslehre³			
Wahlpflichtmodul Marktwirtschaftliches Unternehmensumfeld	90783	10	SoSe
Wahlpflichtmodul Ökonometrie	90786	10	WiSe
Wahlpflichtmodul Internationale Wirtschaftsbeziehungen	90784	10	WiSe
Wahlpflichtmodul Europäische Wirtschaftspolitik	90787	10	SoSe
Intensivierungsbereich Wirtschaftsinformatik			
Wahlpflichtmodul Digitalisierung und Innovation	90788	10	SoSe
Wahlpflichtmodul Vorbereitung auf die Zertifizierung in einem berufsqualifizierten ERP System	90801	10	SoSe
Wahlpflichtmodule ohne Intensivierungsbereich			
Wahlpflichtmodul Ausbildungsergebnisschein	90803	10	WiSe/SoSe
"Aktuelle Themen" ⁴		10	WiSe/SoSe

¹ Bei der Belegung von zwei Wahlpflichtmodulen wie in der Anlage 3 angegeben, wird der Intensivierungsbereich auf dem Zeugnis ausgewiesen.

² Änderungen vorbehalten.

³ Durch die Belegung von zwei aus vier Modulen ergibt sich der Intensivierungsbereich Volkswirtschaftslehre.

⁴ Module aus dem Bereich „Aktuelle Themen“ stellen ebenfalls Wahlpflichtmodule dar. Um auf die zum Abschluss erforderliche Mindestanzahl von fünf Wahlpflichtmodulen zu kommen, können daher auch fünf Wahlpflichtmodule aus dem Bereich „Aktuelle Themen“ abgeschlossen werden, sofern ein ausreichendes Angebot besteht.

INHALTSVERZEICHNIS

Thesis und Kolloquium.....	4
Einführung in die Wirtschaftswissenschaften.....	6
Personal und Organisation.....	10
Supply Chain Management.....	14
Marketing.....	17
Managementprojekte.....	20
Unternehmensführung und Simulation.....	22
Rechnungswesen I.....	26
Rechnungswesen II.....	30
Investition und Finanzierung.....	33
Steuern.....	35
Wirtschaftsmathematik.....	37
Wirtschaftsstatistik.....	41
Wirtschaftsinformatik I.....	44
Wirtschaftsinformatik II.....	47
Operations Research.....	49
Wirtschaftstheorie.....	52
Wirtschaftspolitik.....	54
Vertragsrecht.....	57
Implikationen der Digitalisierung.....	59
Business Communication I.....	62
Business Communication II.....	66
Business Skills: Soziale und personale Kompetenzen.....	69
Werkzeuge der wissenschaftlichen Arbeit.....	73
Wissenschaftliche Kompetenzen.....	79
Auslandsstudiensemester / Praxissemester.....	82
Controlling.....	85
Internes Rechnungswesen / Kostenmanagement.....	89
Internationale Rechnungslegung.....	92
Konzernabschluss und JA-Analyse.....	94
Strategisches Marketingmanagement.....	96
Operatives Marketingmanagement.....	99
Unternehmensführung/Strategisches Management.....	103
Human Resource Management.....	106
Beschaffung und Produktion.....	109
Steuerbilanzpolitik und anwendungsorientierte Unternehmensbesteuerung.....	113
Steuerplanung im Unternehmen.....	115
Arbeitsrechtsmanagement.....	117
Marktwirtschaftliches Unternehmensumfeld.....	119
Internationale Wirtschaftsbeziehungen.....	122
Ökonometrie.....	125
Europäische Wirtschaftspolitik.....	127
Digitalisierung und Innovation.....	129
Vorbereitung auf die Zertifizierung in einem berufsqualifizierten ERP System.....	133

Fachhochschule Dortmund

University of Applied Sciences and Arts

Bachelor Betriebswirtschaft (7 Semester) 2018

Projektmanagement.....	136
Ausbildereignungsschein.....	139
Spezielle Fragen der Unternehmensführung.....	141
Angewandte empirische Wirtschaftsforschung.....	144
Managementprojekte II.....	146
Modellbasiertes Logistikmanagement.....	149
Finanzmanagement.....	152
Portfoliomanagement.....	154
Aktuelles Thema.....	156

Nummer								
103		Thesis und Kolloquium						
Sprache	Dauer ein Semester	Studiensemester 7	Häufigkeit des Angebots Findet in jedem Semester statt	Art des Moduls Pflichtfach	ECTS 13			
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppen- größe	Workload	SWS		
					Kontakt- zeit 8 h	Selbst- studium 382 h		
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <p>a. Thesis (10 ECTS) Der oder die Studierende ist in der Lage, innerhalb der vorgegebenen Frist ein abgegrenztes ökonomisches Problem aus seinem oder ihrem Fachgebiet selbstständig und nach wissenschaftlichen und fachpraktischen Methoden in den fachlichen Einzelheiten sowie den fachübergreifenden Zusammenhängen eigenständig zu bearbeiten. Die Thesis dient dem Nachweis zur Befähigung zur wissenschaftlichen Arbeit. Der oder die Studierende schult dementsprechend insbesondere seine Fähigkeiten im Bereich der Informationsbeschaffung, -systematisierung und –bewertung sowie die Fähigkeit zur Problemlösung unter Zeitdruck. Des Weiteren werden die Regeln guter wissenschaftlicher Arbeit verinnerlicht und angewendet und die logische Argumentationsfähigkeit gestärkt.</p> <p>b. Kolloquium (3 ECTS) Der oder die Studierende ist in der Lage das Thema seiner Abschlussarbeit in einer Fachdiskussion inhaltlich und methodisch zu verteidigen. Außerdem ist sie oder er dazu befähigt, die Abschlussarbeit in Kurzform verständlich aufzubereiten und zu präsentieren. Dabei werden insbesondere die Kommunikations- sowie Präsentationsfähigkeiten geschult sowie die Fähigkeit zur Strukturierung und Komplexitätsreduktion.</p>							
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> Kennenlernen der verschiedenen Anforderungen (formaler, rechtlicher und wissenschaftlicher Natur) an eine Bachelor-Thesis Themenfindungsprozess Anwendung von wissenschaftlichen Methodiken bei der Erstellung der Bachelor-Thesis Interdisziplinäres Arbeiten Reflektieren der eigenen Arbeitsergebnisse 							
4	Lehrformen Selbstständiges Erarbeiten einer ökonomischen Problemstellung unter der Betreuung eines Dozenten/ einer Dozentin.							
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Siehe Studiengangsprüfungsordnung § 28 StgPO. Inhaltlich: keine							
6	Prüfungsformen Thesis sowie dazugehöriges Kolloquium							
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestehen der Thesis (10 ECTS) und des Kolloquiums (3 ECTS) (siehe Studiengangsprüfungsordnung).							

Fachhochschule Dortmund

University of Applied Sciences and Arts

Bachelor Betriebswirtschaft (7 Semester) 2018

8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote 20 %
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Martin Kißler Prof. Dr. Oliver Riedel Lehrende/r Alle hauptamtlichen Lehrpersonen des Fachbereichs
11	Literatur

Nummer											
90010		Einführung in die Wirtschaftswissenschaften									
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS						
deutsch	zwei Semester	1-2	Findet in jedem Semester statt	Pflichtfach	6						
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße	Workload	SWS					
				60	Kontaktzeit 90 h Selbststudium 90 h	6					
-	Einführung in die Betriebswirtschaftslehre		seminaristische Veranstaltung			2					
-	Einführung in die Volkswirtschaftslehre		seminaristische Veranstaltung			2					
-	Unternehmensplanspiel Basic		seminaristische Veranstaltung			2					
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen										
a. Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaftslehre und Umweltökonomik											
Betriebswirtschaftslehre											
Nach erfolgreicher Teilnahme an den Modulveranstaltungen sind die Studierenden in der Lage:											
Wissen und Verstehen:											
<ul style="list-style-type: none"> betriebswirtschaftliche Grundbegriffe und Ansätze wiederzugeben ein systematisches, methodisches und praxisorientiertes Verständnis für die Problemstellung der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre zu erwerben. Grundbegriffe aller wesentlichen betriebswirtschaftlichen Teilbereiche (Unternehmensführung, Investition & Finanzierung, Marketing, Beschaffung, Produktion, Personal, Rechnungswesen, Organisation) zu kennen und wiederzugeben. betriebswirtschaftliche Denkweisen, Methoden und Modelle zu verstehen. Zusammenhänge zwischen verschiedenen betriebswirtschaftlichen Funktionen eines Unternehmens zu verstehen. 											
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:											
<ul style="list-style-type: none"> Jahresabschlüsse (Bilanzen / Gewinn und Verlustrechnung) realer Unternehmen zu analysieren. Kalkulationsrechnungen zur Lösung konkreter betriebswirtschaftlicher Fragestellungen (z.B. Kapitalwertrechnung, Bestellmengenkalkulation) durchzuführen. Theoretisches Wissen in Form von Fallbeispielen realer Unternehmen anzuwenden. Konzepte in Form von strukturierten Übungsaufgaben, welche zum Teil in der Lehrveranstaltung besprochen werden, eigenständig zu erarbeiten. 											
Kommunikation und Kooperation:											
<ul style="list-style-type: none"> Kurzes Brainstorming zu einem Schlagwort (z.B. „Leverage Effekt) in Gruppen am Anfang jeder Veranstaltung. mit anderen Studenten und dem Dozenten aktiv fachlich zu diskutieren. Vorstellung der Ergebnisse von Übungsaufgaben. 											
Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:											
<ul style="list-style-type: none"> Befähigung an Diskussionen mit betriebswirtschaftlichen Themen aktiv teilzunehmen. Erlangung eines Gesamtüberblicks über das Fach Betriebswirtschaftslehre und der Fähigkeiten zukünftige fachliche Schwerpunkte gezielt auszuwählen. 											
Volkswirtschaftslehre											
Nach erfolgreicher Teilnahme an den Modulveranstaltungen sind die Studierenden in der Lage:											

Wissen und Verstehen:

- volkswirtschaftliche Grundbegriffe und Ansätze wiederzugeben.
- die Grundlagen der volkswirtschaftlichen Methoden und Modelle zu verstehen.
- volkswirtschaftliche Mechanismen und Wirkungsketten zu replizieren.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:

- ihr Wissen praktisch in Form von Übungsaufgaben anzuwenden, die mit Hilfe von Musterlösungen und gemeinsamen Übungen gelöst werden.
- ökonomische Fragestellungen mit Hilfe volkswirtschaftlicher Ansätze zu strukturieren.
- einfache wirtschaftspolitische Analysen (z. B. Steuerpolitik, Eingriffe des Staates in Märkte) zu erarbeiten.
- Probleme des Markversagens zu erfassen und mögliche Lösungen strukturiert zu diskutieren.

Kommunikation und Kooperation:

- Übungsaufgaben und wirtschaftspolitische Diskussionen innerhalb eines Teams durch Kooperation zu lösen.
- die Ergebnisse vor einer Gruppe zu kommunizieren.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:

- erste Routine in der Diskussion und Bewertung volkswirtschaftlicher Prozesse für das Gesamtwirtschaft aber auch das einzelne betriebliche Umfeld zu erwerben.

b. Unternehmensplanspiel Basic

Nach erfolgreicher Teilnahme an den Modulveranstaltungen sind die Studierenden in der Lage:

Wissen und Verstehen:

- die wesentlichen betriebswirtschaftlichen Entscheidungsfelder eines Unternehmens zu erkennen.
- gesamtunternehmerischer Zusammenhänge zu erkennen.
- kurz- und langfristigen Konsequenzen getroffener unternehmerischer Entscheidungen zu verstehen.
- den Einfluss der Entscheidungen von Wettbewerbern auf die eigenen Ergebnisse zu verstehen.
- die Komplexität sich verändernder Märkte zu erkennen.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:

- betriebswirtschaftlicher Daten zur Planung und Umsetzung unternehmerischer Entscheidungen zu analysieren.
- betriebswirtschaftlicher Kenntnisse zur Erarbeitung von Handlungsstrategien und deren Umsetzung anzuwenden.

Kommunikation und Kooperation:

- in Gruppen, welche das Vorstandsteam eines Unternehmens bilden, erfolgreich zusammenzuarbeiten.
- Aufgaben selbstständig zu verteilen, Ergebnisse zu diskutieren und im Team über die unternehmerische Handlungsstrategie zu entscheiden.
- Unterschiede zwischen den Gruppenmitgliedern bestmöglich nutzbar zu machen.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:

- ein eigenständiges Rollenverständnisses innerhalb einer Gruppe zu erwerben.
- getroffene betriebswirtschaftliche Entscheidungen gegenüber Dritten zu erklären und zu vertreten.
- potenzielle Konflikte auf einer sachlichen, nicht persönlichen Ebene zu lösen.

3 Inhalte**a. Einführung in die Betriebswirtschaftslehre und nachhaltigkeitsorientierter Volkswirtschaftslehre****Betriebswirtschaftslehre**

- Unternehmen, Märkte und Unternehmensführung
- Investition und Finanzierung
- Marketingmanagement

- Beschaffung & Produktion
- Personalmanagement
- Rechnungswesen
- Strategisches Management
- Organisation

Volkswirtschaftslehre

- Grundlagen der volkswirtschaftlichen Analyse
- Angebot und Nachfrage, Funktionsweise von Märkten
- Wirtschaftspolitische Maßnahmen (Steuern, Preiseingriffe)
- Grundlagen der Wohlfahrtsanalyse
- Grundlagen der Konsumtheorie
- Externe Effekte und Rolle des Staates in Marktprozessen

b. Unternehmensplanspiel Basic

Treffen von unternehmerischen Entscheidungen über 4 – 6 Geschäftsjahre hinweg in den Bereichen

- Vertrieb
- Forschung & Entwicklung
- Einkauf
- Fertigung
- Personal
- Finanz- und Rechnungswesen

4 Lehrformen

Seminaristische Vorlesung mit Anwendungs- und Fallbeispielen; Unternehmensplanspiel Basic als Übung

5 Teilnahmevoraussetzungen

Formal: keine

Inhaltlich: keine

6 Prüfungsformen

a. Einführung in die Betriebswirtschaftslehre und Volkswirtschaftslehre (1. Semester)

Klausur (100 %), 60 Min.

b. Unternehmensplanspiel Basic (2. Semester)

Teilnahmenachweis (aktive Teiln. gem. § 20 Absatz 1 bei Unternehmensplanspiel Basic)

Eingangstest (10 %), max. 10 Min.

Planspielergebnis (40%)

Abschlusstest (50%), max. 30 Min.

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Prüfungsleistungen in den Teilprüfungen

8 Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)

-

9 Stellenwert der Note für die Endnote

2,71 % (6/177) x 0,8

10 Modulbeauftragte/r

Dr. Andreas Bastgen

Lehrende/r

	<p>siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im Studienportal der Fachhochschule Dortmund</p>
11	<p>Literatur</p> <p>a. Einführung in die Betriebswirtschaftslehre</p> <p>Albach, H.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Wiesbaden 2001</p> <p>Albach, H. / E. Eymann: Die Theorie der Unternehmung in Forschung und Praxis, Berlin, Heidelberg 2011</p> <p>Jung, H.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München, Wien 2016</p> <p>Schierenbeck, H. / C. B. Wöhle: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, München 2016</p> <p>Thommen, J.-P. / Achleitner, A.-K.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht, Wiesbaden 2016</p> <p>Töpfer, A.: Betriebswirtschaftslehre, Anwendungs- und prozessorientierte Grundlagen, Berlin, Heidelberg, New York 2007</p> <p>Vahs, D. / Schäfer-Kunz, J.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Stuttgart 2015</p> <p>Vollmer, T.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, in: Camphausen (Hrsg.), Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, S. 1-114, München 2014</p> <p>Wöhe, G. / Döring, U.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München 2016</p> <p>b. Einführung in die Volkswirtschaftslehre</p> <p>Kortmann, W.: Grundlagen der Wirtschaftswissenschaft; Skriptum Nr. 96299/4</p> <p>Mankiw, N.G.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Schäffer-Poeschel</p> <p>c. Unternehmensplanspiel Basic</p> <p>Tata Interactive Systems: Unternehmensplanspiel TOPSIM Easy Management Version 2.3.2, Tübingen 2017</p>

Nummer												
90020		Personal und Organisation										
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS							
deutsch	ein Semester	1	Findet in jedem Semester statt	Pflichtfach	5							
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße 60	Workload	SWS 4						
	- Personal				Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 90 h	2					
- Organisation			seminaristische Veranstaltung	seminaristische Veranstaltung			2					
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen											
a. Personal												
2.1.Fachkompetenz												
2.1.1.Wissen												
Die Studierenden kennen die begrifflichen und konzeptionellen Grundlagen sowie die Ziele eines modernen Personalmanagements. Im Zusammenspiel der betriebswirtschaftlichen Produktionsfaktoren sind ihnen die Besonderheiten des Faktors Arbeit vertraut. Sie sind in der Lage, personalwirtschaftliche Kernfunktionen zueinander sowie im betriebswirtschaftlichen Zusammenhang und unter Berücksichtigung aktueller Unternehmens-/Umweltbeziehungen zu beschreiben und zu erklären. Die Studierenden können unterschiedliche Reichweiten des Personalmanagements (z. B. operativ/strategisch) in ihrem Einfluss auf den betriebswirtschaftlichen Erfolg von Unternehmen erkennen und erläutern.												
2.1.2.Fertigkeiten												
Die Studierenden sind in der Lage, grundlegende personalwirtschaftliche Fragestellungen vor dem Hintergrund einer spezifischen Situation zu analysieren. Unter Verwendung des vorhandenen konzeptionellen Wissens und der erlernten personalwirtschaftlichen Instrumente entwickeln sie angemessene Lösungen und Handlungsempfehlungen im personal- und betriebswirtschaftlichen Zusammenhang. Sie verfügen über die Fähigkeit, wesentliche personalwirtschaftliche Entscheidungen zu treffen, argumentativ zu vertreten und exemplarisch gestalterisch im Unternehmen umzusetzen.												
2.2 Personale Kompetenzen												
2.2.1 Sozialkompetenz												
Die Studierenden entwickeln Teamkompetenzen, indem sie anspruchsvollere personalwirtschaftliche Gestaltungsaufgaben arbeitsteilig im Team erarbeiten und das Team ergebnisorientiert koordinieren. Sie sind in der Lage, Teilergebnisse der Teamarbeit zu einem schlüssigen Gesamtresultat zusammenzufügen. Das Teamergebnis können sie fachlich adäquat präsentieren und überzeugend begründen.												
2.2.2 Selbstständigkeit												
Die Studierenden sind in der Lage, für konkrete personalwirtschaftliche Problemstellungen eigenständig die kritischen Faktoren zu identifizieren und zu bearbeiten. Auf der Basis explizit definierter Ziele entwerfen die Studierenden Lösungsansätze im ambivalenten Spannungsfeld von Individuum und Organisation. Sie haben die Fähigkeit, ihre Rolle als personalwirtschaftliche Gestalter*innen im Unternehmenskontext zu reflektieren.												
b. Organisation												
2.1 Fachkompetenz												
2.1.1. Wissen												
Die Studierenden sind über die begrifflichen und konzeptionellen Grundlagen der organisatorischen Gestaltung von Unternehmen informiert. Sie kennen zudem die wesentlichen organisationstheore-												

tischen Positionen sowie die zentralen aufbau- und ablauforganisatorischen Aktionsparameter von Unternehmen und die aus ihnen ableitbaren organisatorischen Struktur- und Prozesskonzepte.

2.1.2. Fertigkeiten

Die Studierenden sind in der Lage, organisatorische Problemlagen unter Berücksichtigung der maßgeblichen Ziele zu analysieren und – unter Verwendung der vorhandenen organisationstheoretischen Wissensbasis – eine situationsgerechte Lösung zu entwerfen; die vorgesehenen Organisationsmaßnahmen können weiter unter Bezugnahme auf einen abgestimmten Kriterienkatalog bewertet und argumentativ vertreten werden. Die Studierenden verfügen über die Fähigkeit, die Grundzüge der Umsetzung organisatorischer Änderungen zu gestalten und berücksichtigen in diesem Zusammenhang, dass organisatorische Entscheidungen im Unternehmen weitere Bezüge (z.B. personalpolitische, kulturelle und informationstechnologische Gegebenheiten) zu beachten haben.

2.2 Personale Kompetenzen

2.2.1 Sozialkompetenz

Die Studierenden können anspruchsvollere organisatorische Gestaltungsaufgaben arbeitsteilig im Team bearbeiten, die Teilresultate zu einem schlüssigen Gesamtergebnis integrieren und die Teamergebnisse präsentieren und begründen.

2.2.2 Selbstständigkeit

Die Studierenden sind in der Lage, in konkreten organisationsbezogenen Problemlagen eigenständig die kritischen Organisationsfaktoren zu erkennen und vor dem Hintergrund explizit definierter Ziele Organisationsmaßnahmen zur Verbesserung zu entwickeln. Sie berücksichtigen dabei auf angemessene Weise die Rahmenbedingungen der organisatorischen Gestaltung.

3 Inhalte

a. Personal

- Einführung in das HRM, Entwicklung und Ziele
- HRM als Teil der betriebswirtschaftlichen Aktivitäten im Unternehmen
- operatives und strategisches Personalmanagement
- personalwirtschaftliche Kernaufgaben und ihre Gestaltung: HR-Kapazitätsplanung, Personalbeschaffung, -auswahl, -beschaffung, Onboarding, Leistungsbeurteilung, Entgeltgestaltung, Personalentwicklung, Personalabbau, Führung, Motivation, Personalcontrolling
- Personalmanagement und organisationaler Wandel
- Aktuelle personalwirtschaftliche Entwicklungen (z. B. zu den Themen Demografischer Wandel, Change Management, Restrukturierung, Diversity, Beruf und Familie)

b. Organisation

- Gestaltung der Organisation als Aufgabe der Unternehmensführung
- Organisationsbegriffe/-verständnisse
- Übersicht über organisatorische Entscheidungen/Gestaltungsmöglichkeiten
- Organisatorische Ziele und Bewertungskriterien
- Ausgewählte organisationstheoretische Ansätze (z.B. situativer Ansatz, Konsistenztheorie, Resource dependence-Ansatz)
- Organisation und das Verhalten von Gruppen und Individuen
- Aufbauorganisatorische Entscheidungen (auf Gesamtunternehmens-, Bereichs- und Funktions-ebene)
- Ablauf- und Prozessorganisation
- „Fit“ zwischen Organisation, Kultur und Strategie
- Reorganisation als Aufgabe und Instrument des Change Management
- Organisation der Organisation

4 Lehrformen

a. Personal

	<p>Seminaristische Vorlesung unterstützt durch Powerpoint-Präsentation, Praxisbeispiele, Fallstudien und Gruppenarbeit sowie hoher Interaktion mit den Studierenden im Seminargespräch. Vertiefung durch teambasierte Ausarbeiten mit Kurzpräsentationen.</p>
	<p>b. Organisation Seminaristische Vorlesung unterstützt durch Powerpointpräsentation, Overheadprojektor und Tafel. Vertiefung des Vorlesungsstoffes durch Praxisbeispiele und Fallstudien.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen Klausur (100 %) (60 Min.)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur</p>
8	<p>Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote 2,26 % (5/177) x 0,8</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Axel Faix Prof. Dr. Claus Vormann Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund</p>
11	<p>Literatur a. Personal Bartscher, T.; Stöckl, J.; Träger, T.: Personalmanagement: Grundlagen, Handlungsfelder, Praxis, München 2012 Eisele, D.; Doyé, T.: Praxisorientierte Personalwirtschaftslehre, 7. Aufl., Stuttgart 2010 Holtbrügge, D.: Personalmanagement, 7. Auflage, Berlin; Heidelberg 2018 Scherm, E./ Süß, S.: Personalmanagement, 3., vollständig überarb. Aufl., München 2016 b. Organisation Faix, A.: Organisationsgestaltung, 2017 (im Druck) Faix, A.: Gestaltung marktorientierter Reorganisationen, in: Kairos, Berichte des Instituts für Angewandte Managementforschung, 2009, Nr. 1, S. 6 – 51 Frese, E. et al.: Grundlagen der Organisation, 10. Aufl., Wiesbaden 2013 Jung, R. H. / Bruck, J. / Quarg, S.: Allgemeine Managementlehre, Berlin2011</p>

Fachhochschule Dortmund

University of Applied Sciences and Arts

Bachelor Betriebswirtschaft (7 Semester) 2018

Porter, M. E.: Wettbewerbsstrategien, Frankfurt 2008

Porter, M. E.: Wettbewerbsvorteile, Frankfurt 2010

Vahs, D.: Organisation, 6. Aufl., Stuttgart 2015

Wolf, J.: Organisation, Management, Unternehmensführung, Wiesbaden 2008.

Nummer														
90040		Supply Chain Management												
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS									
deutsch	ein Semester	2	Findet in jedem Semester statt	Pflichtfach	5									
1	Veranstaltungen		seminaristische Veranstaltung Übung	Veranstaltungsart geplante Gruppengröße 35	Workload									
	- Supply Chain Management: Vorlesung	- Supply Chain Management: Übung			Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 90 h								
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen													
2.1 Fachkompetenz														
2.1.1. Wissen														
Die Studierenden sind mit den Grundbegriffen, -konzepten und Anforderungen der betrieblichen Güterwirtschaft und der vom Supply Chain Management (SCM) betroffenen betrieblichen Funktionen Beschaffung, Produktion, Distribution und Logistik vertraut. Sie kennen mit (unternehmensinternen wie -übergreifenden) Prozessen, der Wertkette und Netzwerken die zentralen Bezugspunkte einer SCM-Konzeption, deren grundlegende Elemente (Ziele, Aufgabenerfüllung und Methoden), die sie problemorientiert darlegen können.														
2.1.2. Fertigkeiten														
Die Studierenden sind in der Lage die wichtigsten Aufgaben, Ziele und Inhalte eines modernen praxisorientierten Supply Chain Managements zu benennen und zu erläutern. Sie können Arten von Supply Chains (SC) unterscheiden und sicher Erfolgsfaktoren und Risiken erläutern. Die Studierenden haben eine Übersicht über die Ebenen des SCM mit ihren jeweiligen Gestaltungs-, Planungs- und Steuerungsaufgaben und können auf Basis von Strategic Fit und Produktklassifikation eine Ausrichtung der SC empfehlen.														
Sie können für das Gestaltungsfeld der Logistik die Ziele und Aufgaben erläutern sowie die Entwicklung aufzeigen und dieses Feld von SCM eindeutig abgrenzen. Sie werden befähigt die Kernprozesse der Logistik zu nennen und zu erläutern. Sie können die Akteure der Logistik eindeutig zuordnen. Im Gestaltungsfeld der Beschaffung sind sie in der Lage Begriffe und Kernaufgaben zu nennen und Normstrategien für die Beschaffung von Materialien zu nennen, zu erläutern sowie anzuwenden. Die Materialbedarfsarten und Methoden der Materialbedarfsermittlung können sie sicher nennen und anwenden. Die Studierenden können eigenständig Make-or-Buy-Entscheidungen sowohl unter strategischen als auch wirtschaftlichen Aspekten treffen. Sie können Zielkonflikte des Versorgungsmanagements nennen und Bestellmengen und geeignete Bestellpolitiken eigenständig festlegen.														
Im Bereich der Produktion sind die Studierenden in der Lage die Güterproduktion zu klassifizieren und Organisationstypen der Fertigung zu nennen, zu erläutern und anzuwenden. Die Studierenden haben eine Übersicht über die Ebenen des Produktionsmanagements mit ihren jeweiligen Gestaltungs-, Planungs- und Steuerungsaufgaben. Sie können die Inhalte, Aufgaben und Instrumente der Produktionsplanung und -steuerung (MRP II) sicher nennen und anwenden.														
Auf Basis der erworbenen Kenntnisse in den Grundlagen und den Gestaltungsfeldern lernen die Studierenden ausgewählte Konzepte des SCM anzuwenden.														
2.2 Personale Kompetenzen														
2.2.1 Sozialkompetenz														
Die Studierenden lernen in den Übungen konkrete praxisorientierte Problemstellungen aus dem SCM kennen. Sie erarbeiten eigenständig Lösungen auch im Rahmen von Kleingruppenarbeiten und diskutieren diese im Plenum. Neben der Verteidigung der eigenen Ansichten und Lösungen entwickeln die Studierenden auch Empathie für konträre Standpunkte.														

2.2.2 Selbstständigkeit

Die Studierenden sind in der Lage, komplexe Aufgaben des SCM unter Verwendung angemessener Methoden selbstständig zu lösen und die Ergebnisse zu vertreten. Sie können einerseits die theoretischen Inhalte anhand von praktischen Beispielen verdeutlichen. Andererseits können Sie anhand von Praxisbeispielen die theoretischen Inhalte anwenden.
Die Studierenden können nach Abschluss eines Themas anhand von Lernkontrollen den eigenen Kenntnisstand reflektieren und mit den gesetzten Lernzielen vergleichen sowie ggf. notwendige Maßnahmen aktiv einleiten.

3	Inhalte
	<ul style="list-style-type: none">• Grundlagen SCM<ul style="list-style-type: none">• Grundbegriffe, Ziele und Bedeutung des SCM• Treiber• Erfolgsfaktoren und Herausforderungen• Prozessorientierung• Güter• Ebenen des SCM<ul style="list-style-type: none">• Nachfrageunsicherheit• Produktklassifikation• Strategic-Fit• Logistik<ul style="list-style-type: none">• Grundbegriffe, Ziele und Entwicklung• Logistiksystem• Kernprozesse• Logistikeffizienz• Akteure• Beschaffungs-, Produktions- und Distributionslogistik• Beschaffung<ul style="list-style-type: none">• Grundbegriffe, Ziele und Entwicklung• Einkaufsprozess• Materialportfolio• Bedarfsanalyse und -ermittlung• Make-or-Buy-Entscheidungen• Lieferantenmanagement• Versorgungsmanagement• Produktion<ul style="list-style-type: none">• Grundbegriffe und Ziele• Klassifikation der Güterproduktion• Organisationstypen der Fertigung• Beziehung zum Absatzmarkt• Entscheidungsebenen des Produktionsmanagements• Produktionsplanung und -steuerung (MRPII)• SCM-Konzepte<ul style="list-style-type: none">• Versorgungskonzepte• Cyber Physical Systems
4	Lehrformen
	Seminaristischer Unterricht, d.h. Powerpoint-unterstützte dialogorientierte Vorlesung mit Übungen (Methodeneinübung, Aufgabenblätter, Feedback) und praktischen Beispielen (Video etc.).
5	Teilnahmevoraussetzungen
	<p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: Modul „Mathematik“ sollte absolviert sein. Das Modul „Statistik“ sollte parallel gehört werden.</p>

6	Prüfungsformen Klausur (100 %.) (60 Min.)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote 2,26 % (5/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Jan Cirullies Prof. Dr. Anne Meinke Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Arnold, D.; Isermann, H.; Kuhn, A.: Handbuch Logistik, 3. Auflage, Springer-Verlag, 2008 Kummer, S. (Hrsg.)/Grün, O./Jammerlegg, W.: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik, 3. Auflage, Pearson, 2013 Pfohl, H.-C.: Logistiksysteme. Betriebswirtschaftliche Grundlagen, 8. Auflage, Springer-Verlag, 2010 Werner, H.: Supply Chain Management, Springer Fachmedien, 2013

Nummer							
90050		Marketing					
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS		
deutsch	ein Semester	3	Findet in jedem Semester statt	Pflichtfach	5		
1	Veranstaltungen		seminaristische Veranstaltung	Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße 60	Workload	
	Marketing			Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 90 h		
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen					SWS	
	2.1 Fachkompetenz 2.1.1. Wissen Die Studierenden kennen die unterschiedlichen Begriffsansätze, die marktorientierten Denkweisen, die Entwicklungsphasen, den betriebswirtschaftlichen Stellenwert sowie die Erfolgswirkungen des Marketings. Sie sind ferner mit den zentralen Entscheidungstatbeständen (Zielen, Strategien, Instrumenten) des Marketings vertraut und imstande, wesentliche Problemstellungen der Marktbearbeitung zu formulieren, relevante Handlungsoptionen herauszuarbeiten und zielgerichtete Marktentscheidungen zu treffen. Darüber hinaus erlernen sie die marktspezifischen Charakteristika bei der Vermarktung von Konsumgütern, Investitionsgütern und Dienstleistungen und sind befähigt, diese vor dem Hintergrund aktueller Entwicklungen in der Marketingpraxis einzuordnen sowie kritisch zu beurteilen.					4	
	2.1.2. Fertigkeiten Studierende verfügen über einen fundierten Überblick über die vielfältigen Analyse-, Planungs-, Kontroll- und Entscheidungsmethoden des Marketings. Sie sind darüber hinaus befähigt, moderne Marketingmethoden für ein spezifisches Marketingproblem auszuwählen, diese u.a. mittels leistungsfähiger Software (z.B. Excel-Datentools, Problem Solver, Decision Tree Plan) kompetent anzuwenden und die Ergebnisse angemessen zu interpretieren.						
	2.2 Personale Kompetenzen 2.2.1 Sozialkompetenz In den vorlesungsbegleitenden Übungen erlangen Studierende die Fähigkeit, das erworbene Fachwissen auf spezifische Marketingprobleme zu übertragen, die erarbeiteten Lösungen vor der Gruppe der Kursteilnehmer zu präsentieren, die Lösungsschritte in einer strukturierten sowie stringenten Argumentation zu begründen und adäquat zu kommunizieren.						
	2.2.2 Selbstständigkeit Die Studierenden sind in der Lage, unter Zuhilfenahme von geeigneten Informationsquellen (z.B. Fachliteratur, Online-Recherchen in Experten-Portalen), selbstständig Kenntnisse, Fähigkeiten und Denkweisen zu erwerben und diese zur Lösung von Entscheidungsproblemen des Marketings einzusetzen. Das problemlösungsendekende Lernen fördert die kreative Vertiefung und Anwendung der Lerninhalte, die kursbegleitende Überprüfung des individuellen Lernfortschritts und vermittelt lernmotivierende Erfolgserlebnisse.						
3	Inhalte						
	Die Veranstaltung behandelt die konzeptionellen Grundlagen des Marketings:						
	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Marketingkonzeption (Begriff, Entwicklungsphasen, Marktphilosophie, Entscheidungsfeld, Erfolgswirkungen, Forschungsansätze des Marketings) • Struktur des Absatzmarktes (Marktabgrenzung, Nachfrager-/Wettbewerber-/Absatz-mittlerverhalten, Rahmenbedingungen der Marktwelt, ökonomische Marktkenn-werte, Marktlebenszyklus) 						

	<ul style="list-style-type: none">• Marketing-Management (Aufgabenbereiche, Zielsystem, Marketingstrategien, Marketinginstrumente, Managementprozess, Charakteristika des Konsumgüter-, Dienstleistungs-, Investitionsgüter-, Handelsmarketings)• Angebotspolitik (Angebotsziele, Produktpolitik, Servicepolitik, Programmpolitik, Angebotscontrolling)• Preispolitik (Preisziele, kostenorientierte Preisbestimmung, wettbewerbsorientierte Preisfestlegung, nachfrageorientierte Preisoptimierung, Preisstrategien, Preis-controlling)• Distributionspolitik (Vertriebsziele, direkte/indirekte Vertriebssysteme, Multi-Channel-Vertrieb, Online-Vertrieb, Auswahl/Steuerung von Absatzmittlern, Verkaufspolitik, Vertriebscontrolling)• Kommunikationspolitik (Ziele/Zielgruppen der Marktkommunikation, Werbe-budgetierung, Kommunikationsinstrumente, Mediaselektion, Werbemittelgestaltung, Kommunikationscontrolling)• Marktforschung (Begriff/Aufgabenbereiche/Prozeß der Marktforschung, Instrumente der Datenerhebung, Auswahl der Erhebungseinheiten, statistische Verfahren der Datenauswertung, Aufbau/Präsentation eines Marktforschungsberichts)• Marketingpotenziale (Marketingorganisation, Marketingpersonal, Marketingbudget)
4	Lehrformen Seminaristische Vorlesung (Skript), Übungen (verständnisorientierte Wiederholung, Vertiefung und interdisziplinäre Vernetzung des Lehrstoffes), Mini-Fallstudien (anwendungsorientierte Analyse aktueller Marketingkonzepte mittels multimedialer Recherchen seitens Studierender), mdl. sowie schriftl. Präsentation/Diskussion von Übungen und Fallstudien, Excel-Tools zur Unterstützung von Marketingentscheidungen, Diskussion von Musterlösungen exemplarischer Marketingklausuren.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine. Inhaltlich: Erfolgreiche Teilnahme an den Lehrveranstaltungen (Modulen) „Wirtschafts-mathematik“, „Wirtschaftsstatistik I“ und „Wissenschaftliche Methoden“.
6	Prüfungsformen Klausur (100%) (60 Min.)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) nein
9	Stellenwert der Note für die Endnote 2,26 % (5/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Lena Klimke Prof. Dr. Fabian Kubik Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im Studienportal der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur <i>Basisliteratur:</i> Homburg, Ch.: Grundlagen des Marketingmanagements, 5. Aufl., Wiesbaden (Gabler) 2016 Kuß, A.; Kleinaltenkamp, M.: Marketing-Einführung, 6. Aufl.; Wiesbaden (Gabler) 2013

Ergänzungsliteratur:

- Becker, J.: Das Marketingkonzept, 4. Aufl., München (Beck) 2010
- Bruhn, M.: Marketing. Grundlagen für Studium und Praxis, 12. Aufl., Wiesbaden (Gabler) 2014
- Bruhn, M.: Marketingübungen. Basiswissen, Aufgaben, Lösungen, 4. Aufl., Wiesbaden (Gabler) 2014
- Esch, F., Herrmann, A., Sattler, H.: Marketing, 4. Aufl., München (Vahlen) 2013
- Kreutzer, R.: Praxisorientiertes Marketing, 5. Aufl., Wiesbaden (Gabler) 2014
- Meffert, H.; Burmann, C.; Kirchgeorg, M.: Marketing, 11. Aufl., Wiesbaden (Gabler) 2012
- Meffert, H.; Burmann, C.; Kirchgeorg, M.: Marketing Arbeitsbuch: Aufgaben – Fallstudien, bungen, 11. Aufl., Wiesbaden (Gabler) 2013
- Rennhak, C.; Opresnik, O.: Marketing: Grundlagen, Wiesbaden (Gabler) 2016
- Scharf, A.; Schubert, B.; Hehn, P.: Marketing, 6. Aufl., Stuttgart (Schäffer-Poeschel) 2015
- Schmuller, J.: Statistik mit Excel, Weinheim (Wiley) 2017
- Walsh, G.: Marketing. Eine Einführung auf der Grundlage von Case Studies, Wiesbaden (Gabler) 2013
- Walsh, G.; Dose, D.; Schwabe, M.: Marketingübungsbuch. Aufgaben und Lösungen, 2. Aufl., Wiesbaden (Gabler) 2016

Nummer												
Sprache deutsch		Dauer ein Semester	Studiensemester 4	Häufigkeit des Angebots Findet in jedem Semester statt	Art des Moduls Pflichtfach	ECTS 7						
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppen- größe 5	Workload	SWS 4						
	Managementprojekte				Kontakt- zeit 60 h	Selbst- studium 150 h (inkl. Team- treffen)						
2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen												
2.1 Fachkompetenz												
2.1.1. Wissen												
Die Studierenden können das bislang im Studium erlernte Wissen integrativ an einem selbstgewählten Beispiel einer innovativen Unternehmensgründung erproben und umsetzen. Weitere, dafür noch ergänzend notwendige Informationen beschaffen sich die Studierenden durch eigenständige Recherche-, Informations- und Lernprozesse alleine und in Teams, unterstützt durch Beratung von internen Fachexperten sowie Tutor- und Coachgespräche zur Handlungsreflexion.												
2.1.2. Fertigkeiten												
Die Studierenden haben für ihren späteren Beruf ein integriertes Verständnis und breites Problembewusstsein in Bezug auf wesentliche betriebswirtschaftliche Zusammenhänge erworben. Sie erarbeiten neue Lösungen und beurteilen diese mit Blick auf unterschiedliche betriebswirtschaftliche Funktionsbereiche. Die Studierenden sind in der Lage, die verknüpften betriebswirtschaftlichen Kenntnisse erfolgreich auf komplexe und wechselnde betriebliche Problemstellungen anzuwenden. Sie verstehen es, einen koordinierten Unternehmensgesamtplan auch in komplexen Entscheidungssituationen zu entwickeln. Mit Blick auf die Praxis können die Studierenden betriebswirtschaftliche Entscheidungsprozesse begründet treffen und argumentativ vertreten.												
2.2 Personale Kompetenzen												
2.2.1 Sozialkompetenz												
Die Studierenden können effektiv und effizient auch in heterogen zusammengestellten Gruppen arbeiten. Sie lernen vorausschauend mit Problemen im Team umzugehen. Aufgaben im Team leiten die Studierenden anhand der jeweiligen individuellen Kompetenzen an, nehmen zielorientiert Einfluss auf die fachliche Entwicklung anderer und übernehmen Verantwortung im Team. Die Studierenden wenden geeignete soziale Kompetenzen an, um das Arbeiten im Projekt auch auf der Beziehungsebene in geeigneter Weise zu organisieren und zu steuern.												
2.2.2 Selbstständigkeit												
Die Studierenden beherrschen effiziente Arbeitstechniken und reflektieren diese systematisch in Bezug auf ihre Wirksamkeit für das angestrebte Projektergebnis. Sie beherrschen effiziente Arbeitstechniken, um betriebswirtschaftliche Projekte – auch unter Zeitdruck – steuern, organisieren und erfolgreich zum Abschluss bringen zu können												
3 Inhalte												
Angewandte Projektarbeit (Teamprozesse/Zeitmanagement):												

	<ul style="list-style-type: none">• Teambasierte Konzeption einer innovativen, aber realistischen Unternehmensgründungsidee pro Gruppe und anschließende Erstellung eines ca. 20 – 30 Seiten umfassenden Businessplans in einem vorgegebenen Zeitrahmen (9 Wochen).• Businessplanerläuterung durch Anwendung des betriebswirtschaftlichen Wissens in den Schwerpunkten: Jahresabschluss, Marketing, Human Resource Management.• Dokumentation und Reflexion des internen und externen Kommunikationsprozesses der Projektarbeit durch Agenden und Protokolle in Tutor- und Coachgesprächen.• Öffentliche Präsentation der Geschäftsidee und zentraler Bestandteile des Businessplans im Rahmen einer Präsentationsveranstaltung.
4	Lehrformen Coaching von projektbezogenen Teamprozessen, ergänzende Beratung durch Fachexperten, Unterstützung der Teamentwicklung durch Tutoren, organisatorische Abwicklung über die ILIAS-Lernplattform
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Siehe § 20 (1) StgPO Teilnahmenachweis: Für die Zulassung zur Modulprüfung wird ein Teilnahmenachweis vorausgesetzt. Dieser Nachweis wird durch einen elektronisch abzulegenden Test nachgewiesen, der vor dem Kick-Off-Termin stattfindet. Die Zulassung zur Modulprüfung des Moduls Managementprojekte (Modulnummer 90061) setzt einen Prüfungsversuch in den Modulen 1 bis 3, 7, 8, 11-12, 15, 17, 19 und 21-22 gemäß des Studienverlaufsplans voraus. Inhaltlich: Die Module der Semester 1 und 2 sollten absolviert sein.
6	Prüfungsformen Bewertung Gruppenprozess und Business Communication inkl. Abschlusspräsentation (46%), Bewertung der fachbezogenen Projektteile im Abschlussbericht (jeweils 18%)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Erfolgreicher Abschluss der Managementprojekte in der jeweiligen 5er-Gruppe (vgl. Prüfungsformen) inklusive Anwesenheit während der gesamten abschließenden Präsentationstage
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote 3,16 % (7/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Sabine Kiunke Prof. Dr. Claus Vormann Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur „Projekthandbuch Managementprojekte“

Nummer													
Sprache deutsch		Dauer ein Semester	Studiensemester 5	Häufigkeit des Angebots Findet in jedem Semester statt	Art des Moduls Pflichtfach	ECTS 5							
1 Veranstaltungen		- Strategisches Management - Unternehmensplanspiel "Advanced"	seminaristische Veranstaltung seminaristische Veranstaltung	Veranstaltungsart geplante Gruppen- größe 35	Workload	SWS 4							
					Kontakt- zeit 60 h	Selbst- studium 90 h							
2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen													
a. Strategisches Management													
2.1 Fachkompetenz													
2.1.1 Wissen													
Die Studierenden verfügen über ein grundlegendes konzeptionelles Verständnis des strategischen Managements. Sie sind in der Lage, die Wirkungszusammenhänge von Märkten und Unternehmen zu erkennen und daraus Maßnahmen zur Sicherung des langfristigen Unternehmenserfolges (Strategien) abzuleiten. Die Studierenden können die unterschiedlichen Ebenen von Strategien darlegen und mit Blick auf die Praxis erkennen sowie Entscheidungsprozesse zur Strategiefindung in Unternehmen ableiten.													
Die Studierenden verstehen die Komplexität sich ändernder Märkte, erkennen die sich für Unternehmen daraus resultierenden Chancen und Bedrohungen und leiten Handlungsstrategien für die Unternehmen aus den unternehmenseigenen Stärken und Schwächen ab.													
2.1.2 Fertigkeiten													
Die Studierenden setzen betriebswirtschaftliche Instrumente und Techniken ein, um Unternehmensgesamt- und Geschäftsbereichsstrategien zu entwickeln, zu formulieren und umzusetzen.													
2.2 Personale Kompetenzen													
2.2.1 Sozialkompetenz													
In den vorlesungsbegleitenden Übungen erlangen Studierende die Fähigkeit, das erworbbene Fachwissen auf spezifische Führungsprobleme zu übertragen, ggf. die erarbeiteten Lösungen vor der Gruppe der Kursteilnehmer zu präsentieren, die Lösungsschritte in einer strukturierten sowie stringenten Argumentation zu begründen und adäquat zu kommunizieren.													
2.2.2 Selbstständigkeit													
Die Studierenden reflektieren die eigene Fachkompetenz mit Hilfe der kleineren Fallstudien und Übungsaufgaben kritisch in Bezug auf die Vielfalt der Managementansätze unter ökonomischen und unternehmensexistischen Aspekten. Die Studierenden sind in der Lage, unter Zuhilfenahme von geeigneten Informationsquellen (z. B. Fachliteratur, Online-Recherche in Experten-Portalen), selbstständig Kenntnisse, Fähigkeiten und Denkweisen zu erwerben und diese zur Lösung von Entscheidungsproblemen in der Steuerung eines Unternehmens einzusetzen. Die Studierenden können sich in der internationalen und globalen Vernetzung der Märkte, Konsumenten und Unternehmen fachlich adäquat in Strategie- und Wertediskussionen positionieren.													
b. Unternehmensplanspiel Advanced													
2.1 Fachkompetenz													
2.1.1. Wissen													

Im Mittelpunkt steht die Anwendung des bisher erworbenen betriebswirtschaftlichen Know-hows auf konkrete betriebliche Fragestellungen sowie die Aufbereitung externer und interner Informationen für unternehmerische Entscheidungen. Die Studierenden müssen als Vorstand eines Unternehmens für ihre Entscheidungen und die Geschäftsergebnisse ihres Unternehmens Rechenschaft ablegen. Hierfür ist es notwendig, auch unter Zeitdruck, optimal mit Informationen und deren Nutzung zur Entscheidungsfindung umzugehen.

2.1.2 Fertigkeiten

Die Studierenden erwerben Kompetenzen:

- im Hinblick auf das Wesentliche und Ganzes bei der Führung eines Unternehmens
- im Umgang mit komplexen Entscheidungssituationen unter Unsicherheit
- bei der Umsetzung betriebswirtschaftlichen Zahlenmaterials in praxisbezogene Erkenntnisse
- bei der Festlegung von Zielen und Strategien und ihrer Umsetzung in einem ökonomisch-ökologischen Umfeld
- im Einsatz von Instrumenten der Kosten- und Erfolgsrechnung und der Produkt-kalkulation
- in der Anwendung der Grundlagen des Marketings und
- im bereichsübergreifendem Denken und Handeln innerhalb eines Unternehmens.

2.2 Personale Kompetenzen

2.2.1 Sozialkompetenz

Das Unternehmensplanspiel fördert die Teamarbeit in einer Gruppe. Trainiert werden das

- Erarbeiten und Kommunizieren von betriebswirtschaftlichen Entscheidungen im Team mit max. fünf/sechs Teilnehmern in einer Gruppe, wobei sowohl ein kooperativer Umgang innerhalb einer Gruppe als auch ein konkurrierender Umgang zu anderen Gruppen erlebt wird (Konsens vs. Konflikt)
- arbeitsteilige Abstimmen und Aufteilen von Entscheidungsprozessen
- Referieren betriebswirtschaftlicher Ergebnisse in harmonischen und disharmonischen Situationen

2.2.2 Selbstständigkeit

- Die Studierenden können mit einem komplexen Arbeitskontext selbstständig umgehen und diesen nachhaltig gestalten, indem sie komplexe fachbezogene Probleme und Lösungen gegenüber ihren Gruppenmitgliedern und dem Seminarleiter argumentativ vertreten und in der Lage sind, diese mit ihnen weiterzu entwickeln.
- Sie können operative Herausforderungen eines Unternehmens mit Bezug zu sozialen Werten reflektieren.
- Sie haben die Fähigkeit, das Wechselspiel zwischen wirtschaftlichen Regulierungen, institutionellen Rahmenbedingungen und des strategischen Profils eines Unternehmens zu verstehen und eine eigene Meinung abzuleiten.

3 Inhalte

a. Strategisches Management

Die Lehrveranstaltung verfolgt das Ziel, praxisbezogen die Sachverhalte zu grundlegenden Fragestellungen des strategischen Managements wiederzugeben. Im Mittelpunkt der Veranstaltung steht die Betrachtung des Strategieentwicklungsprozesses in seinen fünf unterscheidbaren Phasen. Hierzu gehören:

- die Phase der Zielbildung, in der, aufbauend auf der Unternehmensphilosophie und -politik, strategische Zielsetzungen entwickelt werden
- die Phase der strategischen Analyse, in der Unternehmens- und Umweltanalyse sowie Prognose und Frühaufklärung thematisiert werden
- die Phase der Strategieformulierung, in der die Formulierung, Bewertung und Auswahl von Strategien erfolgt und
- die Phase der Strategieimplementierung, in der die Realisierung der in der Phase der Strategieformulierung ausgewählten Strategie geplant und anschließend Maßnahmen zu deren Implementierung festgesetzt werden sowie
- die Phase der strategischen Kontrolle mit den Teilschritten Prämissen-, Durchführungskontrolle und strategische Überwachung, die den Prozess abschließen.

	<p>Hierbei wird nicht nur eine Einführung in das methodische Rüstzeug zum strategischen Management gegeben, sondern auch ein Eindruck von der Vielfältigkeit, der Aktualität, den Problemen und Grenzen vermittelt. Es werden die wichtigsten Entwicklungslinien und Herausforderungen eines strategischen Managements dargelegt. Die Lehrveranstaltung ist dementsprechend mit Beispielen aus der Unternehmenspraxis, kleineren Fallstudien und anderen aktuellen Bezügen angereichert. Um den Lernprozess zu erleichtern, finden sich in den begleitenden Lehrmaterialien Übungen, Diskussionsfragen sowie Literaturhinweise für ein vertiefendes Literaturstudium.</p> <p>b. Unternehmensplanspiel Advanced</p> <p>Als Vorstandsmitglieder der Copyfax AG führen die Studierenden ein Unternehmen der kopiergeräteherstellenden Branche im Wettbewerb. Das Planspiel simuliert bis zu sechs Geschäftsjahre im Leben eines Unternehmens. Jedes Unternehmen hat eine Reihe von typischen unternehmerischen Entscheidungen zu treffen.</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>a. Strategisches Management seminaristische Vorlesung mit zahlreichen Fall- und Übungsbeispielen</p> <p>b. Unternehmensplanspiel Advanced Unternehmensplanspiel als interaktive Lehr- und Lernmethode mit integrierten qualitativen und quantitativen Aufgabenstellungen, die in Einzel- und Gruppenarbeiten zu lösen sind. Unternehmensplanspiele simulieren abstrahiert, aber dennoch realitätsnah, Gesamtabläufe und Zielkonflikte in einem Unternehmen. Als interaktive Lehr- und Lernmethode ermöglichen Unternehmensplanspiele schnelles, risikoloses und nachhaltiges Sammeln von praxisbezogenen Erfahrungen nach der Maxime „Learning business by doing business“.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Siehe § 20 (1) StgPO Für die Zulassung zur Modulprüfung des Moduls Unternehmensführung und Simulation (Modulnummer 90090) wird das Bestehen der Module 1 bis 4, 7 bis 9, 13 und 22 gemäß Anlage 1 vorausgesetzt.</p> <p>Inhaltlich: Das Modul Managementprojekte I sollte bestanden sein.</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>a. Strategisches Management Schriftliche Prüfung (60 Minuten)</p> <p>b. Unternehmensplanspiel Advanced Gesamtbewertung Unternehmensplanspiel setzt sich aus mehreren Elementen zusammen: Eingangstest (10%), quantitative Planspielbewertung (20%), qualitative Planspielbewertung (20%), Sonderaufgabe(n) (20%), schriftliche Abschlussprüfung (30%), semesterbegleitende Prüfungsleistung</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>a. Strategisches Management: Bestandene schriftliche Prüfung</p> <p>b. Unternehmensplanspiel Advanced: Anwesenheitspflicht; Gesamtbewertung Unternehmensplanspiel setzt sich zusammen aus Eingangstest (10%), quantitative Planspielbewertung (20%), qualitative Planspielbewertung (20%), Sonderaufgabe(n) (20%), schriftliche Abschlussprüfung (30%)</p>
8	<p>Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>-</p>

9	Stellenwert der Note für die Endnote 2,26 % (5/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Johannes Hofnagel Prof. Dr. Sabine Quarg Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im Studienportal der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Jung, R.; Heinzen, M.; Quarg, S.: Allgemeine Managementlehre, 7. Auflage, Berlin 2018. Büchler, J.-P: Strategie entwickeln, umsetzen und optimieren, Hallbergmoos, 2014. Camphausen, B.: Strategisches Management, 3. Auflage, Oldenbourg 2013. Bea, F. X.; Haas, J.: Strategisches Management, 9. Auflage, Stuttgart 2017. Dillerup, R.; Stoi, R.: Unternehmensführung, 4. Auflage, München 2016. Hungenberg, H.: Strategisches Management in Unternehmen, 8. Auflage, 2014. Macharzina, K.; Wolf, J.: Unternehmensführung – Das internationale Managementwissen, 9. Auflage, Wiesbaden 2015. Müller-Stewens, G.; Lechner, C.: Strategisches Management - Wie strategische Initiativen zum Wandel führen, 5. Auflage, Stuttgart 2016. Schmid, S.; Kutschker, M.: Zentrale Grundbegriffe des Strategischen Managements, in: WISU 31. Jg. (2002) 10, S. 1238-1248. Schreyögg, G.: Strategisches Management - Entwicklungstendenzen und Zukunfts-perspektiven, in: Die Unternehmung 53. Jg. (1999) 6, S. 387-407. Simon, H.: Strategie-Notstand, In: Manager Magazin 30. Jg. (2000) 7, S.113-114. Schreyögg, G.; Koch, J.: Grundlagen des Managements – Basiswissen für Studium und Praxis, 3. Auflage, Wiesbaden 2014. Steinmann, H.; Schreyögg, G.; Koch, J.: Management: Grundlagen der Unternehmens-führung. Konzepte, Funktionen, Fallstudien, 7. Auflage, Wiesbaden 2013. Welge, M.K.; Al-Laham, A.; Eulerich, M.: Strategisches Management. Grundlagen – Prozess – Implementierung, 7. Aufl., Wiesbaden 2017. Teilnehmerhandbuch zum Planspiel TOPSIM General Management II in der jeweiligen aktuellen Spielversion der Fa. Tata Interactive Systems, Tübingen

Nummer						
90110		Rechnungswesen I				
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS	
deutsch	ein Semester	1	Findet in jedem Semester statt	Pflichtfach	7	
1	Veranstaltungen			Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße	Workload
					60	Kontaktzeit 90 h Selbststudium 120 h
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen					SWS
	<u>a. Buchhaltung</u> 2.1 Fachkompetenz 2.1.1. Wissen <p>Die Studierenden können die wesentlichen Merkmale von internem und externem Rechnungswesen gegenüberstellen. Die rechtlichen Grundlagen der Buchführung und die daraus erwachsenen Pflichten für die Unternehmen sind ihnen bekannt. Die Studierenden erkennen die wesentlichen Auswirkungen von Geschäftsvorfällen auf die Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung. Für eine bessere betriebswirtschaftliche Analyse wird insbesondere das Verständnis der Erfolgswirksamkeit/Erfolgsneutralität von Geschäftsvorfällen innerhalb der Buchhaltung geschult.</p> 2.1.2. Fertigkeiten <p>Die Veranstaltung befähigt die Studierenden zur Anwendung der grundlegenden Techniken der doppelten Buchführung als System der externen Unternehmensrechnung. Die Studierenden können die Buchungen von Geschäftsvorfällen im Grund- und Hauptbuch sowie die Jahresabschlussbuchungen grundsätzlich eigenständig vornehmen. Die buchhalterischen Auswirkungen der regelmäßig auftretenden Geschäftsvorfälle sind ihnen bekannt.</p> 2.2 Personale Kompetenzen 2.2.1 Sozialkompetenz <p>Bei der Vorstellung und Präsentation von in Einzel-, Partner- und Gruppenarbeit entwickelten Ergebnissen schärfen die Studierenden den Blick für wesentliche Zusammenhänge und üben sich in dem Erwerb einer sachlich fundierten Diskussionskultur.</p> <p>In Arbeitsgruppen entwickeln die Studierenden gemeinsame Lösungsstrategien für die Anwendung neu erworbenen (Methoden-)Wissens. Durch die Vorstellung und Präsentation von den in Partner- und Gruppenarbeit entwickelten Ergebnissen übernehmen die Studierenden Verantwortung für das Kollektiv.</p> 2.2.2 Selbstständigkeit <p>Die Studierenden lernen erworbene Konzepte auch auf neue Problemstellungen anzuwenden und eigenständig zu lösen. Sie werden zudem in der Literaturarbeit geschult, um die Vorlesungsinhalte eigenverantwortlich nachzubereiten.</p> <u>b. Jahresabschluss</u> 2.1 Fachkompetenz 2.1.1. Wissen <p>Die Studierenden besitzen die Grundkenntnisse der handelsrechtlichen Rechnungslegung und damit zusammenhängende Grundlagen des steuerrechtlichen Jahresabschlusses.</p> 2.1.2. Fertigkeiten <p>Die Studierenden können einfache Probleme der Jahresabschlusserstellung auf Basis des HGB lösen.</p> 2.2 Personale Kompetenzen				6	

2.2.1 Sozialkompetenz

In Arbeitsgruppen entwickeln die Studierenden gemeinsame Lösungen für die Anwendung neu erworbenen (Methoden-)Wissens und üben hierdurch die Arbeit im Team.

2.2.2 Selbstständigkeit

Die Studierenden lernen erworbene Konzepte auch auf neue Problemstellungen anzuwenden und eigenständig zu lösen. Sie werden zudem in der Literaturarbeit geschult, um die Vorlesungsinhalte eigenverantwortlich nachzubereiten.

c. Kosten, Erlös- u.- Ergebnisrechnung

2.1 Fachkompetenz

2.1.1. Wissen

Die Studierenden kennen die abrechnungsbezogene Abbildung von Werteflüssen innerhalb eines Unternehmens durch Kosten, Erlöse und Ergebnisse, um die erfolgsbezogenen Vorgänge im Unternehmen zu strukturieren und zu analysieren. Sie verstehen innerhalb der Kostenrechnung Kostenarten, Kostenstellen und Kostenträger und können auch deren Zusammenhänge erkennen und verdeutlichen.

2.1.2. Fertigkeiten

Die Studierenden besitzen die Fähigkeit, abrechnungskostenrechnerische Aufgabenstellungen allgemein zu erkennen und zu deuten. Sie sind ferner in der Lage, konkrete Rechnungen für wichtige betriebliche Anwendungssituationen in der Kostenrechnung, wie z. B. Abschreibungskosten, Zinskosten, innerbetriebliche Leistungsverrechnungen, Kalkulationssatzbildungen, Herstellkosten- und Selbstkosten-kalkulationen, Periodenerfolgsrechnungen, durchzu-führen und in den Rechnungselementen zu erläutern.

2.2 Personale Kompetenzen

2.2.1 Sozialkompetenz

Die Studierenden können in der traditionellen Kostenrechnung mit den zutreffenden kostenrechnerischen Fachausdrücken der Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung mit anderen Beteiligten kommunizieren. In Partner- und Gruppenarbeit werden zuvor erlernte Konzepte anhand kleinerer, praxisnaher Fallbeispiele vertieft, diskutiert und später im Plenum präsentiert.

2.2.2 Selbstständigkeit

Die Studierenden lernen erworbene Konzepte auch auf neue Problemstellungen anzuwenden und eigenständig zu lösen. Sie werden zudem in der Literaturarbeit geschult, um die Vorlesungsinhalte eigenverantwortlich nachzubereiten.

3 Inhalte

a. Buchhaltung

- Grundlagen der Buchhaltung als Bestandteil des Rechnungswesens und Abgrenzung zu anderen Teilbereichen des Rechnungswesens
- Grundsätzliche Elemente des Jahresabschlusses
- Technik der doppelten Buchführung
- Buchung laufender Geschäftsvorfälle in Grund- und Hauptbuch
- Buchungen zum Jahresabschluss

b. Jahresabschluss

- Definition und Bestandteile eines Jahresabschlusses
- Rechtliche Grundlagen
- Allgemeine Bestimmungen
- Grundlagen des Bilanzansatzes
- Grundlagen der Bewertung
- Grundlagen der Gewinn- und Verlustrechnung

c. Kosten, Erlös- u. Ergebnisrechnung

- Einführung in Grundsachverhalte der Kostenrechnung
- Kostenartenrechnung
- Kostenstellenrechnung

	<ul style="list-style-type: none">• Kalkulationsrechnung• Betriebsergebnisrechnung
4	Lehrformen Seminaristische Veranstaltung mit anwendungsorientierten Übungseinheiten. Kombination aus Präsenz- und Online-Angeboten (Blended Learning).
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: a. Buchhaltung: keine b. Jahresabschluss: die Veranstaltung Buchhaltung sollte parallel gehört werden. c. Kosten, Erlös- u. Ergebnisrechnung: die Veranstaltung Einführung in die Betriebswirtschaftslehre sollte parallel gehört werden.
6	Prüfungsformen Klausur (100 %) (135 Min.)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Klausuren
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote 3,16 % (7/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Karin Breidenbach Prof. Dr. Martin Kißler Prof. Dr. Felix Wenger Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur a. Buchhaltung Breidenbach, Karin; Währisch, Michael: Buchhaltung und Jahresabschluss kompakt, 4. Auflage, Oldenbourg 2017. Döring, Ulrich; Buchholz, Rainer: Buchhaltung und Jahresabschluss, 14. Auflage, Berlin 2015. Deitermann, Manfred; Schmolke, Siegfried; Rückwart, Wolf-Dieter: Industrielles Rechnungswesen IKR, 45. Auflage, Braunschweig 2016. Weber, Jürgen; Weißenberger, Barbara E.: Einführung in das Rechnungswesen: Bilanzierung und Kostenrechnung, 9. Auflage, Stuttgart 2015. b. Jahresabschluss Breidenbach, K.; Währisch, M.: Buchhaltung und Jahresabschluss kompakt, 4. Aufl., München (Oldenbourg) 2017.

Coenenberg, A. G.; Haller, A.; Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 24. Aufl., Stuttgart (Schäffer-Poeschel) 2016.

Coenenberg, A. G.; Haller, A.; Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Aufgaben und Lösungen, 16. Aufl., Stuttgart (Schäffer-Poeschel) 2016.

c. Kosten, Erlös- u. Ergebnisrechnung

Friedl, B.: Kostenrechnung. Grundlagen, Teilrechnungen und Systeme der Kostenrechnung, 2. Aufl., München, Wien 2010, Verlag Oldenbourg.

Friedl, G.; Hofmann, C.; Pedell, B.: Kostenrechnung. Eine entscheidungsorientierte Einführung, 3. Auflage, München 2017.

Haberstock, Lothar: Kostenrechnung I. Einführung, 13. Auflage, Berlin 2008.

Jandt, J.: Trainingsfälle Kostenrechnung, 2. Aufl., Herne, Berlin 2006, Verlag NWB.

Jórasz, W.: Kosten- und Leistungsrechnung. Lehrbuch mit Aufgaben und Lösungen, 5. Aufl., Stuttgart 2009, Verlag Schäffer-Poeschel.

Scheld, Guido: Kostenrechnung im Industrieunternehmen, Band 1: Istkostenrechnung, 6. Auflage, Büren 2017.

Nummer															
90120		Rechnungswesen II													
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS										
deutsch	ein Semester	2	Findet in jedem Semester statt	Pflichtfach	5										
1	Veranstaltungen		seminaristische Veranstaltung seminaristische Veranstaltung	geplante Gruppengröße 35	Workload										
	<ul style="list-style-type: none"> - Jahresabschluss II - Kosten, Erlös- und Ergebnisrechnung II 				Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 90 h									
2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen															
a. Jahresabschluss II <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <p>Die Studierenden besitzen erweiterte Grundkenntnisse der handelsrechtlichen Rechnungslegung und damit zusammenhängende Grundlagen des steuerrechtlichen Jahresabschlusses. Die Studierenden kennen die Bedeutung des handelsrechtlichen Jahresabschlusses als Informationsinstrument eines Unternehmens ebenso wie seine Schwächen und Gestaltungsmöglichkeiten.</p> <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <p>Die Studierenden können einfache Probleme der Jahresabschlusserstellung auf Basis des HGB lösen. Sie können einem Einzelabschluss auf Basis des HGB Informationen über die wirtschaftliche Lage des berichtenden Unternehmens entnehmen.</p> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <p>In Arbeitsgruppen entwickeln die Studierenden gemeinsame Lösungen für die Anwendung neu erworbenen (Methoden-)Wissens und üben hierdurch die Arbeit im Team.</p> <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <p>Die Studierenden lernen erworbene Konzepte auch auf neue Problemstellungen anzuwenden und eigenständig zu lösen. Sie werden zudem in der Literaturarbeit geschult, um die Vorlesungsinhalte eigenverantwortlich nachzubereiten.</p>															
b. Kosten, Erlös- u. Ergebnisrechnung II <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <p>Die Studierenden kennen die dispositionsbezogene Abbildung von Werteflüssen innerhalb eines Unternehmens durch Kosten, Erlöse und Ergebnisse. Auf dieser Basis können sie entscheidungsrelevante Elemente identifizieren, um die erfolgsbezogenen Vorgänge im Unternehmen zu strukturieren und zu analysieren. Sie verstehen innerhalb der Kostenrechnung die Bedeutung von Teilkosten, Deckungsbeiträgen und Plankosten und können auch deren Zusammenhänge erkennen und verdeutlichen.</p> <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <p>Die Studierenden besitzen die Fähigkeit, dispositions-kostenrechnerische Aufgabenstellungen allgemein zu erkennen und zu deuten. Sie sind ferner in der Lage, konkrete Rechnungen für wesentliche betriebliche Anwendungssituationen in der Kostenrechnung, wie z. B. Kostenabhängigkeiten und Kostenentwicklungen, Kostenauflösungen, ein- und mehrstufige Deckungsbeitragsrechnungen, Break-even-Analysen, Plankostenrechnungen, durchzu führen und in den Rechnungselementen zu erläutern.</p>															

	<p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <p>Die Studierenden können in der entscheidungsorientierten Kostenrechnung mit den zutreffenden kostenrechnerischen Fachausdrücken der Teilkosten-, Deckungs-beitrags- und Plankostenrechnung mit anderen Beteiligten kommunizieren. Sie lernen, sich über komplexe Entscheidungssituationen auszutauschen und verschiedene Kriterien berücksichtigende Lösungen zu entwickeln.</p>
3	<p>Inhalte</p> <p>a. Jahresabschluss II</p> <ul style="list-style-type: none">• Die Gliederung der Bilanz• Besondere Probleme bei der Bilanzierung des Vermögens• Besondere Probleme bei der Bilanzierung des Kapitals• Der Anhang• Der Lagebericht• Prüfung und Offenlegung <p>b. Kosten, Erlös- u. Ergebnisrechnung II</p> <ul style="list-style-type: none">• Einführung in die Kostenrechnungsdifferenzierung• Teilkostenrechnung• Break-even-Rechnung• Deckungsbeitragsrechnung• Plankostenrechnung
4	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristische Vorlesung und anwendungsorientierte Übungseinheiten</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal:keine</p> <p>Inhaltlich: die Module Rechnungswesen I sowie Einführung in die Wirtschaftswissenschaften sollten absolviert sein.</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (100 %) (90 Min.)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur</p>
8	<p>Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>-</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>2,26 % (5/177) x 0,8</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r</p> <p>Prof. Dr. Karin Breidenbach</p>

	Prof. Dr. Martin Kißler
	<p>Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im Studienportal der Fachhochschule Dortmund</p>
11	<p>Literatur</p> <p>a. Jahresabschluss II</p> <p>Breidenbach, K.; Währisch, M.: Buchhaltung und Jahresabschluss kompakt, 4. Aufl., München (Oldenbourg) 2017</p> <p>Coenenberg, A. G.; Haller, A.; Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlusssanalyse, 24. Aufl., Stuttgart (Schäffer-Poeschel) 2016</p> <p>Coenenberg, A. G.; Haller, A.; Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlusssanalyse, Aufgaben und Lösungen, 16. Aufl., Stuttgart (Schäffer-Poeschel) 2016</p> <p>b. Kosten, Erlös- u. Ergebnisrechnung</p> <p>Friedl, B.: Kostenrechnung. Grundlagen, Teilrechnungen und Systeme der Kostenrechnung, 2. Aufl., München, Wien 2010, Verlag Oldenbourg</p> <p>Friedl, G.; Hofmann, C.; Pedell, B.: Kostenrechnung. Eine entscheidungsorientierte Einführung, 3. Auflage, München 2017.</p> <p>Haberstock, Lothar: Kostenrechnung I. Einführung, 13. Auflage, Berlin 2008</p> <p>Jandt, J.: Trainingsfälle Kostenrechnung, 2. Aufl., Herne, Berlin 2006, Verlag NWB</p> <p>Jórasz, W.: Kosten- und Leistungsrechnung. Lehrbuch mit Aufgaben und Lösungen, 5. Aufl., Stuttgart 2009, Verlag Schäffer-Poeschel</p> <p>Scheld, Guido: Kostenrechnung im Industrieunternehmen, Band 1: Istkostenrechnung, 6. Auflage, Büren 2017</p>

Nummer						
90150		Investition und Finanzierung				
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS	
deutsch	ein Semester	3	Findet in jedem Semester statt	Pflichtfach	5	
1 Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße 50	Workload		SWS 4
<ul style="list-style-type: none"> - Investition und Finanzierung I - Investition und Finanzierung II 				Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 90 h	
2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen						
2.1 Fachkompetenz <p>2.1.1 Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden verfügen über ein grundlegendes konzeptionelles Verständnis der betrieblichen Finanzwirtschaft. • Die Studierenden sind mit den Fragestellungen der betrieblichen Finanzwirtschaft vertraut. • Sie haben einen Überblick über die Aufgaben im Finanzmanagement erworben und können zentrale Inhalte des Finanzmanagements erläutern und einordnen. • Sie kennen und verstehen die Instrumente der Innen- und Außenfinanzierung und können diese erläutern und bewerten. • Sie beherrschen die Verfahren der Investitionsrechnung bei Sicherheit und bei Unsicherheit. <p>2.1.2 Fertigkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können die finanzielle Situation einer Unternehmung anhand von Finanzkennzahlen beurteilen. • Die Studierenden können einen Liquiditäts- und Finanzplan erstellen. • Sie wissen, welche Finanzierungsinstrumente zur Deckung eines Kapitalbedarfs sinnvollerweise genutzt werden sollten. • Die Studierenden können die Verfahren der Investitionsrechnung auf praxisrelevante Entscheidungsprobleme unter Einbeziehung von Finanzierungserfordernissen anwenden. • Sie sind in der Lage, eine Kapitalbudgetierung vorzunehmen. <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <p>Durch Gruppenarbeit lernen die Studierenden finanzwirtschaftliche Fragestellungen in einem Team zu strukturieren und zu lösen.</p> <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <p>Die Studierenden können mit komplexen Finanzierungs- und Investitionsproblemen selbstständig umgehen und diese sachgerecht lösen.</p>						
3 Inhalte						
<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Fragestellungen der betrieblichen Finanzwirtschaft • Finanzanalyse und Finanzplanung • Innenfinanzierung • Investitionsrechnung bei Sicherheit • Investitionsrechenverfahren bei Ungewissheit und Risiko • Außenfinanzierungsmöglichkeiten börsenfähiger und nicht-börsenfähiger Unternehmen • Aspekte der Gestaltung der Kapitalstruktur von Unternehmen 						

Fachhochschule Dortmund

University of Applied Sciences and Arts

Bachelor Betriebswirtschaft (7 Semester) 2018

4	Lehrformen Seminaristische Vorlesung und anwendungsorientierte Übungseinheiten.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur (100 %) (60 Min.)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote 2,26 % (5/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Katrin Löhr M.Sc. Philip Rosenthal Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Hillier, D., Ross, S, Westerfield, R.; Jaffe, J.; Jordan, B.: Corporate Finance, European Edition, New York (McGraw-Hill). Kruschwitz, L.: Investitionsrechnung, München / Wien (Oldenbourg). Zantow, R.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, München u.a. (Pearson Studium).

Nummer								
90160		Steuern						
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS			
deutsch	ein Semester	3	Findet in jedem Semester statt	Pflichtfach	5			
1	Veranstaltungen		seminaristische Veranstaltung seminaristische Veranstaltung	geplante Gruppengröße 50	Workload	SWS 4		
	-	Steuern I			Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 90 h	2	
-	Steuern II	2						
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen							
	2.1 Fachkompetenz							
	2.1.1. Wissen							
	Die Studierenden sollen praxisorientiert allgemeine Kenntnisse in dem Bereich Steuern erlangen. Insbesondere zählen hierzu die Grundzüge des deutschen Steuersystems sowie die wichtigsten Steuerarten.							
	2.1.2. Fertigkeiten							
	Die Studierenden können Besteuerungswirkungen erkennen und unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten beurteilen.							
	2.2 Personale Kompetenzen							
	2.2.1 Sozialkompetenz							
	Bei der Vorstellung und Präsentation von in Einzel-, Partner- und Gruppenarbeit entwickelten Ergebnissen schärfen die Studierenden den Blick für wesentliche Zusammenhänge und üben sich in dem Erwerb einer sachlich fundierten Diskussionskultur.							
	2.2.2 Selbstständigkeit							
	Die Studierenden lernen erworbene Konzepte auch auf neue Problemstellungen anzuwenden und eigenständig zu lösen. Sie werden zudem in der Arbeit mit Gesetzestexten geschult.							
3	Inhalte							
	<ul style="list-style-type: none"> Grundbegriffe der Besteuerung Nationale und internationale Grundregeln zur Steuerpflicht von natürlichen und juristischen Personen Personen-, Sach-, Verkehrs- und Verbrauchsteuern Besteuerung von Einzelunternehmen, Personen- und Kapitalgesellschaften Steuerliche Gewinnermittlungsmethoden Sonderaspekte der Einkommensteuer Sonderaspekte der Gewerbesteuer 							
4	Lehrformen							
	Seminaristische Vorlesung und anwendungsorientierte Übungseinheiten							
5	Teilnahmevoraussetzungen							
	Formal: keine Inhaltlich: keine							

6	Prüfungsformen Klausur (100 %) (75 Min.)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote 2,26 % (5/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Joachim Eggers Prof. Dr. Petra Oesterwinter Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Steuergesetze nach neuestem Rechtsstand Steuerrichtlinien nach neuestem Rechtsstand Wirtschaftsgesetze nach neuestem Rechtsstand Weitere und aktuelle steuerliche Literaturhinweise erfolgen in der Veranstaltung

Nummer						
90210		Wirtschaftsmathematik				
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS	
deutsch	ein Semester	1	Findet in jedem Semester statt	Pflichtfach	6	
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße	Workload	SWS
-	Finanzmathematik		seminaristische Veranstaltung	50	Kontaktzeit 60 h	
-	Lineare Algebra		seminaristische Veranstaltung		Selbststudium 120 h	2
-	Mathematische Grundlagen der BWL		seminaristische Veranstaltung			2
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen					
	a. Mathematische Grundlagen der BWL					
	2.1 Fachkompetenz					
	2.1.1 Wissen					
	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden kennen die Bedeutung der Mathematik für Fragen der Wirtschaftswissenschaften. Sie können verschiedene Bereiche benennen, in denen formale Modelle Verwendung finden. Sie frischen das Schulwissen auf, um sicher mit Gleichungen und Modellen arbeiten zu können, und kennen entsprechende wirtschaftswissenschaftliche Anwendungen 					
	2.1.2 Fertigkeiten					
	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden beherrschen grundlegende Rechentechniken, die für das BWL-Studium erforderlich sind. Sie können einfache betriebswirtschaftliche Fragestellungen modellieren und reflektieren. 					
	2.2 Personale Kompetenzen					
	2.2.1 Sozialkompetenz					
	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden besitzen die Fähigkeit mathematische Fragestellungen in Klein-grup-pen zu lösen und innerhalb der Gruppe zu diskutieren. Sie können die gefundenen Lösungen und Problemlösungen in der Gruppe verteidigen sowie alternative Lösungsansätze kritisch diskutieren. 					
	2.2.2 Selbstständigkeit					
	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden besitzen die Fähigkeit, sich mit mathematischen Problemen selbstständig zu befassen. Hierzu bearbeiten sie ein E-Learning-Angebot für dieses Teilmmodul. Sie können sich fehlendes Wissen eigenständig mit digitalen Medien aneignen. 					
	b. Finanzmathematik					
	2.1 Fachkompetenz					
	2.1.1 Wissen					
	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden kennen die Grundlagen der Finanzmathematik und wissen, dass Zinsbetrachtungen bei unterschiedlichen betriebswirtschaftlichen Frage-stel-lungen unabdingbar sind. Sie können die Entwicklung von Kapitalien im Zeitablauf bei unterschiedlichen Zinsmodellen darstellen. Sie können verschiedene Techniken erläutern, mit denen Zahlungsreihen vergleichbar gemacht werden. Sie kennen Verfahren, um die Vorteilhaftigkeit von Investitionen zu ermitteln. 					

2.1.2 Fertigkeiten

- Die Studierenden können finanzmathematische Modellierungen auf konkrete betriebs-wirtschaftliche Probleme anwenden und somit zur Entscheidungs-fin-dung im Unternehmen beizutragen.
- Sie können die ermittelten mathematischen Lösungen reflektieren und betriebs-wirt-schaftlich einordnen.
- Sie besitzen das logisch-abstrakte Denken, um finanzmathematische Lösungen auch auf andere betriebs- und volkswirtschaftliche Fragestellungen zu über-tragen (z.B. allgemeine Wachstumsprozesse).

2.2 Personale Kompetenzen

2.2.1 Sozialkompetenz

- Die Studierenden besitzen die Fähigkeit finanzmathematische Probleme in Klein-grup-pen zu lösen und innerhalb der Gruppe zu diskutieren.
- Sie können die gefundenen Lösungen und Problemlösungen auch gegenüber Dritten verteidigen sowie alternative Lösungsansätze kritisch diskutieren.

2.2.2 Selbstständigkeit

- Die Studierenden können betriebswirtschaftliche Fragestellungen selbstständig mit grundlegenden finanzmathematischen Methoden abbilden.
- Sie besitzen die Fähigkeit, diese Modelle in der Folge selbstständig zu lösen, die gefundene Lösung zu interpretieren und Dritten zu präsentieren.

c. Lineare Algebra

2.1 Fachkompetenz

2.1.1 Wissen

- Die Studierenden wissen, dass Matrizen und die Operationen mit diesen in den unterschiedlichsten betriebswirtschaftlichen Zusammenhängen auftreten.
- Die Studierenden können Matrizen in den Wirtschaftswissenschaften konkret als Tabellen, Dateien, Gleichungssysteme etc. interpretieren.
- Die Studierende kennen Lineare Gleichungssysteme und wissen, welche Lösungsfälle auftreten können.

2.1.2 Fertigkeiten

- Die Studierenden können die Rechenoperationen mit Matrizen, insbesondere bezogen auf betriebs-wirtschaftliche Probleme, zielgerichtet anwenden.
- Die Studierenden können lineare Gleichungssysteme aufgrund von realen Problemstellungen aufstellen, lösen und die Lösungen interpretieren.

2.2 Personale Kompetenzen

2.2.1 Sozialkompetenz

- Die Studierenden können gefundene Lösungen mathematischer Probleme im Team bzw. gegenüber anderen Fachleuten in geeigneter Weise kommunizieren, d.h. zielgruppengerecht erläutern, argumen-tativ vertreten und in der Diskussion weiter entwickeln

2.2.2 Selbstständigkeit

- Die Studierenden können mit komplexen mathematischen Sachverhalten selbstständig umgehen und diese einer nachhaltigen Lösung zuführen.
- Sie können eigenständig Projekte mit mathematischem Bezug bearbeiten

3 Inhalte

a. Mathematische Grundlagen der BWL

- Grundlegende Fertigkeiten
 - Addition und Subtraktion
 - Bruchrechnen
- Ökonomisch bedeutende Funktionen
 - Pote nzrechnung (\Rightarrow Zinsrechnung, Nutzenfunktionen)
 - Logari thmen (\Rightarrow Nutzenfunktionen)

- Erstellung und Lösung einfacher ökonomischer Modelle
 - Handhabung von Klammern
 - Lösen von Gleichungen (Äquivalenzumformungen, lineare und quadratische Gleichungen)

b. Finanzmathematik

- Basis-Zinsmodelle
 - lineare Verzinsung
 - Zinseszins
 - unterjährige Verzinsung
 - gemischte Verzinsung
- Rentenrechnung
 - Bar-/Endwerte von vor- / nachschüssigen Renten
 - Grundaufgaben der Rentenrechnung
 - unterjährige Renten
 - ewige Renten
 - dynamische Renten
- Tilgungsrechnung
 - Annuitäten- / Ratentilgung
 - endfällige Darlehen
 - Tilgungsplan
- Renditerechnung
 - ein- / mehrperiodische Renditen
 - interne Zinssatzmethode
 - Realzinsmethode

c. Lineare Algebra

- Beispiele/Anwendungsbezüge von Matrizen/Vektoren in der Betriebswirtschaft
 - Materialverflechtungsmatrizen in der Produktion
 - Transportmatrizen in der Logistik
 - Übergangsmatrizen in der Marktforschung
- Rechnen mit Matrizen/Vektoren
 - Addition/Subtraktion - Skalarmultiplikation
 - Multiplikation - Skalarprodukt
 - Inverse
- Lösen linearer Gleichungssysteme
 - quadratische lineare Gleichungssysteme
 - lineare Gleichungssysteme mit beliebiger Anzahl von Variablen und Gleichungen
 - unlösbare Gleichungssysteme
 - Gleichungssysteme mit unendlich vielen Lösungen

4 Lehrformen

Die Lehrveranstaltung wird wie folgt durchgeführt:

- Mathematische Grundlagen der BWL (Online-Angebot)
- Finanzmathematik (seminaristische Vorlesung)
- Lineare Algebra (seminaristische Vorlesung)

5 Teilnahmevoraussetzungen

Formal:keine

Inhaltlich: keine

6 Prüfungsformen

Die Modulprüfung besteht aus mehreren Teilleistungen

- Semesterbegleitende Teilleistung zu den mathematischen Grundlagen der BWL (15%)
- Semesterbegleitende Teilleistung zur Finanzmathematik (8,5%)
- Klausur (76,5%) (90 Minuten)

7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung (bestehend aus den drei genannten Teilen)
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote 2,71 % (6/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Jens Mörschel Prof. Dr. Oliver Riedel Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im Studienportal der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Auer, B. R. / Seitz, F.: Grundkurs Wirtschaftsmathematik, 4. Auflage, Wiesbaden (Kiehl) 2013 Böker, F.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler - Das Übungsbuch, 2. Auflage, München (Pearson) 2013 Holland, H. / Holland, D.: Mathematik im Betrieb - Praxisbezogene Einführung mit Beispielen, 11. Auflage, Wiesbaden (Gabler) 2014 Köhler , H.: Lineare Algebra, München, Wien (Hanser) 1998 Pulham, S.: Wirtschaftsmathematik leicht gemacht, 2. Auflage, Wiesbaden (Springer Gabler) 2012 Renger, K.: Finanzmathematik mit Excel, Grundlagen, Beispiele, Lösungen, 3. Auflage, Heidelberg (Gabler) 2011 Sydsaeter, K. / Hammond, P.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, 4. Auflage, München (Pearson) 2013 Wendler, T. / Tippe, U.: Übungsbuch Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler - Aufgabensammlung mit ausführlichen Lösungen, Berlin, Heidelberg (Springer) 2013

Nummer												
90220		Wirtschaftsstatistik										
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS							
deutsch	ein Semester	2	Findet in jedem Semester statt	Pflichtfach	5							
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße	Workload							
-	Beschreibende Statistik		seminaristische Veranstaltung seminaristische Veranstaltung	70	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 90 h	4					
-	Schließende Statistik						2					
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen											
a. Beschreibende Statistik												
Nach erfolgreicher Teilnahme an der seminaristischen Veranstaltung zur Beschreibenden Statistik sind die Studierenden in der Lage:												
Wissen und Verstehen:												
<ul style="list-style-type: none"> die Grundbegriffe der Beschreibenden Statistik zu definieren unterschiedliche Häufigkeitsverteilungen zu erkennen und die zugehörigen Charakteristika zu benennen Voraussetzung für die Anwendung bestimmter statistischer Methoden zu benennen 												
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:												
<ul style="list-style-type: none"> aus praktischer Fragestellung eindimensionale Häufigkeitsverteilungen zu entwickeln Parameter zur Beschreibung von ein und zweidimensionalen Häufigkeitsverteilungen zu berechnen eine lineare Regressionsrechnung mit den zugehörigen Parametern und Koeffizienten anzuwenden die Komponenten der Zeitreihe zu verstehen und eine einfache Prognose durch Fortschreibung durchzuführen die Ergebnisse in geeignete graphische Darstellungen zu überführen 												
Kommunikation und Kooperation:												
<ul style="list-style-type: none"> gemeinsam in Gruppen die gelernten Verfahren anzuwenden und Lösungen für Probleme aus Übungsaufgaben und Fallbeispielen zu erarbeiten Ergebnisse von Übungsaufgaben und Fallbeispielen vor der Gruppe zu erläutern 												
Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:												
<ul style="list-style-type: none"> selbstständig praxisbezogene Aufgabenstellungen im Bereich Statistik zu bearbeiten ermittelte Ergebnisse statistischer Untersuchungen in geeignete Abbildungen überführen 												
b. Schließende Statistik												
Wissen und Verstehen:												
Nach erfolgreicher Teilnahme an der seminaristischen Veranstaltung zur Schließenden Statistik kennen die Studierenden die Grundbegriffe und Konzepte der Schließenden Statistik und verstehen sie.												
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:												
Nach erfolgreicher Teilnahme an der seminaristischen Veranstaltung zur Schließenden Statistik sind die Studierenden in der Lage												
<ul style="list-style-type: none"> praktische Fragestellungen zu analysieren, mathematisch zu modellieren und die Lösung zu bestimmen. 												

- Wahrscheinlichkeiten von grundlegenderen diskreten und stetigen Wahrscheinlichkeitsverteilungen zu berechnen
- Grundlegende Konfidenzintervalle zu berechnen und zu interpretieren
- Grundlegende Hypothesentests durchzuführen und zu interpretieren
- Ergebnisse von Übungsaufgaben und Fallbeispielen vor der Gruppe zu erläutern

Kommunikation und Kooperation:

Nach erfolgreicher Teilnahme an der seminaristischen Veranstaltung zur Schließenden Statistik sind die Studierenden in der Lage

- praktische Fragestellungen zu analysieren, mathematisch zu modellieren und die Lösung zu bestimmen.
- Wahrscheinlichkeiten von grundlegenderen diskreten und stetigen Wahrscheinlichkeitsverteilungen zu berechnen
- Grundlegende Konfidenzintervalle zu berechnen und zu interpretieren
- Grundlegende Hypothesentests durchzuführen und zu interpretieren
- Ergebnisse von Übungsaufgaben und Fallbeispielen vor der Gruppe zu erläutern

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:

Nach erfolgreicher Teilnahme an der seminaristischen Veranstaltung zur Schließenden Statistik sind die Studierenden in der Lage mit dem erworbenen Wissen weitergehende Modelle und Anwendungen aus im Studienverlauf folgenden Vorlesungen zu verstehen. Sie können das gesamte Wissen in der Abschlussarbeit auf Probleme aus Praxis und Theorie anwenden und kritisch diskutieren.

3 Inhalte

a. Beschreibende Statistik

- Grundbegriffe der Beschreibenden Statistik
- Beschreibung einzelner Merkmale durch eindimensionale Häufigkeitsverteilungen
- Beschreibung von eindimensionalen Häufigkeitsverteilungen durch Parameter (Lage, Streuung, Schiefe, Konzentration)
- Beschreibung mehrerer gemeinsam erhobener Merkmale durch mehrdimensionale Häufigkeitsverteilungen
- Beschreibung von zweidimensionalen Häufigkeitsverteilungen durch Parameter (bedingte Häufigkeiten, statistische Abhängigkeit)
- Lineare Regressionsanalyse und Korrelationsrechnung
- Grundzüge der Zeitreihenanalyse und einfache Prognosemethoden

b. Schließende Statistik

- Grundbegriffe der Kombinatorik
- Grundlagen der Stochastik
- Diskrete und stetige Zufallsvariablen
- Konfidenzintervalle
- Hypothesentests

4 Lehrformen

Die Lehrveranstaltung wird als seminaristische Veranstaltung durchgeführt.

5 Teilnahmevoraussetzungen

Formal: keine

Inhaltlich: keine

6 Prüfungsformen

- a) Klausur (88,9 %), 80 Minuten und semesterbegleitender Test (11,1 %), 10 Minuten, eventuell zusätzlich 10% Bonuspunkte gem. § 27 RPO.
- b) Klausur (100 %), 90 Minuten, eventuell zusätzlich 1/20, 1/10 oder 1/6 Bonuspunkte gem. § 27 RPO.

7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte zum Bestehen des Moduls erreicht werden. Erlaubte Hilfsmittel sind die vorgegebene, unkommentierte Formelsammlung sowie ein nicht netzwerk-fähiger Taschenrechner.
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote B.A. Betriebswirtschaft StgPO 2018: 2,26 % (5/177) x 0,8 B.Sc. Betriebswirtschaftliche Logistik StgPO 2018: 2,45 % = (5/163) x 0,8 B.Sc. Finance, Accounting, Controlling, Taxes StgPO 2019/2023: 2,42 % (5/165) x 0,8 B.A. International Business/B.A. International Business Management StgPO 2019: 2,4 % (5/165) x 0,8 B.Sc. Versicherungswirtschaft Dual StgPO 2022: 2,05% = (5/195) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Hubert Bornhorn Prof. Dr. Lars Fischer Prof. Dr. Jens Mörgel Prof. Dr. Oliver Riedel Prof. Dr. Stephanie Thorn Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im Studienportal der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Bourier, G.: Beschreibende Statistik: Praxisorientierte Einführung – Mit Aufgaben und Lösungen, 14. Aufl., Wiesbaden 2022. Kosfeld, R.; Eckey, H.; Türck, M.: Deskriptive Statistik: Grundlagen - Methoden - Beispiele – Aufgaben, 6. Aufl., Wiesbaden 2016. Mittag, H.-J.; Schüller K.: Statistik – eine Einführung mit interaktiven Elementen, 6., vollst. überab. und erw. Aufl., Berlin, Heidelberg 2020. Rinne, H.: Taschenbuch der Statistik, 4. Auflage, Verlag Harri Deutsch, Frankfurt a.M., 2008 Schira, J.: Statistische Methoden der VWL und BWL: Theorie und Praxis, 6., aktualisierte Aufl., München, Harlow u.a. 2021. Stocker, T.; Steinke, I.: Statistik: Grundlagen und Methodik, 2., korrigierte Aufl., De Gruyter Oldenbourg, Berlin 2022.

Nummer						
90230		Wirtschaftsinformatik I				
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS	
deutsch	ein Semester	3	Findet in jedem Semester statt	Pflichtfach	5	
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße 60	Workload	
-	Wirtschaftsinformatik		seminaristische Veranstaltung		Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 90 h
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen					SWS 4
	Nach erfolgreicher Teilnahme an der Veranstaltung habe die Studierenden folgende Kompetenzen erworben:					
	<p>Wissen und Verstehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie können die Kerngebiete der Wirtschaftsinformatik benennen, • die Einteilung von Daten und deren unterschiedliche Darstellungsformen erläutern, • den grundsätzlichen Aufbau von Computern, Algorithmen und Informationssystemen beschreiben, • in Pseudocode formulierte Algorithmen sowie einfache Python-Skripte interpretieren, • grundlegende Konzepte der Computernetze und des Internets erläutern, • wichtige Grundregeln von Datenschutz und Datensicherheit erklären, • die Grundregeln der strukturierten Datenhaltung in relationalen Datenbanksysteme erläutern, • Entity-Relationship-Diagramme lesen, • betriebliche Anwendungssysteme benennen und einordnen. <p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie können Zahlen zwischen Binär-, Dezimal- und Hexadezimaldarstellung umrechnen, • einfache Algorithmen auf konkrete Eingaben anwenden, • einfache SQL-Anfragen auswerten, • EPK-Diagramme für konkrete gegebene Prozessbeschreibungen erstellen. <p>Kommunikation und Kooperation:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie können Anforderungen an Informationssysteme formulieren sich in Fachdiskussionen mit Experten über sinnvolle Lösungen austauschen • und Nutzen sowie Risiken von betrieblichen Informationssystemen argumentativ vertreten. <p>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie können professionelle Beschreibungsmittel für den interdisziplinären Austausch nutzen und einsetzen. 					
3	Inhalte					
	Die Wirtschaftsinformatik ist eine unverzichtbare Grundlage der Organisation und Durchführung betrieblicher Prozesse. Umso mehr ist es in Zeiten der Digitalisierung erforderlich, deren grundlegenden Konzepte zu verstehen und auf dieser Basis die Möglichkeiten, Chancen und Grenzen betrieblicher Informationssysteme zu kennen und einordnen zu können, um diese soziotechnischen Systeme im betrieblichen Alltag sinnvoll nutzen zu können. Die Veranstaltung ist wie folgt aufgebaut:					
	<p>Teil 1: Grundlagen der Wirtschaftsinformatik:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Darstellung von Daten in Computern • Grundaufbau der Hardware • Aufbau und Funktionsweise von Rechnernetzen und Internet 					

	<ul style="list-style-type: none">• Beschreibung von Algorithmen• Grundlegende Datenstrukturen• Strukturierung von Daten in Datenbanken <p>Teil 2: Anwendungen der Wirtschaftsinformatik:</p> <ul style="list-style-type: none">• Handhabung von Informationssystemen, SQL-Abfragen• Beschreibung von Geschäftsprozessen mit Hilfe von EPKs• Aufbau und Funktionsumfang betrieblicher Anwendungssysteme• Grundkonzepte der ERP-Systeme• Grundlegende Querschnittssysteme• Grundkonzepte von KI-Systemen <p>Teil 3: Auswirkungen:</p> <ul style="list-style-type: none">• Datenschutz und Datensicherheit• Umgang mit Daten in vernetzten Systemen
4	Lehrformen Die Lehrveranstaltung wird als seminaristische Vorlesung durchgeführt.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Modulklausur (100%) (90 Min.)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Moduls erreicht werden.
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote B.A. Betriebswirtschaft (StgPO 2018): $2,26 \% = (5/177) \times 0,8$ B.Sc. Versicherungswirtschaft Dual (StgPO 2022): $2,05\% = (5/195) \times 0,8$
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Hans-Werner Graf Prof. Dr. Benedikt Lindenbeck Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Hansen, R.; Mendling, J.; Neumann, G. (2019): Wirtschaftsinformatik, 12. Aufl., de Gruyter, Oldenburg Kaufmann, J.; Mülder, W. (2023): Grundkurs Wirtschaftsinformatik – Eine kompakte und praxisorientierte Einführung, 10. Aufl. Springer-Verlag, Wiesbaden Gehring, H.; Gabriel, R. (2022): Wirtschaftsinformatik, Springer-Verlag, Wiesbaden Thesmann, St.; Burkard, W.: (2019) Wirtschaftsinformatik für Dummies, 2. Aufl., John Wiley & Sons, Inc.

Weber, P. et al (2022): Basiswissen Wirtschaftsinformatik, 4. Aufl., Springer-Verlag, Wiesbaden

Nummer								
90240		Wirtschaftsinformatik II						
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS			
deutsch	ein Semester	5	Findet in jedem Semester statt	Wahlpflichtfach	5			
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße	Workload			
-	Wirtschaftsinformatik II: Vorlesung		seminaristische Veranstaltung Übung		Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 90 h		
-	Wirtschaftsinformatik II: Übung							
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen							
	2.1 Fachkompetenz 2.1.1. Wissen <p>Die Studierenden kennen die Grundlagen und Einsatzgebiete betrieblicher Standardanwendungssoftware. Sie verfügen über fundiertes Wissen der Funktionen und Schnittstellen verschiedener am Markt verfügbarer Softwarelösungen. Dazu gehören betriebliche Softwareanwendungen im Bereich Enterprise Resource Planning, Customer Relationship Management, Supply Chain Management, Supplier Relationship Management, Product Lifecycle Management und Business Intelligence. Ergänzend erwerben die Studierenden Wissen über innovative IT-Instrumente im Kontext der Digitalisierung (z.B. Big Data Technologien). Zusätzlich erwerben Sie Grundkenntnisse im Bereich der Auswahl von betrieblicher Standardsoftware und der Planung und Durchführung von Softwareprojekten. Kenntnisse über verschiedene am Markt verfügbare Arten von Standardanwendungssoftware sind vorhanden.</p> 2.1.2. Fertigkeiten <p>Die Studierenden können Chancen und Risiken bei der Einführung von Standardanwendungssoftware bewerten. Sie erwerben die Fähigkeit abhängig vom betrieblichen Bedarf eine geeignete betriebliche Standardanwendungssoftware auszuwählen. Sie entwickeln ein strukturiertes Vorgehen bei der Einführung einer Standardanwendungssoftware. Die Studierenden wenden ihr Wissen praktisch in Form von Übungsaufgaben an, die mit Hilfe einer etablierten betrieblichen Standardanwendungssoftware gelöst werden, und vertiefen somit ihr fachliches Wissen. Dabei lösen die Studierenden selbstständig anhand verschiedener Fallstudien Fragestellungen unter Zuhilfenahme mehrerer Module einer Standardanwendungssoftware.</p> 2.2 Personale Kompetenzen 2.2.1 Sozialkompetenz <p>Die Übungsaufgaben und Fallstudien sind als Gruppenarbeit angelegt und fördern so die Kommunikationsfähigkeit. Zudem werden die Lösungen vor der Gruppe präsentiert und damit die Präsentationsfähigkeiten verbessert.</p> 2.2.2 Selbstständigkeit <p>Die Studierenden lernen selbstständiges Arbeiten, indem sie betriebliche Prozesse im Detail in einer Standardanwendungssoftware analysieren und darauf aufbauend eigenverantwortlich umsetzen.</p>							
3	Inhalte							
	<ul style="list-style-type: none"> • Vermittlung der allgemeinen Grundlagenkenntnisse im Bereich Standardanwendungssoftware • Erwerb von Kenntnissen spezieller betrieblicher Softwarelösungen (Enterprise Resource Planning, Customer Relationship Management, Supply Chain Management, Supplier Relationship Management, Product Lifecycle Management und Business Intelligence) • Vermittlung von Kenntnissen im Bereich innovativer IT-Instrumente im Kontext Digitalisierung (z.B. Big Data) 							

	<ul style="list-style-type: none">• Vorbereitung auf verschiedene Übungsaufgaben an einem SAP-System welches speziell für Online-Schulungen konzipiert ist• Auswahl von Standardsoftware• Planung und Durchführung von Softwareprojekten• Beispiele für verschiedene am Markt verfügbarer Arten von Standardanwendungssoftware• Praktische Fallstudien am PC mit Standardanwendungssoftware
4	Lehrformen Seminaristische Vorlesung, Übung (Gruppenarbeiten am PC)
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Das Modul Wirtschaftsinformatik I sollte absolviert sein
6	Prüfungsformen Klausur (100 %) (60 Min.)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten bestandene Klausur
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote 2,26 % (5/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Uwe Schmitz Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Abts, D.; Mülner, W.: Grundkurs Wirtschaftsinformatik, Springer Vieweg, 9. Auflage 2017 Alpar, P.: Anwendungsorientierte Wirtschaftsinformatik, 8. Aufl., Wiesbaden 2016 Bange und Janoschek: Big Data Analytics, 2014 Müller, R. M., Lenz, H.-J.: Business Intelligence, 1. Aufl., Berlin/Heidelberg, Springer Vieweg, 2013 Schmitz, U. (2021). Grundkurs Electronic Business. Springer Vieweg (https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-3-658-29442-7) Schmitz, U. (2025). Data Lakes. Wiesbaden: Springer Vieweg Verlag (https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-662-70332-8) Schön, D. : Planung und Reporting – Grundlagen, Business Intelligence, Mobile BI und Big-Data-Analytics, Springer, 2016

Nummer							
90260		Operations Research					
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS		
deutsch	ein Semester	5	Findet in jedem Semester statt	Wahlpflichtfach	5		
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße	Workload	SWS	
-	Operations Research		seminaristische Veranstaltung		Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 90 h	4
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen						
	Nach erfolgreicher Teilnahme an der Veranstaltung habe die Studierenden folgende Kompetenzen erworben:						
	Wissen und Verstehen:						
	<ul style="list-style-type: none"> Sie können die zentralen mathematischen Ansätze, Konzepte und Methoden der Künstlichen Intelligenz und des Operations Research benennen sowie deren Funktionsweise erklären und die allgemeinen Einsatzbereiche darstellen. 						
	Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:						
	<ul style="list-style-type: none"> Sie können betriebswirtschaftliche Anwendungsprobleme einschließlich betriebswirtschaftlicher Daten unterscheiden und den passenden Ansatz identifizieren und auf die Problemstellung übertragen. Sie können betriebswirtschaftliche Anwendungsprobleme in ein entsprechend formalisiertes Entscheidungsmodell überführen. Sie können die Eignung einer Methode für ein gegebenes Anwendungsproblem beurteilen. Sie können Anwendungsprobleme mit ausgewählten Methoden lösen und Handlungsempfehlungen für das unterliegende betriebswirtschaftliche Anwendungsprobleme ableiten. 						
	Kommunikation und Kooperation:						
	<ul style="list-style-type: none"> Sie können Ergebnisse und Handlungsempfehlungen präsentieren und argumentativ vertreten. 						
	Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:						
	<ul style="list-style-type: none"> Sie kennen die Grenzen des erworbenen Wissens und können identifizieren, wann weitere Kompetenzen einzubeziehen sind. 						
3	Inhalte						
	Grundlage für eine nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit sind innovative Dienstleistungen, neue Geschäftsmodelle und smarte Produkte auf Basis digitaler Technologien. Eine Kerntechnologie ist die Künstliche Intelligenz (KI) . KI bildet Aspekte menschlicher Intelligenz nach, um möglichst optimale Entscheidungen für betriebswirtschaftliche Problemstellungen treffen zu können. Dazu werden Methoden des Operations Research , der Statistik und der Informatik, speziell des maschinellen Lernens , eingesetzt. Das Operations Research (OR) ist dabei der Wissenszweig der anwendungsorientierten Mathematik, der mathematische Methoden für die Analyse und Lösung von betriebswirtschaftlichen und ingenieurwissenschaftlichen Problemstellungen bereitstellt.						
	Die Vorgehensweise für ein betriebswirtschaftliches Anwendungsproblem ist dabei wie folgt:						
	<ul style="list-style-type: none"> Erkennen, Analysieren und Kategorisieren der betriebswirtschaftlichen Problemstellung Überführung der Problemstellung in ein formales Entscheidungsmodell Anwendung einer passenden Methode (z.B. Optimierung, Maschinelles Lernen, etc.) zur Lösungsfindung 						

	<ul style="list-style-type: none">• Ableitung von Handlungsempfehlungen für die betriebswirtschaftlichen Problemstellung <p>Dieses Modul vermittelt die Grundlagen des Operations Research und der Künstlichen Intelligenz mit Schwerpunkt auf die betriebliche Anwendung auf Basis ausgewählter, praxisnaher Problemstellungen.</p> <p>Das Modul ist wie folgt gegliedert:</p> <ul style="list-style-type: none">• Einführung: Künstliche Intelligenz und Operations Research• Optimierung: Beispielhafte Entscheidungsprobleme, Grundprinzipien der Optimierung und Modellbildung, Lösungsmethoden für lineare Optimierungsprobleme• Graphentheorie: Einführung in die Graphentheorie als Grundlage der Modellbildung für betriebswirtschaftliche Anwendungsprobleme, bewertete Graphen und Bäume, ausgewählte Lösungsmethoden für betriebswirtschaftliche Problemstellungen wie bspw. Bestimmung kürzester Wege in Straßen- netzwerken• Anwendungsprobleme: Herausforderungen von Praxisproblemen, Komplexität und Rechenaufwand, exakte Verfahren und Heuristiken• Maschinelles Lernen: Grundprinzipien und Methodenklassen, ausgewählte Methoden für betriebs- wirtschaftliche Problemstellungen (In diesem Modul erfolgt keine Programmierung)
4	Lehrformen Seminaristische Veranstaltung mit Anwendungs- und Fallbeispielen, Übungsaufgaben, Fallstudien / Glossare / Lernmodule, Inhalte auf der Lernplattform Ilias zur eigenständigen Wiederholung und Vertiefung der Inhalte aus der Veranstaltung.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Module „Wirtschaftsmathematik“ und „Wirtschaftsstatistik“ sollten absolviert sein.
6	Prüfungsformen Klausur (100 %) (60 Min.)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote 2,26 % (5/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Katja Klingebiel Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Briskorn, D.: Operations Research - Eine (möglichst) natürlichsprachige und detaillierte Einführung in Modelle und Verfahren, Springer Gabler Wiesbaden, 2023 Domschke, W., Drexl, A., Klein, R., Scholl, A., Voß, S.: Einführung in das Operations Research, 9. Auflage, Springer Gabler Berlin, Heidelberg, 2015

Ertel, W.: Grundkurs Künstliche Intelligenz - Eine praxisorientierte Einführung, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, 2021

Nickel, S., Rebenack, S., Stein, O., Waldemann, K.-H.: Operations Research, 3. Auflage, Springer Gabler Berlin, Heidelberg, 2022

Norvig, P., Russel, S.: Artificial Intelligence, Harlow Pearson Educations, 2021

Sydsaeter, K.; Hammond, P., Strom, A., Carvajal, A.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, 6. Auflage, Pearson, 2023

Nummer						
90310		Wirtschaftstheorie				
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS	
deutsch	ein Semester	2	Findet in jedem Semester statt	Pflichtfach	5	
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße	Workload	
				35	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 90 h
-	Grundlagen der Mikroökonomik		seminaristische Veranstaltung			4
-	Grundlagen der Makroökonomik		seminaristische Veranstaltung			2
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen					
	2.1 Fachkompetenz					
	2.1.1. Wissen					
	Die Studierenden kennen den mikro- und den makroökonomischen Ansatz der Wirtschaftstheorie. Sie sind mit den elementaren mikro- und makroökonomischen Modellen vertraut und verfügen über vertiefte Kenntnisse in der Funktionsweise von Märkten.					
	2.1.2. Fertigkeiten					
	Mikro- und makroökonomische Argumentationsweisen und Analysemethoden können angewendet werden. Die Studierenden sind in der Lage, einfache mikro- und makroökonomische Sachverhalte in Modellen abzubilden und wissenschaftlich zu diskutieren.					
	2.2 Personale Kompetenzen					
	Die Studierenden können Teams in einer ergebnisorientierten Art führen und koordinieren.					
	2.2.1 Sozialkompetenz					
	Die Studierenden können Teams in einer ergebnisorientierten Art führen und koordinieren.					
	2.2.2 Selbstständigkeit					
	Die Studierenden können mit komplexen Arbeits- oder Studienkontexten selbstständig umgehen und diese nachhaltig gestalten.					
	Sie können unabhängige wirtschaftstheoretische Fragestellungen bearbeiten.					
3	Inhalte					
	Teil 1: Grundlagen der Mikroökonomik (2 SWS)					
	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung – Märkte und Preise • Produzenten und Wettbewerbsmärkte • Marktstrukturen und Wettbewerbsstrategie (Monopol, Oligopol, Spieltheorie) 					
	Teil 2: Grundlagen der Makroökonomik (2 SWS)					
	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung • Langfristige makroökonomische Analyse • Geld und Inflation • Der Gütermarkt - Das AS/AD-Modell • Das Zusammenspiel von Güter- und Finanzmärkten – Die IS/LM-Analyse 					
4	Lehrformen					
	Seminaristische Vorlesung mit Anwendungs- und Fallbeispielen					

Fachhochschule Dortmund

University of Applied Sciences and Arts

Bachelor Betriebswirtschaft (7 Semester) 2018

5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Einführung in die Wirtschaftswissenschaften
6	Prüfungsformen Klausur (100%) (60 Min.)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote 2,26 % (5/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Christina Elberg Prof. Dr. Claus Greiber Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Mankiw, N. Gregory: Makroökonomik, Schäffer Poeschel, 7. Auflage 2017 Mankiw, N. Gregory, Taylor, Mark P.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Schäffer Poeschel, 8. Auflage 2021 CORE Team: Die Wirtschaft. Verfügbar unter: https://www.core-econ.org

Nummer						
90320		Wirtschaftspolitik				
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS	
deutsch	ein Semester	3	Findet in jedem Semester statt	Pflichtfach	5	
1 Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße 35	Workload		SWS 4
<ul style="list-style-type: none"> - Wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen - Gesamtwirtschaftliche Prozesse 				Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 90 h	
2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen						
2.1 Fachkompetenz 2.1.1. Wissen Die Studierenden kennen das binnen- bzw. volkswirtschaftliche Unternehmensumfeld, sowohl hinsichtlich der Institutionen und Wirkungszusammenhänge als auch der gesamtwirtschaftlichen Prozesse. Sie wenden wirtschaftstheoretische Modelle und Methoden der gesamtwirtschaftlichen Analyse an und erkennen die Bedeutung volkswirtschaftlicher Rahmenbedingungen für die Unternehmenspolitik.						
2.1.2. Fertigkeiten Die Studierenden können wirtschaftspolitische Diskussionen und Entscheidungen kritisch reflektieren und sind in der Lage, wirtschaftspolitische Maßnahmen hinsichtlich ihres Zustandekommens und ihrer Wirkungen abschätzen.						
3 Inhalte						
Teil 1: Wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen (2 SWS) <ul style="list-style-type: none"> • Volkswirtschaftliches Umfeld des Unternehmens; wirtschaftswissenschaftliche Einordnung des Themas • Soziale Marktwirtschaft • Gegenstand, Aufgaben, Träger und Teilbereiche der Wirtschaftspolitik • Theoretische Rechtfertigungen für Wirtschaftspolitik in der Marktwirtschaft; Grundzüge der Sozialpolitik • Erfordernisse rationaler Wirtschaftspolitik • Bedingtheit von Wirtschaftspolitik in der Demokratie; Grundzüge des politischen Systems in Deutschland und der Europäischen Union • Wirtschaftspolitik als Handlungsprozess: Arten, Einsatz und Wirkungen wirtschaftspolitischer Instrumente • Handlungsfelder der Wirtschaftspolitik und unternehmens-politische Bezüge: Grundlagen der internationalen Wirtschaftspolitik, Strukturpolitik, Wettbewerbspolitik 						
Teil 2: Gesamtwirtschaftliche Prozesse (2 SWS) <ul style="list-style-type: none"> • Dynamische Vorgänge im Bereich der Wirtschaft: Wachstum, Strukturwandel, Konjunkturschwankungen • Amtliche Statistik und Quellen wirtschaftsdynamischer Daten • Arten und Erscheinungsformen der Konjunktur • Messung und Vorhersage; Konjunkturforschung • Bestimmungsgründe, Erklärungsansätze und Wirkungen • Strukturwandel, Wachstum und Stagnation • Unternehmenspolitische Implikationen 						

4	Lehrformen Seminariстische Vorlesung mit Anwendungs- und Fallbeispielen
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur (100 %) (60 Min.)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote 2,26 % (5/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Claus Greiber Prof. Dr. Christian Steiner Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Teil 1: Wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen W. Kortmann: Vorlesungen zur Wirtschaftspolitik; Skriptum Nr. 00334/3 W. Kortmann: Wirtschaftsordnung und Soziale Marktwirtschaft; Studien und Beiträge Nr. 08220/1 J. Donges / A. Freytag: Allgemeine Wirtschaftspolitik; Lucius&Lucius B. Frey / G. Kirchgässner: Demokratische Wirtschaftspolitik; Vahlen W. Koch / C. Czogalla: Grundlagen und Probleme der Wirtschaftspolitik; Bachem M. Fritsch et al.: Marktversagen und Wirtschaftspolitik; Vahlen Teil 2: Gesamtwirtschaftliche Prozesse W. Kortmann: Konjunkturlehre; Skriptum Nr. 04061/2 W. Kortmann: Konjunkturanalyse und -prognose in und für Unternehmen; FH-Dortmund, Ergebnisse aus Forschung und Entwicklung Nr. 18. G. Tichy: Konjunktur; Springer M. Mette: Strategisches Management im Konjunkturzyklus; DUV

Fachhochschule Dortmund

University of Applied Sciences and Arts

Bachelor Betriebswirtschaft (7 Semester) 2018

M. Willms: Strukturpolitik, in: Vahlens Kompendium der Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik, Band 2, 7. Aufl.

Nummer							
90330		Vertragsrecht					
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS		
deutsch	zwei Semester	2-3	Findet in jedem Semester statt	Pflichtfach	5		
1	Veranstaltungen		seminaristische Veranstaltung seminaristische Veranstaltung	geplante Gruppengröße	Workload	SWS	
	-	Vertragsmanagement I			Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 90 h	4
	-	Vertragsmanagement II					2
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen Die Studierenden haben Kenntnisse des Vertragsmanagements (Fachkompetenz). Sie sind befähigt, mit Hilfe juristischer Methodik einfache juristische Sachverhalte zu lösen (Methodenkompetenz).</p> <p>2.1.2. Fertigkeiten Die Studierenden sind in der Lage, vertragsrechtliche Sachverhalte zu beurteilen und auf der Basis betriebswirtschaftlicher Anforderungen Gestaltungsempfehlungen für die vertragsrechtliche Praxis zu geben.</p> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz Die Studierenden können die Beurteilung rechtlicher Fragestellungen in Fachgesprächen zum Ausdruck bringen und sich in diesbezüglichen Diskussionen einbringen</p> <p>2.2.2 Selbstständigkeit Die Studierenden können selbständig vertragsrechtliche Fragestellungen einer Lösung zuführen.</p>						
3	<p>Inhalte</p> <p>a. Vertragsmanagement I</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung von Verträgen im betriebswirtschaftlichen Zusammenhang • Grundlagen des Vertragsrechts am Beispiel des Kaufvertrags • Vertragsanbahnung • Vertragsschluss • ausgewählte Vertragsinhalte • Vertragsstörungen und Vertragsbeendigung <p>Die Fragestellungen werden unter Einschluss der Besonderheiten des kaufmännischen Rechtsverkehrs behandelt.</p> <p>b. Vertragsmanagement II</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vertragsrecht als strategisches Managementinstrument • Grundstrukturen des Unternehmensrechts • Arbeitsvertrag als Instrument der Unternehmensführung 						
4	<p>Lehrformen</p> <p>seminaristischer Unterricht, Fallbearbeitung</p>						

5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur (100 %) (60 Min.), ggf. einzelne Anteile als semesterbegleitende Prüfung
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur und ggf. der semesterbegleitenden Prüfungen
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote 2,26 % (5/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Eugen Wingerter Dr. jur. Martin Wolmerath Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Aktuelle Wirtschaftsgesetze Meyer, Wirtschaftsprivatrecht, aktuelle Auflage Rudkowski: Wirtschaftsrecht: BGB AT, Schuldrecht, Sachenrecht, aktuelle Auflage Meyer, Wirtschaftsrecht: Handels- und Gesellschaftsrecht, aktuelle Auflage Mock, Gesellschaftsrecht, aktuelle Auflage Wackerbarth/Eisenhardt, Gesellschaftsrecht I und II, aktuelle Auflage Weitere aktuelle Literaturhinweise in der Lehrveranstaltung!

Nummer							
90380		Implikationen der Digitalisierung					
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS		
deutsch	ein Semester	7	Findet in jedem Semester statt	Pflichtfach	6		
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße	Workload		
				70	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 120 h	SWS
-	Rechtliche Aspekte der Digitalisierung		seminaristische Veranstaltung				4
-	Nachhaltigkeit und Ethik		seminaristische Veranstaltung				2
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen						
	2.1 Fachkompetenz						
	2.1.1. Wissen						
	Die Studierenden können anhand ausgewählter Probleme der aktuellen Diskussion, die sich aus der Digitalisierung der Wirtschaft ergeben, erkennen, welche rechtlichen Bereiche hierdurch betroffen sind. Hierbei spielt es eine herausragende Rolle, dass die Studierenden erkennen, wie hergebrachte Rechtsinstitute, die sie in den ersten Semestern kennengelernt haben, auf neue Erscheinungsformen des E-Commerce und der Digitalisierung von Wirtschaftsprozessen anzuwenden sind. Diese Grundlagen aus dem allgemeinen Zivilrecht und Gesellschaftsrecht sind notwendige Voraussetzungen, um die Veränderungen in einem digitalisierten Umfeld erfassen zu können.						
	Die Studierenden können die Notwendigkeit und den Stellenwert der Nachhaltigkeit hinsichtlich momentaner wirtschaftlicher Mega-Trends (wie z.B. der Digitalisierung) innerhalb der Wirtschaftswissenschaften einordnen und dessen Ziele benennen. Der Zusammenhang zur Wirtschaftsethik wird von ihnen erfasst, Maßstäbe an das eigene sowie betriebliche Handeln können entscheidungssituationsbezogen entwickelt und vor dem Hintergrund der Theorie reflektiert werden. Hierzu können die Studierenden auch auf verschiedene Formen der Wirtschaftsethik (korrektive, funktionalistische, integrative) und Ansätze des Nachhaltigkeitsmanagements einbeziehen. Grundlagen der Philosophie und der Moralökonomik sind ihnen vertraut und können in diesem Kontext eingeordnet und erläutert werden.						
	2.1.2. Fertigkeiten						
	Aufgrund der fortschreitenden und sich ständig verändernden Rahmenbedingungen, die die rechtliche Bewertung aktueller Entwicklungen erschweren, ist es erforderlich, dass die Studierenden lernen, wie verschiedene Bereiche des Rechts ineinander greifen und sich somit die klassische Aufteilung der Rechtsgebiete grundlegend verändert. Hier geht es vor allem darum, die Internationalität digitaler Sachverhalte zu erkennen und einer rechtlichen Lösung zuzuführen.						
	Die Studierenden erkennen die Grenzen des traditionellen Menschenbilds der Ökonomik und können das erlernte Wissen auf Beispielsituationen übertragen. Die praktische Anwendung wirtschaftsethischer Grundsätze auf Entscheidungssituationen von Managern ist ihnen bekannt und kann eigenständig reflektiert werden. Wirtschaftsethische Maßnahmen (u.a. Verhaltenskodizes, ethisch fundierte Unternehmensorganisation, Beschwerdeverfahren) können von den Studierenden eingeordnet und unter weiterentwickelt werden.						
	2.2 Personale Kompetenzen						
	2.2.1 Sozialkompetenz						
	Die Studierenden können in einer Gruppe in wertschätzender Weise Standpunkte vertreten und kontroverse Argumente austauschen. Sie können in Kleingruppen Lösungsansätze für Anwendungsfälle unternehmerischer Entscheidungen mit besonderem Fokus auf deren rechtliche Grundlagen und ethischen Vertretbarkeit erarbeiten.						

2.2.2 Selbstständigkeit

Die Studierenden können Lerninhalte selbstständig anhand von Materialien und Anleitungen erarbeiten. Sie erkennen eigenständisch die Notwendigkeit der praktischen Umsetzung von ethisch fundierter sowie rechtlich einwandfreier Führung und Zusammenarbeit im Unternehmen und können gelernte Methoden und Instrumente in den betrieblichen Kontext übertragen.

3 Inhalte

Die Auswirkungen der Digitalisierungen auf das Recht und die Beurteilung aktueller Problemstellungen sehen im Mittelpunkt der Veranstaltung. Die Studierenden sollen erkennen, welche Rechtsgebiete Anwendung finden und wie sie auf aktuelle Entwicklungen Anwendung finden. Dabei geht es um die verschiedenen Rechtsgebiete, die hier eine Rolle spielen, wie das Gesellschaftsrecht, das Immaterialgüterrecht, das allgemeine Zivilrecht und insbesondere auch dem Datenschutz. Durch die Bedeutung des Rohstoffes „Information“ in einem digitalisierten wirtschaftlichen Umfeld sollen sowohl personenbezogene Daten, als auch reine Wirtschaftsdaten in ihrer rechtlichen Dimension behandelt werden. Dabei ist der jeweilige regulatorische Rahmen festzulegen und in seine internationale (besonders europäische) ordnungsrechtliche Bedeutung einzuordnen. Da die Studierenden keine juristische Ausbildung durchlaufen, steht als Ziel vor allem die praktische Bewertung von konkreten Fallbeispielen im Mittelpunkt, die anhand von tatsächlichen Sachverhalten erarbeitet wird.

Die LV hat zum Ziel, den Studierenden gegen Ende ihres Fachstudiums einen gesamthaften Blick auf unternehmerische Entscheidungen unter einer ethischen Perspektive zu ermöglichen. Dabei wird das traditionelle Bild des Marktteilnehmers als opportunistischem Nutzenmaximierer kritisch hinterfragt und auf Basis verschiedener Theorieansätze korrigiert. Ansätze für wirtschaftsethisch begründete, nachhaltige Entscheidungen ohne inakzeptable Folgen für unterschiedliche Stakeholder werden erarbeitet. Der Literatur folgend wird eine wirtschaftsethische Kasuistik angewendet, bei der praktische Fallgestaltungen im Mittelpunkt stehen.

4 Lehrformen

Seminaristischer Unterricht, angeleitete Selbstlernphasen mit Lernerfolgskontrollen, Gruppenarbeiten

5 Teilnahmevoraussetzungen

Formal: keine

Inhaltlich: keine

6 Prüfungsformen

Klausur (60 Minuten) (100%)

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Erfolgreiches Bestehen der Prüfung

8 Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)

-

9 Stellenwert der Note für die Endnote

2,71 % (6/177) x 0,8

10 Modulbeauftragte/r

Prof. Dr. Ralf Beck

Prof. Dr. Matthias Beenken

Prof. Dr. Michael Bohne

Lehrende/r

siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im [Studienportal](#)

	der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Conrad, C., Wirtschaftsethik, Springer Verlag Wiesbaden, 2016 Epstein, N.J and Rejc Buhovac, A., Making Sustainability Work: Best Practice in Managing and Measuring Corporate Social, Environmental and Economic Impact, 2. Auflage, Abingdon Oxon. Routledge, 2017. Haug, Grundwissen Internetrecht, München 2016; Härtig, Internetrecht, Köln 2017; Laszlo, C., Sustainable Value. How the World's leading Companies Are Doing Well by Doing Good, Stanford: Stanford University Press, 2008. Skript des Institutes für Informationsrecht: http://www.uni-muenster.de/Jura.itm/hoeren/itm/wp-content/uploads/Skriptum_Internetrecht_April_2017.pdf (Stand April 2017)

Nummer												
90390		Business Communication I										
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS							
englisch	zwei Semester	1-2	Findet in jedem Semester statt	Pflichtfach	5							
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße 25	Workload	SWS 4						
	- English for International Trade				Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 90 h	2					
- Writing Skills			seminaristische Veranstaltung	seminaristische Veranstaltung			2					
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen											
a. International Trade												
2.1 Fachkompetenz												
2.1.1. Wissen												
Die Studierenden kennen grundlegende Konventionen und Stilelemente in der englischsprachigen Wirtschaftskommunikation und wenden diese angemessen an.												
Sie verfügen über ein grundlegendes grammatisches und lexikalisches Repertoire für sprachliches Handeln in wirtschaftsbezogenen Kontexten sowie über eine Grundsicherheit im Gebrauch der Sprachmittel in Hinblick auf die 4 Grundfertigkeiten.												
2.1.2. Fertigkeiten												
Die Studierenden kennen ein Repertoire von Techniken für selbstgesteuertes Sprachenlernen und wenden dieses an.												
2.2 Personale Kompetenzen												
2.2.1 Sozialkompetenz												
In Gruppenarbeit (z.B. bei Rollenspielen, Präsentationen, Erarbeitung von Fallstudien, Zusammenfassung von Texten) müssen Studierende verschiedene Aufgaben lösen und dabei die für sie richtige Lösung präsentieren und begründen.												
Die Studierenden erhalten Feedback über ihr sprachliches Auftreten und wie sie miteinander kommunizieren.												
2.2.2 Selbstständigkeit												
Die Studierenden erhalten Hilfestellung durch den Lehrenden, müssen aber in Eigenregie ihre Lösungen präsentieren und begründen. Die Aufgaben sind oftmals so gefasst, dass verschiedene Lösungsansätze möglich sind und es den Studierenden frei bleibt, wie sie an die Aufgabe herangehen.												
b. Writing Skills												
2.1 Fachkompetenz												
2.1.1. Wissen												
Die Studierenden kennen grundlegende Konventionen und Stilelemente in der englischsprachigen Wirtschaftskommunikation und wenden diese angemessen an.												
Sie verfügen über ein grundlegendes grammatisches und lexikalisches Repertoire für sprachliches Handeln in wirtschaftsbezogenen Kontexten sowie über eine Grundsicherheit im Gebrauch der Sprachmittel in Hinblick auf die 4 Grundfertigkeiten.												
2.1.2. Fertigkeiten												
Die Studierenden kennen ein Repertoire von Techniken für selbstgesteuertes Sprachenlernen und wenden dieses an.												

2.2 Personale Kompetenzen

2.2.1 Sozialkompetenz

In Gruppenarbeit (z.B. bei Rollenspielen, Präsentationen, Erarbeitung von Fallstudien, Zusammenfassung von Texten) müssen Studierende verschiedene Aufgaben lösen und dabei die für sie richtige Lösung präsentieren und begründen.

Die Studierenden erhalten Feedback über ihr sprachliches Auftreten und wie sie miteinander kommunizieren.

2.2.2 Selbstständigkeit

Die Studierenden erhalten Hilfestellung durch den Lehrenden, müssen aber in Eigenregie ihre Lösungen präsentieren und begründen. Die Aufgaben sind oftmals so gefasst, dass verschiedene Lösungsansätze möglich sind und es den Studierenden frei bleibt, wie sie an die Aufgabe herangehen.

3 Inhalte

a. International Trade

In der Beschäftigung mit Themen und Fallstudien aus dem Bereich International Trade werden auf 3 Ebenen grundlegende sprachliche Kompetenzen ausgebaut:

- Übung aus Ausbau der lexikalischen und grammatischen Grundlagen
- Einführung und Übung von Strategien für praxisorientiertes Sprachhandeln, z.B. im Hinblick auf Interaktion und Leseverstehen unter Einbeziehung von Konventionen und wesentlichen Stilelementen
- Einführung und Übung im Umgang mit wirtschaftstypischen Kommunikationsformen wie Handelskorrespondenz und Dialogen

b. Writing Skills

In der Beschäftigung mit Themen aus dem Wirtschaftsbereich werden auf 2 Ebenen grundlegende sprachliche Kompetenzen ausgebaut:

- Übung und Ausbau der lexikalischen und grammatischen Grundlagen
- Einführung und Übung von Strategien für praxisorientiertes Sprachhandeln, z.B. im Hinblick auf Kurzpräsentationen und das Abfassen von verschiedenen Texttypen (z.B. summaries) unter Einbeziehung von Konventionen und wesentlichen Stilelementen

4 Lehrformen

Vorlesung mit Anwendungs- und Fallbeispielen, Vortrag, fragend-entwickelndes Gespräch, Bearbeitung von Aufgaben, Präsentationen der Teilnehmer, Rollenspiele und Simulationen, Hör- und Leseverständnisübungen sowie kurze schriftliche Abhandlungen.

5 Teilnahmevoraussetzungen

Formal:keine

Inhaltlich: Vorkenntnisse auf dem Niveau B2, entsprechend etwa 6-7 Jahren Schulenglisch

6 Prüfungsformen

a. English for International Trade

Die Prüfungsform und Verwendung einer spezifischen Option wird zu Beginn des Semesters bekannt gegeben:

100 % semesterbegleitende Leistung (Mündliche Prüfung (bis 45 Minuten), Präsentation (bis 15 Minuten), Hausarbeit (bis 20 Seiten))

oder

100 % Klausur bis max. 120 Minuten

oder

50 % Klausur bis max. 60 Minuten und 50 % semesterbegleitende Leistung (Mündliche Prüfung (bis 45 Minuten), Präsentation (bis 15 Minuten))

Es werden die kommunikativen Fähigkeiten und das Geschäftsverständnis der Studierenden bewertet. Die mündliche Ausdrucksfähigkeit und interkulturelle Sensibilität wird in der mündlichen Prüfung

getestet. In der Präsentation werden die ihre Fähigkeit zur klaren und überzeugenden Präsentation von Ideen überprüft. Die schriftliche Anfertigung eines Businessplans im Team zeigt die Teamarbeit und Problemlösungskompetenzen der Studierenden. Insgesamt beweisen die Studierenden in der Prüfung, professionell in englischsprachigen Geschäftsumgebungen zu kommunizieren, Geschäftspläne zu entwickeln und erfolgreich im Team zu arbeiten.

b. Writing Skills

30% Gruppenarbeit (max. 4 Seiten o.ä.) / 15% Präsentation (max. 30 Min.) / 55% schriftliche Arbeiten (max. 20 Seiten o.ä.) (alle semesterbegleitend)

Prüfungsanforderungen: 30% der Gesamtnote entfallen auf eine Gruppenaufgabe, in der die Studierenden in Rollenspielen und Diskussionen zu einem aktuellen Thema zusammenarbeiten. Sie entwickeln dazu ein Vokabular und schreiben einen Aufsatz über ihre Erfahrungen mit anderen Teammitgliedern (Erstellen, Analysieren). 15 % der Note werden für eine Präsentation über ein Unternehmen ihrer Wahl vergeben, die sich auf einen bestimmten Geschäftsbereich wie Lieferkette, Marketing oder Personalmanagement konzentriert. Die Studierenden spielen auch ein Rollenspiel zu einer Unternehmenssitzung, in der ein Problem gelöst wird (Erstellen). 55% der Note wird durch die Erstellung verschiedener Dokumente zur Unternehmenskommunikation erreicht (Create).

7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote 2,26 % (5/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Martin Kuhn Gerrida Margaretha Vorster Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im Studienportal der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Armitage-Amato, R. (2010), Pons Bürokommunikation Englisch, Pons GmbH Ashley, A./Wessels, D. (1989), Englische Handelskorrespondenz, Cornelsen & Oxford University Press Bosewitz, A./Bosewitz R./Wörner, F. (2010), Business English für Unternehmer, Haufe-Lexware GmbH & Co. KG Flower, J. (1992), Wirtschaftsenglisch im Griff, Klett-Verlag Förster, L./Kufner, S. (2006), Business English, Useful phrases, Haufe Goudsward, G. (2010), Business English, Taschenguide, 3. Auflage, Haufe Pawelzik, B. (2009), Communication in Business, Oldenbourg Wissenschaftsverlag Sachs, R./Abegg, B.(2001), Commercial Correspondence. Englische Handelskorrespondenz für die Berufspraxis, Hueber-Verlag Seidl, J. (1998), 99 Steps to Grammar and Usage, 5. Aufl. Cornelsen-Verlag

Fachhochschule Dortmund

University of Applied Sciences and Arts

Bachelor Betriebswirtschaft (7 Semester) 2018

Shellabbear, Stefanie. 2011: False Friends in Business English, Haufe Verlag

The Canadian Trade Commissioner Service, 2017: Step by step Guide to Exporting [<http://tradecommissioner.gc.ca/exporters-exportateurs/guide-exporting-guide-exportation.aspx?lang=eng>]

Nummer							
90400		Business Communication II					
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS		
englisch	zwei Semester	3-4	Findet in jedem Semester statt	Pflichtfach	5		
1	Veranstaltungen		seminaristische Veranstaltung seminaristische Veranstaltung	geplante Gruppengröße 25	Workload	SWS 4	
	<ul style="list-style-type: none"> - Presentation Skills - International Meetings 				Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 90 h	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <p>a. Presentation Skills</p> <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage in der englischen Sprache Fallstudien zu bearbeiten, Fachgespräche zu führen, kurze Präsentationen durchzuführen und kurze Texte zu wirtschaftlichen Themen zu verfassen. Sie können selbstständig wirtschaftsbezogene englischsprachige Videos analysieren.</p> <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <p>Die Studierenden kennen ein Repertoire von Techniken für selbstgesteuertes Sprachenlernen und wenden dieses an. Sie greifen z. B. auf Präsentationsvideos in digitalen Medien zurück.</p> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <p>In Gruppenarbeit müssen Studierende verschiedene Teampräsentationen vorbereiten und dabei auch als Gruppe miteinander agieren. Die für die Gruppe richtige Lösung muss miteinander auf Englisch diskutiert, verhandelt und begründet werden.</p> <p>Die Studierenden erhalten Feedback über ihr sprachliches Auftreten und wie sie miteinander kommunizieren, sowohl vom Lehrkörper als auch von Kommilitonen.</p> <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <p>Die Studierenden erhalten Hilfestellung durch den Lehrenden, müssen aber in Eigenregie ihre Lösungen diskutieren und begründen. Die Aufgaben sind oftmals so gefasst, dass verschiedene Lösungsansätze möglich sind und es den Studierenden frei bleibt, wie sie an die Aufgabe herangehen.</p> <p>b. International Meetings</p> <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1 Wissen</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, Meetings in englischer Sprache effektiv durchzuführen. Sie können ein Meeting leiten, Protokolle und Aktionspläne erstellen sowie eine konstruktive und offene Arbeitsatmosphäre gestalten und aufrechterhalten. Sie sind befähigt, zentrale Problemstellungen zu analysieren, eigenständig Lösungsvorschläge zu erarbeiten und dabei den besonderen Charakter internationaler Meetings zu berücksichtigen.</p> <p>2.1.2 Fertigkeiten</p> <p>Die Studierenden verfügen über ein Repertoire an Strategien für das selbstgesteuerte Sprachenlernen und setzen dieses gezielt ein.</p>						

2.2 Personale Kompetenzen

2.2.1 Sozialkompetenz

In Gruppenarbeiten bearbeiten die Studierenden Simulationen wirtschaftsbezogener Entscheidungssituationen. Dabei diskutieren, verhandeln und begründen sie ihre Lösungsvorschläge auf Englisch. Sie erhalten gezieltes Feedback zu ihrem sprachlichen Auftreten sowie zu ihrer kommunikativen Interaktion im Team.

2.2.2 Selbstständigkeit

Die Studierenden werden durch die Lehrperson angeleitet, arbeiten jedoch weitgehend eigenverantwortlich. Die Aufgabenstellungen sind offen gestaltet und ermöglichen unterschiedliche Lösungswege. Die Wahl des Vorgehens liegt bei den Studierenden, was eigenständiges Denken und verantwortungsvolles Handeln fördert

3 Inhalte

a. Presentation Skills

Ausgewählte Videos, Fallstudien und wirtschaftsbezogene Texte werden studiert und in Gruppen- und Zwiegesprächen besprochen. Anhand von Fragestellungen zu den behandelten Themen werden kurze Texte bzw. Business Plans zu den in den Präsentationen verwendeten Produkten / Services verfasst. Das Thema „Professional Presentations“ wird eingeleitet. In Teams werden kurze bzw. längere Präsentationen durchgeführt, dies kann z.B. ein „sales pitch“ vor simulierten Kunden und Investoren sein.

b. International Meetings

Das Thema „Meetings in an international context“ wird eingeführt und mit Aspekten interkultureller Kommunikation verknüpft. Dabei wird der besondere Charakter von Meetings in internationalen Zusammenhängen beleuchtet – insbesondere die Nutzung englischsprachiger Meetingkonventionen als praktikable Kompromisslösung in multikulturellen Arbeitsumfeldern.

Hervorgehoben wird die zentrale Bedeutung von Meetings in betriebswirtschaftlichen Tätigkeitsfeldern – etwa bei der Teamkoordination, der Projektarbeit, in der Kundenkommunikation, bei Verhandlungen oder der Zusammenarbeit mit internationalen Partnern. Effektive Kommunikationsstrategien in Meetings gelten daher als Schlüsselkompetenz, insbesondere vor dem Hintergrund einer zunehmend globalisierten Wirtschaftswelt.

Die Rolle und Aufgaben der bzw. des Vorsitzenden werden thematisiert. Verhandlungs- und Diskussionsprozesse werden anhand von praxisnahen Simulationen und Fallbeispielen aus dem unternehmensbezogenen Kontext erarbeitet. Die Anwendung der besprochenen Strategien und Konventionen wird in **Rollenspielen in studentischen Gruppen** gezielt trainiert.

Trainierte Fähigkeiten im Meeting-Kontext:

- ein Meeting eröffnen
- Protokolle genehmigen
- die Tagesordnung vorstellen und strukturieren
- Vorschläge formulieren und konstruktiv auf Beiträge anderer reagieren
- mit sprachlichen Unsicherheiten bei sich selbst und anderen umgehen
- sich aktiv einbringen und andere Teilnehmende einbeziehen
- ein Meeting zielgerichtet abschließen

4 Lehrformen

Vortrag, fragend-entwickelndes Gespräch, dialogische Übungen sowie die gezielte Besprechung typischer Fehler.

Learning by doing: Durchführung von Präsentationen in Teams auf Basis eigener Recherchen; systematische Feedbackphasen durch Mitstudierende und die Lehrperson.

5 Teilnahmevoraussetzungen

Formal: keine

	Inhaltlich: Modul Englisch I sollte absolviert sein
6	Prüfungsformen a. Presentation Skills: Präsentationen (ca. 45 Minuten) (100%) b. International Meetings: Präsentationen (ca. 45 Minuten) (100%)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote 2,26 % (5/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r M.A. Florian Gerhardt Martin Kuhn Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Bosewitz, A./Bosewitz R./Wörner, F. (2010), Business English für Unternehmer, Haufe-Lexware GmbH & Co. KG Flower, J. (1992), Wirtschaftsenglisch im Griff, Klett-Verlag Fürster, L./Kufner, S. (2006), Business English, Useful phrases, Haufe Goudsward, G. (2010), Business English, Taschenguide, 3. Auflage, Haufe Pawelzik, B. (2009), Communication in Business, Oldenbourg Wissenschaftsverlag

Nummer							
90410		Business Skills: Soziale und personale Kompetenzen					
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS		
deutsch	ein Semester	1	Findet in jedem Semester statt	Pflichtfach	5		
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße	Workload	SWS	
				40	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 90 h	4
-	Kommunizieren und Präsentieren		seminaristische Veranstaltung				2
-	Interkulturelle Kompetenzen		seminaristische Veranstaltung				1
-	Selbstmarketing		seminaristische Veranstaltung				1
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen						
	2.1 Fachkompetenzen						
	2.1.1 Wissen						
	a. Kommunizieren, Präsentieren						
	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden kennen die Bedeutung von verbaler und nonverbaler Kommunikation und können die damit verbundenen Kommunikationsprobleme identifizieren. Sie kennen Grundformen professioneller Gesprächsführung und können verstehen, wie Botschaften und Übermittlungswege wirken und daraus passende Maßnahmen für die Kommunikationsplanung und -durchführung ableiten. Die Studierenden kennen Aufbau und Struktur von Managementpräsentationen. 						
	b. Interkulturelle Kompetenzen, Selbstmarketing						
	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden kennen und erkennen die Bedeutung der Kategorie Kultur im beruflichen Alltag. Sie kennen spezifische Differenzen kultureller und gender-spezifischer Verhaltensweisen und können diese identifizieren und begründen. Sie identifizieren Parameter interkulturellen Verhaltens im geschäftlichen Umgang (Kommunikationsformen wie Begrüßung, Kleidung, Gesprächs- und Verhandlungstechniken etc.) und können mögliche professionelle Aktionsvarianten im interkulturellen Kontext konstruieren. Sie erkennen die eigene interkulturelle Kompetenz als Qualität. Sie erfassen die wachsende Bedeutung interkulturellen Verhaltens im globalen Wirtschaftsgeschehen. Die Studierenden führen eine persönliche Stärken-Schwächen-Analyse durch und leiten daraus Ansätze zur Weiterentwicklung ihrer Kompetenzen ab. Sie identifizieren zentrale Fähigkeiten, um ihr individuelles Profil zu schärfen und ihre ‚Marke ICH‘ gezielt zu entwickeln. 						
	2.1.2 Fertigkeiten						
	a. Kommunizieren, Präsentieren						
	<ul style="list-style-type: none"> Sie sind in der Lage, schriftliche und mündliche Kommunikation im beruflichen Kontext gezielt vorzubereiten und zu beurteilen. Die Studierenden können Präsentationen/Vorträge strukturieren, Präsentationsziele und darstellende Mittel situationsbezogen und zielgruppengerecht festlegen und planen. Sie beherrschen in 						

- diesem Zusammenhang mediale Grundregeln, u.a. Foliengestaltung, Medieneinsatz, Methodenvielfalt.
- Sie können in typischen Präsentationskrisen angemessen reagieren und passende Maßnahmen ergreifen. Außerdem sind sie in der Lage, persönliche Hemmnisse wie Lampenfieber zu erkennen und wirksame Strategien dagegen zu entwickeln.

b. Interkulturelle Kompetenzen, Selbstmarketing

- Die Studierenden können Zeichen interkulturellen Verhaltens identifizieren und Hintergründe wie Bedeutung im Einzelnen selbstständig recherchieren und adäquate Interaktionsmuster einüben.
- Sie wertschätzen interkulturelle Kompetenz als Moment betriebswirtschaftlichen Handelns.
- Auf Basis einer realistischen Selbsteinschätzung und Zieleplanung verfügen sie über ein individuelles Design ihrer mittel- / langfristigen Zielsetzung für den Arbeitsmarkt.
- Sie entwickeln grundlegende Methoden, Schwächen zu minimieren bzw. aktiv mit ihnen umzugehen.

2.2 Personale Kompetenzen

2.2.1 Sozialkompetenz

- Die Studierenden bilden in Übungen ihre Kommunikationsfähigkeit aus.
- Sie entwickeln in themenbezogenen Gruppenarbeiten Teamkompetenzen und zugleich Planungskompetenzen, indem sie nach zeitlichen Vorgaben kooperativ arbeiten.
- Sie arbeiten in Teams zusammen, beziehen Beteiligte ein und entwickeln dabei wichtige Grundlagen für Führungsaufgaben. Im interkulturellen Austausch entfalten sie partizipatorische und integrative Fähigkeiten, dabei auch Grundlagen für Führungsaufgaben.

2.2.2 Selbstständigkeit

- Die Studierenden können eigenständig und reflektiert in komplexen Zusammenhängen kommunizieren und strategisch agieren.
- Sie sind imstande, sich in unterschiedlichen Zusammenhängen selbst zu platzieren und andere verantwortungsbewusst in Arbeitsprozesse zu integrieren.
- Sie können Projektaufträge im Team und selbstständig erarbeiten.
- Sie sind imstande, sich in unterschiedlichen kulturellen Zusammenhängen selbst zu platzieren und andere verantwortungsbewusst in Arbeitsprozesse zu integrieren.
- Sie können die operativen Herausforderungen der Arbeitswelt in Bezug auf den kulturellen Wandel differenzieren und reflektieren.

3 Inhalte

Kommunizieren, Präsentieren:

- Grundlagen der Kommunikationstheorie und -praxis, einschließlich der Bedeutung von verbaler und nonverbaler Kommunikation
- Techniken zur professionellen Gesprächsplanung und -führung, einschließlich der Entwicklung effektiver Argumentationsstrukturen.
- Strategien für Krisenmanagement in Kommunikationssituationen
- Aufbau und Elemente überzeugender Managementpräsentationen
- Bewältigungsstrategien für Lampenfieber

Interkulturelle Kompetenzen, Selbstmarketing:

- Kulturtheorie und Interkulturalität
- Gender und Diversity; Dimensionen von Kultur und Identität; Ich und die Anderen; Umgang mit Regeln und Verunsicherung
- Interkulturalität im globalen Wirtschaftsgeschehen
- Reflexion von Auftreten, Selbst- und Fremdbild
- Persönliche Stärken- und Schwächenanalyse
- Entwicklung der individuellen „Marke ICH“

4	Lehrformen Der Kompetenzerwerb erfolgt in Vorlesungen durch praxisnahe Übungen, Diskussionen und reflektierende Elemente. Hierbei fungiert die Dozentin/der Dozent überwiegend als Coach für gruppenbezogene und individuelle Selbstlernprozesse. Teile des Moduls finden mehrzügig und in Blockform statt. Es arbeiten z.T. mehrere Dozentinnen/Dozenten parallel mit den Studierenden. Die gesamte Organisation von Business Skills findet über die Lernplattform ILIAS statt.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Keine Inhaltlich: Keine
6	Prüfungsformen Die Modulprüfung besteht aus einer schriftlichen Ausarbeitung mit Präsentation. Die Dauer der Präsentation beträgt max. 15 Minuten. Die Leistung wird benotet und muss mit mindestens ausreichend (4,0) abgeschlossen werden. Die einzelnen Module sind wie folgt gewichtet: Kommunizieren / Präsentieren 50%, Interkulturelle Kompetenzen 25%, Selbstmarketing 25%.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Details werden im Begleitmaterial zu den Lernangeboten (ILIAS) geregelt.
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote 2,26 % (5/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Hanaa Ryari Prof. Dr. Claus Vormann Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Kommunizieren, Präsentieren: Birkenbihl, V. F. (2001). Kommunikationstraining: Zwischenmenschliche Beziehungen erfolgreich gestalten. Offenbach, GABAL Verlag. Cruz, Janet (2023): The Power of Communication Skills and Effective Listening. Unlimited Concepts Publishing. Esposito, L. (2006). Lampenfieber positiv nutzen: Mehr Erfolg durch Stresskompetenz. Offenbach, GABAL Verlag. Minto, B. (2013). The Pyramid Principle: Logic in Writing and Thinking. 3. Auflage. Harlow, England, Pearson Education Limited. Schulz von Thun, Friedmann/ Kumbier, Dagmar (Hg.): Impulse für Kommunikation im Alltag. Kommunikationspsychologische Miniaturen. 10. Auflage, Berlin 2010. Interkulturelle Kompetenz, Selbstmarketing:

- Erll, Astrid / Gymnich, Marion: Interkulturelle Kompetenzen. Erfolgreich kommunizieren zwischen den Kulturen. 3. Auflage, Stuttgart 2015 (Klett)
- Kumbier, Dagmar / Schulz von Thun, Friedemann (Hg.): Interkulturelle Kommunikation: Methoden, Modelle, Beispiele. 5. Auflage. Reinbek 2011 (rororo)
- Witzenleiter, H. / Luppold, S.: Quick Guide Interkulturelle Kompetenz. Interkulturelle Sensibilisierung für eine grenzenlos erfolgreiche Kommunikation. Wiesbaden 2020 (Springer)
- Brenner, Doris / Brenner, Frank: Punkten Sie mit Ihren Stärken. Erfolgreiches Selbstmarketing im Job. 2. Auflage. Freiburg 2015 (Haufe)
- Ebbert, Birgit: Selbstmarketing. Mehr Erfolg durch geschickte Eigen-PR. 2. Auflage. Freiburg 2016 (Haufe)
- Neumann, Reiner: Souverän auftreten. Auftritt – Wirkung – Rhetorik. München 2017 (Hanser)
- Radeckl, Monika: Sprechen Sie für sich. Authentisches und wirksames Selbstmarketing. Berlin 2017 (Springer)
- Reulein, Dunja: Selbstmarketing für Bewerber. Wiesbaden 2015 (Springer)
- Scheel, Alexander / Steinmetz, Heike: Selbstmarketing im Social Web. Erprobte Strategien für die eigene Karriere. Wiesbaden 2015 (Springer)
- Schick, Elisabeth: Der Ich-Faktor. Erfolgreich durch Selbstmarketing. München 2010 (Hanser)

Nummer							
90430		Werkzeuge der wissenschaftlichen Arbeit					
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS		
deutsch	ein Semester	2	Findet in jedem Semester statt	Pflichtfach	5		
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart seminaristische Veranstaltung seminaristische Veranstaltung	geplante Gruppengröße 40	Workload Kontaktzeit 60 h Selbststudium 90 h	SWS 4 2 2	
-	Wissenschaftliches Arbeiten und Recherchieren Wissenschaftliche Analyse mit Standardsoftware (Excel)						
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <p>a. Wissenschaftliches Arbeiten und Recherchieren</p> <p>2.1 Fachkompetenz Die Studierenden kennen die Grundzüge wissenschaftlichen Arbeitens und verfügen über ein wissenschaftliches Methodenrepertoire zum Beschaffen und zielführenden Verarbeiten wissenschaftlicher Informationen.</p> <p>2.1.1. Wissen Die Studierenden sind in der Lage die grundlegenden Methodiken des wissenschaftlichen Arbeitens und die formalen Anforderungen zu nennen und zu erläutern. Dazu zählen: <ul style="list-style-type: none"> die Techniken der Literaturrecherche zu kennen sowie wissenschaftlicher von nicht-wissenschaftlicher Literatur zu unterscheiden. die Bedeutung von Zitationsstilen zu kennen und einen Stil (APA 7) korrekt anzuwenden. Kriterien zielorientierter wissenschaftlicher Fragestellungen zu nennen und kritisch zu reflektieren. quantitative von qualitativen Forschungsmethoden zu unterscheiden und die erforderlichen Schritte zu identifizieren, um Forschungsprojekte eigenständig durchzuführen. </p> <p>2.1.2. Fertigkeiten Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> wissenschaftliche Fragestellungen präzise zu formulieren und geeignete Forschungsdesigns zu entwickeln. adäquate quantitative und qualitative Methoden für eigene Forschungszwecke auszuwählen. Literatur systematisch zu recherchieren sowie fachlich einzuordnen wissenschaftliche Texte zu analysieren, zu reflektieren und zusammenzufassen. wissenschaftliche Arbeiten strukturiert und formal korrekt zu verfassen. eigene Recherchen und Arbeitsergebnisse adressatengerecht und fachlich fundiert schriftlich darzustellen. literaturbasierte Fragestellungen im Team kooperativ zu bearbeiten und unterschiedliche Perspektiven kritisch zu diskutieren. individuelle und gemeinsame Arbeitsprozesse im Rahmen wissenschaftlicher Projekte zielgerichtet zu organisieren. </p> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz Die Studierenden stärken ihre Teamfähigkeit durch kooperative Rechercheprozesse und sind in der Lage, arbeitsteilig und zielgerichtet gemeinsame theoretische Ergebnisse zu erarbeiten.</p> <p>2.2.2 Selbstständigkeit/ Methodenkompetenz</p>						

Die Studierenden arbeiten selbstständig an wissenschaftlichen Fragestellungen und setzen grundlegende Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens gezielt ein. Sie planen, strukturieren und reflektieren ihre Arbeitsprozesse eigenverantwortlich

b. Wissenschaftliche Analyse mit Standardsoftware

2.1 Fachkompetenz

2.1.1. Wissen

Das Tabellenkalkulationsprogramm Microsoft Excel besitzt in der Angewandten Betriebswirtschaftslehre aufgrund seiner zahlreichen Optionen zur Erfassung, Darstellung und Auswertung von Datentabellen einen exponierten Stellenwert. Vor diesem Hintergrund erwerben die Studierenden sowohl elementare als auch fortgeschrittene Techniken betriebswirtschaftlicher Excel-Anwendungen.

Die Studierenden können betriebswirtschaftliche Daten in Excel-Tabellen erfassen, strukturieren, sortieren, filtern, grafisch präsentieren und mit Hilfe ausgewählter Kalkulationsformeln und Tabellenfunktionen auswerten. Ferner besitzen die Studierenden hinreichende Kenntnisse hinsichtlich der Excel-Programmsteuerung (z.B. Einstellungen des sog. Menübandes) sowie der Verwaltung von Excel-Arbeitsblättern (z.B. Gestaltung des Druckseiten-Layouts). Das breite Spektrum der erlernten Excel-Anwendungen in der Betriebswirtschaftslehre bildet ein umfangreiches Wissensfundament, auf welches Studierende zurückgreifen können, um eine fachliche Verzahnung mit den Lehrinhalten der betriebswirtschaftlichen Funktionen, des Finanz- und Rechnungswesens sowie der Wahlpflichtmodule herbeizuführen.

2.1.2. Fertigkeiten

Studierende sind befähigt, die vielfältigen Methoden des Quantitativen Managements zu systematisieren, diese sachgerecht anzuwenden und durch den Excel-Einsatz effizient zu unterstützen. Sie sind insbesondere imstande, die grundlegenden Problemlösungsmethoden der Unternehmensführung, des Rechnungswesens, der funktionellen Betriebswirtschaftslehre (z.B. Beschaffungs-, Produktions-, Finanz- und Marketingpolitik) sowie der Mathematik und Statistik in Excel-Kalkulationstabellen darzustellen und in speziellen Entscheidungsprozessen des Managements einzusetzen.

2.2 Personale Kompetenzen

2.2.1 Sozialkompetenz

Studierende bearbeiten ausgewählte Fallstudien der Unternehmenspraxis in Teilnehmergruppen und vertiefen im Rahmen von Gruppendiskussionen und Ergebnispräsentationen ihre sozio-kulturellen und kommunikativen Fähigkeiten.

2.2.2 Selbstständigkeit

Die Excel-Beispiele und -Übungen sind didaktisch solcherart angelegt, dass die Studierenden fachlich leicht nachvollziehbare betriebswirtschaftliche Excel-Anwendungen erarbeiten und zügig lösen können. Ferner werden die Studierenden durch unterstützende Lernmaterialien an das selbstgesteuerte Lernen herangeführt. Schließlich wird ein effizientes Zeitmanagement auf der Grundlage von zeitlichen Lösungsvorgaben erlernt.

3 Inhalte

a. Wissenschaftliches Arbeiten und Recherchieren

- Qualitätskriterien von wissenschaftlichen Arbeiten
- Themeneingrenzung und Literaturrecherche
- Formulierung von zielorientierten Forschungsfragen
- Zitationstechniken
- Gliederung wissenschaftlicher Arbeiten
- Argumentationsstrukturen
- Qualitative und quantitative Forschungsmethoden

b. Wissenschaftliche Analyse mit Standardsoftware

- Elementare Techniken der Excel-Tabellenkalkulation (Programmsteuerung, Datenmanagement, Tabellengestaltung, -bearbeitung, -gliederung, -verknüpfung; Pivot-Tabellen; Datenbank-Tabellen)
- Grundlegende Methoden der Excel-Datenanalyse (Entwicklung von einfachen und verschachtelten Kalkulations-Formeln, Formelüberwachung, Auswahl und Einsatz von Funktionen, Erstellung von Standard-Diagrammen, Gestaltung spezieller Diagrammtypen)

- Grundzüge der Verwaltung von Excel-Arbeitsblättern (z.B. Arbeitsfenster-Ansichten, Druck und Seitenlayout, Arbeitsmappenschutz, Excel im Office-Verbund)
- Excel-Anwendungen im Rechnungswesen (z.B. Kostenarten- und Kostenstellenrechnung, Kostenträgerkalkulation, Handels-Kalkulation, Perioden-Erfolgsrechnung, Abweichungsanalyse, Bilanz-Kennzahlen)
- Excel-Anwendungen in der Unternehmensführung (z.B. GAP-Analyse, Stärken-Schwächen- Profile, Portfolio-Methoden, Break-Even-Analyse, Produktlebenszyklus von Innovationsprojekten, Investitionsrechnungen, Controlling-Kennzahlen)
- Excel-Anwendungen in der funktionellen Betriebswirtschaftslehre (z.B. Bestellmengen-, Losgrößen-, Produktionsprogramm-, Personalbestands-, Werbebudgetierungs-, Liquiditätsplanung)
- Excel-Anwendungen in der Mathematik/Statistik/Unternehmensforschung (z.B. Zinsrechnung, Währungsrechnung, Häufigkeitstabellierung, statistische Maßzahlen, Kreuztabellierung, Korrelationen, Zeitreihenanalyse, Zielwert- Optimierungen)

4 Lehrformen

a. Wissenschaftliches Arbeiten und Recherchieren

Das Modul wird in Form einer seminaristischen Veranstaltung angeboten, bestehend aus Vorlesungen und Übungen (inkl. Online-Übungen); es werden Kooperationsmöglichkeiten mit Serviceangeboten der FH Dortmund, insbesondere der Bibliothek und dem Career Service, in Betracht gezogen. Die gesamte Organisation findet über die Lernplattform ILIAS statt.

b. Wissenschaftliche Analyse mit Standardsoftware

Die Veranstaltung wird nach dem Inverted Classroom Modell unterrichtet. Dabei wird die Veranstaltung in Selbstlern- und Präsenzphasen aufgeteilt.

Selbstlernphasen: Für die Selbstlernphase gibt es einen klaren zeitlichen Ablauf und eine übersichtliche inhaltliche Struktur, durch inhaltliche Schwerpunktsetzungen. Neben einschlägigen Literaturhinweisen wird durch Screencasts, OERs und einem digitalen Skript die aktive Auseinandersetzung mit den Inhalten gefördert. Als Anreizsystem stehen Fragenpools in ILIAS zur Verfügung, die zur Lernstandskontrolle dienen und mit einem Bonuspunktesystem verknüpft sind.

Präsenzphasen: Während der Präsenzphasen haben die Studierenden individuell die Möglichkeit, Probleme anzusprechen, die während der Selbstlernphase aufgetreten sind. Außerdem wird anhand von Aufgaben überprüft, ob die Inhalte verstanden worden sind. Dabei wird die „Think-Pair-Share“-Methode angewendet: Zunächst arbeiten die Studierenden alleine, dann im Austausch mit den Sitznachbarn und schließlich wird die Aufgabe im Plenum von der Studierendengruppe präsentiert und gemeinsam besprochen. Dabei fungiert der Lehrende als Moderator.

5 Teilnahmevoraussetzungen

Formal: keine

Inhaltlich: keine

6 Prüfungsformen

a. Wissenschaftliches Arbeiten und Recherchieren

Die Studierenden stellen ihre Fähigkeiten im wissenschaftlichen Arbeiten unter Beweis, indem sie eine schriftlich ausgearbeitete Präsentation zu einer zielgerichteten Forschungsfrage in Gruppenarbeit erstellen und vorstellen. Die Präsentationsdauer beträgt max. 15 Minuten.

b. Wissenschaftliche Analyse mit Standardsoftware

2 x vorlesungsbegleitende Tests (2 x 10 % = 20 % der Gesamtmodulnote),

1 x Screencast (15 % der Gesamtmodulnote),

1 x Case Study (15 % der Gesamtmodulnote)

Präsentation (Screencast): Erstellung eines 5-7 minütigen Schulungsvideos als Einzelleistung, in dem Kompetenzen im Umgang mit den erlernten Werkzeugen an einem individuellen, vorgegebenen Beispiel demonstriert werden.

	<p>Tests: Zwei jeweils ca. 25 minütige, am Rechner durchgeführte Tests, mit denen ermittelt wird, inwieweit die Studierenden grundlegende Aufgabenstellungen in einem anwendungsbezogenen Kontext unter Zeitdruck mit den vermittelten Methoden lösen können.</p> <p>Fallstudienarbeit als Gruppe: Aktive Teilnahme und Bearbeitung einer vorgegebenen Fallstudienarbeit als Gruppe. Die Gruppenarbeit umfasst ca. 25 detailliert beschriebene, kurze Aufgaben, die mit den vorgestellten Werkzeugen und Methoden gelöst werden sollen.</p>
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Prüfung
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote 2,26 % (5/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Lutz Niehäuser Prof. Dr. Hanaa Ryari Prof. Dr. Paul Schneider Prof. Dr. Claus Vormann Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im Studienportal der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur a. Wissenschaftliches Arbeiten und Recherchieren Berger-Grabner, D. (2016): Wissenschaftliches Arbeiten in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften. Wiesbaden: Springer Breuer, E. / Güngör, N. / Klassen, M. / Riesenweber, M. / Vinnen, J. (Hg.) (2019): Wissenschaftlich schreiben – gewusst wie! Tipps von Studierenden für Studierende. Bielefeld: Wbv Media. Esselborn-Krumbiegel, H. (2019): Die erste Hausarbeit – FAQ. Paderborn: UTB. Goldensteine, J. / Hunoldt, M. / Walgenbach, P. (2018): Wissenschaftliches Arbeiten in den Wirtschaftswissenschaften. Wiesbaden: Springer. Kornmeier, M. (2018): Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht. Bern: Haupt UTB. Müller, W. (2013): Die Gestaltung betriebswirtschaftlicher Studienarbeiten. Ein konzeptioneller Leitfaden für Seminar-, Bachelor-, Masterschriften. 3. überarb. Auflage. Dortmund: Eigenverlag. Online: http://fh-dortmund.de/de/fb/9/personen/lehr/mueller/down.php Oehlrich, M. (2019): Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben. Wiesbaden: Springer. Stickel-Wolf, Ch. / Wolf, J. (2016): Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken. Springer: Wiesbaden. Stock, St. / Schneider, P. / Peper, E. / Molitor, E. (Hrsg.) (2018): Erfolgreich wissenschaftlich arbeiten. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer. Theisen, M. R. (2017): Wissenschaftliches Arbeiten. Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit. 17. Auflage. München: Vahlen.

Träger, Th. (2016): Zitieren 2.0. Elektronische Quellen und Projektmaterialien richtig zitieren. München: Vahlen.

b. Wissenschaftliche Analyse mit Standardsoftware

Albright, S., Winston, W., Zappe, Ch. (2009): Data Analysis & Decision Making with Microsoft Excel, Mason, Ohio.

Baum, H.-G., Coenenberg, A., Günther, T. (2007): Strategisches Controlling, 4. Auflage, Stuttgart.

Bea, F., Haas, J. (2009): Strategisches Management, 5. Auflage, Stuttgart.

Bea, F., Dichtl, E., Schweitzer, M. (2006) : Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Band 3: Leistungsprozesse, 9. Auflage, Stuttgart.

Benker, H. (2007): Wirtschaftsmathematik mit Excel, Wiesbaden.

Broer, J. (2011): Elementare Excel-Techniken. Eine Einführung, Studienmanuskript, Dortmund.

Coenenberg, A., Fischer, Th., Günther, Th. (2016): Kostenrechnung und Kostenanalyse, 9. Auflage, Stuttgart.

Fahnenstich, K., Haselier, R. (2010): Office Home and Business 2010. Das Handbuch, Microsoft Press, München.

Fischer , P., Kowalski, S., Wissmeier, U. (2005): Die bestenTools für Marketing und Vertrieb. Professionelle Excel- Lösungen für kleine und mittelständische Unternehmen, Stuttgart.

Friedl, B. (2010): Kostenrechnung, 2. Auflage, München.

Harvey, G. (2015): Excel 2016 für Dummies, Weinheim.

Heimrath, H. (2010): Excel-Tools für das Controlling, Microsoft Press, Unterschleißheim.

Jeschke, E., Pfeifer, E., Reinke, H., Unverhau, S., Fienitz, B., Bock, J. (2013): Microsoft Excel – Formeln und Funktionen, Microsoft Press., Unterschleißheim.

Levine, D., Stephan, D., Krehbiel, T., Berensen, L. (2011): Statistics For Managers Using Microsoft Excel, 6th Edition, Upper Saddle River.

Matthäus, W., Schulze, J. (2008): Statistik mit Excel. 3. Auflage, Wiesbaden.

Müller, W. (2010): Multivariate Statistik mit Excel-Add-Ins, Forschungspapier, Dortmund.

Müller, W. (2010): Marketingaccounting mit Excel, Forschungspapier, Dortmund.

Müller, W. (2011): Quantitatives Management mit Excel 2010, Studienmanuskript, Dortmund.

Powell, S.; Baker, K. (2007): Management Science. The Art of Modeling with Spreadsheets, 2nd Edition, Hoboken.

Preißner, A. (2010): Praxiswissen Controlling – Grundlagen, Werkzeuge, Anwendungen, 6. Auflage, München.

Radke, H.-D. (2009): Microsoft Excel im Business, München.

Render, B., Stair, R., Hanna, M. (2009): Quantitative Analysis for Management, 10th Edition, Upper Saddle River.

Schels, I. (2016): Excel 2016. Zahlen kalkulieren, analysieren und präsentieren, München.

- Schels, I. (2016): Excel 2016 Formeln und Funktionen, Markt + Technik, München.
- Schels, I., Seidel, U. (2016): Excel 2016 im Controlling, München.
- Schmuller, J. (2005): Statistik mit Excel für Dummies, Weinheim.
- Schulze, P. (2007): Beschreibende Statistik, 6. Auflage, München.
- Schwenk, J., Schuster, H., Schiecke, D., Pfeifer, E. (2010): Microsoft Office. Excel 2010 – Das Handbuch, Unterschleißheim.
- Trommsdorff, V., Steinhoff, F. (2007): Innovationsmarketing, München.
- Winston, W. (2010): Excel 2010. Data Analysis and Business Modeling, Redmond.

Nummer								
90440		Wissenschaftliche Kompetenzen						
Sprache deutsch	Dauer ein Semester	Studiensemester 6	Häufigkeit des Angebots Findet in jedem Semester statt	Art des Moduls Pflichtfach	ECTS 10			
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart seminaristische Veranstaltung	geplante Gruppen- größe 40	Workload	SWS 2		
	- Verfassen von Fachberichten und Abschlussarbeiten				Kontakt-zeit 30 h	Selbst-studium 270 h		
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen							
	2.1 Fachkompetenz Die Studierenden kennen die Prinzipien wissenschaftlichen Arbeitens und können komplexe wissenschaftliche und Fachtexte planen und verfassen. 2.1.1. Wissen Die Studierenden kennen die Kriterien wissenschaftlichen Arbeitens und ihr Anwendungsspektrum. Sie kennen die relevanten Komponenten und Schritte wissenschaftlichen Arbeitens in der Betriebswirtschaftslehre (Materialbeschaffung, Textrezeption, Texterarbeitung, Zitation). Sie wissen um die Bedeutung strategischer und organisatorisch-zeitlicher Planung und verfügen über ein methodisches Konzept wissenschaftlichen Arbeitens (Kontext und Strategie). Sie erfassen die Funktion von Literaturverwaltungssoftware und kennen deren Einsatzmöglichkeiten und Grenzen. Sie differenzieren unterschiedliche Typen komplexer, auf wissenschaftlichem Material beruhender Texte (Reports, Projektberichte, Thesis-Arbeiten). Das wissenschaftliche Methodenrepertoire ist den Studierenden als Instrument zur Darstellung des gesamten BWL-Kanons bewusst.							
	2.1.2. Fertigkeiten Die Studierenden beherrschen die Prinzipien wissenschaftlichen Arbeitens in Theorie und Praxis. Sie können wissenschaftliche Arbeitstechniken komplex anwenden (Materialbeschaffung, Textrezeption, Texterarbeitung, Zitation). Sie sind imstande, ein fachbezogenes oder wissenschaftliches Schreibprojekt zu konzipieren und organisatorisch zu planen. Sie erproben und perfektionieren ihren persönlichen Schreibstil. Sie beherrschen den Einsatz von Literaturverwaltungssoftware für unterschiedliche Schreibprojekte. Sie können unterschiedliche Typen komplexer, auf wissenschaftlichem Material beruhender Texte zweckgebunden anfertigen (Reports, Projektberichte, Thesis-Arbeiten).							
	2.2 Personale Kompetenzen 2.2.1 Sozialkompetenz Die Studierenden unterstützen sich wechselseitig und steigern ihre Teamfähigkeit in kooperativer Recherche und Planungsarbeit. Sie entwickeln in Fachchats und Blogs Urteils- und Kritikfähigkeit und bauen ihre Fähigkeit zu konstruktivem Feedback aus. Sie sind imstande, arbeitsteilig zielorientiert zu theoretischen Gesamtergebnissen zu kommen.							
	2.2.2 Selbstständigkeit Die Studierenden bilden wissenschaftliche Schreibkompetenz an unterschiedlichen Fachanforderungen aus. Sie können zwischen wissenschaftlichen und praxisfokussierten Zielen unterscheiden und diese differenziert darstellen.							

	<p>Sie entwickeln analytische Kompetenzen auf komplexem Niveau. In der Konzeption, Planung und Durchführung ihres Thesis-Projektes entwickeln sie breit gestreute Problemlösungsfähigkeiten: fachlich, methodisch, strukturell. Das Schreiben des Praxisberichts/ Berichts zum Auslandsstudiensemester sowie der Bachelor-Thesis entwickelt die individuelle Fähigkeit zum Selbstmanagement.</p>
3	Inhalte Texte schreiben auf Abschlussniveau – Grundsätze und Methoden Verfassen des Praxisberichts/ Bericht zum Auslandsstudiensemester Konzeption und Planung einer Bachelor-Thesis
4	Lehrformen Überwiegend als Online-Kurs mit <ul style="list-style-type: none">• Studiermaterial zum Thema wissenschaftlich-fachliches Schreiben auf der Lernplattform Ilias• Fach-Chats zwischen Lerngruppe und Dozentin/Dozent sowie auch zwischen den Teilnehmerinnen und Teilnehmern Daneben fakultativ ein bedarfsoorientiertes und semesterübergreifendes Präsenzangebot „Zitier- und Schreibschule“ (geöffnet ab 5. Sem.)
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Module 21 und 22 müssen bestanden sein Inhaltlich: Inhalte der Module 21 und 22
6	Prüfungsformen <ul style="list-style-type: none">• Verfassen des Praxisberichts/ Bericht zum Auslandsstudiensemester (26 %)• Semesterbegleitende Assignments und Peer-Feedback (14 %)• Klausur (60 Minuten) (60 %)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Prüfung
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote 4,5 % (10/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Claus Vormann Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Müller, Stefanie: Leitfaden zum wissenschaftlichen Arbeiten – mit vielen Tipps und Beispielen. Nürnberg 2014. (Scriptum wissenschaftliche Schriften) Oehlrich, M. (2022). Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben: Schritt für Schritt zur Bachelor- und Master-Thesis in den Wirtschaftswissenschaften (3., vollständige überarbeitete Auflage). Springer Gabler. Link Theisen, M. R. (2021). Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit (18., neu bearbeitete und gekürzte Auflage). Franz Vahlen.

Fachhochschule Dortmund

University of Applied Sciences and Arts

Bachelor Betriebswirtschaft (7 Semester) 2018

Krahl, Anna: Wie schreibe ich eine Bachelorarbeit? Bonn 2013. Studienpapier. <https://www.steinmann.uni-bonn.de/arbeitsgruppen/wirbeltierpalaeontologie/bsc-skript-anna-krahl.pdf> (Letzte Einsicht: 07.11.2017)

Nummer											
Sprache		Dauer ein Semester	Studiensemester 6	Häufigkeit des Angebots Findet in jedem Semester statt	Art des Moduls Wahlpflichtfach	ECTS 20					
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppen- größe	Workload						
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				Kontakt- zeit	Selbst- studium					
Auslandsstudiensemester: Die Studierenden werten durch ein Auslandsstudium ihre Ausbildung erheblich auf; sie erhöhen ihre Chancen auf dem Arbeitsmarkt. Sie können das Studium im Ausland als karriereentscheidendes Projekt fundiert vorbereiten, die dazu angebotenen Beratungshilfen gezielt nutzen und überwiegend selbstgesteuert durchführen. Durch das Auslandsstudium sind sie insbesondere in der Lage, die an der Hochschule gelernten Fähigkeiten und Techniken vor dem Hintergrund fremder Arbeits-, Organisations- und Kulturzusammenhänge und neuer Lehr- und Lernmethoden zu bereichern und kritisch zu reflektieren. Die Studierenden kennen globalisierte Berufsfelder ihrer Fächer. Sie verfügen über die nötige interkulturelle Kompetenz und Toleranz in und mit multinational gemischten Arbeitsteams. Durch das Auslandsstudium sind die Studierenden in der Lage, ihre spätere Berufsorientierung professionell zu planen.											
Praxissemester: Die Studierenden werten durch ein Praktikum ihre Ausbildung erheblich auf; sie erhöhen ihre späteren Chancen auf dem Arbeitsmarkt. Sie können ein Praktikum im In- oder Ausland als karriereentscheidendes Projekt fundiert vorbereiten, die dazu angebotenen Beratungshilfen gezielt nutzen und überwiegend selbstgesteuert durchführen. Nach dem Praktikum sind sie insbesondere in der Lage, die an der Hochschule gelernten Fähigkeiten und Techniken vor dem Hintergrund eines spezifischen Arbeitsfeldes fundierter anzuwenden. Umgekehrt verfügen sie über ein breiteres Verständnis eines spezifischen Berufsfeldes, durch das sie ihren weiteren Studienweg professioneller planen können. Die Studierenden erhöhen diese Nutzeffekte durch ein Praktikum im Ausland. Hier sind sie insbesondere in der Lage, in unsicheren Situationen und in fremden Arbeits-, Organisations- und Kulturzusammenhängen unabhängig zu arbeiten und eigene Entscheidungen zu treffen.											
Inhalte Auslandsstudiensemester: <ul style="list-style-type: none"> Die Suche nach einem Studienplatz im Ausland (i.d.R. im 6. Semester) beginnt ab dem 3. Semester. Die zuständige beratende und organisierende Einheit ist das International Office des Fachbereichs Wirtschaft der Fachhochschule Dortmund. Welche äquivalenten Kurse und Veranstaltungen gewählt werden können, entscheidet das International Office des Fachbereichs Wirtschaft. Diese werden in einem Learning Agreements festgelegt. Nach Beendigung des Auslandsstudiums ist eine Bescheinigung der auswärtigen Hochschule dem International Office des Fachbereichs Wirtschaft einzureichen. Ein Bericht über das Auslandsstudium muss im Rahmen des Moduls „Wissenschaftliche Kompetenzen“ eingereicht werden. Praxissemester: <ul style="list-style-type: none"> Die Suche nach einem Praktikumsplatz (i.d.R. im 6. Semester) beginnt ab dem 3. Semester. Die zuständige beratende und organisierende Einheit ist das Praxisbüro des Fachbereichs Wirtschaft. Mit dem Praxisbüro ist die Praktikumsstelle abzustimmen. Als Tätigkeitsbereiche für das Praktikum kommen alle angemessenen betriebswirtschaftlichen Aufgaben in Betracht. Dazu zählen vor allem Aufgaben, bei denen der/die Studierende ein Projekt weit- 											

	<p>gehend selbstständig löst oder abgrenzbar zu seiner Lösung beiträgt. Als Tätigkeitsbereich kommt auch eine selbstständige Tätigkeit in Frage („Semester in Selbstständigkeit“).</p> <ul style="list-style-type: none">• Nach Beendigung des Praktikums (i.d.R. nach dem 6. Semester) ist ein Praktikumszeugnis abzugeben, das vom Praxisbüro begutachtet wird.• Ein Bericht über das Praktikum muss im Rahmen des Moduls „Wissenschaftliche Kompetenzen“ erstellt werden.
4	Lehrformen -
5	Teilnahmevoraussetzungen Auslandsstudiensemester: Formal: Zum Auslandstudiensemester wird zugelassen, wer gemäß § 18 a BPO 75 Leistungspunkte (ECTS) erlangt hat. Des Weiteren müssen die Module „Business Skills: Soziale und personale Kompetenzen“ und „Werkzeuge der wissenschaftlichen Arbeit“ bestanden sein. Über den Antrag auf Zulassung entscheidet der Prüfungsausschuss. Inhaltlich: keine Praxissemester: Formal: Zum Praxissemester wird zugelassen, wer gemäß § 18b StgPO 75 Leistungspunkte (ECTS) erlangt hat. Des Weiteren müssen die Module „Business Skills: Soziale und personale Kompetenzen“ und „Werkzeuge der wissenschaftlichen Arbeit“ bestanden sein. Über den Antrag auf Zulassung entscheidet der Prüfungsausschuss. Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Auslandsstudiensemester: 20 ECTS durch Lehrveranstaltungen Praxissemester: 20 ECTS durch Praktikum
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Auslandsstudiensemester: Siehe „Ordnung über das Auslandsstudiensemester“ Praxissemester: Siehe „Ordnung über das Praxissemester“
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote -
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Martin Kißler Prof. Dr. Sabine Kiunke Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Auslandsstudiensemester: Näheres regelt die „Ordnung über das Auslandsstudiensemester“. Das International Office des Fachbereichs Wirtschaft stellt alle erforderlichen Unterlagen sowie Leitfäden etc. über die Homepage des Auslandsstudiensemesters zur Verfügung.

Fachhochschule Dortmund

University of Applied Sciences and Arts

Bachelor Betriebswirtschaft (7 Semester) 2018

Praxissemester: Näheres regelt die „Ordnung über das Praxissemester“. Das Praxisbüro des Fachbereichs Wirtschaft stellt alle erforderlichen Unterlagen sowie Leitfäden etc. über die Homepage des Praxissemesters zur Verfügung.

Nummer								
90701		Controlling						
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS			
deutsch	ein Semester	4.-7. Semester	Findet in jedem Semester statt	Wahlpflichtfach	10			
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße	Workload			
-	Operatives und strategisches Controlling		seminaristische Veranstaltung Übung	45	Kontaktzeit 90 h	Selbststudium 210 h		
-	DV-gestütztes Controlling							
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen							
	2.1 Fachkompetenz							
	2.1.1. Wissen							
	Erweiterung der kaufmännischen Kompetenz um Kenntnisse im operativen und strategischen Controlling. Die Studierenden werden dabei schrittweise in die wesentlichen Wissensgrundlagen eingearbeitet. Für den BA Betriebswirtschaft ist die Controlling-Kompetenz aus folgender Hinsicht fachübergreifend unerlässlich: Die Controlling-Fachkompetenz hilft als Querschnittsfunktion bei fachspezifischen und fachübergreifenden Entscheidungsfindungen von den Funktionsbereichen bis hin zur Unternehmensführung.							
	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden verfügen über ein grundlegendes konzeptionelles Verständnis des Controllings. Sie sind mit der Unterscheidung zwischen operativen und strategischen Controlling vertraut und können deren zentrale Instrumente unterscheiden. Sie haben die historische Entwicklung der Disziplin kennen- und verstehen gelernt. Sie haben einen Überblick über die Aufgaben des operativen und strategischen Controllings erworben und können zentrale Begriffe einordnen und voneinander abgrenzen. Sie können idealtypischen Planungs- und Reportingprozesse zur zielgerichteten Entscheidungsunterstützung des Managements beschreiben und erklären. Sie sind in der Lage, die Wirkungszusammenhänge von Erfolgs- und Kostentreibenden Faktoren in der Analyse von Controllingberichten zu erkennen und daraus Maßnahmen für die Unternehmenssteuerung abzuleiten. Die Studierenden lernen unterschiedliche Instrumente und Kennzahlen für unterschiedliche Module im Controlling kennen. Sie können die praktische Relevanz der theoretischen Aspekte zum Controlling durch Einbeziehen von Fallbeispielen verdeutlichen. Sie sind in der Lage, Wissen aus verschiedenen Bereichen zu integrieren (u.a. Rechnungswesen, Unternehmensführung, Wirtschaftsinformatik, Logistik etc.). 							
	2.1.2. Fertigkeiten							
	Die Studierenden wenden Controlling-Methodenkompetenz zur Lösung betriebswirtschaftlicher Fragestellungen an. Sie tragen bei zur Zielsetzung des Unternehmens und dessen strategischen u. operativen Ausrichtung sowie Umsetzung.							
	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden eignen sich fundierte Kenntnisse im Fachgebiet Controlling an. Sie erarbeiten dabei schrittweise die wesentlichen Wissensgrundlagen und Entscheidungsfelder. Sie lernen übergreifende BWL-Kompetenzen kennen: Die Querschnittsfunktion des Controllings sowie die Abgrenzung zu anderen Gebieten der Betriebswirtschaft (Marketing, Einkauf, Produktion etc.) werden herausgearbeitet und die Studierenden erhalten umfassende Fachkenntnisse und einen Methodenüberblick für die Unternehmenspraxis. Sie lernen neben den Controllinginhalten zudem Umsetzungskompetenzen mit Hilfe von in der Praxis gebräuchlichen IT-Instrumenten kennen (relationale Datenbankmanagement-systeme, Tabellenkalkulationsprogramme, ERP-Systeme, DWH, Business Intelligence, Big Data). Es erfolgt eine syste- 							

- matische Erarbeitung der Anwendungen und Methoden im Rahmen von PC-Übung und -Fallstudien unter Einbeziehung der Studierenden sowie einem ergänzenden Selbststudium.
- Sie sind in der Lage, einen koordinierten Unternehmensgesamtplan und ein umfassendes Reporting für komplexe Entscheidungssituationen zu entwickeln.

2.2 Personale Kompetenzen

2.2.1 Sozialkompetenz

- Die Studierenden entwickeln Teamkompetenzen, die durch Fallstudien inkl. Präsentationsaufgaben unterstützt werden.
- Die Studierenden können Projektartige Aufgaben in einer ergebnisorientierten Art führen und koordinieren.
- Sie können die Teamergebnisse in einem komplexen und anspruchsvollen Umfeld präsentieren und argumentieren.
- Sie können komplexe fachbezogene Probleme und Lösungen gegenüber Fachleuten argumentativ vertreten und mit ihnen weiterentwickeln.

2.2.2 Selbstständigkeit

- Die Studierenden können ihre persönlichen Fähigkeiten u.a. mit vielen Kontrollfragen und Übungen ausbauen.
- Die Studierenden können mit komplexen Arbeits- oder Studienkontexten selbstständig umgehen und diese nachhaltig gestalten.
- Sie haben die Fähigkeit wirtschaftliche Zusammenhänge verschiedener Fachfunktionen in der Verbindung zu den Controllingaufgaben dezentral und zentral zu verstehen
- Sie sind in der Lage eigene Meinung abzuleiten und auf Interessen unterschiedlicher Adressaten zuzugehen.

3 Inhalte

Operatives und strategisches Controlling (4SV)

Aufbauend auf den Grundlagen des Rechnungswesens sowie der Investitions- und Finanzrechnung werden folgende Teilbereiche des Controlling behandelt:

- Grundlagen des Controllings
- Kennzahlensysteme inkl. Bilanz- und Finanzanalyse
- Kosten- und Erfolgs-Controlling
- Planungs- und Berichtssysteme
- Moderne Instrumente im Kostenmanagement
- Beschaffungs-Controlling
- Produktions-Controlling
- Strategisches Controlling sowie
- weitere ausgewählte Controlling-Bereiche

Die Teilbereiche werden in der Vertiefung unterschiedlich gewichtet. Es erfolgt hierbei eine systematische Erarbeitung der Lehrinhalte im Rahmen der Vorlesung und Übung unter Einbeziehung der Studierenden. Zudem wird kontinuierlich ein Bezug zu geeigneten IT-Systemen, vor allem aktueller Technologien im Bereich Data Warehouse und Business Intelligence hergestellt.

DV-gestütztes Controlling (2Ü)

Die Studierenden lernen die Grundlagen des relationalen Datenmodells und die Realisierung mit dem Datenbanksystem MS Access sowie das Tabellenkalkulationsprogramm MS Excel speziell für Controlling-Anwendungen kennen. Der Kurs gliedert sich in folgende Inhalte:

- MS Access 1: Tabellen und Formulare
- MS Access 2: Abfragen und Berichte
- MS Access 3: SQL
- MS Access 4: Macros und Anwendungen
- MS Excel: insb. Abfragen aus Access-Tabellen und deren Auswertung (Pivotberichte)
- sowie weitere ausgewählte Fallstudien

4	Lehrformen Das Modul teilt sich in 2 Lehrveranstaltungen: <ul style="list-style-type: none">• Operatives und strategisches Controlling (Seminaristischer Unterricht mit 4 SV)• DV-gestütztes Controlling (Übung 2Ü)
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Die Module Rechnungswesen I und II müssen bestanden sein Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur 70 % (90 Min.) sowie Gruppen-Präsentation/-Ausarbeitung 30 % (15-20 Min.) (10-20 Folien)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur bzw. erfolgreiche Präsentation/Ausarbeitung in der Übung
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) B.Sc. Betriebswirtschaftliche Logistik und B.Sc. Wirtschaftsinformatik
9	Stellenwert der Note für die Endnote 4,5 % (10/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Dietmar Schön Prof. Dr. Felix Wenger Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im Studienportal der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Coenenberg, A. G.; Baum; H.- G.: Strategisches Controlling, 5. Aufl., Stuttgart2013 Freidank, C.: Kostenrechnung, 9. Aufl., München, Wien 2012. Haberstock, L.: Kostenrechnung I., 13.Aufl., Wiesbaden 2008. Haberstock, L.: Kostenrechnung II., (Grenz-) Plankostenrechnung, 10. Aufl., Wiesbaden 2008. Hahn, D.: Planungs- und Kontrollrechnung - PuK - Controllingkonzepte, 6. Aufl., Wiesbaden 2001. Hinterhuber, H.: Strategische Unternehmensführung, , Bd. 1: Strategisches Denken, 9. Aufl., Berlin, New York 2015. Horváth, P.; Gleich, Ronald; Seiter, Mischa.: Controlling, 14. Aufl., München 2019. Horváth, P.; Reichmann, T. (Hrsg.): Vahlens Großes Controlling-Lexikon, 2. Aufl., München 2003. Kilger, W.: Flexible Plankostenrechnung und Deckungsbeitragsrechnung, 10. vollst. überarb. u. erw. Auflage, Wiesbaden 1993. Reichmann, T.; Kißler, M und Baumöhl, U.: Controlling mit Kennzahlen, 9. Aufl., München 2017. Schön, D.: Planung und Reporting im BI-gestützten Controlling. 5. Aufl. Wiesbaden voraussichtlich 2025.

Fachhochschule Dortmund

University of Applied Sciences and Arts

Bachelor Betriebswirtschaft (7 Semester) 2018

Weber, J.; Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, 17. Aufl., Stuttgart 2022.

Wiesehahn, A; Kißler, M. (Hrsg.): Erfolgreiches Controlling - Theorie, Praxis und Perspektiven, München, Vahlen, 2018

Nummer							
90702		Internes Rechnungswesen / Kostenmanagement					
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS		
deutsch	ein Semester	4.-7. Semester	Findet nur im Sommersemester statt	Wahlpflichtfach	10		
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart seminaristische Veranstaltung Übung	geplante Gruppengröße 45	Workload	SWS 6 4 2	
-	Ausgestaltung des Kostenmanagements				Kontaktzeit 90 h	Selbststudium 210 h	
-	Anwendung des Kostenmanagements						
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen						
	2.1 Fachkompetenz 2.1.1. Wissen <p>Die Studierenden erkennen, dass Kostenmanagement auf die aktive und bewusste Gestaltung der Kosten- und Leistungsbeziehungen eines Unternehmens ausgerichtet ist. Sie sind sich dessen bewusst, dass das Kostenmanagement zentral in die Unternehmenssteuerung eingebunden ist. Des Weiteren können sie sowohl Verfahren eines Kostenmanagements, die einer führungsorientierten Kostenrechnung entstammen, als auch Aktivitäten eines Kostenmanagements, die aus strategischen Verhaltensmustern erwachsen, unterscheiden, einordnen, analysieren und beurteilen.</p> 2.1.2. Fertigkeiten <p>Aus dem Verstehen der Zusammenhänge des Kostenmanagements entwickeln die Studierenden die Fähigkeit und die Fertigkeiten, Instrumente des Kostenmanagement sach- und fachgerecht einzusetzen und diese IT-gestützt umzusetzen. Insbesondere sind sie imstande, Rechnungen zur Unterstützung des Kostenmanagements kostenrechnungsgeneriert durchzuführen, z. B. eine differenzierte Kostenstellenkostenplanung, eine Bezugsgrößenkalkulation für Produkte, Deckungsbeitragsabweichungen und deren Zerlegung, Prozesskosten und Prozesskostensätze. Überdies können sie zudem strategisch orientierte Verfahren zum Kostenmanagement, z. B. Kostenbenchmarking, Anreizgestaltung durch Verrechnungspreise, erläutern und auf die Unternehmenssituation anpassen.</p> 2.2 Personale Kompetenzen 2.2.1 Sozialkompetenz <p>Die Studierenden entwickeln Teamkompetenzen, die durch Fallstudien inkl. Präsentationsaufgaben unterstützt werden.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können Aufgaben zielorientiert koordinieren und bearbeiten. • Sie können ergebnisorientiert in der Gruppe kommunizieren und sich für Themen begeistern, wodurch sich die Teammitglieder intrinsisch motivieren. • Sie können die Teamergebnisse in einem komplexen und anspruchsvollen Umfeld präsentieren, eigene Standpunkte vertreten und in verschiedenen Stakeholderperspektiven argumentieren. Dabei kommunizieren Sie fachlich fundiert, ggü. der Zielgruppe überzeugend und sind zugleich empathisch. 2.2.2 Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können entsprechend ihrer persönlichen Fähigkeiten sich ein Thema selbstständig erschließen und in praktikable Arbeitsaufgaben strukturieren. Durch die eigenständige Herangehensweise bilden sie bewusste Schwerpunkte, die ihren Neigungen entsprechen, für die sie sich motivieren und eine Haltung einnehmen. • Sie haben die Fähigkeit wirtschaftliche Zusammenhänge verschiedener Fach-funktionen in der Verbindung zu Kostenmanagement- und Controllingaufgaben dezentral und zentral zu verstehen. 						

	<ul style="list-style-type: none">• Sie sind in der Lage eigene Standpunkte und Haltungen ggü. bestehenden Theorien, Modellen und Erfahrungen abzuleiten und in kritischen Diskussion zu verteidigen.
3	Inhalte <p>Das Modul Internes Rechnungswesen / Kostenmanagement besteht aus zwei Teilen: einer seminaristischen Veranstaltung mit vier SWS und einer softwaregestützten Übungsveranstaltung mit zwei SWS.</p> <p>a. Ausgestaltung des Kostenmanagements (4 SWS)</p> <ul style="list-style-type: none">• Grundaussagen zum Kostenmanagement• Gemeinkosten- und Fixkostenmanagement• Prozesskostenmanagement• Prozesskostenmanagement• Projektkostenmanagement• Produktkostenmanagement <p>b. Anwendung des Kostenmanagements (2 SWS)</p> <p>Gestaltung einer Kostenrechnung und Deckungsbeitragskalkulation in DATEV, die im Rahmen eines monatlich bearbeiteten Buchhaltungsmandats erfolgt. Auf der Grundlage von Übungen werden die Schritte zum Aufbau einer Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung herangezogen. Die Individualisierung verschiedener Kalkulationsstrukturen, Umlagen, Kostenverrechnungen sowie die Ermittlung von Kennzahlen nimmt einen wichtigen Stellenwert ein. In Summe werden Auswertungen für das gesamte Unternehmen, für Filialverantwortliche sowie eine Produktkostenrechnung für verschiedene Schulungen und Seminare erstellt, die graphisch aufbereitet werden kann.</p>
4	Lehrformen <p>a. Ausgestaltung des Kostenmanagement (SV mit 4 SWS)</p> <p>Seminaristische Lehrveranstaltung unter interaktiver Einbeziehung der Studierenden. Entwicklung von theoretisch-pragmatischen Kostenmanagementinhalten mit integrierten Übungsaufgaben und begleitenden anwendungsbezogenen Fallstudien im Selbststudium. Durcharbeiten von ergänzenden Literaturstellen als Teil des Selbststudiums.</p> <p>b. Umsetzung des Kostenmanagement (Ü mit 2 SWS)</p> <p>IT-Seminar: Kostenmanagement mit DATEV anhand von Kurzvorträgen und eines Musterfalls mit Aufgabenset, der in einer DATEV-Schulungsumgebung erarbeitet wird.</p>
5	Teilnahmevoraussetzungen <p>Formal: Die Module Rechnungswesen I und II müssen bestanden sein Inhaltlich: keine</p>
6	Prüfungsformen <p>-Klausur (66,7%), 90 Min. sowie -Semesterbegleitleistung (33,3%) Hausarbeit 10 Seiten und Referat 15 Min.</p>
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten <p>Bestandene Modulklausur sowie erfolgreicher Abschluss der Übung.</p>
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) <p>-</p>
9	Stellenwert der Note für die Endnote <p>4,5 % (10/177) x 0,8</p>
10	Modulbeauftragte/r <p>Prof. Dr. Marco Boehle</p>

Lehrende/r

siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im [Studienportal](#) der Fachhochschule Dortmund

11 Literatur

Coenenberg, A.G.; Fischer, T. M.; Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, aktuelle Auflage, Stuttgart

Fischer, T.; Möller, K.; Schutze, W.: Controlling - Grundlagen, Instrumente und Entwicklungsperspektiven, aktuelle Auflage, Stuttgart

Franz, K.-P.; Kajüter, P. (Hrsg.): Kostenmanagement. Wertsteigerung durch systematische Kostensteuerung, aktuelle Auflage, Stuttgart

Friedl, B.: Kostenmanagement, aktuelle Auflage Stuttgart

Haberstock, L.: Kostenrechnung II. (Grenz-)Plankostenrechnung mit Fragen, Aufgaben und Lösungen. Bearbeitet von Volker Breithecker, aktuelle Auflage, Berlin

Hölzlwimmer, A.; Hahn, A. (2016): Produktkosten-Controlling mit SAP, aktuelle Auflage, Bonn

Kajüter, P.: Proaktives Kostenmanagement. Konzeption und Realprofile, aktuelle Auflage, Wiesbaden

Weber, Jürgen; Schäfer, Utz: Einführung in das Controlling, aktuelle Auflage, Stuttgart

Nummer							
90711		Internationale Rechnungslegung					
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS		
deutsch	ein Semester	4.-7. Semester	Findet nur im Wintersemester statt	Wahlpflichtfach	10		
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße	Workload		
				25	Kontaktzeit 90 h	Selbststudium 210 h	SWS
-	Internationale Rechnungslegung		seminaristische Veranstaltung				2
-	Besondere Probleme der Rechnungslegung nach IFRS (IFRS 3)		seminaristische Veranstaltung				2
-	Planspiel Audit GO		Übung				2
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen						
	2.1 Fachkompetenz						
	2.1.1. Wissen						
	Die Studierenden kennen die wesentlichen Inhalte der Rechnungslegung nach IFRS und die Unterschiede zu einer Rechnungslegung nach HGB. Sie kennen die beteiligten Organisationen und die historische Entwicklung. Sie besitzen ein Verständnis für den Einfluss der jeweiligen Rechnungslegungsnormen auf die Darstellung der wirtschaftlichen Lage eines Unternehmens. Die Studierenden kennen die Anforderungen internationaler Kapitalmärkte an die Unternehmenspublizität und aktuell diskutierte Fachthemen. Sie können diese in den Status-Quo der Internationalen Rechnungslegung einordnen.						
	2.1.2. Fertigkeiten						
	Die Studierenden können grundlegende und anspruchsvolle Probleme einer Rechnungslegung nach IFRS identifizieren. Sie können Lösungen anhand eines Originalstandards unter Anleitung entwickeln. Die Studierenden sind fähig, die Auswirkungen unterschiedlicher Bilanzansätze bei betrieblichen Sachverhalten – basierend auf IFRS sowie der Nutzung bilanzpolitischer Gestaltungsmöglichkeiten – zu ermitteln und zu deuten. Die Studierenden können einen Sachverhalt anhand von Fachliteratur selbstständig erarbeiten und sowohl schriftlich als auch in einer Präsentation in angemessener Form darstellen und erläutern.						
	2.2 Personale Kompetenzen						
	2.2.1 Sozialkompetenz						
	Die Studierenden sind fähig, bei der Diskussion bilanzpolitischer Sachverhalte und Fragestellungen der internationalen Rechnungslegung gegenüber Diskussionsteilnehmern überzeugend zu argumentieren. Dabei können Sie die Motivation von Entscheidungsträgern berücksichtigen, annehmen und einordnen.						
	2.2.2 Selbstständigkeit						
	Die Studierenden können zur Beantwortung von Fragestellungen der Internationalen Rechnungslegung selbstständig geeignete Quellen auswählen und anwenden.						
3	Inhalte						
	<ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung internationaler Rechnungslegung für die Rechnungslegung in Deutschland • Organisation des IASB und des Due Process • Framework des IASB • Ausgewählte Fragen der Rechnungslegung nach IAS/IFRS <ul style="list-style-type: none"> • Gliederung von Bilanz und GuV • Immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens • Sachanlagen 						

	<ul style="list-style-type: none"> • Vorräte • Ertragsrealisierung • Finanzinstrumente • Leasing • Rückstellungen und Eventualverbindlichkeiten • Währungsumrechnung • Unternehmenssteuerung mit und Publizitätserfordernisse der IFRS
4	Lehrformen seminaristischer Unterricht, Übung
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Das Modul Rechnungswesen I muss bestanden sein. Inhaltlich: Die Module Grundzüge Investition, Finanzierung und Steuern, Investition und Finanzierung und Steuern sowie Rechnungswesen II sollten absolviert sein.
6	Prüfungsformen <ul style="list-style-type: none"> • Semesterbegleitleistung Klausur (35 %), 45 Min. sowie • Klausur (65 %), 90 Min.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur und bestandene Hausarbeit einschl. Vortrag / Präsentation
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote 4,5 % (10/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Marco Boehle Prof. Dr. Felix Wenger Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Baetge/Kirsch/Thiele (2012): Bilanzen, 12. Auflage, Düsseldorf 2012. Buchholz (2014), Internationale Rechnungslegung, 11. Aufl., Berlin 2014. Coenenberg/Haller/Schultze (2012): Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 22. Auflage, Stuttgart 2012. Heuser/Theile (2009), IFRS Handbuch, 4. Aufl., Köln 2009. Kirsch (2013), Einführung in die internationale Rechnungslegung nach IFRS, 9. Aufl., Herne 2013. Pellens/Fülbier/Gassen/Sellhorn (2014), Internationale Rechnungslegung, 9. Aufl., Stuttgart 2014. Ruhnke/Simons (2018): Rechnungslegung nach IFRS und HGB, 4. Auflage, Stuttgart 2018.

Nummer								
90712		Konzernabschluss und JA-Analyse						
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS			
deutsch	ein Semester	4.-7. Semester	Findet nur im Wintersemester statt	Wahlpflichtfach	10			
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße	Workload			
-	Konzernabschluss und JA-Analyse		seminaristische Veranstaltung Übung	45	Kontaktzeit	Selbststudium		
-	Übung Konzernabschluss und JA-Analyse				90 h	210 h		
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen					SWS		
	2.1 Fachkompetenz 2.1.1. Wissen Die Studierenden kennen die Grundlagen der Konzernrechnungslegung nach HGB und nach IFRS. Den Studierenden ist das grundlegende Instrumentarium einer Jahresabschluss-analyse bekannt.					6		
	2.1.2. Fertigkeiten Die Studierenden können grundsätzlich einen einfachen Konzernabschluss erstellen. Sie sind in der Lage, selbstständig eine differenzierte Unternehmensanalyse durchzuführen. Die Studierenden sind zudem in der Lage, das Ergebnis ihrer Analyse schriftlich und in Form einer Präsentation darzustellen.					4		
	2.2 Personale Kompetenzen 2.2.1 Sozialkompetenz Die Studierenden sind im Umgang mit verschiedenen Informationsquellen sowie deren kritischer und zielbezogener Auswertung geschult. Sie können ihre Schlussfolgerungen kommunizieren und differenziert begründen. Innerhalb einer Gruppe können sie ihre Einschätzungen differenziert vortragen und divergierende Aspekte reflektieren. Die in der Gruppe erarbeiteten Ergebnisse können sie hinsichtlich der einzelnen Analyseschritte und unter Beachtung der Wesentlichkeit sowie der Grenzen der eigenen Erkenntnisse professionell vortragen.					2		
	2.2.2 Selbstständigkeit Die Studierenden lernen erworbene Konzepte auch auf neue Problemstellungen anzuwenden und eigenständig zu lösen. Zudem sind sie im eigenverantwortlichen Umgang mit unterschiedlichen, teilweise auch widersprüchlichen Informationen geübt. Die begrenzte Aussagekraft von Jahresabschlussinformationen können sie unabhängig beurteilen.							
3	Inhalte							
	Konzernrechnungslegung: <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen • Währungsumrechnung • Vollkonsolidierung <ul style="list-style-type: none"> • Kapitalkonsolidierung • Schuldenkonsolidierung • Zwischenergebniseliminierung • Aufwands- und Ertragskonsolidierung • Latente Steuern • Equity-Bewertung 							
	Jahresabschlussanalyse: <ul style="list-style-type: none"> • Ziele und Grenzen der Jahresabschlussanalyse 							

	<ul style="list-style-type: none">• Analyse der Rahmenbedingungen und der Jahresabschlussspolitik• Kennzahlenanalyse<ul style="list-style-type: none">• Finanzwirtschaftliche Jahresabschlussanalyse• Erfolgswirtschaftliche Jahresabschlussanalyse• Potenzialanalyse• Ansätze zur Verdichtung von Kennzahlen• Weitere Analyseschritte<ul style="list-style-type: none">• Schwachstellenanalyse• Analyse der eingesetzten wertorientierten Steuerungskonzepte
4	Lehrformen seminaristischer Unterricht, Übung
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Modul Rechnungswesen I muss bestanden sein. Inhaltlich: Modul Rechnungswesen II sollte absolviert sein.
6	Prüfungsformen Modulklausur (70 %) (90 Min.) sowie Durchführung einer Unternehmensanalyse einschl. Präsentation (30 Min.) und Hausarbeit (30 %)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur sowie aussagekräftige Unternehmensanalyse einschl. Präsentation
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote 4,5 % (10/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Karin Breidenbach Prof. Dr. Martin Kißler Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Baetge, J.; Kirsch, H.-J.; Thiele, S.: Konzernbilanzen, 12. Aufl., Düsseldorf (IDW)2017 Busse von Colbe, W.; Ordelheide, D.; Gebhardt, G.; Pellens, B.: Konzernabschlüsse, 9. Aufl., Wiesbaden (Gabler)2010 Gräfer, H.: Bilanzanalyse, 10. Aufl., Herne (nwb)2008 Gräfer, H. / Scheld G. A. (2016): Grundzüge der Konzernrechnungslegung, 13. Auflage, Berlin (Erich Schmidt Verlag) Heesen, Bernd; Gruber, Wolfgang (2016): Bilanzanalyse und Kennzahlen, 5. Auflage, Wiesbaden (SpringerGabler Verlag) Küting, K. / Weber C.-W. (2012) : Der Konzernabschluss, 13. Auflage, Stuttgart (Schäffer-Poeschel)

Nummer								
90731		Strategisches Marketingmanagement						
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS			
deutsch	ein Semester	4.-7. Semester	Findet in jedem Semester statt	Wahlpflichtfach	10			
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße	Workload			
-	Strategisches Marketingmanagement		seminaristische Veranstaltung Übung	45	Kontaktzeit	Selbststudium		
-	Strategisches Marketingmanagement Übung				90 h	210 h		
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen					SWS		
	2.1 Fachkompetenz 2.1.1. Wissen <p>Die Studierenden erweitern ihre im Modul „Marketing“ erworbenen Grundkenntnisse um die spezifischen Aufgabenbereiche des Strategischen Marketings. Studierende kennen die Ziele, Marktstrategien, Methoden und Implementierungsprozesse der strategischen Marketing-konzeption. Sie können strategische Entscheidungsprobleme erfassen, strukturieren, analysieren und erklären. Sie können zielaquare Marketingstrategien formulieren, bewerten, selektieren und implementieren. Sie verstehen das strategische Marktverhalten von Unternehmen im Kontext aktueller Entwicklungen von Absatzmärkten.</p> 2.1.2. Fertigkeiten <p>Studierende sind befähigt, die zahlreichen qualitativen und quantitativen Techniken der strategischen Marketinganalyse, der Marketingprognose, der Marketingplanung sowie der Marketingkontrolle zu systematisieren, diese sachgerecht anzuwenden und durch den Einsatz von spezieller Software (Excel, SPSS, xlstat, Winstat) effizient zu unterstützen. Sie sind ferner imstande, die relevanten Problemlösungstechniken funktionsübergreifender Module der Wirtschaftsstatistik, der Unternehmensführung und des Rechnungswesens zu erfassen und in Entscheidungsprozessen des Marketings einzusetzen.</p>					6		
	2.2 Personale Kompetenzen 2.2.1 Sozialkompetenz <p>In den vorlesungsbegleitenden Übungen erlangen Studierende die Fähigkeit, das erworbene Fachwissen auf spezifische Marketingprobleme zu übertragen, die erarbeiteten Lösungen vor der Gruppe der Kursteilnehmer zu präsentieren, die Lösungsschritte in einer strukturierten sowie stringenten Argumentation zu begründen und adäquat zu kommunizieren. Studierende bearbeiten ferner ausgewählte, aktuelle Fallstudien aus der Marketingpraxis in Teilnehmergruppen und vertiefen im Rahmen von Gruppendiskussionen und Ergebnispräsentationen, insbesondere ihre Kommunikations-, Kooperations-, Präsentations- und Rhetorikfähigkeiten. kommunikativen Fähigkeiten.</p>					4		
	2.2.2 Selbstständigkeit <p>Die Studierenden sind in der Lage, unter Zuhilfenahme von geeigneten Informationsquellen (z.B. Fachliteratur, Online-Recherchen in Experten-Portalen), selbstständig Kenntnisse, Fähigkeiten und Denkweisen zu erwerben und diese zur Lösung von Entscheidungsproblemen des strategischen Marketings einzusetzen. Das problemlösungsentdeckende Lernen fördert die kreative Vertiefung und Anwendung der Lerninhalte, die kursbegleitende Überprüfung des individuellen Lernfortschritts und vermittelt lernmotivierende Erfolgserlebnisse.</p>					2		
3	Inhalte							
	<p>Die Veranstaltung behandelt die zentralen Entscheidungstatbestände des Strategischen Marketings:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konzeptionelle Grundlagen des Strategischen Marketings (Entscheidungsfeld, Zielsystem, Managementprozess, Managementressourcen) 							

	<ul style="list-style-type: none">• Strategische Marktstrukturanalysen (Nachfrager-, Wettbewerber-, Handels-, Marktumweltstruktur, Einsatz von qualitativen und quantitativen Analysemethoden)• Strategische Marktreaktionsanalysen (Diagnose, theoretische Erklärungsansätze und statistische Wirkungsanalysen der Marktdynamik)• Marketingprognosen (lokale Zeitreihenverfahren, globale Zeitreihenmodelle, Saisonprognosen, Indikatormodelle, stochastische Prognoseverfahren)• Marktwahlstrategien (Auswahl, Bewertung, Erschließung nationaler /internationaler Absatzmärkte)• Marktdifferenzierungsstrategien (Abgrenzung, Bewertung, Bearbeitung von Käufersegmenten)• Wettbewerbsstrategien (Auswahl, Bewertung und Umsetzung marktorientierter Wettbewerbsvorteile)• Integriertes Marketing (Strategieprofile in speziellen Kontexten, z.B. in gesättigten Märkten)
4	Lehrformen Seminaristische Vorlesung (Skript), Übungen (verständnisorientierte Wiederholung, Vertiefung und Vernetzung des Lehrstoffes), Mini-Fallstudien (anwendungsorientierte Analyse aktueller Marketingkonzepte mittels multimedialer Recherchen seitens Studierender), mdl. und schriftl. Präsentation / Diskussion von Übungen/Fallstudien, Vortäge von Unternehmensrepräsentanten („Best Marketing Practices-Unternehmen“)
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Das Modul „Marketing“ muss bestanden sein Inhaltlich: Erfolgreiche Teilnahme an den Lehrveranstaltungen (Modulen) „Wirtschaftsstatistik I“ und „Wissenschaftliche Methoden“
6	Prüfungsformen Klausur (50%) (60 Min.) & Präsentationen max. 45 Minuten (50%) oder Klausur (50%) (60 Min.) & Hausarbeit, max. 20 Seiten (50%) Die Prüfungsform wird zu Beginn des Semesters bekannt gegeben.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur & bestandene Präsentationen bzw. Hausarbeit
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote 4,5 % (10/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Fabian Kubik Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Aaker/McLoughlin, 2007: Strategic Market Management Backhaus/Schneider, 2009: Strategisches Marketingmanagement, 2. Auflage Backhaus/Schneider, 2020: Strategisches Marketingmanagement, 3. Auflage Backhaus/Voeth, 2010: Industriegütermarketing, 9. Auflage

- Becker, 2020: Marketing-Konzeption, 11. Auflage
- Benkenstein/Uhrich, 2009: Strategisches Marketingmanagement. Ein wettbewerbsorientierter Ansatz, 3. Auflage
- Bruhn, 2019: Kommunikationspolitik, 9. Auflage
- Bruhn, 2020: Marketing, 14. Auflage
- Homburg, 2020a: Grundlagen des Marketingmanagements, 6. Auflage
- Homburg, 2020b: Marketingmanagement, 7. Auflage
- Kim/Mauborgne, 2016: Der Blaue Ozean als Strategie: Wie man neue Märkte schafft, wo es keine Konkurrenz gibt, 2. Auflage
- Meffert/Burmann/Kirchgeog/Eisenbeiß, 2020: Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 13. Auflage
- Palmatier/Sridhar, 2020: Marketing Strategy. Based on First Principles and Data Analytics.
- Porter, 1999: Wettbewerbsstrategie: Methoden zur Analyse von Branchen und Konkurrenten
- Porter, 2010: Wettbewerbsvorteile: Spitzenleistungen erreichen und behaupten, 7. Auflage
- Reichheld/Sasser, 1990: Zero Defections: Quality Comes to Services. Harvard Business Review, 68, 105-111
- Sattler/Völckner, 2007: Markenpolitik, 2. Auflage
- Schreyögg/Koch, 2020: Management. Grundlagen der Unternehmensführung, 8. Auflage
- Simon/Fassnacht, 2009: Preismanagement: Strategie – Analyse – Entscheidung – Umsetzung, 3. Auflage
- Steinmann/Schreyögg, 2005: Management. Grundlagen der Unternehmensführung, 6. Auflage
- Voeth/Herbst, 2013: Marketing-Management: Grundlagen, Konzeption und Umsetzung

Nummer								
90732		Operatives Marketingmanagement						
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS			
deutsch	ein Semester	4.-7. Semester	Findet in jedem Semester statt	Wahlpflichtfach	10			
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße	Workload			
-	Operatives Marketingmanagement		seminaristische Veranstaltung Übung	45	Kontaktzeit	Selbststudium		
-	Operatives Marketingmanagement Übung				90 h	210 h		
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen							
	2.1 Fachkompetenz 2.1.1. Wissen <p>Die Studierenden erweitern ihre im Modul Marketing erworbenen Grundkenntnisse um die spezifischen Aufgabenbereiche des Operativen Marketings. Studierende kennen die Ziele, Marktinstrumente, Methoden und Implementierungsprozesse der operativen Marketing-konzeption. Sie können operative Entscheidungsprobleme erfassen, strukturieren, analysieren und erklären. Sie können zieladäquate Marketinginstrumente formulieren, bewerten, selektieren und implementieren. Sie verstehen das operative Marktverhalten von Unternehmen im Kontext aktueller Entwicklungen von Absatzmärkten.</p> 2.1.2. Fertigkeiten <p>Studierende sind befähigt, die zahlreichen qualitativen und quantitativen Techniken zur Formulierung, Bewertung, Auswahl und Kontrolle von Marketinginstrumenten zu systematisieren, diese sachgerecht anzuwenden und durch den Einsatz von spezieller Software (Excel, SPSS, xlstat, Winstat) effizient zu unterstützen. Sie sind ferner imstande, die grundlegenden Problemlösungstechniken funktionsübergreifender Lehrveranstaltungen der Wirtschaftsstatistik, der Unternehmensführung und des Rechnungswesens zu erfassen und in Entscheidungsprozessen des operativen Marketings einzusetzen.</p> 2.2 Personale Kompetenzen 2.2.1 Sozialkompetenz <p>In den vorlesungsbegleitenden Übungen erlangen Studierende die Fähigkeit, das erworbene Fachwissen auf spezifische Marketingprobleme zu übertragen, die erarbeiteten Lösungen vor der Gruppe der Kursteilnehmer zu präsentieren, die Lösungsschritte in einer strukturierten sowie stringenten Argumentation zu begründen und adäquat zu kommunizieren. Studierende bearbeiten ferner ausgewählte, aktuelle Fallstudien aus der Marketingpraxis in Teilnehmer-gruppen und vertiefen im Rahmen von Gruppen-diskussionen und Ergebnispräsentationen, insbesondere ihre Kommunikations-, Kooperations-, Präsentations- und Rhetorikfähigkeiten.</p> 2.2.2 Selbstständigkeit <p>Die Studierenden sind in der Lage, unter Zuhilfenahme von geeigneten Informationsquellen (z.B. Fachliteratur, Online-Recherchen in Experten-Portalen), selbstständig Kenntnisse, Fähigkeiten und Denkweisen zu erwerben und diese zur Lösung von Entscheidungsproblemen des operativen Marketings einzusetzen. Das problemlösungsentdeckende Lernen fördert die kreative Vertiefung und Anwendung der Lerninhalte, die kursbegleitende Überprüfung des individuellen Lernfortschritts und vermittelt lernmotivierende Erfolgserlebnisse.</p>							
3	Inhalte							
	<p>Die Veranstaltung behandelt die zentralen Entscheidungstatbestände des Operativen Marketings:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konzeptionelle Grundlagen des Operativen Marketings (Zielsystem, Entscheidungsfeld, Managementprozess) 							

	<ul style="list-style-type: none">• Angebotspolitik (Angebotsziele, Produktpolitik, Servicepolitik, Programmpolitik, Angebotscontrolling)• Preispolitik (Preisziele, kostenorientierte Preispolitik, wettbewerbsorientierte Preismethodik, nachfrageorientierte Preisoptimierung, mehrdimensionale Preisentscheidungen, stochastische Preiskalküle, Preiscontrolling)• Distributionspolitik (Distributionsziele, Absatzkanalpolitik, Verkaufspolitik, Konditionenpolitik, Vertriebscontrolling)• Kommunikationspolitik (Kommunikationsziele, Werbebudgetierung, Kommunikationsinstrumente, Verfahren der Mediaselektion, Kommunikations-controlling)• Online-Marketing (Geschäftsmodelle, Online-Instrumente, Controlling des Markterfolgs)• Integriertes Marketing (Einsatz von Marketinginstrumenten in speziellen Kontexten, z.B. Marketing-Mix in gesättigten Märkten, Marketing-Mix des Customer Relationship Marketing)
4	Lehrformen Seminaristische Vorlesung (Skript), Übungen (verständnisorientierte Wiederholung, Vertiefung und Vernetzung des Lehrstoffes), Mini-Fallstudien (anwendungsorientierte Analyse aktueller Marketingkonzepte mittels multimedialer Recherchen seitens Studierender), mdl. und schriftl. Präsentation / Diskussion von Übungen/Fallstudien, Software-Anwendungen zur Bearbeitung von Übungen, Diskussion von Musterlösungen exemplarischer Marketing-klausuren, Vorträge von Unternehmensrepräsentanten („Best Marketing Practices-Unternehmen“)
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Prüfung in Modul Marketing muss bestanden sein. Inhaltlich: Erfolgreiche Teilnahme an den Lehrveranstaltungen (Modulen) „Wirtschaftsstatistik I“ und „Wissenschaftliche Methoden“.
6	Prüfungsformen Die Modulprüfung besteht aus mehreren Teilleistungen: <ul style="list-style-type: none">• Klausur (50%), 60 Minuten• Präsentation (50%), bis zu 20 Minuten oder <ul style="list-style-type: none">• Klausur (50%), 60 Minuten• Hausarbeit (50%), bis zu 15 Seiten Die Prüfungsform sowie der jeweils angepasste Umfang/Dauer werden zu Beginn des Semesters bekannt gegeben.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Prüfung
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote 4,5 % (10/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Lena Klimke Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund

11 Literatur

- Albers, S.; Krafft, M.: Vertriebsmanagement, Wiesbaden (Gabler) 2013
- Baumgarth, C.: Markenpolitik, 4. Aufl., Wiesbaden (Gabler) 2014
- Bruhn, M.: Kommunikationspolitik, 8. Aufl., München (Vahlen) 2015
- Bruhn, M.: Kundenorientierung 5. Aufl., München (Beck) 2016
- Bruhn, M.: Relationship Marketing, 5. Aufl., München (Vahlen) 2016
- Esch, F.: Strategie und Technik der Markenführung, 9. Aufl., München (Vahlen) 2017
- Haller, S.: Dienstleistungsmarketing, 7. Aufl., Wiesbaden (Gabler) 2017
- Heinemann, G.: Der neue Online-Handel, 8. Aufl., Wiesbaden (Gabler) 2017
- Herrmann, A.; Huber, F.: Produktmanagement, 3. Aufl., Wiesbaden (Gabler) 2013
- Homburg, Ch.: Marketingmanagement, 6. Aufl., Wiesbaden (Gabler) 2016
- Homburg, Ch.; Schäfer, H.; Schneider, J.: Sales Excellence, 8. Aufl.; Wiesbaden (Gabler) 2016
- Homburg, Ch., Wieseke, J. (Hrsg.): Handbuch Vertriebsmanagement, Wiesbaden (Gabler) 2011
- Kollmann, T.: Online-Marketing, 2. Aufl, Stuttgart (Kohlhammer) 2013
- Kreutzer, R.: Online-Marketing, Wiesbaden (Springer) 2016
- Kühnapfel, J.: Vertriebscontrolling, Wiesbaden (Gabler) 2013
- Kürbler, P.; Peters, H.: Operatives Marekting, Köln (Kohlhammer) 2015
- Link, J.; Weiser, C.: Marketing-Controlling, 2. Aufl.; München (Vahlen) 2011
- Meffert, H.; Burmann, C.; Kirchgeorg, M.: Marketing, 11 Aufl., Wiesbaden (Gabler) 2012
- Meffert, H.; Burmann, C.; Kirchgeorg, M.: Markenmanagement, 2. Aufl., Wiesbaden (Gabler) 2013
- Meffert, H.; Bruhn, M.; Hadwich, K.: Dienstleistungsmarketing, 8. Aufl.; Wiesbaden (Gabler) 2015
- Meffert, T.: Strategisches Preismanagement, Schriftenreihe zum Markt-Management, hrsg. von W. Müller, Frankfurt/M. (Peter Lang) 2009
- Pechtl, H.: Preispolitik, 2. Aufl., Konstanz (UTB) 2014
- Scharf, A.; Schubert, B.; Hehn, P.: Marketing, 6. Aufl., Stuttgart (Schäffer-Poeschel) 2015
- Schweiger, G., Schrottenecker, G.: Werbung, 9. Aufl., Stuttgart (UTB) 2016
- Simon, H.; Fassnacht, M.: Preismanagement, 4. Aufl., Wiesbaden (Gabler) 2016
- Trommsdorf, V., Steinhoff, E.: Innovationsmarketing, 2. Aufl.; Müchnen (Vahlen), 2013
- Vahs, D.; Brem, A.: Innovationsmanagement, 5. Aufl.; Stuttgart (Schäffer-Poeschel) 2015
- Voeth, M.; Herbst, U.: Marketing-Management, Stuttgart (Schäffer-Poeschel) 2013
- Winkelmann, P.: Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung, 5. Aufl., München (Vahlen) 2012
- Wirtz, B.: Multi-Channel-Marketing, 2. Aufl.; Wiesbaden (Gabler) 2013

Zentes, J.; Swoboda, B.; Morschett, D.; Schramm-Klein, H. (Hrsg.): Handbuch Handel, 2. Aufl.; Wiesbaden (Gabler) 2013

Nummer												
Sprache deutsch		Dauer ein Semester	Studiensemester 4.-7. Semester	Häufigkeit des Angebots Findet in jedem Semester statt	Art des Moduls Wahlpflichtfach	ECTS 10						
1 Veranstaltungen				Veranstaltungsart seminaristische Veranstaltung Übung	geplante Gruppen- größe 45	Workload		SWS 6				
- Unternehmensführung / Strategisches Management						Kontakt- zeit 90 h	Selbst- studium 210 h					
- Unternehmensführung / Strategisches Management Übung								4				
2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen								2				
2.1 Fachkompetenz												
2.1.1. Wissen												
Die Studierenden verfügen über ein erweitertes konzeptionelles Verständnis des strategischen Managements. Sie sind in der Lage, die Wirkungszusammenhänge von Märkten und Unternehmen zu erkennen und daraus Maßnahmen zur Sicherung des langfristigen Unternehmenserfolges (Strategien) abzuleiten. Die Studierenden können die unterschiedlichen Ebenen von Strategien darlegen und mit Blick auf die Praxis erkennen sowie Entscheidungsprozesse zur Strategiefindung in Unternehmen ableiten. Sie schulen ihr analytisches Denkvermögen, üben wirtschaftliches Denken und Handeln, vertiefen ihre Fähigkeit zur Komplexitätsreduktion und zur Entwicklung von Ursache-Wirkungs-Beziehungen, erarbeiten Handlungsalternativen und thematisieren deren Evaluation in Problemsituationen. Trainiert wird damit die Fähigkeit zum Theorie-Praxis-Transfer.												
Die Studierenden verstehen die Komplexität sich ändernder Märkte, erkennen die sich für Unternehmen daraus resultierenden Chancen und Bedrohungen und leiten Handlungsstrategien für die Unternehmen aus den unternehmenseigenen Stärken und Schwächen ab.												
2.1.2. Fertigkeiten												
Die Studierenden setzen betriebswirtschaftliche Instrumente und Techniken ein, um Unternehmensgesamt- und Geschäftsbereichsstrategien zu entwickeln, zu formulieren und umzusetzen. Sie verstehen umfassende Planungs- und Steuerungssysteme zur Unternehmensführung und sind in der Lage, einen koordinierten Unternehmensgesamtplan in komplexen Entscheidungssituationen zu entwickeln.												
2.2 Personale Kompetenzen												
2.2.1 Sozialkompetenz												
Die Studierenden können unterschiedliche betriebliche Perspektiven einander gegenüberstellen, Zielkonflikte betrieblicher Funktionen erkennen und strategische Lösungsoptionen erarbeiten. Sie können die erarbeiteten komplexen strategischen Probleme und Lösungen gegenüber Fachleuten argumentativ vertreten und mit ihnen weiterentwickeln.												
2.2.2 Selbstständigkeit												
Die Studierenden können sich in der internationalen und globalen Vernetzung der Märkte, Konsumenten und Unternehmen fachlich adäquat in Strategie- und Wertediskussionen positionieren. Die Studierenden sind in der Lage, adäquate Strategiekonzeptionen für spezifische Unternehmenssituationen im Sinne des Konfigurationsansatzes zu entwickeln.												
3 Inhalte												
Die Lehrveranstaltung verfolgt auf Basis der vermittelten grundlegenden betriebswirtschaftlichen Inhalte zum Strategischen Management das Ziel, zunächst das Managementhandeln unter strategischem Aspekt vertieft theoretisch zu durchdringen und auf dieser Basis sowohl Geschäftsführungs-												

(i.S.v. Top Management-) Aufgaben als auch besondere Führungssituationen zu erschließen. Der Lehrstoff reicht von

- der ethikgeleiteten Konzeption und Implementierung einer angemessenen Unternehmensverfassung,
- der Kodifizierung eines Leitbilds und einer Führungskonzeption und deren Umsetzung in die Praxis über
- die Quantifizierung und Optimierung der nachhaltigen Wertschaffung als übergeordnetem Leitmotiv des Führungshandelns und
- die Auswahl und Ausgestaltung unternehmensspezifischer Wachstumsstrategien weiter über
- die jedenfalls im Organisationsmodell der AG gesetzlich zugewiesenen Geschäftsführungsauflagen bis
- zur Schaffung eines Governance-Systems und eines Risikomanagementsystems einschl. eines funktionsfähigen internen Überwachungssystems zur Sicherstellung der Compliance.

Darüber hinaus kommt externen Wachstumsstrategien im Rahmen der Unternehmensplanung eine immer bedeutendere Rolle in der Praxis zu. Daher werden Grundsätze, Theorien, Konzepte und Anwendungsfragen der Unternehmensbewertung, Unternehmenskäufe wie -verkäufe (u. a. M&A-Strategien, Portfoliomanagement, Restrukturierung) ebenfalls einführend behandelt.

Im Ergebnis sollen die Studierenden modernes Führungshandeln in allen praxisrelevanten Facetten entsprechend dem aktuellen wissenschaftlichen Forschungsstand vermittelt bekommen

4 Lehrformen

seminaristischer Unterricht, Projekt- und Gruppenarbeiten, Planspiel situationsabhängig bei Bedarf

5 Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Die Module Einführung in die Wirtschaftswissenschaften, Personal und Organisation, Supply Chain Management, Marketing, Rechnungswesen I und II, Investition und Finanzierung müssen bestanden sein.

Inhaltlich: Die Module Managementprojekte und Unternehmensführung und Simulation sollten bestanden sein

6 Prüfungsformen

Option 1:

30 % Gruppenarbeit (Hausarbeit und/oder Präsentation) semesterbegleitend
70 % schriftliche Prüfung (60-120 Min.)

oder

Option 2:

100 % Seminararbeit semesterbegleitend

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene schriftliche Prüfung und erfolgreiche Gruppenarbeit (s.o.)

8 Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)

-

9 Stellenwert der Note für die Endnote

4,5 % (10/177) x 0,8

10 Modulbeauftragte/r

Prof. Dr. Jan-Philipp Büchler

Lehrende/r

	<p>siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im Studienportal der Fachhochschule Dortmund</p>
11	<p>Literatur</p> <p>Büchler, J.-P.: Strategie entwickeln, umsetzen, optimieren, Hallbergmoos 2014</p> <p>Büchler, J.-P.: Business Wargaming für Mergers & Acquisitions: Systematischer Einsatz im Strategie- und Akquisitionsprozess, Wiesbaden, 2017</p> <p>Büchler, J.-P.: Fallstudienkompendium Hidden Champions – Innovationen für den Weltmarkt, Wiesbaden, 2017</p> <p>Camphausen, B.: Strategisches Management, 3. Auflage, Oldenbourg 2013</p> <p>Dillerup, R.; Stoi, R.: Unternehmensführung, 4. Auflage, München 2016.</p> <p>Feix, T.; Büchler, J.-P.; Straub, T.: Mergers & Acquisitions: Erfolgsfaktoren für mittelständische Unternehmen, Freiburg i.Br., 2017</p> <p>Hungenberg, H.: Strategisches Management in Unternehmen: Ziele – Prozesse- Verfahren, 8. Auflage, Wiesbaden 2014</p> <p>Jung, R.; Heinzen, M.; Quarg, S.: Allgemeine Managementlehre, 7. Auflage, Berlin 2018</p> <p>Macharzina, K.; Wolf, J.: Unternehmensführung – Das internationale Managementwissen, 9. Auflage, Wiesbaden 2015</p> <p>Müller-Stewens, G.; Lechner, C.: Strategisches Management - Wie strategische Initiativen zum Wandel führen, 5. Auflage, Stuttgart 2016</p>

Nummer								
90742		Human Resource Management						
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS			
deutsch	ein Semester	4.-7. Semester	Findet in jedem Semester statt	Wahlpflichtfach	10			
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße	Workload			
-	Human Resource Management		seminaristische Veranstaltung Übung	45	Kontaktzeit 90 h	Selbststudium 210 h		
-	Human Resource Management Übung							
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen							
	2.1 Fachkompetenz 2.1.1. Wissen <p>Die Studierenden kennen die relevanten Rahmenbedingungen und die aktuellen internen und externen praxisnahen Herausforderungen und Zielsetzungen im HRM. Die in der Praxis verbreiteten Lösungskonzepte zu personalwirtschaftlichen Kernaufgaben sind in ihren Grundzügen bekannt. Verfahrensschritte der personalwirtschaftlichen Querschnittsfunktionen zur Sicherung einer effizienten Personalarbeit können in ihrem Beitrag zur Steuerung von HRM zielsicher eingeschätzt und beurteilt werden. Die Kenntnisse für eine integrative Anwendung personalwirtschaftlicher Einzelmaßnahmen zwecks Umsetzung personalwirtschaftlicher Programme im betriebswirtschaftlichen Kontext sind vorhanden. Für die Praxis relevante ethische Fragen der Personalarbeit können differenziert berücksichtigt werden.</p> 2.1.2. Fertigkeiten <p>Die Studierenden können die praxisnahen Kernaufgaben des HRM konzeptionell und prozessbezogen begleiten. Mikropolitische Strategien zum Management arbeitspolitischer Beziehungen können reflektiert, handlungsorientiert eingeordnet und teilweise mitgestaltet werden. Sie können darüber hinaus unternehmensangepasste Optionen zur Organisation der Personalarbeit mit entwickeln, die Ausbildung strategischer Personalkonzepte begleiten, wichtige Instrumente des angewandten Personalcontrollings konzipieren und einsetzen und den Aufbau eines personalwirtschaftlichen Anreizsystems in allen relevanten Phasen unterstützen.</p> 2.2 Personale Kompetenzen 2.2.1 Sozialkompetenz <p>Die Studierenden sind in der Lage, komplexe personalwirtschaftliche Praxisthemen im betriebswirtschaftlichen Zusammenhang zu bearbeiten und zu beurteilen. Sie können gegenüber Fachexperten geeignete Lösungen argumentativ überzeugend vertreten und diskutieren. Sie entwickeln Teamkompetenzen, indem sie Teams in einer ergebnisorientierten Art führen und koordinieren.</p> 2.2.2 Selbstständigkeit <p>Im Zusammenhang mit ausgewählten Kernaufgaben wie Kompetenzmanagement und Entgeltgestaltung können die Studierenden selbstständig und situationsspezifisch Entwürfe und teilweise auch detailliertere Lösungen zu hier auftretenden praktischen Herausforderungen entwickeln und Implementationswege vorschlagen</p>							
3	Inhalte							
	<ul style="list-style-type: none"> • Praxisfälle der Personalarbeit im Kontext der aktuellen internen und externen Umwelt von HRM • Grundlagen und personalwirtschaftliche Strategien zur Nutzung arbeitspolitischer Beziehungen (Partizipation, Betriebsräte, Unternehmensmitbestimmung, Gewerkschaften und Tarifverträge) • Organisation der Personalarbeit • Grundlagen der strategischen und operativen Personalarbeit 							

	<ul style="list-style-type: none">• Angewandtes Personalcontrolling• Grundlagen der personalwirtschaftlichen Anreizgestaltung• Kompetenzmanagement/Talentmanagement (Maßnahmen, Inhalte, Planung und Durchführung)• Entgeltgestaltung (Arbeitsbewertung, variables Leistungsentgelt und materielle Beteiligung)• Aktuelle personalwirtschaftliche Programme zu ausgewählten Schwerpunkten (z. B. Internationales HRM, BGM, Diversity, Aging Workforce, Work Life Balance, Employer Branding usw.)
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht, Einzel-, Partner- und Gruppenarbeiten, Selbststudium
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Das Modul Personal und Organisation muss bestanden sein. Inhaltlich: Die Module Management Projects und Business Skills and Competencies I sollten absolviert sein
6	Prüfungsformen Klausur 100% (90 Min.)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur, bzw. bestandene studienbegleitende Prüfung und bestandene Modulklausur
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote 4,5 % (10/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Sabine Kiunke Prof. Dr. Claus Vormann Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Becker, M. (2013): Personalentwicklung. Bildung, Förderung und Organisationsentwicklung in Theorie und Praxis. 6. Aufl. Stuttgart: Schaeffer-Poeschel Berthel, J. / Becker, F. G. (2017): Personal-Management. Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit. Stuttgart: Schaeffer-Poeschel. Böhmer, N. / Schinnenburg, H. / Steinert, C. (2012): Fallstudien im Personalmanagement. Entscheidungen treffen, Konzepte entwickeln, Strategien aufbauen. München u.a.: Pearson. Holtbrügge, D. (2018): Personalmanagement. 7., überarb. und erw. Auflage. Berlin: Springer. Olfert, K. (2019): Personalwirtschaft. Kompendium. 17., akt. Auflage. Herne: NWB. Olfert, K. (2019): Personalwirtschaft. Kompakt-Training. 17., akt. Auflage. Herne: NWB. Rump, J. / Eilers, S. (2014): Lebensphasenorientierte Personalpolitik. Strategien, Konzepte und Praxisbeispiele zur Fachkräftesicherung. Heidelberg: Springer.

Fachhochschule Dortmund

University of Applied Sciences and Arts

Bachelor Betriebswirtschaft (7 Semester) 2018

Schwuchow, K. (2019): Internationales Personalmanagement. Freiburg, München, Stuttgart: Haufe.

Stock-Homburg, R. / Groß, M. (2019): Personalmanagement. Theorien – Konzepte – Instrumente. 4.,
vollständig überarb. und erw. Auflage. Wiesbaden: Springer.

Nummer								
90751		Beschaffung und Produktion						
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS			
deutsch	ein Semester	4.-7. Semester	Findet in jedem Semester statt	Wahlpflichtfach	10			
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße	Workload			
-	Beschaffungsmanagement		seminaristische Veranstaltung seminaristische Veranstaltung Übung	45	Kontaktzeit	Selbststudium		
-	Produktionsmanagement				90 h	210 h		
-	Seminar: Beschaffung und Produktion							
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen					SWS		
	a. Beschaffungsmanagement <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1 Wissen</p> <p>Die Studierenden sollen die grundlegenden Aufgaben und Werkzeuge des Beschaffungsmanagements kennenlernen und anwenden können.</p> <p>2.1.2 Fertigkeiten</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage die wichtigsten Ansätze und Strategien des modernen praxisorientierten Beschaffungsmanagements zu benennen, zu erläutern und eigenständig anzuwenden. Sie können Aufgaben und Ziele der strategischen und der operativen Beschaffung unterscheiden und den Zusammenhang zwischen beiden aufzeigen. Sie sind in der Lage Normstrategien für die Beschaffung von Materialien zu nennen, zu erläutern sowie anzuwenden. Die Studierenden können Sourcing Strategien unterscheiden und diese für Materialgruppen unter Berücksichtigung der jeweiligen Vor- und Nachteile anwenden. Die Studierenden werden befähigt ausgewählte Beschaffungswerkzeuge, wie beispielsweise das Lieferantenmanagement, zu erläutern, zu bewerten und eigenständig zu anzuwenden.</p> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <p>Die Studierenden lernen praxisorientierte Aufgaben und Fallstudien in Gruppen in einem vorgegebenen Zeitrahmen kooperativ zu bearbeiten und Entscheidungen zu treffen. Sie können die Ergebnisse der Gruppe vor dem Plenum präsentieren und ihre individuellen Lösungen darlegen und im Vergleich mit anderen Lösungen bewerten. Neben der Verteidigung der eigenen Ansichten und Lösungen entwickeln die Studierenden auch Empathie für konträre Standpunkte.</p> <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage eigenständig Übungsaufgaben (Reproduktion, Transfer, etc.) aus den Bereichen des Beschaffungsmanagements zu lösen. Sie können einerseits die theoretischen Inhalte anhand von praktischen Beispielen verdeutlichen. Andererseits können Sie für Aufgaben und Problemfälle aus der beruflichen Praxis eines Beschaffers aufgrund der theoretischen Fertigkeiten adäquate Lösungen finden und Handlungsempfehlungen ableiten.</p> <p>Der Vorlesungsinhalt wird durch Übungsaufgaben und Fallstudien, die im Selbststudium zu erarbeiten sind, ergänzt und vertieft. Im Weiteren sind themenspezifisch Informationen und Hintergründe selbstständig zu recherchieren.</p> <p>Die Studierenden können nach Abschluss eines Themas anhand von Lernkontrollen den eigenen Kenntnisstand reflektieren und mit den gesetzten Lernzielen vergleichen sowie ggf. notwendige Maßnahmen aktiv einleiten.</p>					6		

b. Produktionsmanagement

2.1 Fachkompetenz

2.1.1 Wissen

Die Studierenden kennen die grundlegenden Aufgaben, die im Rahmen des Produktionsmanagements zu lösen sind.

2.1.2 Fertigkeiten

Die Studierenden können verschiedene Aufgabenstellungen des operativen Produktionsmanagements mit konkretem Datenmaterial durch Berechnung bzw. Optimierung lösen. Sie sind in der Lage für unterschiedliche Organisationstypen der Produktion und verschiedene Fragestellungen das passende Verfahren zu erläutern. Darüber hinaus können die Studierenden Interdependenzen zwischen den verschiedenen Aufgaben des Produktionsmanagement erkennen und bewerten.

2.2 Personale Kompetenzen

2.2.1 Sozialkompetenz

Die Studierenden können in Kleingruppen praxisorientierte Aufgaben bearbeiten und die Ergebnisse in einem vorgegebenen Zeitrahmen herleiten und verteidigen.

2.2.2 Selbstständigkeit

Die Studierenden sind in der Lage eigenständig Übungsaufgaben im Bereich Produktionsmanagement zu lösen. Sie können einerseits Problemstellungen aus der Praxis analysieren, ein geeignetes Verfahren auswählen und anwenden sowie Handlungsempfehlungen herleiten. Andererseits können sie die theoretischen Inhalte anhand von praktischen Beispielen erläutern.

Der Vorlesungsinhalt wird durch Übungsaufgaben und Fallstudien, die im Selbststudium zu erarbeiten sind, ergänzt und vertieft.

c. Seminar

2.1 Fachkompetenz

2.1.1 Wissen

Die Studierenden entwickeln sich zu Experten eines Bausteines des Beschaffungs- oder Produktionsmanagements.

2.1.2 Fertigkeiten

Die Studierenden erarbeiten selbstständig ein ausgewähltes Thema entweder aus dem Themenfeld der Beschaffung oder der Produktion und vertiefen ihre Kenntnisse in einem Teilbereich.

2.2 Personale Kompetenzen

2.2.1 Sozialkompetenz

Die Studierenden sind in der Lage in einer Arbeitsgruppe in einem definierten Zeitrahmen eine wissenschaftliche Arbeit zu einem vorgegebenen Thema zu erstellen. Sie sind in der Lage ein Gesamtthema sinnvoll in Subthemen zu unterteilen. Hierbei lernen Sie sich sowohl kooperativ in die Gruppe einzubringen als auch die Abgrenzung des eigenen Anteils an der Gesamtarbeit. So werden die Studierenden befähigt in Abstimmung mit anderen Studierenden eine abgeschlossene und stimmige Gesamtarbeit zu erarbeiten.

2.2.2 Selbstständigkeit

Die Studierenden können eigenständig eine Fragestellung aus den oben genannten Themengebieten bearbeiten und diese in den Kontext einer Gesamtarbeit setzen.

Sie gewinnen Erfahrungen im wissenschaftlichen Arbeiten im Hinblick auf die Strukturierung eines Themas, die Literaturrecherche sowie die inhaltlichen und formalen Anforderungen an eine Hausarbeit.

3 Inhalte

a. Beschaffungsmanagement:

- Grundlagen Beschaffungsmanagement
 - Grundbegriffe, Ziele und Bedeutung der Beschaffung
 - Materialportfolio
- Beschaffungsrisiken

	<ul style="list-style-type: none">• Strategische Gestaltung der Beschaffung<ul style="list-style-type: none">• Entwicklung der Beschaffungsstrategie• Make-or-Buy Entscheidung• Sourcing-Strategien• Warenguppenstrategien• Beschaffungswerkzeuge<ul style="list-style-type: none">• Lieferantenmanagement• Bündelung• Standardisierung• Ausschreibungen
	<p>b. Produktionsmanagement</p> <ul style="list-style-type: none">• Einführung/Abgrenzung/Einordnung der Thematik• Aufgaben des Produktionsmanagements• Produktionsprogrammplanung• Mengenplanung (Materialbedarfsermittlung, Losgrößenoptimierung ...)• Termin- und Kapazitätsplanung• Einzelfertigung: Projektplanung• Serienfertigung: Scheduling• Massenfertigung: Fließbandabgleich/-layout• Produktionssteuerung und -kontrolle• Integration der Aufgaben
	<p>c. Seminar</p> <p>Aktuelle Themen aus den Bereichen:</p> <ul style="list-style-type: none">• Beschaffungsmanagement• Produktionsmanagement
4	<p>Lehrformen</p> <ul style="list-style-type: none">• Powerpoint-unterstützte dialogorientierte Veranstaltungen mit praktischen Beispielen• Begleitende Pflichtlektüre von angegebenen Quellen sowie selbständige Recherchen zu aktuellen Themen und praktischen Problemen bzw. Anwendungen Gruppenarbeit, moderierte Diskussion, „learning by doing“,• Selbständiges Erarbeiten eines Themas in Form einer Hausarbeit unter zeitlichen Restriktionen
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Modul Supply Chain Management muss bestanden sein.</p> <p>Inhaltlich: Module Mathematik, Statistik und Wirtschaftsinformatik I sollten absolviert sein.</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <ul style="list-style-type: none">• Semesterbegleitende Mitarbeit und Seminararbeit (Referat maximal 15 Minuten und/oder Hausarbeit maximal 3 Seiten) (38%)• Abschlussklausur (Modulklausur) (80 Minuten) (62%)
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur sowie erfolgreiche semesterbegleitende Seminarleistung</p>
8	<p>Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>-</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>4,5 % (10/177) x 0,8</p>

10	<p>Modulbeauftragte/r</p> <p>Prof. Dr. Anne Meinke Prof. Dr. Stephanie Thorn</p> <p>Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im Studienportal der Fachhochschule Dortmund</p>
11	<p>Literatur</p> <p>a. Beschaffungsmanagement</p> <p>Appelfeller, Wieland.; Buchholz, Wolfgang (2011): Supplier Relationship Management - Strategie, Organisation und IT des modernen Beschaffungsmanagements, 2. Auflage, Wiesbaden 2011</p> <p>Büscher, Mario: Praxishandbuch Strategischer Einkauf – Methoden, Verfahren, Arbeitsblätter für professionelles Beschaffungsmanagement, 3. Auflage, Wiesbaden 2013</p> <p>Weigel Ulrich, Rücker, Marco: Praxisguide Strategischer Einkauf – Know-how, Tools und Techniken für den globalen Beschaffer, 2. Auflage, Wiesbaden 2015</p> <p>b. Produktionsmanagement</p> <p>Corsten, Hans; Gössinger, Ralf (2016): Produktionswirtschaft: Einführung in das industrielle Produktionsmanagement, 14., überarb. und erw. Auflage, München 2016.</p> <p>Fandel, Günter; Fistek, Allegra; Stütz, Sebastian (2010): Produktionsmanagement, 2., überarb. und erw. Auflage, Heidelberg u.a. 2010.</p> <p>Steven, Marion (2014): Produktionsmanagement, Stuttgart 2014.</p>

Nummer												
Sprache deutsch		Dauer ein Semester	Studiensemester 4.-7. Semester	Häufigkeit des Angebots Findet nur im Wintersemester statt	Art des Moduls Wahlpflichtfach	ECTS 10						
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße 45	Workload Kontaktzeit 90 h Selbststudium 210 h	SWS 6						
-	Internationale Umsatzsteuer und AO		seminaristische Veranstaltung			2						
-	Steuerbilanzpolitik		seminaristische Veranstaltung			2						
-	IT-gestützte Steuerberatung		Übung			2						
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen											
<i>Wissen und Verstehen:</i> Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul sind die Studierenden in der Lage ...												
<ul style="list-style-type: none"> • Die Bedeutung verfahrensrechtlicher Vorschriften (insbesondere Fristen) für die Betriebsorganisation zu verstehen • Den Einfluss der Umsatzsteuern auf das unternehmerische Handeln zu erklären • Die monetären Folgen alternativer bilanzpolitischer Entscheidungen zu erkennen und darzustellen • Die DATEV-Software für Jahresabschlüsse und Steuererklärungen zu verstehen 												
<i>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:</i> Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul sind die Studierenden in der Lage ...												
<ul style="list-style-type: none"> • Umsatzsteuerliche Problemstellungen zu analysieren und Lösungsvorschläge zu entwickeln • Bilanzielle Handlungsalternativen unter Berücksichtigung steuerlicher Gesichtspunkte zu konzipieren • Jahresabschlüsse und Steuererklärungen mit Hilfe der DATEV-Software zu generieren 												
<i>Kommunikation und Kooperation:</i> Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul sind die Studierenden in der Lage ...												
<ul style="list-style-type: none"> • Arbeitsergebnisse zu steuerbilanziellen und umsatzsteuerlichen Fragestellungen zu präsentieren • verschiedene steuerliche Handlungsalternativen unter Nutzung von Fachtermini und Gesetzesstellen zu diskutieren und gegeneinander abzuwägen 												
<i>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:</i> Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul sind die Studierenden in der Lage ...												
<ul style="list-style-type: none"> • erworbene Konzepte auf neue Problemstellungen anzuwenden und diese eigenständig zu lösen • zu umsatzsteuerlichen und steuerbilanziellen Fragestellungen zu recherchieren und sich mit wissenschaftlichen Positionen auseinanderzusetzen 												
3	Inhalte											
<ul style="list-style-type: none"> • Ansatz- und Bewertungsvorschriften in der Handels- und Steuerbilanz • Gestaltungsmöglichkeiten in der Steuerbilanz • Grundzüge der Abgabenordnung • Internationale Umsatzsteuer (Steuerbarkeit, Steuerpflicht, Bemessungsgrundlage, Steuersatz, Rechnung und Vorsteuer, Unentgeltliche Wertabgaben, Erklärungspflichten) • Finanzbuchhaltung, Erstellung eines Jahresabschlusses incl. Berechnung der Steuerrückstellungen sowie Erstellung von praxisadäquaten Steuererklärungen am PC 												

4	Lehrformen Seminaristische Vorlesung und anwendungsorientierte Übungseinheiten
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Das Modul Steuern muss bestanden sein Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur (60%) (90 Min.) und semesterbegleitende Klausur (Datev-Führerschein) (40 %)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur und bestandene semesterbegleitende Leistung
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote 4,5 % (10/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Joachim Eggers Prof. Dr. Petra Oesterwinter Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Steuergesetze nach neuestem Rechtsstand Steuerrichtlinien nach neuestem Rechtsstand Wirtschaftsgesetze nach neuestem Rechtsstand Weitere und aktuelle Literaturhinweise erfolgen in der Veranstaltung

Nummer							
90762		Steuerplanung im Unternehmen					
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS		
deutsch	ein Semester	4.-7. Semester	Findet nur im Sommersemester statt	Wahlpflichtfach	10		
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße	Workload		
				45	Kontaktzeit 90 h	Selbststudium 210 h	SWS
-	Besteuerung der Gesellschaften		seminaristische Veranstaltung				6
-	Internationales Steuerrecht		seminaristische Veranstaltung				2
-	Besteuerung der Gesellschaften		Übung				2
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen						
	2.1 Fachkompetenz						
	2.1.1. Wissen						
	Die Studierenden verstehen die Gesamtzusammenhänge der Unternehmensbesteuerung über die steuerartenbezogene Betrachtung hinaus.						
	2.1.2. Fertigkeiten						
	Die Studierenden können den Einfluss der Besteuerung auf die unternehmerischen Funktionen und Entscheidungen erkennen und Gestaltungsansätze konzipieren (Steuerwirkungs- und Steuergestaltungslehre). Sie können entscheiden, ob und in welcher Weise die Besteuerung bei unternehmerischen Entscheidungen (z. B. bei der Rechtsformwahl) als Entscheidungsfaktor zu berücksichtigen ist.						
	2.2 Personale Kompetenzen						
	2.2.1 Sozialkompetenz						
	Bei der Vorstellung und Präsentation von in Einzel-, Partner- und Gruppenarbeit entwickelten Ergebnissen schärfen die Studierenden den Blick für wesentliche Zusammenhänge und üben sich in dem Erwerb einer sachlich fundierten Diskussionskultur.						
	2.2.2 Selbstständigkeit						
	Die Studierenden lernen erworbene Konzepte auch auf neue Problemstellungen anzuwenden und eigenständig zu lösen. Sie werden zudem in der Arbeit mit Gesetzestexten geschult.						
3	Inhalte						
	<ul style="list-style-type: none"> • Besteuerung von Personengesellschaften und Kapitalgesellschaften im Vergleich • Unternehmenskauf und -verkauf • Besteuerung gesellschaftsrechtlicher Mischformen • Besteuerung internationaler Sachverhalte • Aktuelle Fragen der Unternehmensbesteuerung 						
4	Lehrformen						
	Seminaristische Vorlesung und anwendungsorientierte Übungseinheiten, Seminar						
5	Teilnahmevoraussetzungen						
	Formal: Das Modul Steuern muss bestanden sein						
	Inhaltlich: keine						

6	Prüfungsformen Klausur (60%) (90 Min.) und Hausarbeit (40%)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur sowie semesterbegleitende Leistungen
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote 4,5 % (10/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Joachim Eggers Prof. Dr. Petra Oesterwinter Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Steuergesetze nach neuestem Rechtsstand Steuerrichtlinien nach neuestem Rechtsstand Wirtschaftsgesetze nach neuestem Rechtsstand Weitere und aktuelle Literaturhinweise erfolgen in der Veranstaltung

Nummer								
90780		Arbeitsrechtsmanagement						
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots		Art des Moduls	ECTS		
deutsch	ein Semester	4.-7. Semester	Findet nur im Wintersemester statt		Wahlpflichtfach	10		
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße	Workload			
-	Arbeitsrechtsmanagement		seminaristische Veranstaltung Übung	45	Kontaktzeit 90 h	Selbststudium 210 h		
-	Arbeitsrechtsmanagement Übung							
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen							
	2.1 Fachkompetenz 2.1.1. Wissen Das Recht stellt in der unternehmerischen Praxis ein strategisches Managementinstrument dar. Diesem Qualifikationsziel ist die Lehrveranstaltung verpflichtet. Die Studierenden vertiefen ihr Wissen im Individualarbeitsrecht und kennen das Betriebsverfassungsrecht sowie das Tarifvertragsrecht. Sie sind in der Lage, praxisrelevante arbeitsrechtliche Fragestellungen zu beantworten das Arbeitsrecht in der unternehmerischen Praxis anzuwenden.							
	2.1.2. Fertigkeiten Die Studierenden sind mit der juristischen Methodik vertraut.							
	2.2 Personale Kompetenzen 2.2.1 Sozialkompetenz Die Studierenden kennen die verschiedenen Formen der innerbetrieblichen und überbetrieblichen Interessenvertretung und deren Funktionen sowie Aufgaben. Sie sind in der Lage, mit diesen in Sachfragen zu kooperieren. Zudem wissen sie um die verschiedenen Möglichkeiten der Bewältigung von arbeitsrechtlichen Problemlagen und Konflikten.							
	2.2.2 Selbstständigkeit Die Studierenden sind in der Lage, arbeitsrechtliche Fragestellungen zu beantworten und gegebenenfalls erforderliche weitere Schritte einzuleiten.							
3	Inhalte							
	Betriebsverfassungs- und Tarifrecht (4 SWS): Struktur der Betriebsverfassung, Grundlagen des formellen Betriebsverfassungsrechts, Mitbestimmung des Betriebsrats und ihre Verbindung zum Individualarbeitsrecht, Grundlagen des Tarifrechts							
	Vertiefungsseminar Arbeitsrecht (2 SWS): Hausarbeit mit anschließender Präsentationen zu zentralen sowie aktuellen Themen des Arbeitsrechts.							
4	Lehrformen							
	Seminaristischer Unterricht, Projektarbeit mit anschließender Präsentation, Einzel- und Gruppenarbeit, Fallbearbeitung							
5	Teilnahmevoraussetzungen							
	Formal: Das Modul Vertragsrecht muss bestanden sein. Inhaltlich: keine							

6	Prüfungsformen Hausarbeit inkl. Präsentation (50%), Klausur (50%) (60 Min.)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Prüfungen
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote 4,52 % (10/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Dr. jur. Martin Wolmerath Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Senne; Arbeitsrecht. Das Arbeitsverhältnis in der betrieblichen Praxis, 9. Auflage, 2014 Däubler/Hjort/Schubert/Wolmerath (Hrsg.); Arbeitsrecht. Individualarbeitsrecht mit kollektivrechtlichen Bezügen; 4. Auflage, 2017 Düwell (Hrsg.); Betriebsverfassungsgesetz; 5. Auflage, 2018 Berg/Kocher/Schumann; Tarifvertragsgesetz und Arbeitskampfrecht; 6. Auflage 2018

Nummer							
90783		Marktwirtschaftliches Unternehmensumfeld					
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS		
deutsch	ein Semester	4.-7. Semester	Findet nur im Sommersemester statt	Wahlpflichtfach	10		
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße	Workload		
				45	Kontaktzeit 90 h	Selbststudium 210 h	SWS
-	Marktwirtschaft und Umweltökonomik		seminaristische Veranstaltung				6
-	Spieltheorie und Industrieökonomik		seminaristische Veranstaltung				2
-	Seminar Umwelt- und Industrieökonomik		Übung				2
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen						
	2.1 Fachkompetenz						
	2.1.1. Wissen						
	Nach erfolgreicher Teilnahme an den Modulveranstaltungen sind die Studierenden in der Lage:						
	Teil a. Marktwirtschaft und Umweltökonomik						
	Teil b. Wettbewerb und Industrieökonomik, Schwerpunkt: Spieltheorie						
	Wissen und Verstehen:						
	<ul style="list-style-type: none"> Grundlegende Instrumente zur Diskussion umweltpolitischer Fragestellungen widerzugeben. die aktuelle Lage zum Klimawandel und Klimaschutz mit Hilfe von wichtigen Kennzahlen zu charakterisieren Grundlegende Konzepte der Spieltheorie widerzugeben 						
	2.1.2. Fertigkeiten						
	Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:						
	<ul style="list-style-type: none"> ihr Wissen praktisch in Form von Übungsaufgaben anzuwenden, die mit Hilfe von Musterlösungen und gemeinsamen Übungen gelöst werden. Umweltpolitische Maßnahmen im Hinblick auf ihr Wirkungsweise zu untersuchen und Vor- und Nachteile gegenüberzustellen. Maßnahmen gegen den Klimawandel (als internationales Umweltproblem) mit Hilfe spieltheoretischer Ansätze analysieren. Spieltheoretische Konzepte nutzen, um das Verhalten von Unternehmen und Staaten zu analysieren. wissenschaftliche Papiere zu studieren und deren Ergebnisse zu interpretieren sowie ökonomische Implikation zu diskutieren. 						
	2.2 Personale Kompetenzen						
	2.2.1 Sozialkompetenz						
	Kommunikation und Kooperation:						
	<ul style="list-style-type: none"> Übungsaufgaben und umweltpolitische Diskussionen innerhalb eines Teams durch Kooperation zu lösen. die Ergebnisse vor einer Gruppe zu kommunizieren. wissenschaftliche Präsentationen in einer Gruppe zu erarbeiten und vorzustellen. 						
	2.2.2 Selbstständigkeit						
	<ul style="list-style-type: none"> Instrumente der Umweltpolitik und einfache Konzepte der Spieltheorie zur Strukturierung ökonomischer Fragestellungen anzuwenden. 						

	<ul style="list-style-type: none">• Die Bedeutung von umweltpolitischen Maßnahmen und Entwicklungen zu erfassen und für das individuelle betriebliche Umfeld zu interpretieren.• Konzepte der Spieltheorie und die Erkenntnisse insbesondere im Hinblick auf Verhandlungen zu nutzen• mit wissenschaftlicher Literatur zu arbeiten.
3	Inhalte Teil a. Marktwirtschaft und Umweltökonomik <ul style="list-style-type: none">• Marktversagen durch externe Effekte• Ziele und Instrumente der Umweltpolitik• Innovationen• Internationale Umweltprobleme• Der Klimawandel als globales Umweltproblem• Klimaverhandlungen• Empirische Projekte und aktuelle Fragestellungen Teil b. Wettbewerb und Industrieökonomik, Schwerpunkt: Spieltheorie <ul style="list-style-type: none">• Nicht-kooperative Spiele in strategischer Form• Individualistisch-kooperative Spiele und Verhandlungsspiele• Aktuelle Fragestellungen
4	Lehrformen Seminaristische Vorlesung mit Anwendungs- und Fallbeispielen sowie Seminar mit Projektarbeit (Seminararbeit oder Präsentationen)
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Das Modul Einführung in die Wirtschaftswissenschaften muss bestanden sein Inhaltlich: Die Module Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik sollten absolviert sein
6	Prüfungsformen Klausur (60 %) (60 Min.) Projektarbeit (40%) (Seminararbeit (15 Seiten) und/oder Präsentationen (bis zu 45 Minuten)) Bonuspunkte für mündliche Beteiligung (10%) Die Prüfungsform sowie der jeweils angepasste Umfang/Dauer werden zu Beginn des Semesters bekannt gegeben.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur sowie bestandene Projektarbeit.
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote 4,5 % (10/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Christina Elberg Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund

11 Literatur

CORE Team: Die Wirtschaft. Verfügbar unter: <https://www.core-econ.org>

CORE Team: Doing Economics: Empirical Projects. Verfügbar unter: <https://www.core-econ.org>

Perman, R. et al: Natural Resource and Environmental Economics. Perason, 4th Edition, 2011.

Strum, B., Vogt, C.: Umweltökonomik. Eine anwendungsorientierte Einführung. Springer Gabler, 2. Auflage 2018.

Holler, M., Illing, G., Napel, S.: Einführung in die Spieltheorie. Springer Gabler, 8. Auflage 2019.

Nordhaus, W. 2015. "Climate Clubs: Overcoming Free-Riding in International Climate Policy." *American Economic Review*, 105 (4): 1339-70.

Nummer						
Sprache deutsch		Dauer ein Semester	Studiensemester 4.-7. Semester	Häufigkeit des Angebots Findet nur im Wintersemester statt	Art des Moduls Wahlpflichtfach	ECTS 10
1 Veranstaltungen				Veranstaltungsart seminaristische Veranstaltung Übung	geplante Gruppen- größe 45	Workload
						Kontakt- zeit 90 h
2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen					Selbst- studium 210 h	SWS 6
						4
<ul style="list-style-type: none"> - Theorie und Politik der internationalen Wirtschaft - Seminar Internationale Wirtschaftsbeziehungen 						2
2.1 Fachkompetenz						
2.1.1. Wissen						
<p>Die Studierenden erwerben grundlegende und für praxisrelevante Teilbereiche auch vertiefte Kenntnisse über die Funktionsweise internationaler Märkte. Den Studierenden sind die Vorzüge der internationalen Arbeitsteilung ebenso vertraut wie grundsätzlichen Wechselwirkungen zwischen Marktakteuren, dem politischen Willensbildungsprozess und der rechtlichen Ausgestaltung internationaler Märkte. In diesem Zusammenhang können sie mit den relevanten Sachverhalten umgehen, die mit Begriffen wie komparativer Vorteil, Skalenerträge, Importzölle, Exportsubventionen, Dumping, Zahlungsbilanz, Wechselkurse und Devisenmärkte, internationaler Kapitalmarkt, internationales Bankenwesen, Direktinvestitionen, Internalisierungs-strategien, Rent-Seeking und wirtschaftliche Integration verbunden sind. International agierende Unternehmen werden dabei als strategisch operierende Einheiten vor dem Hintergrund nationaler und internationaler Rahmenbedingungen begriffen. Die Studierenden sind in der Lage, entsprechende wirtschaftspolitische Diskussionen und Entscheidungen kritisch zu reflektieren. Weiterhin erkennen sie die Relevanz der Sachverhalte für die betriebliche Praxis und vermögen die gewonnenen Erkenntnisse in unternehmerische Entscheidungsprozesse einfließen zu lassen. Darüber hinaus sind die Studierenden in der Lage, Fachaufsätze aus dem Bereich „Internationale Wirtschaftsbeziehungen“ zu erfassen und deren Kernaussagen im Rahmen einer Seminararbeit oder einer Präsentation wiederzugeben und zu verteidigen. Die dabei zugrunde gelegten Fachaufsätze werden referierten englischsprachigen Fachjournals entnommen und fortwährend thematisch aktualisiert. Bei den Fachaufsätzen handelt es sich zumeist um Untersuchungen, bei denen zuvor vorgestellte und diskutierte theoretische Modelle einer empirischen Prüfung unterzogen werden. Stets wird dabei ein Anspruchsniveau gewählt, das von Studierendenden der Veranstaltung bewältigt werden kann.</p>						
2.1.2. Fertigkeiten						
<p>Die Studierenden vermögen die Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens anzuwenden und sind in der Lage, relevante und aktuelle wissenschaftliche Sachverhalte im Rahmen einer Seminararbeit oder einer Fachpräsentation prägnant darzustellen.</p>						
2.2 Personale Kompetenzen						
2.2.1 Sozialkompetenz						
<ul style="list-style-type: none"> • Aufgrund der Tatsache, dass die Seminararbeit bzw. die Präsentation im Rahmen einer Teamleistung zu erbringen sind, trägt die Veranstaltung der Stärkung von Teamkompetenzen bei: Ein Team muss in einer ergebnisorientierten Art geführt und koordiniert werden. • Im Rahmen von begleitenden Gruppendiskussionen und Ergebnispräsentationen werden insbesondere Kommunikations-, • Kooperations-, Präsentations- und Rhetorikfähigkeiten gefördert. 						
2.2.2 Selbstständigkeit						

	<ul style="list-style-type: none">• Die Studierenden können mit komplexen Arbeits- oder Studienkontexten selbstständig umgehen und diese nachhaltig gestalten.• Sie können unabhängige Projekte bearbeiten.
3	Inhalte Modulteil 1: Theorie und Politik der internationalen Wirtschaft 1. Internationale Wirtschaftsbeziehungen – eine Standortbestimmung <ul style="list-style-type: none">• Gravitationsmodell• Entwicklung und Struktur der Weltwirtschaft - Globalisierung 2. Theorie und Politik des internationalen Handels <ul style="list-style-type: none">• Arbeitsproduktivität und komparativer Vorteil• Ressourcen, komparative Vorteile und Einkommensverteilung• Standardmodell des Handels• Skalenerträge und unvollständiger Wettbewerb• Instrumente und politische Ökonomie der Handelspolitik• Entwicklungsländer 3. Makroökonomik offener Volkswirtschaften: <ul style="list-style-type: none">• Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung und Zahlungsbilanz• Wechselkurse und Devisenmarkt• Geld, Zinssätze und Wechselkurse• Offene Volkswirtschaften in der langen Frist• Offene Volkswirtschaften in der kurzen Frist
4	Lehrformen Seminaristische Vorlesung mit Anwendungs- und Fallbeispielen; Coaching bei der Erstellung der Seminararbeit oder der Präsentation sowie im Umgang mit technisch anspruchsvollen theoretischen Modellen, die im Rahmen der Seminararbeit bzw. der Präsentation verarbeitet werden müssen.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Das Modul Einführung in die Wirtschaftswissenschaften muss bestanden sein. Inhaltlich: Die Module Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik sowie Statistik sollten absolviert sein.
6	Prüfungsformen Klausur (60%) (60 Min.), Projektarbeit (Seminararbeit und/oder Referat) (40%)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur sowie bestandene Projektarbeit.
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -

9	Stellenwert der Note für die Endnote 4,5 % (10/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Christina Elberg Prof. Dr. Christian Steiner Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im Studienportal der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Seminaristische Vorlesung: Krugman, P. R., Obstfeld, M., Melitz, M. (2015), Internationale Wirtschaft, 10. Aufl., Pearson Studium. Mankiw, N.G. (2017), Makroökonomik, 7. Aufl., Schäffer Poeschel. Clement, R., Terlau, W., Kiy, M. (2013), Grundlagen der Angewandten Makroökonomie, 5. Aufl., Vahlen. Projektarbeit (illustrative Auswahl von Fachbeiträgen, die Ausgangspunkt für die Seminararbeiten bzw. Präsentationen sein können): Brodzicki, T., Śledziewska, K., Ciołek, D., Umiński, S. (2012), Extended gravity model of Polish trade. Empirical analysis with panel data methods, Working paper. Gupta, A. S., Manjhi, G. (2012), Negotiating the Trilemma: The Indian Experience, Global Economy Journal, 12/1. Hall, C. J., Lawson, R. A., Wogsland, R. (2011), The European Union and Economic Freedom, Global Economy Journal, 11/3. Kim, M. H. (2011), Do We Really Know That the WTO Increases Trade? Revisited, Global Economy Journal, 11/2. Melitz, M. J., Trefler, D. (2012), Gains from Trade when Firms Matter, Journal of Economic Perspectives, 26/2. Zhou, L., Biswasy, B., Bowlesz (2011), Impact of Globalization on Income Distribution Inequality in 60 Countries, Global Economy Journal, 11/1.

Nummer								
90786		Ökonometrie						
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots		Art des Moduls	ECTS		
deutsch	ein Semester	4.-7. Semester	Findet nur im Wintersemester statt		Wahlpflichtfach	10		
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße	Workload			
-	Ökonometrie		seminaristische Veranstaltung Übung	45	Kontaktzeit 90 h	Selbststudium 210 h		
-	Data Science							
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen							
	2.1 Fachkompetenz							
	2.1.1. Wissen							
	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden verfügen über ein breites und integriertes Wissen der multivariaten Analysemethoden/Ökonometrie einschl. der mathematischen Grundlagen und praktischen Anwendungen. Die Studierenden kennen für eine Vielzahl quantitativer, wirtschaftlicher Fragestellungen Modellsätze der multivariaten Statistik/Ökonometrie. Sie kennen geeignete multivariate/ökonometrische Analyseverfahren für quantitative, wirtschaftliche Fragestellungen und können diese praktisch anwenden. 							
	2.1.2. Fertigkeiten							
	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden beherrschen das fortgeschrittene quantitative Instrumentarium der multivariaten Analysemethoden/Ökonometrie. Sie können diesen Methodenapparat auf quantitative, wirtschaftliche Fragestellungen (z.B. Marktforschung) anwenden. Sie können die relevante Software (Excel, SPSS, R) zur Lösung solcher Probleme einsetzen. Sie sind in der Lage, die Ergebnisse in den entsprechenden wirtschaftlichen Kontext einzubetten. 							
	2.2 Personale Kompetenzen							
	2.2.3 Sozialkompetenz							
	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden entwickeln durch die gemeinsame Bearbeitung von Aufgaben und Fallstudien am PC Teamkompetenzen. Die Studierenden können ihre Lösungen in einer ergebnis- und anwendungsorientierten Art zielgruppenadäquat präsentieren. 							
	2.2.2 Selbstständigkeit							
	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden können mit komplexen Arbeits- und Studienkontexten selbstständig umgehen und diese anforderungsgerecht gestalten. Sie können eigenständig komplexe Sachverhalte in Gruppen- oder Einzelarbeit erschließen. Sie haben die Fähigkeit, die Relevanz statistischer Problemstellungen in einem wirtschaftlichen Kontext zu beurteilen und eigenständig Lösungskonzepte zu erarbeiten. 							
3	Inhalte							
	Multivariate Analysemethoden/Ökonometrie							
	multivariate lineare Regressionsanalyse (auch mit dichotomen unabhängigen Variablen), logistische Regressionsanalyse, Varianzanalyse, Diskriminanzanalyse, Kontingenzanalyse (z.B. CHAID-Analyse), Clusteranalyse, Faktorenanalyse							
	DV-Übungen zu den Multivariaten Analysemethoden/zur Ökonometrie							
	Bearbeitung von Übungsaufgaben und Fallstudien am PC mit z.B. Excel, SPSS, R							

4	Lehrformen seminaristischer Unterricht, Projektarbeiten, Übungen am PC
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Die Module Wirtschaftsmathematik und Statistik müssen bestanden sein. Inhaltlich: Modul Statistik, Modul Fortgeschrittene Statistik
6	Prüfungsformen Abschlussklausur über die Inhalte des gesamten Moduls (67 %) (60 Min.), Hausarbeit (33 %)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur sowie bestandene Hausarbeit
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote 4,5 % (10/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Hubert Bornhorn Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Auer, B.; Rottmann, H.: Statistik und Ökonometrie für Wirtschaftswissenschaftler, 3. Aufl., Heidelberg (Springer), 2014 Backhaus, K.; Erichson, B.; Plinke, W.; Weiber, R.: Multivariate Analysemethoden, 13. Aufl., Heidelberg (Springer), 2010 Berenson, M. L.; Levine, D. M.; Krehbiel, T. C.: Basic Business Statistics, 13th edition, London (Pearson Education), 2014 Bühl, A.: SPSS 23: Einführung in die moderne Datenanalyse, 15. Aufl., München (Pearson), 2016 Field, A.; Miles, J.; Field, Z.: Discovering Statistics Using R, London (SAGE Publications), 2012 Hellbrück, R.: Angewandte Statistik mit R, 3. Aufl., Wiesbaden (Springer Gabler), 2016 Hochstädter, D.; Kaiser, U.: Varianz- und Kovarianzanalyse, Frankfurt a. M. (Verlag Harri Deutsch), 1988 Kabacoff, R.: R in Action: Data Analysis and Graphics with R, 2nd edition, Shelter Island (Manning Publications), 2015 Rudolf, M.; Müller, J.: Multivariate Verfahren, 2. Aufl., Göttingen (Hogrefe), 2012 Steinhausen, D.; Langer K.: Clusteranalyse, Berlin (Walter de Gruyter), 1977

Nummer						
Sprache deutsch		Dauer ein Semester	Studiensemester 4.-7. Semester	Häufigkeit des Angebots Findet nur im Sommersemester statt	Art des Moduls Wahlpflichtfach	ECTS 10
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße 45	Workload	SWS 6
	<ul style="list-style-type: none"> - Ökonomische Grundlagen der Europäischen Integration - Die Europäische Währungsunion - Seminar Europäische Wirtschaftspolitik 				Kontaktzeit 90 h	Selbststudium 210 h
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen					
2.1.Fachkompetenz 2.1.1.Wissen <p>Die Studierenden erwerben grundlegende Kenntnisse über die ökonomischen Aspekte des europäischen Integrationsprozesses sowie der Geldpolitik und sind in der Lage, diesen Prozess sowohl wirtschaftstheoretisch als auch wirtschaftspolitisch zu analysieren und kritisch zu reflektieren.</p> 2.1.2.Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden sind in der Lage, die wirtschaftstheoretischen Grundlagen der fortschreitenden Europäischen Integration (Märkte und Währungen) adäquat zu erläutern und die Implikationen des institutionellen Umfelds für wirtschaftliches und politisches Handeln der EU und der Europäischen Zentralbank zu erkennen. • Sie können Ziele, Instrumente und Wirkungen einzelner Politikfelder der EU sowie der EZB charakterisieren und wirtschaftspolitisch einordnen. Die Studierenden kennen die wirtschaftspolitischen Vorkehrungen, die für eine erfolgreiche EWWU aus volkswirtschaftlicher Sicht zu implementieren wären. • Die Studenten können im Rahmen des Seminars eigenständig neue empirische und wirtschaftstheoretische Konzepte erarbeiten und anwenden, 2.2 Personale Kompetenzen 2.2.1 Sozialkompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden entwickeln Teamkompetenzen, die durch die Erarbeitung von Vorträgen unterstützt werden. • Die Studierenden können Teams in einer ergebnisorientierten Art führen und koordinieren. 2.2.2 Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können mit komplexen Arbeits- oder Studienkontexten selbstständig umgehen und diese nachhaltig gestalten. • Sie können unabhängige Projekte bearbeiten. 						
3	Inhalte					
Teil I Die Europäische Währungsunion <ul style="list-style-type: none"> • Makroökonomische Grundlagen • Ziele der Geldpolitik • Der optimale Währungsraum • Instrumente der Geldpolitik • Monetäre Transmission • Case Studies zur Europäischen Währungsunion 						

	<p>Teil II Konflikte innerhalb der Europäischen Währungsunion</p> <ul style="list-style-type: none">• Die Finanzkrise in Europa• Die Schuldenproblematik• Lösungen der Krise/Strukturprobleme einer Währungsunion?
	<p>Teil III Seminar</p> <ul style="list-style-type: none">• Literatur zur Europäischen Union und deren Krise• Präsentationen zu aktuellen Themen
4	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristische Vorlesungen und Seminar</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Modul Wirtschaftstheorie muss bestanden den sein. Inhaltlich: Wirtschaftspolitik sollten absolviert sein.</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (60%, 45 Min), Kurzpräsentation "Aktuelles Thema" und wissenschaftliche Präsentation (40%).</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur sowie erfolgreiche semesterbegleitende Seminarleistung</p>
8	<p>Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>-</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>4,5 % (10/177) x 0,8</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r</p> <p>Prof. Dr. Claus Greiber</p> <p>Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im Studienportal der Fachhochschule Dortmund</p>
11	<p>Literatur</p> <p>Mankiw, N. Gregory: Makroökonomik, 8. Auflage, Schäffer-Poeschel.</p> <p>Görgens, Egon, Ruckriegel, Karlheinz und Seitz, Franz: Europäische Geldpolitik - Theorie, Empirie und Praxis, aktuelle Auflage, UVK/Lucius.</p> <p>diverse Paper, werden in der Veranstaltung bekannt gegeben.</p>

Nummer								
90788		Digitalisierung und Innovation						
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS			
deutsch	ein Semester	4.-7. Semester	Findet nur im Sommersemester statt	Wahlpflichtfach	10			
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße	Workload			
-	Digitalisierung und Innovation		seminaristische Veranstaltung Übung	45	Kontaktzeit	Selbststudium		
-	Digitalisierung und Innovation Übung				90 h	210 h		
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen					SWS		
	2.1 Fachkompetenz 2.1.1. Wissen <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden verfügen über ein grundlegendes konzeptionelles Verständnis von IT und Digitalisierung als Treiber für Innovation. Sie sind mit der Unterscheidung zwischen digitalen und analogen Daten und Informationen und Informationsprodukten vertraut und können deren zentrale technologischen und ökonomischen Eigenschaften gegenüberstellen. Sie können die gesamtwirtschaftlichen Phasen der Digitalisierung wiedergeben. Sie verstehen die aktuellen (Mega-)Trends der Digitalisierung und können deren (sozio-)ökonomische Bedeutung darlegen. Sie verstehen den Einfluss der Digitalisierung aus volks- und betriebswirtschaftlicher Perspektive. Sie verstehen, wie die Digitalisierung althergebrachte Geschäftsmodelle in Frage stellt und neue Geschäftsmodelle hervorbringt. Sie können digitale Geschäftsmodelle nach unterschiedlichen Marktkriterien unterscheiden und kategorisieren. Sie verstehen die Grundprinzipien des Innovations- und Technologiemanagements. Sie können die Phasen und die Wirkungsweise von betrieblichen Innovationsprozessen erläutern. Sie verstehen die Wirkungsweise von Digitalisierung und Innovation auf die betriebliche Aufbau- und Ablauforganisation. Sie können Innovationen klassifizieren. Sie verstehen die Anreizmechanismen für Innovation in etablierten und neu entstehenden Unternehmen. Sie verstehen die Grundlagen zur Messung von Innovation. 2.1.2. Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden können digitale Geschäftsmodelle und -prozesse kreieren bzw. modellieren. Sie können die volks- und betriebswirtschaftlichen Auswirkungen von Innovation und Disruption umfangreich erläutern und Projektionen erstellen. Studierende können Methoden zur Geschäftsmodell- und –prozessinnovation anwenden. Sie können die Methode der Szenarioanalyse anwenden. 2.2 Personale Kompetenzen 2.2.1 Sozialkompetenz <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden können Fachinhalte zu einem komplexen und anspruchsvollen Praxisumfeld im Team erarbeiten und präsentieren. 2.2.2 Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden werden durch multimedial unterstützte Lernmaterialien an das selbstgesteuerte Lernen herangeführt. 			6	4	2		

	<ul style="list-style-type: none">• Die Studierenden können sich anhand dedizierter Aufgabenstellungen eigenständig in einem fachlich komplexen und in der Praxis hoch relevanten System einarbeiten und vertieftes Wissen aneignen.• Kontrollfragen zum durchgenommenen Vorlesungsstoff unterstützen durch aktive Eigenarbeit das selbstgesteuerte Lernen.
3	Inhalte Teil 1: Grundlagen <ul style="list-style-type: none">• Grundlagen zu Information und zur Digitalisierung• Grundlagen zu Innovation und betrieblichen Innovationsprozessen• Wiederholung von Grundlagen zur Geschäftsprozessmodellierung• Wiederholung von Grundlagen zur Geschäftsmodellierung Teil 2: Die Digitale Ökonomie <ul style="list-style-type: none">• Technologische Treiber der Digitalisierung• Ökonomische Auswirkungen der Digitalisierung• Evolution der Märkte im Bereich der Marktprozesse, Marktteilnehmer und Marktgüter• Eigenschaften und Evolution digitaler Güter• Mikro- und makroökonomische Besonderheiten digitaler Märkte• Phasenmodelle der Digitalisierung der Märkte• Klassifizierung datenzentrischer Geschäftsmodelle Teil 3: Ökonomische Einordnung digitaler Trendbegriffe <ul style="list-style-type: none">• Modell zur Klassifizierung der Trendbegriffe• Industrie 4.0• Big Data• Arbeit 4.0• Wearables• In-Memory Computing• Internet of Things• Cloud Computing• Smart Home• Smart Grids• Quantified Self• Nano Technology• Artificial Intelligence, Deep Learning und Machine Learning• Crowd Economy• Sharing Economy• Augmented Reality and Virtual Reality• Everything as a Service• Einordnung und Bewertung von sozioökonomischen Rahmenbedingungen hinsichtlich Data Protection, Transparency, IT-Governance und IT-Security Teil 4: Innovations- und Technologiemanagement <ul style="list-style-type: none">• Wertschöpfung durch Innovation• F&E-Management: Methoden und Tools• Innovation in Aufbau- und Ablauforganisation• Gesamt- und betriebswirtschaftliche Anreizsysteme für Innovation• Lebenszyklus und Muster des Innovationsprozesses• Kennzahlen zur Messung und Steuerung von Innovation
4	Lehrformen seminaristischer Unterricht, Übungen

5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Das Modul Wirtschaftsinformatik I muss bestanden sein Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur (100 %) (90 Min.)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote 4,5 % (10/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Benedikt Lindenbeck Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im Studienportal der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Brynjolfsson, Erik/McAfee, Andrew (2016): The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies, New York London 2016. Choi, Soon-Yong/Stahl, Dale O./Whinston, Andrew B. (1997): The Economics of Electronic Commerce, Indianapolis 1997. Christensen, Clayton M. (2013): The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail, Boston 2013. Dorfer, Laura (2016): Datenzentrische Geschäftsmodelle als neuer Geschäftsmodelltypus in der Electronic-Business-Forschung: Konzeptionelle Bezugspunkte, Klassifikation und Geschäftsmodellarchitektur, in: Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, Vol. 68, Nr. 3, S. 307-369. Downes, Larry/Mui, Chunka (1998): Unleashing the Killer App: Digital Strategies for Market Dominance, Boston 1998. Fahey, Liam/Randall, Robert M. (1998): Learning From the Future: Competitive Foresight Scenarios, New York 1998. Keese, Christoph (2016): Silicon Valley: Was aus dem mächtigsten Tal der Welt auf uns zukommt, München 2016. Kelly, Kevin (2016): The Inevitable: Understanding the 12 Technological Forces that Will Shape Our Future, New York 2016. Negroponte, Nicholas (1996): Total Digital: Die Welt zwischen 0 und 1 oder Die Zukunft der Kommunikation, 4. Aufl, München 1996. Negroponte, Nicholas (1996): Being Digital, London 1996. Raskino, Mark (2015): Digital to the Core, s.l. 2015.

Shapiro, Carl/Varian, Hal R. (1999): Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy,
Boston 1999.

Nummer						
Sprache deutsch		Dauer ein Semester	Studiensemester 4.-7. Semester	Häufigkeit des Angebots Findet nur im Sommersemester statt	Art des Moduls Wahlpflichtfach	ECTS 10
1	Veranstaltungen			Veranstaltungsart seminaristische Veranstaltung Übung	geplante Gruppengröße 45	Workload
	<ul style="list-style-type: none"> - Vorbereitung auf die Zertifizierung in einem berufsqualifizierten ERP System - Vorbereitung auf die Zertifizierung in einem berufsqualifizierten ERP System Übung 				Kontaktzeit 90 h	Selbststudium 210 h
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen					SWS 6
2.1 Fachkompetenz 2.1.1. Wissen <p>Die Studierenden erwerben umfassendes, theoretisches und praktisches Wissen über verschiedene Möglichkeiten des Einsatzes von Standardanwendungssystemen bzw. ERP-Systemen als konkrete Ausprägung dieser. Dazu gehören Kenntnisse über diverse Standardsoftwareanwendungen in unterschiedlichen Funktionsbereichen und Unternehmensebenen. Kenntnisse über verschiedene am Markt verfügbare Arten von Standardanwendungssystemen und deren Zusammenwirken sind vorhanden.</p> 2.1.2. Fertigkeiten <p>Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, einen umfassenden Überblick über verschiedene Softwareprodukte im Bereich Standardanwendungssysteme zu bekommen und abhängig vom betrieblichen Bedarf eine geeignete Standardanwendungssysteme auszuwählen. Dabei lernen sie, betriebliche Prozesse im Detail in einer Standardanwendungssysteme zu beschreiben und umzusetzen.</p> <p>Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, abhängig vom betrieblichen Bedarf eine geeignete Standardanwendungssysteme einzusetzen und bedienen zu können. Das praktische Bearbeiten der in den Fallstudien präsentierten, integrierten Geschäftsprozessszenarien befähigt die Kursteilnehmer insbesondere, die Funktionsweisen eines ERP-Systems auf grundlegender Ebene derart zu verstehen, dass sie sich sehr schnell in das konkrete Umfeld eines fremden ERP-Systems einarbeiten können. Speziell verfügen die Kursteilnehmer nach Abschluss des Kurses über Kenntnisse und Fähigkeiten bzgl. des unmittelbaren Umgangs mit den Funktionsbereichen und bzgl. deren Integration innerhalb komplexer Geschäftsprozesse.</p> <p>Die Studierenden wenden ihr Wissen praktisch in Form von Übungsaufgaben, die mit Hilfe einer Standardanwendungssysteme gelöst werden, an und vertiefen damit ihr fachliches Wissen.</p> 2.2 Personale Kompetenzen 2.2.1 Sozialkompetenz <p>Die Übungsaufgaben und Fallstudien sind als Partnerarbeit angelegt und fördern so die Kommunikationsfähigkeit.</p> 2.2.2 Selbstständigkeit <p>Die Studierenden lösen selbstständig anhand verschiedener PC-gestützten Fallstudien Fragestellungen unter Zuhilfenahme mehrerer Module einer Standardanwendungssysteme.</p>					4 2	
3	Inhalte					
<p>Lernziel: Erwerbung eines umfassenden, theoretischen und praktischen Wissens zum SAP© ERP-System. Dies betrifft insbesondere technische Aspekte, den organisatorischen Aufbau und die Integration einer Vielzahl von Geschäftsprozessen und Funktionsbereichen. Das praktische Bearbeiten der in den Fallstudien präsentierten, integrierten Geschäftsprozessszenarien befähigt die Kursteilnehmer ins-</p>						

	<p>besondere die Funktionsweisen des SAP® ERP-Systems auf grundlegender Ebene derart zu verstehen, dass sie sich sehr schnell in das konkrete Umfeld eines ihnen fremden ERP-Systems einarbeiten können. Speziell verfügen die Kursteilnehmer nach Abschluss des Kurses über Kenntnisse und Fähigkeiten bzgl. des unmittelbaren Umgangs mit den folgenden Funktionsbereichen und bzgl. deren Integration innerhalb komplexer Geschäftsprozesse:</p> <ul style="list-style-type: none">• Automatisierung von Geschäftsprozessen• SAP® ERP: Grundlagen und Navigation• Finanzbuchhaltung (FI): Grundlagen• Internes Rechnungswesen von SAP® (CO): Grundlagen• Beschaffungsprozess in SAP® ERP• Plan-to-Produce-Prozess in SAP® ERP• Auftragsabwicklungsprozess in SAP® ERP• Innenaufträge, Anlagen und Enterprise Asset Management (EAM)• Projektssysteme in SAP® ERP• SAP® Human Capital Management (HCM)
4	Lehrformen seminaristischer Unterricht (66%), Übung am System (33%)
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Modul Wirtschaftsinformatik I muss bestanden sein Inhaltlich: Modul Wirtschaftsinformatik II sollte absolviert sein
6	Prüfungsformen - 3 x Test (evaexam) je 33 % = je 30 Punkte/Minuten - Bonus: 4 x Optional HA (SAP Cases) +10 % = 9 Punkte
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten bestandene Tests
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote 4,5 % (10/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Lutz Niehüser Prof. Dr. Uwe Schmitz Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Brück, Uwe (2015): Praxishandbuch SAP-Controlling, 5., akt. und erw. Aufl., Bonn 2015 Forsthuber, Heinz/Siebert, Jörg (2013): Praxishandbuch SAP-Finanzwesen, 5., akt. und erw. Aufl., Bonn 2013. Frick, Detlev/Gadatsch, Andreas/Schäffer-Külz, Ute G. (2008): Grundkurs SAP ERP: Geschäftsprozess-orientierte Einführung mit durchgehendem Fallbeispiel, Wiesbaden 2008 Hellberg, Torsten (2012): Praxishandbuch Einkauf mit SAP ERP, 3., akt. und erw. Aufl., Bonn 2012

Fachhochschule Dortmund

University of Applied Sciences and Arts

Bachelor Betriebswirtschaft (7 Semester) 2018

Klostermann, Olaf/Klein, Robert/O'Leary, Joseph W./Merz, Matthias (2015): Praxishandbuch SAP BW, 1. Aufl, Bonn 2015

Scheibler, Jochen/Schuberth, Wolfram (2014): Praxishandbuch Vertrieb mit SAP, 4., akt. und erw. Aufl., Bonn 2014

Sonstige Informationen:

Kooperation mit SAP®, der FH Niederrhein und dem Fachbereich 3 (Elektrotechnik) für die optionale Zertifizierung

Nummer								
90802		Projektmanagement						
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS			
deutsch	ein Semester	4.-7. Semester	Findet nur im Sommersemester statt	Wahlpflichtfach	10			
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße	Workload			
-	Project Management		seminaristische Veranstaltung Übung	45	Kontaktzeit 90 h	Selbststudium 210 h		
-	Project Management Übung							
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen							
	2.1 Fachkompetenz							
	2.1.1. Wissen							
	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden sind in der Lage, Projekte zu definieren und zu identifizieren - sie lernen, den Projektlebenszyklus in Bezug auf jedes Projekt zu verwenden und die gemeinsamen Merkmale von Projekten zu verstehen Die Studierenden lernen, wie man Projektteams zusammenstellt, wie man RACI-Diagramme anwendet und wie man sich um die Stakeholder des Projekts kümmert Gegenstand der Vorlesung ist die Projektstrukturierung, Zeit- und Ressourcenplanung, das Risikomanagement. Werkzeuge wie Critical-Path-Methode, Bottom-Up-Planung, etc. werden beschrieben. Basierend auf den Plandaten lernen die Studierenden, Kosten-Nutzen Berechnungen durchzuführen, um die wichtigste Projektentscheidung zu treffen: das Projekt durchzuführen oder nicht Reporting-Tools für Projekte werden entwickelt und die Studierenden lernen, ein Cockpit zur Steuerung aller möglichen Projekte zu erstellen Im Bereich des Controllings lernen die Studierenden die Earned-Value-Management-Methode zur Steuerung von Meilensteinen, Zeit und Geld in Projekten anzuwenden 							
	2.1.2. Fertigkeiten							
	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden entwickeln die Fähigkeit, Projekte aus unterschiedlichen Blickwinkeln zu bewerten, um die richtigen Entscheidungen zu treffen. In Teamsitzungen lernen die Studierenden, wie sie durch Interaktion schnell und auf hohem Niveau Lösungen für Projekthindernisse finden Sie sind in der Lage, Projekte durch Work-Breakdown-Schritte zu strukturieren und dadurch mit Komplexität umzugehen Sie lernen, Leadership-Skills im Umfeld des Projektmanagements und Controlling-Skills zur Unterstützung des Projektmanagements einzusetzen Sie sind in der Lage sich sowohl im traditionellem als auch agilem Umfeld in Projekten zu bewegen. 							
	2.2 Personale Kompetenzen							
	2.2.1 Sozialkompetenz							
	<ul style="list-style-type: none"> Teamgeist ist die Grundlage des Projektmanagements und die Studenten müssen in der Teamarbeit diese Fähigkeiten anwenden und wissen, wie man Projekte zum Erfolg führt. Die Studierenden präsentieren ihre Ergebnisse aus Selbststudium und Teamarbeit vor dem Publikum - ein detailliertes Feedback erhalten sie von allen anderen Studierenden und den Professoren Sie müssen Lösungen für den Umgang mit den Stakeholdern von Projekten finden, um das Projektziel zu erreichen Zielorientierung ist eine der Hauptkompetenzen, an der sich die Studierenden orientieren müssen, um das Ziel nicht aus den Augen zu verlieren 							
	2.2.2 Selbstständigkeit							

	<ul style="list-style-type: none">• Die Studierenden sind in der Lage, alle Werkzeuge selbstständig zu nutzen - in der Vorlesung führen kleine Tests neben der Teamarbeit zu Selbstorganisation, hoher Aufmerksamkeit und eigenständigem Beitrag• In einer durchgängigen Case Study mit mehreren Teilen lernen die Studierenden selbstständig den Werkzeugkasten des Projektmanagements zu nutzen.
3	Inhalte <p>Das Studium/der Kurs folgt dem Lebenszyklus von Projekten, so dass die Initiierung, Planung, Organisation, Durchführung, der Abschluss und die Begleitung von Projekten mit Controlling-Instrumenten den Hintergrund der folgenden Agenda bilden</p> <ul style="list-style-type: none">• Identifizierung von Projekten• Projekt-Organisation• Projektplanung• Projekt-Risiken• Werkzeuge und Instrumente des PM• Projektsteuerung• Entscheidungsfindung• Earned-Value-Management• Agile Rahmenwerke und Methoden des PMs
4	Lehrformen <p>Vorlesungen, Gruppenarbeit, Fallbeispiele, praktische Übungen, Lehrvideos und Readings, Tests und Diskussionen.</p>
5	Teilnahmevoraussetzungen <p>Formal: keine Inhaltlich: keine</p>
6	Prüfungsformen <p>Semesterbegleitende Fallstudie (mehrere Teile) (40 %) und mehrere Online Tests (60%)</p>
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten <p>Mehr als 50 % der Prüfungsleistungen bestanden (Fallstudie, Tests).</p>
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) <p>-</p>
9	Stellenwert der Note für die Endnote <p>4,5 % (10/177) x 0,8</p>
10	Modulbeauftragte/r <p>Prof. Dr. André Dechange</p> <p>Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im Studienportal der Fachhochschule Dortmund</p>
11	Literatur <p>Dechange, Andre (2020): Projektmanagement – Schnell erfasst; Gabler Berlin Wiesbaden</p> <p>Kerzner, Harold: Projekt Management, mitp New York 2008</p> <p>PMBOK® - 7th edition, PMI® 2021</p>

Schelle, Heinz; Ottmann, Roland; Pfeifer, Astrid: Projektmanager, GPM 2008

Tomas Bohinc: Grundlagen des Projektmanagements: Methoden, Techniken und Tools für Projektleiter, Gabal Verlag 2012

Timminger, Holger: Modernes Projektmanagement, Wiley, 2017

Timminger, Holger: Modernes Projektmanagement in der Praxis, Wiley, 2021

Nummer							
90803		Ausbildereignungsschein					
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS		
deutsch	ein Semester	5.-7. Semester	Findet in jedem Semester statt	Wahlpflichtfach	10		
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße	Workload		
				25	Kontaktzeit 120 h	Selbststudium 180 h	SWS
-	Ausbildereignungsschein I		seminaristische Veranstaltung				8
-	Ausbildereignungsschein II		seminaristische Veranstaltung				4
-	Ausbildereignungsschein Praktische Unterweisung		Übung				2
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen						
	2.1 Fachkompetenz						
	2.1.1. Wissen						
	Die Studierenden erwerben die nach § 30 Abs. 5 BBiG sowie der darauf aufbauenden Ausbilder-Eignungsverordnung (AEVO) vom 21.01.2009 (BGBI. I 2009, S.88) vorgeschriebenen berufs- und arbeitspädagogischen Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten, die sie befähigen, die Berufsausbildung im dualen System als verantwortliche Ausbilderin bzw. verantwortlicher Ausbilder durchzuführen.						
	2.1.2. Fertigkeiten						
	Selbständiges Planen, Durchführen und Kontrollieren der Berufsausbildung in den Handlungsfeldern gemäß § 2 AEVO:						
	<ul style="list-style-type: none"> • Ausbildungsvoraussetzungen prüfen und Ausbildung planen, • Ausbildung vorbereiten und bei der Einstellung von Auszubildenden mitwirken, • Ausbildung durchführen, Ausbildung abschließen 						
	2.2 Personale Kompetenzen						
	2.2.1 Sozialkompetenz						
	Kooperation und Zusammenarbeit mit anderen an der Berufsausbildung beteiligten Personen und Stellen (z.B. IHK, Berufsschule, Personalabteilung, Betriebsrat, Jugend- und Auszubildendenvertretung, Schwerbehindertenvertretung						
	2.2.2 Selbstständigkeit						
	Eigenverantwortliches Planen, Durchführen und Kontrollieren der Berufsausbildung im Sinne des § 2 AEVO.						
3	Inhalte						
	Die Inhalte entsprechen den in § 2 AEVO genannten vier Handlungsfeldern:						
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ausbildungsvoraussetzungen prüfen und Ausbildung planen 2. Ausbildung vorbereiten und bei der Einstellung von Auszubildenden mitwirken 3. Ausbildung durchführen 4. Ausbildung abschließen. 						
	Ergänzend gilt der Rahmenplan für die Ausbildung der Ausbilder und Ausbilderinnen vom 25. Juni 2009 (http://www.bibb.de/dokumente/pdf/empfehlung_135_rahmenplan_aevo.pdf).						

4	Lehrformen seminaristischer Unterricht, Einzel- und Gruppenarbeit, Fallbearbeitung, Teilnahme an einer Sitzung des Arbeitsgerichts oder Besuch eines Berufskollegs mit anschließender Aufarbeitung
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Das Modul Vertragsrecht muss bestanden sein. Ein Prüfungsversuch im WPM „Arbeitsrechtmanagement“ und/oder „Human Resource Management“ muss vorliegen. Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Zwei Klausuren (jeweils 37,5 %) (jeweils 90 Min.) sowie mündliche Unterweisung mit mündlichem Prüfgespräch (25 %) (jeweils 15 Min.)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten 1. Teilnahme an folgenden Lehrveranstaltungen mit Anwesenheitspflicht: <ul style="list-style-type: none">• 5-ganztägige Blockveranstaltung• wöchentliche Lehrveranstaltung mit 2 SWS 2. zwei Klausuren im Umfang von je 90 Minuten Stunden als Abschluss der jeweiligen Lehrveranstaltung 3. eine Unterweisung, in der eine betriebliche Ausbildungseinheit schriftlich und mündlich darzustellen ist mit sich daran unmittelbar anschließender mündlichen Prüfung.
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote 4,52 % (10/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Dr. jur. Martin Wolmerath Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Diese Veranstaltung wird in Kooperation mit der IHK zu Dortmund durchgeführt. Die Studierenden erhalten nach bestandener Prüfung eine Bescheinigung der IHK zu Dortmund gem. § 6 Abs.3 AEVO. Hierfür wird eine einmalige Gebühr in Höhe von derzeit rund 30,00€ fällig, welche die IHK zu Dortmund den Studierenden direkt in Rechnung stellt.

Nummer													
Sprache deutsch		Dauer ein Semester	Studiensemester 4.-7. Semester	Häufigkeit des Angebots Findet in jedem Semester statt	Art des Moduls Wahlpflichtfach	ECTS 10							
1		Veranstaltungen		Veranstaltungsart seminaristische Veranstaltung Übung Übung	geplante Gruppen- größe 45	Workload		SWS 6					
-		Entrepreneurship				Kontakt- zeit 90 h	Selbst- studium 210 h						
-		Entrepreneurship Übung											
-		Praxis Unternehmensgründung											
2		Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen											
Ziel der Veranstaltung ist es, zentrale Herausforderungen des Managements von Technologie-Startups zu verstehen und die entsprechenden Methoden in der Praxis anwenden zu können. Die Studierenden werden auf die Rolle „der BWLerIn“ in interdisziplinären Gründerteams vorbereitet.													
2.1 Fachkompetenz													
2.1.1. Wissen													
Studierende haben vertieftes Wissen zu den Besonderheiten des Startup-Managements. Insbesondere verstehe sie, wo und warum die hohe Ungewissheit in Startups ein anderes Vorgehen als in etablierten Unternehmen erfordert. Die Studierenden kennen die dazu benötigten Managementansätze und haben einen Überblick über aktuelle Tools.													
2.1.2. Fertigkeiten													
Studierende sind in der Lage, strukturiert Startup-Ideen zu entwickeln und in einigen Aspekten umzusetzen. Dabei benutzen Sie zentrale in der Praxis verwendete Tools und Methoden, insbesondere Apps wie z. B. Slack, ClickUp, Trello, Figma, Wix, Google Ads, GDrive, oder Kickstarter.													
2.2 Personale Kompetenzen													
2.2.1 Sozialkompetenz													
Zentrales Element des Seminars sind Teams aus 4-5 Studierenden. Die Gruppenaufgaben sind so strukturiert, dass Sie die tatsächliche Arbeitsweise in Gründerteams reflektieren. Die Teams stehen gemeinsam für die Arbeitsergebnisse ein, doch liegt die operative Umsetzung der verschiedenen Aufgaben bei einzelnen Teammitgliedern. Die Studierenden lernen, in einer solchen Konstellation effizient die Fähigkeiten des gesamten Teams einzubringen und Ihre eigenen Ideen innerhalb der Gruppe zu vertreten.													
2.2.2 Selbstständigkeit													
Die Studierenden sind für einige der Gruppenaufgaben inhaltlich und technisch einzeln verantwortlich. Sie tragen damit persönlich Verantwortung für die gesamte Gruppe. Sie müssen selbstständig die im Seminar diskutierten Modelle in ihren Nuancen erarbeiten und deren saubere Anwendung sicherstellen.													
3		Inhalte											
Das Modul ist in ein Seminar plus eine Übung gegliedert. Die Studierenden arbeiten in beiden Veranstaltungen in Gruppen an einem eignen Startup-Projekt.													
Seminar Entrepreneurship (4 SWS V)													
Kern der Veranstaltung sind die Entwicklung von Geschäftsmodellen sowie ausgewählte Aspekte des Managements von Startups. Dabei werden insbesondere gründungsspezifische Aspekte der BWL the-													

	<p>matisiert, wie z. B. Apps und Tools für Startups, Cashflow-Planung, Lean Startup, Digitales Marketing oder Crowd-Funding.</p>
	<p>Praxis Unternehmensgründung (2 SWS Ü) Inhalt sind die konkreten Schritte während einer Unternehmensgründung sowie die nötigen Entscheidungen zur Implementierung des Geschäftsmodells. Beispiel für Schwerpunkte des Seminars sind die Umsetzung von Minimum Viable Products, die konkrete Ausgestaltung der Finanzierungsstrategie oder die Implementierung des strategischen Managements in einer Unternehmensstrategie und -organisation. Anstelle der Übung Praxis Unternehmensgründen werden in einigen Semestern andere Übungen wie z. B. „Digital Business Models“ oder „Social Entrepreneurship“ angeboten.</p>
4	<p>Lehrformen Seminaristischer Unterricht, Projekt- und Gruppenarbeiten.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen Formal: Die Module Einführung in die Wirtschaftswissenschaften, Personal und Organisation, Supply Chain Management, Marketing, Rechnungswesen I und II, Investition und Finanzierung müssen bestanden sein. Inhaltlich: Die Module Managementprojekte I und Unternehmensführung und Simulation sollten bestanden sein.</p>
6	<p>Prüfungsformen 100 % semesterbegleitende Gruppen- und Einzelaufgaben. Die Aufgaben sind meist in Startup-Apps umzusetzen. Ggf. mündliche Beteiligung, aber keine Anwesenheitspflicht.</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mehr als 50 % der Prüfungsleistungen bestanden</p>
8	<p>Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote 4,5 % (10/177) x 0,8</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Fabian Dittrich Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund</p>
11	<p>Literatur Büchler (2014) Strategie entwickeln, umsetzen und optimieren, Pearson Christensen (2000) Innovator's Dilemma, Harvard Business Review Press Christensen (2008) Reinventing Your Business Model, HBR Christensen / Raynor (2003) Innovator's Solution, Harvard Business Review Press Dittrich: Entrepreneurial Finance – Die Besonderheiten der Finanzierung für Startups, in Hözle, K.; Surrey, H. (Hrsg.): Perspektiven des Entrepreneurship, Stuttgart 2019</p>

- Dittrich (2020) Was ich im BWL-Studium hätte lernen sollen SpringerLink
- Engelen / Engelen / Bachmann (2015) Corporate Entrepreneurship, Springer Gabler (Ilias)
- Kim / Mauborgne (2004) Blue Ocean Strategy (Ilias)
- Kim / Mauborgne (2017) Blue Ocean Shift
- Osterwalder / Pigneur (2010) Business Model Generation, Wiley
- Osterwalder / Pigneur (2014) Value Proposition Design, Wiley
- Ries (2011) The Lean Startup, Crown Business
- Hoffmann / Yeh / Gates (2018) Blitzscaling, Curreny

Nummer									
90806		Angewandte empirische Wirtschaftsforschung							
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS				
deutsch	ein Semester	4.-7. Semester	Findet nur im Wintersemester statt	Wahlpflichtfach	10				
1	Veranstaltungen		seminaristische Veranstaltung Übung	Veranstaltungsart geplante Gruppengröße 45	Workload	SWS 6			
	<ul style="list-style-type: none"> - Angewandte empirische Wirtschaftsforschung - Übung Angewandte empirische Wirtschaftsforschung 				Kontaktzeit 90 h	Selbststudium 210 h	4		
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden verfügen über ein breites Wissen statistischer und ökonometrischer Methoden mit starkem Praxisbezug. • Die Studierenden können für praktische datenorientierte Probleme geeignete Methoden identifizieren und anwenden. • Die Studenten verfügen über ein praxisrelevantes, empirisches „Know-How“, welches in vielen Berufsfeldern der Wirtschaft zum Einsatz kommt. <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden lernen das grundsätzliche Arbeiten mit Daten im Rahmen einfacher und fortgeschrittener empirischer Fragestellungen aus der Praxis. • Im Rahmen des Computer-Praktikums erwerben sie die Fähigkeit empirische Fragestellungen mit bedienerfreundlicher Software (Excel, SPSS, Eviews) zu analysieren. • Sie sind in der Lage, die Ergebnisse für die Praxis zu interpretieren und mögliche Implikationen für die Politik oder das Einzelunternehmen zu formulieren. <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden entwickeln durch die gemeinsame Bearbeitung von Aufgaben und Fallstudien am PC Teamkompetenzen. • Die Studierenden können ihre Lösungen in einer ergebnis- und anwendungsorientierten Art zielgruppenadäquat präsentieren. <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können mit komplexen Arbeits- und Studienkontexten selbstständig umgehen und diese anforderungsgerecht gestalten. • Sie können eigenständig komplexe Sachverhalte in Gruppen- oder Einzelarbeit erschließen. • Sie haben die Fähigkeit, die Relevanz statistischer Problemstellungen in einem wirtschaftlichen Kontext zu beurteilen und eigenständig Lösungskonzepte zu erarbeiten. 						2		
3	Inhalte <p>Angewandte Empirische Verfahren:</p> <p>Grundlegende in der Praxis verwandte empirische Methoden von einfachen statistischen Verfahren über lineare Regressionsanalyse bis hin zu Zeitreihenmethoden werden hier vorgestellt. Dabei wird hier nicht nur die Theorie besprochen, sondern vor allem auch der direkte Bezug zur praktischen Anwendung mit Hilfe des Computers und den entsprechenden Fragestellung hergestellt. In Abgrenzung zu</p>								

	<p>einer Theorie-Veranstaltung steht hier die Vermittlung und Diskussion der Umsetzung mit Hilfe von Software im Vordergrund.</p>
	<p>Anwendung: Empirische Case Studies vor allem aus dem Bereich VWL und Finance werden hier vorgestellt und analysiert. Auch hier steht die direkte praktische Diskussion der Fragestellung mit Hilfe von in der Praxis verwandter empirischer Software an zentraler Stelle.</p>
	<p>Seminar/Übung: In diesem Teil bearbeiten die Studenten eigene empirische Fragestellung. Dabei verwenden Sie die erworbenen methodischen und software-praktischen Kenntnisse</p>
4	<p>Lehrformen seminaristischer Unterricht, Projektarbeiten, Übungen am PC</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen Formal: Die Module Wirtschaftsmathematik und Statistik müssen bestanden sein. Inhaltlich: Modul Statistik, Modul Fortgeschrittene Statistik, VWL, Finanzierung</p>
6	<p>Prüfungsformen Erarbeitung und Präsentation eines empirischen Projektes in Kleingruppen (100 %)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur sowie bestandene Präsentation</p>
8	<p>Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote 4,52 % (10/177) x 0,8</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r Dr. Andreas Bastgen Prof. Dr. Claus Greiber Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund</p>
11	<p>Literatur Auer, Ludwig von, "Ökonometrie - Eine Einführung", Springer, 2016 Griffith, William, Carter Hill und Guay Lim, "Using EViews for Principles of Econometrics", Wiley, 2011 Gusti Ngurah Agung, I., "Time-series data analysis using EViews", Wiley, 2009 Diverse Paper und Datensätze, die in der Veranstaltung verteilt werden.</p>

Nummer									
Sprache deutsch		Dauer ein Semester	Studiensemester 4.-7. Semester	Häufigkeit des Angebots Findet unregelmäßig statt	Art des Moduls Wahlpflichtfach	ECTS 10			
1	Veranstaltungen		Praktikum	Veranstaltungsart	geplante Gruppen- größe 45	Workload		SWS	
-	Managementprojekte II			Praktikum		Kontakt- zeit 90 h	Selbst- studium 210 h	6	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen								
	2.1.Fachkompetenz 2.1.1.Wissen <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden wenden die bislang im Studium erlernten breiten betriebswirtschaftlichen Kenntnisse und Instrumente integriert in Bezug auf einen realen Beratungsauftrag an In der angewandten Projektarbeit entwickeln sie vorhandene Kenntnisse weiter, um tragfähige und maßgeschneiderte beraterische Lösungsansätze für Unternehmen und Institutionen zu erarbeiten. Sie erweitern ihr betriebswirtschaftliches Wissen in Bezug auf praxisorientierte Anwendungen auch an fachlichen Schnittstellen 2.1.2.Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden sind in der Lage, Kenntnisse aus unterschiedlichen betriebswirtschaftlichen Funktionsbereichen zu verknüpfen und anzuwenden Die Studierenden wissen, welche Instrumente in den einzelnen Phasen des Beratungsprozesses zur Anwendung kommen können und setzen diese ein, um bspw. neue Geschäftsbereichsstrategien zu analysieren, zu entwickeln, zu formulieren und umzusetzen. Sie erarbeiten sich Konzepte des projektbezogenen Zeitmanagements und wenden diese an Sie können reale betriebswirtschaftliche Prozesse durch kreatives, interdisziplinäres Denken hinterfragen, mögliche Probleme erkennen und in der Folge lösen. Die Studierenden sind in der Lage durch lösungsorientiertes Denken nachhaltige Handlungsempfehlungen für Unternehmen abzuleiten. 2.2 Personale Kompetenzen 2.2.1 Sozialkompetenz <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden lernen, wie sie mit realen Praxispartnern professionell kommunizieren Die Studierenden können in Kommunikation mit ihren Praxispartnern eine angemessene Auftragsklärung herbeiführen, die es ihnen ermöglicht, ihre weitere Arbeit im Projekt in geeigneter Weise zu strukturieren und zu priorisieren Sie sind in der Lage, Arbeitsprozesse und Teamergebnisse kritisch zu reflektieren und mit Kritik seitens der Teammitglieder in konstruktiver Weise umzugehen. Hierbei wenden sie Konzepte zum effizienten Arbeiten im Team an. Die Studierenden können auch in konfliktären Situationen das Team in einer ergebnisorientierten Art führen und koordinieren. Sie können Teamergebnisse in einem komplexen und anspruchsvollen Umfeld präsentieren und argumentieren und sind in der Lage, sich fachlich adäquat in Strategiediskussionen positionieren. 2.2.2 Selbstständigkeit <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden sind in der Lage, selbstständig Kontakte in die freie Wirtschaft knüpfen und bauen schon während des Studiums erste berufliche Netzwerke auf. Sie entwickeln während der angewandten Projektarbeit individuelle Eigenmotivation und Selbstdisziplin. Sie können mit komplexen Arbeits- und Problemkontexten selbstständig umgehen und vermögen es, diese lösungsorientiert zu gestalten. 								

	<ul style="list-style-type: none">• Sie entwickeln während der Bearbeitungszeit individuelle Zielstrebigkeit und sind in der Lage, andere Gruppenmitglieder zu motivieren.• Die Studierenden können Praxisprojekte weitgehend selbstständig im Team bearbeiten.
3	Inhalte In den Managementprojekten II werden – abhängig vom jeweiligen Beratungsauftrag – folgende betriebswirtschaftliche Bereiche behandelt: Controlling, Unternehmensführung, Finanzen, Human Resources Management, Marktforschung.
4	Lehrformen Bei den Managementprojekten II handelt es sich um ein Beratungsprojekt im Umfang von 12 Wochen Bearbeitungszeit, das mit einer realen Firma/Institution durchgeführt wird. Die Studierenden suchen sich im Team von ca. 6 Mitgliedern selbstständig ein Unternehmen, welches als Kunde und Auftraggeber agiert. Sie stehen dem Unternehmen/der Institution als studentische Berater*innen zur Verfügung und erarbeiten ein umfassendes Konzept zur Lösung des im Beratungsauftrag definierten betriebswirtschaftlichen Teilproblems. Vor diesem Hintergrund realisieren die Managementprojekte II diverse Lehr- und Lernformen. Das Portfolio der Rollen für die Dozent*innen und Studierenden besteht aus: <u>Dozent*in:</u> Berater*in: für die Kommunikation zwischen Auftraggeber und Studierenden, inkl. Auftragsklärung und Zielvereinbarungen Fachexpert*in: Ansprechpartner für fachliche Fragen der Durchführung Coach in projektbezogenen Teamprozessen <u>Studierende:</u> Auftragnehmer*innen: Für vereinbarte Projektaufträge (Zielvereinbarungen) Bearbeiter*innen: Für das Ziel des Projektes Teamplayer: In der Gruppe Ergebnisse erzielen
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Keine Inhaltlich: Keine
6	Prüfungsformen Bewertung des Abschlussberichts unter Berücksichtigung der Präsentation (100%)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Erfolgreich abgeschlossener Abschlussbericht sowie öffentliche Präsentation der Ergebnisse
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote 4,5 % (10/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Jan Christoph Albrecht Prof. Dr. Sabine Kiunke Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund

11 Literatur

Nummer							
Sprache deutsch		Dauer ein Semester	Studiensemester 4.-7. Semester	Häufigkeit des Angebots Findet nur im Sommersemester statt	Art des Moduls Wahlpflichtfach	ECTS 10	
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart seminaristische Veranstaltung Übung	geplante Gruppen- größe 45	Workload	SWS 6	
	<ul style="list-style-type: none"> - Modellbasiertes Logistikmanagement - Fallstudien zum Modellbasierten Logistikmanagement 				Kontakt- zeit 90 h	Selbst- studium 210 h	4
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <p>Schwerpunkt der Veranstaltung ist die Einarbeitung der Studierenden in die modellbasierte Planung und Optimierung von Logistiksystemen mit dem Fokus auf distributionslogistische Fragestellungen. Die Studierenden verfügen über ein grundlegendes konzeptionelles Verständnis der betriebswirtschaftlichen Rahmenbedingungen der Distribution sowie der typischen Fragestellungen und deren Standard-Formulierungen in Optimierungsmodellen.</p> <p>Sie haben einen Überblick über die Kostenentstehung im Transport und können differenzieren, in welchen Fällen welche Art von Kostenbetrachtung relevant ist.</p> <p>Sie verfügen über einschlägiges Wissen zur Transportplanung, zur Tourenplanung und zur Standortoptimierung.</p> <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <p>Die Studierenden erlernen das Methodenwissen zur Erstellung und Lösung mathematischer Optimierungsmodelle für typische logistische Fragestellungen mit Hilfe von Standardtools der Tabellenkalkulation.</p> <p>Sie sind damit in Lage, komplexe Entscheidungsprozesse bei der Gestaltung industrieller Distributionsysteme sowie der Transportlogistik im Handelsbereich zu handhaben und diese einer methodischen Lösung zuzuführen.</p> <p>Sie sind in der Lage, neue Lösungen für die Gestaltung der betrieblichen Distribution zu konzipieren und deren unterschiedlichen Konsequenzen in Bezug auf Kosten und Service zu beurteilen.</p> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <p>Die Studierenden entwickeln Teamkompetenzen, die durch die Fallstudienbearbeitung in Kleingruppen unterstützt werden. Die Studierenden können dabei Teams in einer ergebnisorientierten Art führen und koordinieren, sowie die Teamergebnisse in einem anspruchsvollen Umfeld präsentieren.</p> <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <p>Die Studierenden können operative Herausforderungen bei der Gestaltung von Distributionskonzepten reflektieren und unabhängig Projekte zur Gestaltung solcher Konzepte bearbeiten.</p>					2	
3	Inhalte <p>1. Modellbasiertes Logistikmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Logistische Fragestellungen und deren Modellierung • Struktur des Transportmarktes • Kostenmodelle und Kostenentstehung im Transport • Auswirkung von Standortentscheidungen auf Transportprozesse 						

	<ul style="list-style-type: none">• Modellbildung zur Optimierung von Transportproblemen• Tourenoptimierung• Standortoptimierung <p>2. Fallstudien zum Logistikmanagement</p> <ul style="list-style-type: none">• ABC-Analyse• Berechnung von Bestellparametern; Lageroptimierung• Produktionsplanung
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit Übungen am PC und Projektarbeiten
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Das Modul Supply Chain Management muss bestanden sein. Inhaltlich: Die Module Management Tools und Wirtschaftsmathematik sollten absolviert sein; die Grundlagen des Arbeitens mit einem Tabellenkalkulationssystem werden vorausgesetzt.
6	Prüfungsformen Klausur am Rechner (62 %) (80 Min.) und Bearbeitung einer Fallstudie als Referat (38%) (Exceldatei + 10 Seiten Hausarbeit + 10 Minuten Präsentation)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten 4,5 % (10/177) x 0,8
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote 4,5 % (10/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Lars Fischer Prof. Dr. Hans-Werner Graf Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Bretzke, W.-R.: Logistische Netzwerke. 2. Aufl. s.l.: Springer-Verlag, 2010 Domschke, W.: Logistik: Transport, R. Oldenbourg Verlag, München, Wien, 5. Auflage, 2007 Domschke, W.: Logistik: Rundreisen und Touren, R. Oldenbourg Verlag, München, Wien, 5. Auflage, 2010 Domschke, W. ; Drexel, A.: Logistik: Standorte, R. Oldenbourg Verlag, München, Wien, 4. Auflage, 1996 Domschke, W.; Drexel, A.; Klein, R.; Scholl, A.; Voß, S.: Übungen und Fallbeispiele zum Operations Research. Springer-Verlag, Berlin Heidelberg, 8. Auflage 2015 Feige, D.; Klaus, P. : Modellbasierte Entscheidungsunterstützung in der Logistik. Hamburg: DVV Media Group Dt. Verkehrs-Verl. (Edition Logistik, 10), 2008

Vahrenkamp, R. (Hrsg.); Mattfeld, D.: Logistiknetzwerke: Modelle für Standortwahl und Tourenplanung. Springer Fachmedien Wiesbaden, 2. Auflage 2014

Winkels, H.-M.: Modellbasiertes Logistikmanagement mit Excel, DVV Media Group, Hamburg, 2012

Wittenbrink, P.: Transportmanagement. Kostenoptimierung, Green Logistics und Herausforderungen an der Schnittstelle Rampe. Springer Gabler-Verlag, Wiesbaden, 2. Auflage, 2014

Nummer								
90809		Finanzmanagement						
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS			
deutsch	ein Semester	4.-7. Semester	Findet in jedem Semester statt	Wahlpflichtfach	10			
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße	Workload			
-	Finanzmanagement		seminaristische Veranstaltung Übung	35	Kontaktzeit	Selbststudium		
-	Übung Finanzmanagement				90 h	210 h		
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen							
	2.1.Fachkompetenz							
	2.1.1.Wissen							
	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden sind mit den zentralen Fragestellungen eines wertorientierten Finanzmanagements vertraut. Die Studierenden verstehen den Wirkungszusammenhang zwischen den Cost of Capital und den Finanzierungsmix. 							
	2.1.2.Fertigkeiten							
	<ul style="list-style-type: none"> Sie können kapitalmarkttheoretische Modelle zur Bestimmung der Eigen- und Fremdkapitalkosten in konkreten Praxisfällen anwenden. Die Studierenden kennen Verfahren zur Bestimmung der optimalen Kapitalstruktur bei Steuern und Insolvenzkosten. Die Studierenden können Investitionsprojekte mit dem WACC-Verfahren / APV-Verfahren risikoadäquat unter Einbeziehung von Steuern und Insolvenzkosten bewerten. 							
	2.2 Personale Kompetenzen							
	2.2.1 Sozialkompetenz							
	<ul style="list-style-type: none"> Durch Gruppenarbeit lernen die Studierenden finanzwirtschaftliche Fragestellungen in einem Team zu strukturieren und zu lösen. 							
	2.2.2 Selbstständigkeit							
	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden können mit komplexen Finanzierungs- und Investitionsproblemen selbstständig umgehen und diese sachgerecht lösen. 							
3	Inhalte							
	<ul style="list-style-type: none"> Corporate-Finance-Grundlagen Eigenkapitalbasierte Unternehmensfinanzierung Fremdkapitalbasierte Unternehmensfinanzierung Mezzanine-Kapital Verfahren zur Bestimmung der optimalen Kapitalstruktur Finanzbezogenes Risikomanagement Besondere Anwendungsbereiche (Mergers & Acquisitions-Transaktionen, Turn-around-Management, Projektfinanzierung) Cash Management Finanzmarketing 							
4	Lehrformen							
	Seminaristische Vorlesungen und Seminar							

5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Modul Investition und Finanzierung muss bestanden sein. Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur (45 Minuten) (64%) plus Präsentation (36%) oder Klausur (35 Minuten) (50%) plus Seminararbeit (50%)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote 4,5 % (10/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Ralf Beck Prof. Dr. Katrin Löhr M.Sc. Philip Rosenthal Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im Studienportal der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Brealey, R.A.; S.C. Myers; F. Allen:: Principles of Corporate Finance, Global Edition, New York (McGraw-Hill), aktuelle Auflage. Hillier, D., Ross, S, Westerfield, R.; Jaffe, J.; Jordan, B.: Corporate Finance, European Edition, New York (McGraw-Hill), aktuelle Auflage.

Nummer								
90810		Portfoliomanagement						
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS			
deutsch	ein Semester	4.-7. Semester	Findet in jedem Semester statt	Wahlpflichtfach	10			
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße	Workload			
-	Portfoliomanagement		seminaristische Veranstaltung Übung	45	Kontaktzeit	Selbststudium		
-	Übung Portfoliomanagement				90 h	210 h		
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen							
	2.1.Fachkompetenz							
	2.1.1.Wissen							
	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden verstehen Struktur und Funktionsweise von Finanzmärkten (Kassa- und Terminmarkt). Die Studierenden sind mit der Portfoliotheorie und dem CAPM vertraut. 							
	2.1.2. Fertigkeiten							
	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden können Finanztitel duplizieren. Die Studierenden können ausgewählte Finanztitel und Derivate bewerten. Die Studierenden beherrschen die Methoden der Portfoliooptimierung und können diese auf konkrete Investmentportfolien anwenden. Die Studierenden können mit dem CAPM konkrete Renditeprognosen erstellen. Die Studierenden kennen die Bedeutung und die Funktion des Terminmarktes und sind mit den Einsatzmöglichkeiten von Forwardkontrakten vertraut. 							
	2.2 Personale Kompetenzen							
	<ul style="list-style-type: none"> 2.2.1 Sozialkompetenz Durch Gruppenarbeit lernen die Studierenden portfoliotheoretische Fragestellungen in einem Team zu strukturieren und zu lösen. 							
	2.2.2 Selbstständigkeit							
	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden können komplexe Finanztitel selbstständig bewerten. 							
3	Inhalte							
	<ul style="list-style-type: none"> Struktur und Funktionsweise von Finanzmärkten Bond and Stock Valuation Zinsstruktur und Terminzinssätze Portfoliotheorie und CAPM Derivate 							
4	Lehrformen							
	Seminaristische Vorlesungen und Seminar							
5	Teilnahmevoraussetzungen							
	Formal: Modul Investition und Finanzierung muss bestanden sein. Inhaltlich: Keine							

Fachhochschule Dortmund

University of Applied Sciences and Arts

Bachelor Betriebswirtschaft (7 Semester) 2018

6	Prüfungsformen Klausur (100%) (60 Min.)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote 4,5 % (10/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Jens Mörchel Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Brealey, R.A.; S.C. Myers; F. Allen: Principles of Corporate Finance, Global Edition, New York (McGraw-Hill), aktuelle Auflage. Hillier, D., Ross, S, Westerfield, R.; Jaffe, J.; Jordan, B.: Corporate Finance, European Edition, New York (McGraw-Hill), aktuelle Auflage. Hull, J.C.: Optionen, Futures und andere Derivate, München u.a. (Pearson Studium), aktuelle Auflage.

Nummer						
90800		Aktuelles Thema				
Sprache	Dauer ein Semester	Studiensemester unregelmäßiges Angebot	Häufigkeit des Angebots Findet unregelmäßig statt		Art des Moduls Wahlpflichtfach	ECTS 10
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppen- größe 30	Workload Kontakt- zeit 90 h	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				Kontakt- zeit 90 h	SWS Selbst- studium 210 h 6
	<p><u>Hintergrund:</u> Dieses Wahlpflichtmodul soll dem Dekanat ermöglichen, zu aktuellen Themen, die z.B. auf Gesetzesänderungen, Technologieentwicklungen oder wirtschaftlichen Situationen („Krise“) beruhen, spezielle und i.d.R. einmalige WPM-Angebote zu genehmigen. Solche flexiblen Angebote wurden von einigen Fachgruppen gewünscht und lassen sich auch Fachgruppenübergreifend denken (z.B. BWL+VWL oder BWL + Recht). Die Studierenden kennen den Kontext und die grundlegenden Theorien zu dem „aktuellen Thema“, entwickeln Lösungsmöglichkeiten für die „neuartige“ Problematik und üben dabei auch innovative Forschungsmethoden, selbständiges Lernen, Gruppenarbeit und Präsentationen.</p> <p>Veranstaltung muss vom Dekanat genehmigt werden.</p>					
3	Inhalte Die Inhalte und ihre Verteilung auf die drei Veranstaltungen sind von den anbietenden Dozenten rechtzeitig zu konkretisieren und in einer ankündigenden Modulbeschreibung bekannt zu machen. <ul style="list-style-type: none"> • A+B: 4SV • C: Seminar mit hohem Eigenarbeitsanteil der Studierenden (2S) 					
4	Lehrformen Powerpoint-unterstützte dialogorientierte Veranstaltungen mit praktischen Beispielen Begleitende Pflichtlektüre von angegebenen Quellen sowie selbständige Recherchen zu aktuellen Themen und praktischen Problemen bzw. Anwendungen. Gruppenarbeit, moderierte Diskussion, „learning by doing“, Selbständiges Erarbeiten von Referaten, Präsentation von Referaten und Gruppenergebnissen unter zeitlichen Restriktionen. Es ist empfehlenswert, externe Experten zu Vorträgen einzuladen oder als Lehrbeauftragte an den Veranstaltungen zu beteiligen.					
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Keine Inhaltlich: Sind jeweils von den Dozenten vorzugeben (z.B. ein WPM I oder II als Voraussetzung)					
6	Prüfungsformen Klausur am Ende des Semesters sowie ggf. eine semesterbegleitende Prüfungsleistung					
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur sowie erfolgreiche semesterbegleitende Seminarleistung					
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) nein					

Fachhochschule Dortmund

University of Applied Sciences and Arts

Bachelor Betriebswirtschaft (7 Semester) 2018

9	Stellenwert der Note für die Endnote 4,52 % (10/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Martin Kißler Prof. Dr. Oliver Riedel Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im Studienportal der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur