

Modulhandbuch

B.A. Betriebswirtschaft (StgPO 2018)

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	II
Studienverlaufsplan	V
Wahlpflichtmodule	VII
Wahlpflichtmodulkatalog nach Intensivierungsbereichen	VIII
Modul 1 Einführung in die Wirtschaftswissenschaften	1
Modul 2 Personal und Organisation.....	7
Modul 3 Supply Chain Management	11
Modul 4 Marketing.....	15
Modul 5 Managementprojekte.....	18
Modul 6 Unternehmensführung und Simulation	21
Modul 7 Rechnungswesen I.....	26
Modul 8 Rechnungswesen II.....	31
Modul 9 Investition und Finanzierung	35
Modul 10 Steuern	37
Modul 11 Wirtschaftsmathematik	39
Modul 12 Wirtschaftsstatistik	44
Modul 13 Wirtschaftsinformatik I	47
Modul 14 a Wirtschaftsinformatik II	50
Modul 14 b Operations Research.....	53
Modul 15 Wirtschaftstheorie.....	56
Modul 16 Wirtschaftspolitik.....	59
Modul 17 Vertragsrecht	62
Modul 18 Implikationen der Digitalisierung.....	65
Modul 19 Business Communication I	68
Modul 20 Business Communication II	72
Modul 21 Business Skills: Soziale und Personale Kompetenzen	75

Modul 22 Werkzeuge der wissenschaftlichen Arbeit.....	81
Modul 23 Wissenschaftliche Kompetenzen	88
Modul 24 Praxissemester.....	91
Modul 25 Auslandsstudiensemester.....	93
Modul Angewandte Empirische Wirtschaftsforschung	96
Modul Arbeitsrechtsmanagement.....	99
Modul Ausbildereignungsschein	101
Modul Beschaffung und Produktion	104
Modul Controlling.....	109
Modul Finanzmanagement	113
Modul Digitalisierung und Innovation.....	115
Modul Europäische Wirtschaftspolitik	119
Modul Human Resource Management	122
Modul Internationale Rechnungslegung	125
Modul Internationale Wirtschaftsbeziehungen	128
Modul Internes Rechnungswesen/Kostenmanagement	132
Modul Portfoliomanagement.....	135
Modul Konzernabschluss und JA-Analyse.....	137
Modul Managementprojekte II.....	140
Modul Marktwirtschaftliches Unternehmensumfeld	143
Modul Modellbasiertes Logistikmanagement.....	146
Modul Ökonometrie	149
Modul Operatives Marketingmanagement	152
Modul Projektmanagement (deutschsprachig).....	156
Modul Spezielle Fragen der Unternehmensführung	159
Modul Steuerbilanzpolitik und anwendungsorientierte Unternehmensbesteuerung	162
Modul Steuerplanung im Unternehmen.....	164
Modul Strategisches Marketingmanagement.....	166
Modul Unternehmensführung/Strategisches Management	170

Modul Vorbereitung auf die Zertifizierung in einem berufsqualifizierenden ERP-System.....	174
Modul Aktuelle Themen.....	177
Thesis und Kolloquium.....	179

Studienverlaufsplan

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

Lfd. Nr.	Überfachgruppe	Modul	Modulnummer/ Prüfungsnummer	Modulbezeichnung	Art	ECTS	Semester (SWS / ECTS)																
							1		2		3		4		5		6		7				
							SWS	ECTS	SWS	ECTS	SWS	ECTS	SWS	ECTS	SWS	ECTS	SWS	ECTS	SWS	ECTS			
1	BWL-Funktionen	1	90010	Einführung in die Wirtschaftswissenschaften	PF	6																	
			90013	Einführung in Betriebswirtschaftslehre und Volkswirtschaftslehre			4	4															
			90014	Unternehmensplanspiel Basic ^{1,3}					2	2													
		2	90020/90023	Personal und Organisation	PF	5	4	5															
		3	90040/90041	Supply Chain Management	PF	5			4	5													
		4	90050/90051	Marketing	PF	5					4	5											
2	Finanz- u. Rechnungswesen / Steuern	7	90110/90114	Rechnungswesen I	PF	7	6	7															
				Buchhaltung																			
				Jahresabschluss I																			
				Kosten-, Erlös-u. Ergebnisrechnung I																			
		8	90120/90123	Rechnungswesen II	PF	5						4	5										
		Jahresabschluss II																					
		90150/90151	Investition und Finanzierung	PF	5					4	5												
		90160/90161	Steuern	PF	5					4	5												
3	Quantitative Grundlagen	11	90210/90211	Wirtschaftsmathematik	PF	6	4	6															
		12	90220/90221	Wirtschaftsstatistik	PF	5			4	5													
		13	90230/90231	Wirtschaftsinformatik I	PF	5					4	5											
		14a	90240/90241	Wirtschaftsinformatik II ⁴	Wpf	5								4	5								
		14c	90261/90261	Operations Research ⁴	Wpf	5										4	5						

Auslandstudien- oder Praxissemester****

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 ²
Wahlpflichtmodul Angewandte empirische Wirtschaftsforschung	Module 11 und 12 müssen bestanden sein	90806	10	SoSe
Wahlpflichtmodul Arbeitsrechtsmanagement	Modul 17 muss bestanden sein	90780	10	WiSe
Wahlpflichtmodul Ausbildereignungsschein	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	WiSe
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	SoSe
Wahlpflichtmodul Operatives Marketingmanagement	Modul 4 muss bestanden sein	90732	10	WiSe/SoSe
Wahlpflichtmodul Projektmanagement (englischsprachig)	keine	90802	10	SoSe
Wahlpflichtmodul Spezielle Fragen der Unternehmensführung	Module 1 - 4 und 7 - 9 müssen bestanden sein	90805	10	WiSe
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" ⁴	Die angebotenen Wahlpflichtmodule im Bereich der aktuellen Themen werden durch Aushänge bekanntgegeben.		10	WiSe/SoSe

²Änderungen vorbehalten

⁴Module 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.

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 Rechnungslegung	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 (Englisch)	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
Intensivierungsbereich Volkswirtschaftslehre³			
Wahlpflichtmodul Marktwirtschaftliches Unternehmensumfeld	90783	10	SoSe
Wahlpflichtmodul Ökonometrie	90786	10	SoSe
Wahlpflichtmodul Internationale Wirtschaftsbeziehungen	90784	10	WiSe
Wahlpflichtmodul Europäische Wirtschaftspolitik	90787	10	SoSe
Intensivierungsbereich Wirtschaftsinformatik			
Wahlpflichtmodul Digitalisierung und Innovation	90788	10	WiSe
Wahlpflichtmodul Vorbereitung auf die Zertifizierung in einem berufsqualifizierten ERP System	90801	10	SoSe
Wahlpflichtmodule ohne Intensivierungsbereich			
Wahlpflichtmodul Ausbildereignungsschein	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.

Modul 1 Einführung in die Wirtschaftswissenschaften					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90010	180 h	6	1. + 2. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Veranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
	a. Einführung in die Betriebswirtschaftslehre b. Einführung in die Volkswirtschaftslehre c. Unternehmensplanspiel Basic		6 SWS / 90 h	90 h	60 – 75 Studierende; im Unternehmensplanspiel 30 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	a) Einführung in die Betriebswirtschaftslehre				
	2.1 Fachkompetenz				
	2.1.1. Wissen				
	<p>Die Studierenden entwickeln ein systematisches, theoretisch- und praxisorientiertes Verständnis für die Problemstellung der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre. Es wird ihnen bewusst, dass es sich um eine Thematik handelt, die sich durch vielfältige und einschneidende Veränderungen, auch im internationalen Rahmen immer komplexer gestaltet. Sie lernen das allgemein anerkannte und praktisch verwertbare Grundlagenwissen der modernen Betriebswirtschaftslehre zu beherrschen und anzuwenden.</p>				
	2.1.2. Fertigkeiten				
	<p>Die Studierenden erarbeiten klassische betriebswirtschaftliche Modelle und Ansätze moderner Theorien und sind befähigt, diese auf ihre praktische Anwendbarkeit zu testen. Sie sind in der Lage, diese Erkenntnisse für weiterführende spezielle und funktionale Betriebswirtschaftslehren und für die Querschnittsfunktionslehre Unternehmensführung einzusetzen.</p>				
	2.2 Personale Kompetenzen				
	2.2.1 Sozialkompetenz				
	<p>Durch aktive Beteiligung am Vorlesungsgeschehen, z. B. mit eigenen kommunikativen Beiträgen können die vermittelten Inhalte argumentativ von den Studierenden aufgegriffen und verdeutlicht werden. Gemeinsam können ausgewählte inhaltliche Aspekte weiterentwickelt werden.</p>				
	2.2.2 Selbstständigkeit				
	<p>Die Studierenden werden sich grundlegender betriebswirtschaftlicher, aber auch gesamtgesellschaftlicher Aspekte mit internationalem Bezug bewusst, können diese reflektieren und kommunizieren und in der Auseinandersetzung mit den Lerninhalten weiterführender Veranstaltungen vertiefen.</p>				

b) Einführung in die Volkswirtschaftslehre

2.1 Fachkompetenz

2.1.1. Wissen

Die Studierenden kennen die der Wirtschaft zugrundeliegenden Sachverhalte und die prinzipiellen Möglichkeiten, mit Knappheitssituationen „zurechtzukommen“. Sie sind mit den Prinzipien und Problemen von Arbeitsteilung und Tausch vertraut und verfügen über Grundkenntnisse über Wirtschaftsordnungen. Sie kennen wichtige wirtschaftliche Kenngrößen und können diese anwenden.

Die Studierenden sind in der Lage die Stufen und Ebenen der Wirtschafts-wissenschaft zu unterscheiden und das Typische der wirtschaftswissenschaftlichen Modellbildung zu verstehen.

2.1.2 Fertigkeiten

Die Studierenden erarbeiten klassische volkswirtschaftliche Modelle und sind befähigt, diese auf aktuelle wirtschaftspolitische Fragestellungen anzuwenden. Sie sind in der Lage, komplexe Zusammenhänge auf wesentliche abgestarte Mechanismen zu reduzieren und deren praktische Relevanz zu bewerten.

2.2 Personale Kompetenzen

2.2.1 Sozialkompetenz

Durch aktive Beteiligung am Vorlesungsgeschehen können die vermittelten Inhalte argumentativ von den Studierenden aufgegriffen und verdeutlicht werden. Gemeinsam können ausgewählte aktuelle volkswirtschaftliche Themen diskutiert werden.

2.2.2 Selbstständigkeit

Die Studierenden lernen mit grundlegenden volkswirtschaftlichen Konzepten umzugehen und diese selbständig auf Probleme anzuwenden sowie eigene Analysen auf dieser Basis selbstständig zu kommunizieren.

c) Unternehmensplanspiel Basic

2.1 Fachkompetenz

2.1.1. Wissen

Die Studierenden treffen in der Rolle der Geschäftsführung über mehrere Geschäftsjahre unternehmerische Entscheidungen in den Bereichen Produktion, Vertrieb, Personal, Verwaltung und Finanzen in einem Produktionsbetrieb für Outdoor-Zelte. Mit dieser Simulation vertiefen die Studierenden vermittelte betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse und unternehmerische Zusammenhänge einer ganzheitlichen Unternehmensführung. Sie erwerben Kompetenzen

- im Erkennen gesamtunternehmerischer Zusammenhänge
- in der Anwendung betriebswirtschaftlicher Grundlagen und Denkweisen
- im Erreichen vorgegebener Ziele durch Umsetzen von Plänen in Entscheidungen und
- gewinnen Erkenntnisse zur Transparenz für die Folgen von Entscheidungen.

	<p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <p>Im Mittelpunkt steht der Umgang mit Informationen und deren Nutzung zur Entscheidungsfindung, insbesondere unter Zeitdruck.</p> <p>Die Studierenden verstehen die Komplexität sich ändernder Märkte, erkennen die für Unternehmen daraus resultierenden Chancen und Bedrohungen und leiten eigenständig aus der Kenntnis ausgewählter Arbeits- und Planungstechniken grundlegende Handlungsstrategien für die Unternehmen aus den unternehmenseigenen Stärken und Schwächen ab.</p> <p>Die Studierenden können sich in der internationalen und globalen Vernetzung der Märkte, Konsumenten und Unternehmen fachlich adäquat in Strategie- und Wertediskussionen positionieren.</p> <p>Trainiert werden das systematische Durchdenken und Festlegen von Zielen, Verhaltensweisen und Maßnahmen zur Gestaltung der Zukunft von Unternehmen.</p> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <p>Das Unternehmensplanspiel fördert die Teamarbeit in einer Gruppe. Es wird ein respektvoller, wertschätzender und kooperativer Umgang im Miteinander erwartet. Unterschiede zwischen den Studierenden in einem Team sollen bestmöglich für den Gruppenerfolg nutzbar gemacht werden. Gruppenmitglieder stellen jeweils bestmöglich ihre Fähigkeiten und ihr Wissen für den erfolgreichen Ablauf der Gruppenprozesse und das Erreichen der gesetzten Ziele zur Verfügung. Sie streben eine konstruktive Kommunikation im Miteinander an, indem z. B. Beiträge anderer ergänzt, Kompromisse gemacht oder Perspektivwechsel vollzogen werden.</p> <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <p>Die Studierenden entwickeln eigenständig Kompetenzen in der Teamarbeit, wobei die durch das Unternehmensplanspiel zugewiesene Aufgabe eines Funktionsbereichs das Rollenverständnis unterstützt.</p> <p>Die Studierenden können Teams in einer ergebnisorientierten Art führen und koordinieren.</p> <p>Sie können die Teamergebnisse in einem komplexen und anspruchsvollen Umfeld präsentieren und argumentieren und sich in der globalen Vernetzung der Märkte, Konsumenten und Unternehmen fachlich adäquat in Strategie- und Wertediskussionen positionieren.</p> <p>Gegebenenfalls auftretende Konflikte in der Gruppenarbeit werden konsequent auf der sachlichen, nicht auf der persönlichen Ebene eigenständig von der Gruppe behandelt.</p>
<p>3</p>	<p>Inhalte</p> <p>a) Einführung in die Betriebswirtschaftslehre</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundfragen der BWL <ul style="list-style-type: none"> - BWL als Wissenschaft - Gliederung der BWL

	<ul style="list-style-type: none"> - Geschichtliche Entwicklung und Basiskonzeptionen der BWL - Neue Institutionenökonomik - Grundlagen des Wirtschaftens - Träger der Wirtschaft • Konstitutive Entscheidungen <ul style="list-style-type: none"> - Standortwahl - Wahl der Rechtsform - Unternehmensverbindungen • Betriebswirtschaftliche Zielkonzeptionen, GuV und Bilanz als Visitenkarte des Unternehmens • Betrieblicher Leistungserstellungs- und -verwertungsprozess • Personalwirtschaft und Finanzwirtschaft • Internationale Aspekte der Betriebswirtschaftslehre <p>b) Einführung in die Volkswirtschaftslehre</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wirtschaftliche Grundsachverhalte • Ansätze zur Lösung des Knappheitsproblems • Arbeitsteilung und Tausch • Wirtschaftssysteme / Wirtschaftsordnungen • Wirtschaftswissenschaft und ihre Methoden • Wirtschaftskreislauf und Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung • Wichtige Kenngrößen <p>c) Unternehmensplanspiel Basic</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ganzheitliche Führung eines Unternehmens • Begriffe und Kennzahlen der Betriebswirtschaft • Grundlagen des Marketings • Personalbedarfsplanung • Instrumente und Berichte des Rechnungswesens • Jahresabschluss
4	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristische Vorlesung mit Anwendungs- und Fallbeispielen; Unternehmensplanspiel Basic als Übung</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>a) Einführung in die Betriebswirtschaftslehre: (eigene Teilprüfung) Bestandene schriftliche Prüfung (Klausurumfang: 30 Minuten)</p> <p>b) Einführung in die Volkswirtschaftslehre Bestandene schriftliche Prüfung (Klausurumfang: 30 Minuten)</p>

	<p>c) Unternehmensplanspiel Basic: (eigene Teilprüfung)</p> <p>Anwesenheitspflicht; Gesamtbewertung Unternehmensplanspiel setzt sich zusammen aus Eingangstest (10%), quantitative Planspielbewertung (20%), qualitative Planspielbewertung (20%), Sonderaufgabe(n) (20%), schriftliche Abschlussprüfung (30%)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Prüfungsleistungen in den Teilprüfungen a bis c</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>2,7 % $(6/177) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Faix</p> <p>Prof. Dr. Quarg</p> <p>Prof. Dr. Greiber</p> <p>Prof. Dr. Brüggelambert</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <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>

Kortmann, W.: Grundlagen der Wirtschaftswissenschaft; Skriptum Nr. 96299/4
Mankiw, N.G.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Schäffer-Poeschel

c) Unternehmensplanspiel Basic

Tata Interactive Systems: Unternehmensplanspiel TOPSIM Easy Management Ver-
sion 2.3.2, Tübingen 2017

Modul 2 Personal und Organisation					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90020	150 h	5	1. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Veranstaltungen a. Personal b. Organisation	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 60 - 75 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>a) Personal</p> <p>2.1. Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <p>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.</p> <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <p>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.</p> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <p>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 Gesamtergebnis zusammenfügen. Das Teamergebnis können sie fachlich adäquat präsentieren und überzeugend begründen.</p> <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, für konkrete personalwirtschaftliche Problemstellungen eigenständig die kritischen Faktoren zu identifizieren und zu bearbeiten. Auf der</p>				

	<p>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.</p> <p>b) Organisation</p> <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <p>Die Studierenden sind über die begrifflichen und konzeptionellen Grundlagen der organisatorischen Gestaltung von Unternehmen informiert. Sie kennen zudem die wesentlichen organisationstheoretischen Positionen sowie die zentralen aufbau- und ablauforganisatorischen Aktionsparameter von Unternehmen und die aus ihnen ableitbaren organisatorischen Struktur- und Prozesskonzepte.</p> <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <p>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.</p> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <p>Die Studierenden können anspruchsvollere organisatorische Gestaltungsaufgaben arbeitsteilig im Team bearbeiten, die Teilresultate zu einem schlüssigen Gesamtergebnis integrieren und die Teamergebnisse präsentieren und begründen.</p> <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <p>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.</p>
<p>3</p>	<p>Inhalte</p> <p>a) Personal</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das HRM, Entwicklung und Ziele • HRM als Teil der betriebswirtschaftlichen Aktivitäten im Unternehmen • operatives und strategisches Personalmanagement

	<ul style="list-style-type: none"> • 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) <p>b) Organisation</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 Funktionsebene) • Ablauf- und Prozessorganisation • „Fit“ zwischen Organisation, Kultur und Strategie • Reorganisation als Aufgabe und Instrument des Change Management • Organisation der Organisation
4	<p>Lehrformen</p> <p>a) Personal</p> <p>Seminaristische Vorlesung unterstützt durch Powerpoint-Präsentation, Praxisbeispiele, Fallstudien und Gruppenarbeit sowie hoher Interaktion mit den Studierenden im Seminargespräch. Vertiefung durch teambasierte Ausarbeitungen mit Kurzpräsentationen.</p> <p>b) Organisation</p> <p>Seminaristische Vorlesung unterstützt durch Powerpointpräsentation, Overheadprojektor und Tafel. Vertiefung des Vorlesungsstoffes durch Praxisbeispiele und Fallstudien.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (100 %) (90 Min.)</p>

7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Nein
9	Stellenwert der Note für die Endnote 2,3 % (5/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Faix
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur:</p> <p>a) Personal</p> <p>Bartscher, T.; Stöckl, J.; Träger, T.: Personalmanagement: Grundlagen, Handlungsfelder, Praxis, München 2012</p> <p>Eisele, D.; Doyé, T.: Praxisorientierte Personalwirtschaftslehre, 7. Aufl., Stuttgart 2010</p> <p>Holtbrügge, D.: Personalmanagement, 7. Auflage, Berlin; Heidelberg 2018</p> <p>Scherm, E./ Süß, S.: Personalmanagement, 3., vollständig überarb. Aufl., München 2016</p> <p>b) Organisation</p> <p>Faix, A.: Organisationsgestaltung, 2017 (im Druck)</p> <p>Faix, A.: Gestaltung marktorientierter Reorganisationen, in: Kairos, Berichte des Instituts für Angewandte Managementforschung, 2009, Nr. 1, S. 6 – 51</p> <p>Frese, E. et al.: Grundlagen der Organisation, 10. Aufl., Wiesbaden 2013</p> <p>Jung, R. H. / Bruck, J. / Quarg, S.: Allgemeine Managementlehre, Berlin 2011</p> <p>Porter, M. E.: Wettbewerbsstrategien, Frankfurt 2008</p> <p>Porter, M. E.: Wettbewerbsvorteile, Frankfurt 2010</p> <p>Vahs, D.: Organisation, 6. Aufl., Stuttgart 2015</p> <p>Wolf, J.: Organisation, Management, Unternehmensführung, Wiesbaden 2008.</p>

Modul 3 Supply Chain Management					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90040	150 h	5	2. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Veranstaltung Supply Chain Management	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 35-40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <p>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.</p> <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <p>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.</p> <p>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 Materialbedarfs-ermittlung 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.</p> <p>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</p>				

	<p>können die Inhalte, Aufgaben und Instrumente der Produktionsplanung und -steuerung (MRP II) sicher nennen und anwenden.</p> <p>Auf Basis der erworbenen Kenntnisse in den Grundlagen und den Gestaltungsfeldern lernen die Studierenden ausgewählte Konzepte des SCM anzuwenden.</p> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <p>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.</p> <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <p>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.</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>
<p>3</p>	<p>Inhalte</p> <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

	<ul style="list-style-type: none"> ○ 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	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristischer Unterricht, d.h. Powerpoint-unterstützte dialogorientierte Vorlesung mit Übungen (Methodeneinübung, Aufgabenblätter, Feedback) und praktischen Beispielen (Video etc.).</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: Modul „Mathematik“ sollte absolviert sein. Das Modul „Statistik“ sollte parallel gehört werden.</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (100 %) (60 Min.) (Aufgaben entsprechend Übungsblättern und Lernkontrollen)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Das Modul wird in modifizierter Form auch in anderen Studiengängen angeboten.</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>2,3 % (5/177) x 0,8</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Meinke Prof. Dr. Klingebiel</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur:</p>

Arnold, D.; Isermann, H.; Kuhn, A.: Handbuch Logistik, 3. Auflage, Springer-Verlag, 2008

Kummer, S. (Hrsg.)/Grün, O./Jammernegg, 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

Modul 4 Marketing					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90050	150 h	5	3. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Veranstaltung Marketing	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 60 - 75 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <p>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.</p> <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <p>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.</p> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <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.</p> <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, unter Zuhilfenahme von geeigneten Informationsquellen (z.B. Fachliteratur, Online-Recherchen in Experten-Portalen), selbständig Kenntnisse, Fähigkeiten und Denkweisen zu erwerben und diese zur Lösung von Entscheidungsproblemen des Marketings einzusetzen. Das problemlösungsentdeckende Lernen fördert die kreative Vertiefung und Anwendung der Lerninhalte, die kursbegleitende Überprüfung des individuellen Lernfortschritts und vermittelt lernmotivierende Erfolgserlebnisse.</p>				

<p>3</p>	<p>Inhalte</p> <p>Die Veranstaltung behandelt die konzeptionellen Grundlagen des Marketings:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Marketingkonzeption (Begriff, Entwicklungsphasen, Marktphilosophie, Entscheidungsfeld, Erfolgswirkungen, Forschungsansätze des Marketings) • Struktur des Absatzmarktes (Marktabgrenzung, Nachfrager-/Wettbewerber-/Absatzmittlerverhalten, Rahmenbedingungen der Marktumwelt, ökonomische Marktkennwerte, Marktlebenszyklus) • 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, Preiscontrolling) • Distributionspolitik (Vertriebsziele, direkte/indirekte Vertriebssysteme, Multi-Channel-Vertrieb, Online-Vertrieb, Auswahl/Steuerung von Absatzmittlern, Verkaufspolitik, Vertriebscontrolling) • Kommunikationspolitik (Ziele/Zielgruppen der Marktkommunikation, Werbebudgetierung, 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)
<p>4</p>	<p>Lehrformen</p> <p>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.</p>
<p>5</p>	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine.</p> <p>Inhaltlich: Erfolgreiche Teilnahme an den Lehrveranstaltungen (Modulen) „Wirtschaftsmathematik“, „Wirtschaftsstatistik I“ und „Wissenschaftliche Methoden“.</p>
<p>6</p>	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (100%) (60 Min.)</p>

7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) nein
9	Stellenwert der Note für die Endnote 2,3 % (5/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Kubik Prof. Dr. Scheidler
11	<p>Literatur:</p> <p>Basisliteratur:</p> <p>Homburg, Ch.: Grundlagen des Marketingmanagements, 5. Aufl., Wiesbaden (Gabler) 2016</p> <p>Kuß, A.; Kleinaltenkamp, M.: Marketing-Einführung, 6. Aufl.; Wiesbaden (Gabler) 2013</p> <p>Ergänzungsliteratur:</p> <p>Becker, J.: Das Marketingkonzept, 4. Aufl., München (Beck) 2010</p> <p>Bruhn, M.: Marketing. Grundlagen für Studium und Praxis, 12. Aufl., Wiesbaden (Gabler) 2014</p> <p>Bruhn, M.: Marketingübungen. Basiswissen, Aufgaben, Lösungen, 4. Aufl., Wiesbaden (Gabler) 2014</p> <p>Esch, F., Herrmann, A., Sattler, H.: Marketing, 4. Aufl., München (Vahlen) 2013</p> <p>Kreutzer, R.: Praxisorientiertes Marketing, 5. Aufl., Wiesbaden (Gabler) 2014</p> <p>Meffert, H.; Burmann, C.; Kirchgeorg, M.: Marketing, 11. Aufl., Wiesbaden (Gabler) 2012</p> <p>Meffert, H.; Burmann, C.; Kirchgeorg, M.: Marketing Arbeitsbuch: Aufgaben – Fallstudien, bungen, 11. Aufl., Wiesbaden (Gabler) 2013</p> <p>Rennhak, C.; Opresnik, O.: Marketing: Grundlagen, Wiesbaden (Gabler) 2016</p> <p>Scharf, A.; Schubert, B.; Hehn, P.: Marketing, 6. Aufl., Stuttgart (Schäffer-Poeschel) 2015</p> <p>Schmuller, J.: Statistik mit Excel, Weinheim (Wiley) 2017</p> <p>Walsh, G.: Marketing. Eine Einführung auf der Grundlage von Case Studies, Wiesbaden (Gabler) 2013</p> <p>Walsh, G.; Dose, D.; Schwabe, M.: Marketingübungsbuch. Aufgaben und Lösungen, 2. Aufl., Wiesbaden (Gabler) 2016</p>

Modul 5 Managementprojekte					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90060	210 h	7	4. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Veranstaltung Managementprojekte	Kontaktzeit 4 SWS / 30 h	Selbststudium 180 h (inkl. Teamtreffen)	geplante Gruppengröße 5 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <p>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.</p> <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <p>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.</p> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <p>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.</p> <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <p>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.</p>				

<p>3</p>	<p>Inhalte (Ablaufprozess)</p> <p>Angewandte Projektarbeit (Teamprozesse/Zeitmanagement):</p> <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.
<p>4</p>	<p>Lehrformen</p> <p>Coaching von projektbezogenen Teamprozessen, ergänzende Beratung durch Fachexperten, Unterstützung der Teamentwicklung durch Tutoren, organisatorische Abwicklung über die ILIAS-Lernplattform</p>
<p>5</p>	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Siehe § 20 (1) StgPO</p> <p><u>Teilnahmenachweis:</u> 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.</p> <p>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.</p> <p>Inhaltlich: Die Module der Semester 1 und 2 sollten absolviert sein.</p>
<p>6</p>	<p>Prüfungsformen</p> <p>Bewertung Gruppenprozess und Business Communication inkl. Abschlusspräsentation (46%), Bewertung der fachbezogenen Projektteile im Abschlussbericht (jeweils 18%)</p>
<p>7</p>	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Erfolgreicher Abschluss der Managementprojekte in der jeweiligen 5er-Gruppe (vgl. Prüfungsformen) inklusive Anwesenheit während der gesamten abschließenden Präsentationsstage</p>
<p>8</p>	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>nein</p>

9	Stellenwert der Note für die Endnote 3,15 % (7/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Kiunke
11	Sonstige Informationen Literatur: „Projekthandbuch Managementprojekte“

Modul 6 Unternehmensführung und Simulation					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90090	180 h	5	5. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Veranstaltung a) Strategisches Management b) Unternehmensplanspiel Advanced	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 120 h	geplante Gruppengröße 35 - 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>a) Strategisches Management</p> <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1 Wissen</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>2.1.2 Fertigkeiten</p> <p>Die Studierenden setzen betriebswirtschaftliche Instrumente und Techniken ein, um Unternehmensgesamt- und Geschäftsbereichsstrategien zu entwickeln, zu formulieren und umzusetzen.</p> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <p>In den vorlesungsbegleitenden Übungen erlangen Studierende die Fähigkeit, das erworbene 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.</p> <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <p>Die Studierenden reflektieren die eigene Fachkompetenz mit Hilfe der kleineren Fallstudien und Übungsaufgaben kritisch in Bezug auf die Vielfalt der Managementansätze unter ökonomischen und unternehmensethischen Aspekten. Die Studierenden sind in der Lage, unter Zuhilfenahme von geeigneten Informationsquellen (z. B. Fachliteratur, Online-Recherche in Experten-Portalen), selbständig Kenntnisse, Fähigkeiten und</p>				

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 Ganze 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 Produktkalkulation
- 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

	<ul style="list-style-type: none"> • 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 weiterzuentwickeln. • 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.
<p>3</p>	<p>Inhalte</p> <p>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:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 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>
<p>4</p>	<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.</p> <p>Unternehmensplanspiele simulieren abstrahiert, aber dennoch realitätsnah, Gesamt-abläufe 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 Module 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 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>
F8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>2,7 % (6/177) x 0,8</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Quarg Prof. Dr. Hofnagel</p>

11	Sonstige Informationen 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 Zukunftsperspektiven, 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 Unternehmensführung. 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
-----------	--

Modul 7 Rechnungswesen I					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90110	210 h	7	1. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Veranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	a) Buchhaltung b) Jahresabschluss I c) Kosten, Erlös- u. Ergebnisrechnung	6 SWS / 90 h	120 h	60 - 75 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p>a) <u>Buchhaltung</u></p> <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <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> <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <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> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <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

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

b) Jahresabschluss

2.1 Fachkompetenz

2.1.1. Wissen

Die Studierenden besitzen die Grundkenntnisse der handelsrechtlichen Rechnungslegung und damit zusammenhängende Grundlagen des steuerrechtlichen Jahresabschlusses.

2.1.2. Fertigkeiten

Die Studierenden können einfache Probleme der Jahresabschlusserstellung auf Basis des HGB lösen.

2.2 Personale Kompetenzen

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 Literaturlarbeit 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 Kos-

	<p>tenrechnung, wie z. B. Abschreibungskosten, Zinskosten, innerbetriebliche Leistungsverrechnungen, Kalkulationssatzbildungen, Herstellkosten- und Selbstkostenkalkulationen, Periodenerfolgsrechnungen, durchzuführen 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 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.</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 Literaturliteratur geschult, um die Vorlesungsinhalte eigenverantwortlich nachzubereiten.</p>
<p>3</p>	<p>Inhalte</p> <p>a) Buchhaltung</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 <p>b) Jahresabschluss</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definition und Bestandteile eines Jahresabschlusses • Rechtliche Grundlagen • Allgemeine Bestimmungen • Grundlagen des Bilanzansatzes • Grundlagen der Bewertung • Grundlagen der Gewinn- und Verlustrechnung <p>c) Kosten, Erlös- u. Ergebnisrechnung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in Grundsachverhalte der Kostenrechnung • Kostenartenrechnung • Kostenstellenrechnung • Kalkulationsrechnung • Betriebsergebnisrechnung

4	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristische Veranstaltung mit anwendungsorientierten Übungseinheiten. Kombination aus Präsenz- und Online-Angeboten (Blended Learning).</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich:</p> <p>a) Buchhaltung: keine</p> <p>b) Jahresabschluss: die Veranstaltung Buchhaltung sollte parallel gehört werden.</p> <p>c) Kosten, Erlös- u. Ergebnisrechnung: die Veranstaltung Einführung in die Betriebswirtschaftslehre sollte parallel gehört werden.</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (100 %) (135 Min.)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Klausuren</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>keine</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>3,1 % (7/177) x 0,8</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende/r</p> <p>Prof. Dr. Beck</p> <p>Prof. Dr. Kißler</p> <p>Prof. Dr. Breidenbach</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur:</p> <p>a) Buchhaltung</p> <p>Breidenbach, Karin; Währisch, Michael: Buchhaltung und Jahresabschluss kompakt, 4. Auflage, Oldenbourg 2017.</p> <p>Döring, Ulrich; Buchholz, Rainer: Buchhaltung und Jahresabschluss, 14. Auflage, Berlin 2015.</p> <p>Deitermann, Manfred; Schmolke, Siegfried; Rückwart, Wolf-Dieter: Industrielles Rechnungswesen IKR, 45. Auflage, Braunschweig 2016.</p> <p>Weber, Jürgen; Weißenberger, Barbara E.: Einführung in das Rechnungswesen: Bilanzierung und Kostenrechnung, 9. Auflage, Stuttgart 2015.</p>

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

Modul 8 Rechnungswesen II					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90120	150 h	5	2. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Veranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	a. Jahresabschluss II b. Kosten, Erlös- u. Ergebnisrechnung II	4 SWS / 60 h	90 h	35 - 40 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	a) <u>Jahresabschluss II</u>				
	2.1 Fachkompetenz				
	2.1.1. Wissen				
	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.				
	2.1.2. Fertigkeiten				
	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.				
	2.2 Personale Kompetenzen				
	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.				
	b) <u>Kosten, Erlös- u. Ergebnisrechnung II</u>				
	2.1 Fachkompetenz				
	2.1.1. Wissen				
	Die Studierenden kennen die dispositionsbezogene Abbildung von Werteflüssen innerhalb eines Unternehmens durch Kosten, Erlöse und Ergebnisse. Auf dieser Basis				

	<p>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, dispositionskostenrechnerische 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, Kostenaufösungen, ein- und mehrstufige Deckungsbeitragsrechnungen, Break-even-Analysen, Plankostenrechnungen, durchzuführen 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-, Deckungsbeitrags- und Plankostenrechnung mit anderen Beteiligten kommunizieren. Sie lernen, sich über komplexe Entscheidungssituationen auszutauschen und verschiedene Kriterien berücksichtigende Lösungen zu entwickeln.</p> <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <p>Die Studierenden können selbstständig entscheidungsrelevante Sachverhalte innerhalb der Voll- und Teilkostenrechnung identifizieren und die Vor- und Nachteile beider Kostenrechnungssysteme in einer betrieblichen Entscheidungssituation berücksichtigen. Sie sind zur eigenständigen Literaturarbeit befähigt, die ihnen auch die Möglichkeit eröffnet, sich partiell neuartige Teilbereiche der Kostenrechnung zu erschließen.</p>
<p>3</p>	<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

	<ul style="list-style-type: none"> • 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>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>2,24 % $(5/177) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Beck</p> <p>Prof. Dr. Kißler</p> <p>Prof. Dr. Breidenbach</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <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 Jahresabschlussanalyse, 24. Aufl., Stuttgart (Schäffer-Poeschel)2016</p> <p>Coenenberg, A. G.; Haller, A.; Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 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>
--	--

Modul 9 Investition und Finanzierung					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90150	150 h	5	3. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Veranstaltungen Investition und Finanzierung	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 50 - 60 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>2.1 Fachkompetenz</p> <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 Durch Gruppenarbeit lernen die Studierenden finanzwirtschaftliche Fragestellungen in einem Team zu strukturieren und zu lösen.</p> <p>2.2.2 Selbstständigkeit Die Studierenden können mit komplexen Finanzierungs- und Investitionsproblemen selbstständig umgehen und diese sachgerecht lösen.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Fragestellungen der betrieblichen Finanzwirtschaft • Finanzanalyse und Finanzplanung 				

	<ul style="list-style-type: none"> • Innenfinanzierung • Investitionsrechnung bei Sicherheit • Investitionsrechenverfahren bei Ungewissheit und Risiko • Außenfinanzierungsmöglichkeiten börsenfähiger und nicht-börsenfähiger Unternehmen • Aspekte der Gestaltung der Kapitalstruktur von Unternehmen
4	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristische Vorlesung und anwendungsorientierte Übungseinheiten.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (100 %) (60 Min.)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>2,25 % $(5/177) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Löhr</p> <p>Prof. Dr. Linnenbrink</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur:</p> <p>Hillier, D., Ross, S., Westerfield, R.; Jaffe, J.; Jordan, B.: Corporate Finance, European Edition, New York (McGraw-Hill).</p> <p>Kruschwitz, L.: Investitionsrechnung, München / Wien (Oldenbourg).</p> <p>Zantow, R.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, München u.a. (Pearson Studium).</p>

Modul 10 Steuern					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90160	150 h	5	3. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Veranstaltungen Steuern	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 50 - 60 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <p>Die Studierenden sollen praxisorientiert allgemeine Kenntnisse in dem Bereich Steuern erlangen. Insbesondere zählen hierzu die Grundzüge des deutschen Steuersystems sowie die wichtigsten Steuerarten.</p> <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <p>Die Studierenden können Besteuerungswirkungen erkennen und unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten beurteilen.</p> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <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>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 Arbeit mit Gesetzestexten geschult.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <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 %) (60 Min.)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) nein
9	Stellenwert der Note für die Endnote $2,24 \% (5/177) \times 0,8$
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Eggers Prof. Dr. Oesterwinter
11	Sonstige Informationen Literatur: Steuergesetze nach neuestem Rechtsstand Steuerrichtlinien nach neuestem Rechtsstand Wirtschaftsgesetze nach neuestem Rechtsstand Weitere und aktuelle steuerliche Literaturhinweise erfolgen in der Veranstaltung

Modul 11 Wirtschaftsmathematik					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90210	180 h	6	1. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Veranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	a. Mathematische Grundlagen der BWL b. Finanzmathematik c. Lineare Algebra	4 SWS / 60 h	120 h	50 - 60 Studierende	
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 Kleingruppen 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 selbständig zu befassen. Hierzu bearbeiten sie ein E-Learning-Angebot für dieses Teilmodul. 				
	Sie können sich fehlendes Wissen eigenständig mit digitalen Medien aneignen.				

b) Finanzmathematik

2.1 Fachkompetenz

2.1.1 Wissen

- Die Studierenden kennen die Grundlagen der Finanzmathematik und wissen, dass Zinsbetrachtungen bei unterschiedlichen betriebswirtschaftlichen Fragestellungen 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 betriebswirtschaftliche Probleme anwenden und somit zur Entscheidungsfindung im Unternehmen beizutragen.
- Sie können die ermittelten mathematischen Lösungen reflektieren und betriebswirtschaftlich einordnen.
- Sie besitzen das logisch-abstrakte Denken, um finanzmathematische Lösungen auch auf andere betriebs- und volkswirtschaftliche Fragestellungen zu übertragen (z.B. allgemeine Wachstumsprozesse).

2.2 Personale Kompetenzen

2.2.1 Sozialkompetenz

- Die Studierenden besitzen die Fähigkeit finanzmathematische Probleme in Kleingruppen 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 selbständig mit grundlegenden finanzmathematischen Methoden abbilden.
- Sie besitzen die Fähigkeit, diese Modelle in der Folge selbständig 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.

	<p>2.1.2 Fertigkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können die Rechenoperationen mit Matrizen, insbesondere bezogen auf betriebswirtschaftliche Probleme, zielgerichtet anwenden. • Die Studierenden können lineare Gleichungssysteme aufgrund von realen Problemstellungen aufstellen, lösen und die Lösungen interpretieren. <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <p>Die Studierenden können gefundene Lösungen mathematischer Probleme im Team bzw. gegenüber anderen Fachleuten in geeigneter Weise kommunizieren, d.h. zielgruppengerecht erläutern, argumentativ vertreten und in der Diskussion weiter entwickeln</p> <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können mit komplexen mathematischen Sachverhalten selbstständig umgehen und diese einer nachhaltigen Lösung zuführen. Sie können eigenständig Projekte mit mathematischem Bezug bearbeiten.
<p>3</p>	<p>Inhalte</p> <p>a) Mathematische Grundlagen der BWL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlegende Fertigkeiten <ul style="list-style-type: none"> - Addition und Subtraktion - Bruchrechnen • Ökonomisch bedeutende Funktionen <ul style="list-style-type: none"> - Potenzrechnung (=> Zinsrechnung, Nutzenfunktionen) - Logarithmen (=> Nutzenfunktionen) • Erstellung und Lösung einfacher ökonomischer Modelle <ul style="list-style-type: none"> - Handhabung von Klammern - Lösen von Gleichungen (Äquivalenzumformungen, lineare und quadratische Gleichungen) <p>b) Finanzmathematik</p> <ul style="list-style-type: none"> • Basis-Zinsmodelle <ul style="list-style-type: none"> - lineare Verzinsung - Zinseszins - unterjährige Verzinsung - gemischte Verzinsung • Rentenrechnung <ul style="list-style-type: none"> - Bar-/Endwerte von vor- / nachschüssigen Renten - Grundaufgaben der Rentenrechnung - unterjährige Renten - ewige Renten - dynamische Renten

	<ul style="list-style-type: none"> • Tilgungsrechnung <ul style="list-style-type: none"> - Annuitäten- / Ratentilgung - endfällige Darlehen - Tilgungsplan • Renditerechnung <ul style="list-style-type: none"> - ein- / mehrperiodische Renditen - interne Zinssatzmethode - Realzinsmethode <p>c) Lineare Algebra</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beispiele/Anwendungsbezüge von Matrizen/Vektoren in der Betriebswirtschaft <ul style="list-style-type: none"> - Materialverflechtungsmatrizen in der Produktion - Transportmatrizen in der Logistik - Übergangsmatrizen in der Marktforschung • Rechnen mit Matrizen/Vektoren <ul style="list-style-type: none"> - Addition/Subtraktion - Multiplikation - Inverse - Skalarmultiplikation - Skalarprodukt • Lösen linearer Gleichungssysteme <ul style="list-style-type: none"> - quadratische lineare Gleichungssysteme - lineare Gleichungssysteme mit beliebiger Anzahl von Variablen und Gleichungen - unlösbare Gleichungssysteme - Gleichungssysteme mit unendlich vielen Lösungen
4	<p>Lehrformen</p> <p>Die Lehrveranstaltung wird wie folgt durchgeführt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mathematische Grundlagen der BWL (Online-Angebot) • Finanzmathematik (seminaristische Vorlesung) • Lineare Algebra (seminaristische Vorlesung)
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Die Modulprüfung besteht aus mehreren Teilleistungen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Semesterbegleitende Teilleistung zu den mathematischen Grundlagen der BWL (15%) • Semesterbegleitende Teilleistung zur Finanzmathematik (8,5%) • Klausur (76,5%) (90 Minuten)
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung (bestehend aus den drei genannten Teilen)</p>

8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>2,7 % $(6/177) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Riedel</p> <p>Prof. Dr. Bornhorn</p> <p>Prof. Dr. Katja Klingebiel</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur:</p> <p>Auer, B. R. / Seitz, F.: Grundkurs Wirtschaftsmathematik, 4. Auflage, Wiesbaden (Kieh) 2013</p> <p>Böker, F.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler - Das Übungsbuch, 2. Auflage, München (Pearson) 2013</p> <p>Holland, H. / Holland, D.: Mathematik im Betrieb - Praxisbezogene Einführung mit Beispielen, 11. Auflage, Wiesbaden (Gabler) 2014</p> <p>Köhler, H.: Lineare Algebra, München, Wien (Hanser) 1998</p> <p>Pulham, S.: Wirtschaftsmathematik leicht gemacht, 2. Auflage, Wiesbaden (Springer Gabler) 2012</p> <p>Renger, K.: Finanzmathematik mit Excel, Grundlagen, Beispiele, Lösungen, 3. Auflage, Heidelberg (Gabler) 2011</p> <p>Sydsaeter, K. / Hammond, P.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, 4. Auflage, München (Pearson) 2013</p> <p>Wendler, T. / Tippe, U.: Übungsbuch Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler - Aufgabensammlung mit ausführlichen Lösungen, Berlin, Heidelberg (Springer) 2013</p>

Modul 12 Wirtschaftsstatistik					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90220	150 h	5	2. Sem.	Jährlich	1 Semester
1	Veranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Beschreibende Statistik Schließende Statistik	4 SWS / 60 h	90 h	70 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	2.1 Fachkompetenz				
	2.1.1 Wissen				
	<p>Im Rahmen der Lehrveranstaltung erwerben die Studierenden ein "Gefühl" für Zahlen, Daten und Größenordnungen, d.h. "quantitative Kompetenzen". So sind sie in der Lage, durch geeignete Verarbeitung und Verdichtung von Daten (ökonomisch) relevante Informationen und Erkenntnisse zu gewinnen. Darüber hinaus verfügen sie über Grundkenntnisse wahrscheinlichkeitstheoretischer Modellbildung und können diese auf einfache praktische Probleme der Wirtschaftswissenschaften anwenden.</p>				
	2.1.2 Fertigkeiten				
	<p>Die Studierenden können für praktische Probleme aus den Wirtschaftswissenschaften die adäquaten statistischen Methoden auswählen und richtig anwenden. Über das reine Einsetzen in Formeln hinaus besitzen sie ein tieferes Verständnis der zugrundeliegenden mathematischen Methoden. Sie verstehen die wahrscheinlichkeitstheoretische Fundierung der Schließenden Statistik. Sie verstehen die grundlegenden Unterschiede, aber auch die Gemeinsamkeiten von Beschreibender und Schließender Statistik. Die Studierenden kennen und verstehen die zahlreichen Anwendungsmöglichkeiten der Statistik / Wahrscheinlichkeitsrechnung in den Wirtschaftswissenschaften, insbesondere in Bezug auf betriebswirtschaftliche Fragestellungen.</p>				
	2.2 Personale Kompetenzen				
	2.2.1 Sozialkompetenz				
	<p>Die Studierenden können Ergebnisse von Übungsaufgaben und Fallbeispielen vor der Gruppe erläutern und vertreten. Sie sind in der Lage ihre Bewertung und Auswahl von Handlungsalternativen argumentativ zu belegen. Sie können die Sinnhaftigkeit der Anwendung von Modellen hinterfragen.</p>				
	2.2.2 Selbstständigkeit				
	<p>Die Studierenden können selbstständig die angemessenen statistischen Methoden auswählen, um Schlussfolgerungen zu treffen.</p> <p>Sie sind in der Lage eigenständig einen Anwendungsfall zu analysieren, das passende Modell zu wählen und zu lösen und abschließend Handlungsempfehlungen für den Auftraggeber abzuleiten.</p>				

<p>3</p>	<p>Inhalte</p> <p>Beschreibende Statistik:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffe der Beschreibenden Statistik • Datengewinnung und Ablauf einer empirischen Untersuchung • 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 • Einfache Prognosemethoden <p>Wahrscheinlichkeitsrechnung/Schließende Statistik:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kombinatorik • Laplace-Experimente, Grundlagen der Wahrscheinlichkeitsrechnung • Bedingte Wahrscheinlichkeiten, stochastische (Un-)abhängigkeit • Diskrete Zufallsvariablen und ihre Beschreibung durch Wahrscheinlichkeits-/Verteilungsfunktion • Stetige Zufallsvariablen und ihre Beschreibung durch Dichte- / Verteilungsfunktion • Maßzahlen zur Beschreibung von Zufallsvariablen (Erwartungswert, Varianz, Standardabweichung) • Wichtige diskrete und stetige Wahrscheinlichkeitsverteilungen, insbesondere Hypergeometrische Verteilung, Binomial-, Poisson- und Normalverteilung • Grundlagen der statistischen Schätz- und Testverfahren • Beziehungen zwischen den Grundbegriffen der Beschreibenden Statistik und der Wahrscheinlichkeitsrechnung/Schließenden Statistik
<p>4</p>	<p>Lehrformen</p> <p>Die Lehrveranstaltung wird als seminaristische Vorlesung durchgeführt.</p>
<p>5</p>	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: keine</p>

6	Prüfungsformen Modulklausur (80 Minuten) (89%) und semesterbegleitender Test (11%) (10 Minuten)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) nein
9	Stellenwert der Note für die Endnote 2,3 (5/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Bornhorn Prof. Dr. Thorn Prof. Dr. Riedel Prof. Dr. Fischer Prof. Dr. Mörchel
11	Sonstige Informationen Literatur: Kosfeld, R.; Eckey, H.; Türck, M.: Deskriptive Statistik: Grundlagen - Methoden - Beispiele – Aufgaben, 6. Aufl. Wiesbaden 2016. Mittag, H.-J.: Statistik, 4., wesentlich überarb. und erw. Aufl., Berlin, Heidelberg 2016. Schira, J.: Statistische Methoden der VWL und BWL: Theorie und Praxis, 5., aktualisierte Aufl., München, Harlow u.a. 2016. Stocker, T.; Steinke, I.: Statistik: Grundlagen und Methodik, Berlin, Boston 2017. Bourier, G.: Wahrscheinlichkeitsrechnung und schließende Statistik, 8. Aufl., Wiesbaden (Springer Gabler) 2013 Dürr, W.; Mayer, H. (2008), Wahrscheinlichkeitsrechnung und Schließende Statistik, 6. Aufl., München/Wien (Hanser) Kobelt, H.; Steinhausen, D. (2006), Wirtschaftsstatistik für Studium und Praxis, 7. Aufl., Stuttgart (Schäffer-Poeschel)

Modul 13 Wirtschaftsinformatik I					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90230	150 h	5	3. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Veranstaltung Wirtschaftsinformatik I	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 60 - 75 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <p>Die Studierenden kennen die Kerngebiete der Wirtschaftsinformatik als Lehre von Entwurf, Entwicklung und Nutzung rechnergestützter Informations- und Kommunikationssysteme in Wirtschaft und Verwaltung. Sie haben Grundkenntnisse im Bereich der Informationsdarstellung in Rechnern, der Hardware, der Algorithmen, Datenbanksysteme sowie dem modularen Aufbau und der gebrauchstauglichen Konzeption betrieblicher Anwendungssoftware. Es ist Wissen über verschiedene Anwendungen der Wirtschaftsinformatik wie Querschnittssysteme, ERP-Systeme, Administrations- und Dispositionssysteme, Analytische Informationssysteme sowie E-Business/E-Commerce und unternehmensübergreifende Systeme vorhanden.</p> <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, Grundkonzepte zur Modellierung von Daten und Informationssystemen anzuwenden. Sie können Softwaresysteme konzeptionell einer Softwareklasse und damit den erwartbaren Funktionalitäten, Datenbeständen und Anwendungszusammenhängen zuordnen. Zudem verfügen sie über die Fähigkeit, anhand einer betrieblichen Aufgabenstellung ein geeignetes Informationssystem im Grobkonzept darzustellen.</p> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <p>Sie lernen in den Übungen, komplexe Sachverhalte sinnvoll zu strukturieren und ihre Lösungen argumentativ zu vertreten. Dies fördert die Kommunikationsfähigkeit und die Verwendung von Fachbegriffen.</p> <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <p>Anhand von Anwendungsbeispielen wenden die Studierenden ihr Wissen praktisch an und vertiefen damit ihre fachliche Kompetenz. Dabei lernen sie, betriebliche Fragestellungen im Detail zu beschreiben, diese zu analysieren und mit einer IT-gestützten Lösung zu verbinden.</p>				

<p>3</p>	<p>Inhalte</p> <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 • 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
<p>4</p>	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristische Vorlesung</p>
<p>5</p>	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
<p>6</p>	<p>Prüfungsformen</p> <p>Modulklausur (100%) (90 Min.)</p>
<p>7</p>	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Klausur</p>
<p>8</p>	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>nein</p>
<p>9</p>	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>2,3 % (5/177) x 0,8</p>

10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Graf Prof. Dr. Schmitz
11	Sonstige Informationen Literatur: Abts, D.; Mülder, W.: Grundkurs Wirtschaftsinformatik – Eine kompakte und praxisorientierte Einführung, 11. Aufl. Wiesbaden, 2017 Graf, H.-W.: Wirtschaftsinformatik I - Eine Einführung in die Wirtschaftsinformatik für Betriebswirte. EPUBLI-Verlag, 2018 Hansen, H. R.; Neumann, G.: Wirtschaftsinformatik 1 - Grundlagen und Anwendungen, 11. Auflage, Berlin/München/Boston, 2015 Lemke,C.; Brenner, W.: Einführung in die Wirtschaftsinformatik, Band 1: Verstehen des digitalen Zeitalters, Berlin/Heidelberg, 2015 Mertens, P.; Bodendorf, F.; König, W.; Picot, A.; Schumann, M.; Hess, T.: Grundzüge der Wirtschaftsinformatik, 12. Aufl., 2017 Thesmann, St.; Burkard, W.: Wirtschaftsinformatik für Dummies, 2. Aufl., Weinheim, 2019

Modul 14 a Wirtschaftsinformatik II					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90240	150 h	5	5. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Veranstaltung Wirtschaftsinformatik II	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 35 – 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <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> <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <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> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <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 Präsentationsfertigkeiten verbessert.</p>				

	<p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <p>Die Studierenden lernen selbständiges Arbeiten, indem sie betriebliche Prozesse im Detail in einer Standardanwendungssoftware analysieren und darauf aufbauend eigenverantwortlich umsetzen.</p>
3	<p>Inhalte</p> <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) • 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	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristische Vorlesung, Übung (Gruppenarbeiten am PC)</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: Das Modul Wirtschaftsinformatik I sollte absolviert sein</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (100 %) (60 Min.)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>bestandene Klausur</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>2,43 % (5/164,5) x 0,8</p>

10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Schmitz
11	Sonstige Informationen Literatur: Abts, D.; Mülder, 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 Schön, D. : Planung und Reporting – Grundlagen, Business Intelligence, Mobile BI und Big-Data-Analytics, Springer, 2016

Modul 14 b Operations Research					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90260	150 h	5	5. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Veranstaltung Operations Research	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 35 - 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1 Wissen</p> <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden können ausgewählte betriebswirtschaftliche Entscheidungsprobleme unterscheiden. Die Studierenden haben einen Überblick über die Lösungsansätze (Methoden) der Mathematik, der Simulation und des maschinellen Lernens mit Relevanz für die Wirtschaftswissenschaften erworben. Die Studierenden können quantitative Methoden unterschiedlichen betriebswirtschaftlichen Problemstellungen zuordnen und ausgewählte Methoden anwenden. Die Studierenden kennen die Vor- und Nachteile einzelner Methoden. <p>2.1.2 Fertigkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden können mit Blick auf die Praxis betriebswirtschaftliche Problemstellungen identifizieren, die eine Lösung mit quantitativen Methoden erforderlich machen. Sie sind in der Lage, solche Problemstellungen in ein geeignetes Entscheidungsmodell zu überführen, die Sinnhaftigkeit verschiedener Methoden unter den spezifischen Rahmenbedingungen einzuschätzen und eine Methode auszuwählen und anzuwenden, um eine Lösung zu finden. Sie sind in der Lage, die gefundene Lösung zu bewerten und auch kritisch zu hinterfragen. <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden können betriebswirtschaftliche Problemstellungen, quantitative Lösungsansätze und Lösungen im Team und gegenüber anderen Fachleuten in geeigneter Weise zielgruppengerecht kommunizieren und erläutern. Sie sind in der Lage, quantitative Lösungen für betriebswirtschaftliche Problemstellungen argumentativ zu vertreten und in der Diskussion weiterzuentwickeln. <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden können mit komplexen betriebswirtschaftlichen Problemen selbstständig umgehen und quantitativen Methoden anwenden, um eine Lösung zu identifizieren. 				

<p>3</p>	<p>Inhalte</p> <p>Operations Research (OR) bezeichnet einen Wissenszweig, der sich mit der Analyse und Lösung von praxisnahen, betriebswirtschaftlichen (und ingenieurwissenschaftlichen) Problemstellungen beschäftigt. Das Ziel ist es, auf Basis quantitativer Methoden der Mathematik und Informatik effizient Lösungen für die Problemstellungen zu finden, um möglichst optimale Entscheidungen im betriebswirtschaftlichen Kontext treffen zu können. Dazu wird die betriebswirtschaftliche Problemstellung typischerweise in ein mathematisches Entscheidungsmodell abgebildet und mittels eines Lösungsverfahrens (Algorithmus) gelöst. Hierbei finden vorwiegend Optimierungsansätze Anwendung, aber auch Anwendungen der Simulation und des maschinellen Lernens sind Gegenstand des Operations Research.</p> <p>Typische Schritte im Operations Research sind folglich</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Erkennen und Analysieren einer betriebswirtschaftlichen Problemstellung 2. Aufstellen eines (mathematischen) Entscheidungsmodells 3. Lösungsfindung <p>Dieses Modul vermittelt die Grundlagen des Operations Research mit Schwerpunkt auf die betriebliche Anwendung auf Basis ausgewählter, praxisnaher Problemstellungen. Aufgrund der dazu notwendigen Anwendung mathematischer Handwerkszeuge sollten die Module „Wirtschaftsmathematik“ und „Wirtschaftsstatistik“ absolviert sein. Das Modul ist wie folgt gegliedert:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lineare Optimierung – Beispielhafte Entscheidungsprobleme, Grundprinzipien der Optimierung und Modellbildung, Lösungsverfahren für lineare Optimierungsprobleme, Softwareeinsatz (Microsoft Excel, Matlab) • Graphentheorie - Einführung in die Graphentheorie als Grundlage der Modellbildung, Bewertung von Graphen und Entfernung in Graphen, kürzeste Wege in Graphen • Ganzzahlige Optimierung – Herausforderungen der ganzzahligen und kombinatorischen Optimierung, Komplexität und Rechenaufwand, exakte Verfahren und Heuristiken für ganzzahlige Probleme • Maschinelles Lernen und Simulation – Einblicke in die Anwendung für betriebswirtschaftliche Problemstellungen
<p>4</p>	<p>Lehrformen</p> <p>seminaristischer Unterricht, Fallstudien, Übungen</p>
<p>5</p>	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: Module „Wirtschaftsmathematik“ und „Wirtschaftsstatistik“ sollten absolviert sein.</p>

6	Prüfungsformen Klausur (100 %) (60 Min.)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur sowie ggf. bestandene semesterbegleitende Tests
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote $2,3 \% (5/177) \times 0,8$
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Klingebiel
11	Sonstige Informationen Literatur: Domschke, W., Drexl, A.: Einführung in das Operations Research, Springer, 2015 Domschke, W., Drexl, A., Klein, R., Scholl, A., Voß, S.: Übungen und Fallbeispiele zum Operations Research, Springer, 2015 Nickel, S. Rebenack, S., Stein, O., Waldemann, K.-H.: Operations Research, Springer, 2022 Sydsaeter, K.; Hammond, P., Strom, A., Carvajal, A.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, 5. Auflage, Pearson, 2018 Thonemann, U.: Operations Management, 3. Auflage, Pearson, 2015 Werners, B.: Grundlagen des Operations Research, 2. Auflage, Springer, 2013

Modul 15 Wirtschaftstheorie					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90310	150 h	5	2. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Veranstaltung Wirtschaftstheorie	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 35 - 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <p>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.</p> <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <p>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.</p> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden können Teams in einer ergebnisorientierten Art führen und koordinieren.</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <p>Die Studierenden können Teams in einer ergebnisorientierten Art führen und koordinieren.</p> <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <p>Die Studierenden können mit komplexen Arbeits- oder Studienkontexten selbstständig umgehen und diese nachhaltig gestalten. Sie können unabhängige wirtschaftstheoretische Fragestellungen bearbeiten.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Teil 1: Grundlagen der Mikroökonomik (2 SWS)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gegenstand der Wirtschaftstheorie und Einordnung in das System der Wirtschaftswissenschaft; Formale Methoden und Modelle • Güternachfrage der Haushalte • Güterangebot der Unternehmen; Produktion, Kosten, Optimierung 				

	<ul style="list-style-type: none"> • Preisbildung auf Märkten: Marktformen; Marktmechanismen; Wechselwirkung zwischen Märkten; Marktstörungen und -eingriffe • Angebotspolitik und Preisbildung im Monopol; Marktmacht <p>Teil 2: Grundlagen der Makroökonomik (2 SWS)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gegenstand, Messgrößen und Politikanspruch der Makroökonomik • Zur Langfristige Tendenz einer Volkswirtschaft <ul style="list-style-type: none"> • Angebot, Nachfrage und Gleichgewicht • Arbeitslosigkeit und Inflation im Modell flexibler Preise • Offene Volkswirtschaften im Modell flexibler Preise • Ursache und Wirkung von Instabilitäten <ul style="list-style-type: none"> • Angebot, Nachfrage und Instabilitäten • Geld- und Fiskalpolitik bei gegebenem Preisniveau • Offene Volkswirtschaften im Modell starrer Preise
4	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristische Vorlesung mit Anwendungs- und Fallbeispielen</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: Einführung in die Wirtschaftswissenschaften</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausuren (100%) (90 Min.)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>2,3 % $(5/177) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Brüggelambert</p> <p>Prof. Dr. Greiber</p> <p>Prof. Dr. Elberg</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p>

Literatur:

Teil 1: Grundlagen der Mikroökonomik

Kortmann, W.: Mikroökonomik - Anwendungsbezogene Grundlagen; Physica.

Kortmann, W.: Mikroökonomik - Methodik, Aufgaben, Begriffe; Oldenbourg

Varian, H.: Grundzüge der Mikroökonomik; Oldenbourg

Teil 2: Grundlagen der Makroökonomik

Blanchard, O. / Illing, G.: Makroökonomie; Pearson.

Clement, R. / Terlau, W. / Kiy, M.: Grundlagen der Angewandten Makroökonomie;
Vahlen.

Mankiw, N.G.: Makroökonomik; Schäffer / Poeschel.

Modul 16 Wirtschaftspolitik					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90320	150 h	5	3. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Veranstaltung Wirtschaftspolitik	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 35 - 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <p>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.</p> <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <p>Die Studierenden können wirtschaftspolitische Diskussionen und Entscheidungen kritisch reflektieren und sind in der Lage, wirtschaftspolitische Maßnahmen hinsichtlich ihres Zustandekommens und ihrer Wirkungen abschätzen.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Teil 1: Wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen (2 SWS)</p> <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 unternehmenspolitische Bezüge: Grundlagen der internationalen Wirtschaftspolitik, Strukturpolitik, Wettbewerbspolitik 				

	<p>Teil 2: Gesamtwirtschaftliche Prozesse (2 SWS)</p> <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	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristische Vorlesung mit Anwendungs- und Fallbeispielen</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (100 %) (60 Min.)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>-</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>2,3 % (5/177) x 0,8</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Greiber</p> <p>Prof. Dr. Brüggelambert</p> <p>Prof. Dr. Elberg</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur</p> <p>Teil 1: Wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen (2 SWS)</p> <p>W. Kortmann: Vorlesungen zur Wirtschaftspolitik; Skriptum Nr. 00334/3</p>

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 (2 SWS)

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

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

Modul 17 Vertragsrecht					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90330	150 h	5	2. u. 3. Sem.	Jedes Semester	2 Semester
1	Veranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
	a. Vertragsmanagement I b. Vertragsmanagement II		4 SWS / 60 h	90 h	35 - 40 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	2.1 Fachkompetenz				
	2.1.1. Wissen				
	Die Studierenden haben Kenntnisse des Vertragsmanagements (Fachkompetenz). Sie sind befähigt, mit Hilfe juristischer Methodik einfache juristische Sachverhalte zu lösen (Methodenkompetenz).				
	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.				
	2.2 Personale Kompetenzen				
	2.2.1 Sozialkompetenz				
	Die Studierenden können die Beurteilung rechtlicher Fragestellungen in Fachgesprächen zum Ausdruck bringen und sich in diesbezüglichen Diskussionen einbringen				
	2.2.2 Selbstständigkeit				
	Die Studierenden können selbständig vertragsrechtliche Fragestellungen einer Lösung zuführen.				
3	Inhalte				
	a) Vertragsmanagement I				
	<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 				
	Die Fragestellungen werden unter Einschluss der Besonderheiten des kaufmännischen Rechtsverkehrs behandelt.				

	<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	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (100 %) (60 Min.), ggf. einzelne Anteile als semesterbegleitende Prüfung</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur und ggf. der semesterbegleitenden Prüfungen</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>2,3 % (5/177) x 0,8</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Honorar-Prof. Dr. Mauer</p> <p>Prof. Dr. Bohne</p> <p>Vertr.-Prof. Dr. Wolmerath</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur:</p> <p>Aktuelle Gesetzestexte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aktuelle Wirtschaftsgesetze, Vahlen • Arbeitsgesetze, Beck-Texte im dtv <p>a) Vertragsmanagement I</p> <ul style="list-style-type: none"> • Richter, Vertragsrecht, 2. Auflage, 2013 • Führich, Wirtschaftsprivatrecht, 13. Auflage, 2017 • Tegen/Reul/Heidinger/Tersteegen, Unternehmensrecht, 2009 <p>b) Vertragsmanagement II</p>

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Senne, Petra, Arbeitsrecht - Das Arbeitsverhältnis in der betrieblichen Praxis, 9. Auflage, 2014• Däubler / Hjort / Hummel / Wolmerath, Arbeitsrecht, Individualarbeitsrecht mit kollektivrechtlichen Bezügen, Handkommentar, 4. Auflage, 2017 |
|---|

Weitere aktuelle Literaturhinweise in der Lehrveranstaltung!

Modul 18 Implikationen der Digitalisierung					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90380	180 h	6	7. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Modul Implikationen der Digitalisierung	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 120 h	geplante Gruppengröße 35 - 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <p>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.</p> <p>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 Nachhaltigkeitsmanagement einbeziehen. Grundlagen der Philosophie und der Moralökonomik sind ihnen vertraut und können in diesem Kontext eingeordnet und erläutert werden.</p> <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <p>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 ineinandergreifen 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.</p> <p>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.</p>				

	<p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>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.</p> <p>2.2.2 Selbstständigkeit Die Studierenden können Lerninhalte selbstständig anhand von Materialien und Anleitungen erarbeiten. Sie erkennen eigenständig 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.</p>
<p>3</p>	<p>Inhalte</p> <p>Die Auswirkungen der Digitalisierungen auf das Recht und die Beurteilung aktueller Problemstellungen stehen 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.</p> <p>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.</p>
<p>4</p>	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristischer Unterricht, angeleitete Selbstlernphasen mit Lernerfolgskontrollen, Gruppenarbeiten</p>
<p>5</p>	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: keine</p>

6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (Fallstudie) (90 Minuten) (100%)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Erfolgreiches Bestehen der Prüfung</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>keine</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>2,7 % (6/177) x 0,8</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Bohne</p> <p>Prof. Dr. Beenken</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur:</p> <p>Conrad, C., Wirtschaftsethik, Springer Verlag Wiesbaden, 2016</p> <p>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.</p> <p>Haug, Grundwissen Internetrecht, München 2016;</p> <p>Härtig, Internetrecht, Köln 2017;</p> <p>Laszlo, C., Sustainable Value. How the World's leading Companies Are Doing Well by Doing Good, Stanford: Stanford University Press, 2008.</p> <p>Skript des Institutes für Informationsrecht:</p> <p>http://www.uni-muenster.de/Jura.itm/hoeren/itm/wp-content/uploads/Skriptum_Internetrecht_April_2017.pdf (Stand April 2017)</p>

Modul 19 Business Communication I					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90390	150 h	5	1. + 2. Sem.	Jedes Semester	2 Semester
1	Veranstaltungen a. The Language of International Trade b. Writing Skills	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 - 30 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>a) <u>International Trade</u></p> <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <p>Die Studierenden kennen grundlegende Konventionen und Stilelemente in der englischsprachigen Wirtschaftskommunikation und wenden diese angemessen an.</p> <p>Sie verfügen über ein grundlegendes grammatikalisches und lexikalisches Repertoire für sprachliches Handeln in wirtschaftsbezogenen Kontexten sowie über eine Grundsicherheit im Gebrauch der Sprachmittel in Hinblick auf die 4 Grundfertigkeiten.</p> <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <p>Die Studierenden kennen ein Repertoire von Techniken für selbstgesteuertes Sprachenlernen und wenden dieses an.</p> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <p>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.</p> <p>Die Studierenden erhalten Feedback über ihr sprachliches Auftreten und wie sie miteinander kommunizieren.</p> <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <p>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.</p> <p>b) <u>Writing Skills</u></p>				

	<p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <p>Die Studierenden kennen grundlegende Konventionen und Stilelemente in der englischsprachigen Wirtschaftskommunikation und wenden diese angemessen an.</p> <p>Sie verfügen über ein grundlegendes grammatikalisches und lexikalisches Repertoire für sprachliches Handeln in wirtschaftsbezogenen Kontexten sowie über eine Grundsicherheit im Gebrauch der Sprachmittel in Hinblick auf die 4 Grundfertigkeiten.</p> <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <p>Die Studierenden kennen ein Repertoire von Techniken für selbstgesteuertes Sprachenlernen und wenden dieses an.</p> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <p>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.</p> <p>Die Studierenden erhalten Feedback über ihr sprachliches Auftreten und wie sie miteinander kommunizieren.</p> <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <p>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.</p>
<p>3</p>	<p>Inhalte</p> <p>a) International Trade</p> <p>In der Beschäftigung mit Themen und Fallstudien aus dem Bereich International Trade werden auf 3 Ebenen grundlegende sprachliche Kompetenzen ausgebaut:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Übung aus Ausbau der lexikalischen und grammatikalischen 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 <p>b) Writing Skills</p> <p>In der Beschäftigung mit Themen aus dem Wirtschaftsbereich werden auf 2 Ebenen grundlegende sprachliche Kompetenzen ausgebaut:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Übung und Ausbau der lexikalischen und grammatikalischen 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 Vortrag, fragend-entwickelndes Gespräch, Bearbeitung von Aufgaben, Präsentationen, Rollenspiele der Teilnehmer, kurze, schriftliche Abhandlungen
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich. Vorkenntnisse auf dem Niveau B2, entsprechend etwa 6-7 Jahren Schulenglisch
6	Prüfungsformen Klausur (100 %) (60 Min.) / Präsentation (50 %), Klausur (50%)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) nein
9	Stellenwert der Note für die Endnote 2,3 % (5/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Martin Kuhn Ramona Schröpf
11	Sonstige Informationen Literatur: <ul style="list-style-type: none"> • 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 • Goudswaard, 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

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

Modul 20 Business Communication II					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90400	150 h	5	3. + 4. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Veranstaltung a) Presentation Skills b) International Meetings	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 25 - 30 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>a) <u>Presentation Skills</u></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) <u>International Meetings</u></p> <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage in der englischen Sprache ein effektives Meeting durchzuführen, einem Meeting vorzusitzen, ein Protokoll und „action plan“ zu erstellen, und eine konstruktive und offene Arbeitsatmosphäre zu kreieren und zu gewähr-</p>				

	<p>leisten. Sie sind in der Lage die zu besprechenden Probleme zu analysieren und selbstständig Lösungen zu suchen. Außerdem ist ihnen der besondere Charakter internationaler Meetings bewusst.</p> <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <p>Die Studierenden kennen ein Repertoire von Techniken für selbstgesteuertes Sprachenlernen und wenden dieses an.</p> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <p>In Gruppenarbeit müssen Studierende verschiedene Simulationen von wirtschaftsbezogenen Entscheidungen lösen und dabei die für sie richtige Lösung miteinander auf Englisch diskutieren, verhandeln und begründen.</p> <p>Die Studierenden erhalten Feedback über ihr sprachliches Auftreten und wie sie miteinander kommunizieren.</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>3</p>	<p>Inhalte</p> <p>a) <u>Presentation Skills</u></p> <p>Ausgewählte Videos, Fallstudien und wirtschaftsbezogene Texte werden studiert und in Gruppen- und Zweigesprächen besprochen. Anhand von Fragestellungen zu den behandelten Themen werden kurze Texte bzw. Business Plans zu den in den Präsentationen verwendeten Produkten / Services verfasst.</p> <p>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.</p> <p>b) <u>International Meetings</u></p> <p>Das Thema „Meetings and Culture“ wird eingeleitet. Der besondere Charakter interkultureller Meetings und die Anwendung englisch / amerikanischer Meetingkonventionen als Kompromisslösung werden erläutert. Dann erfolgen die Diskursanalyse eines Meetingskriptes und Übungen in Konversationsstrategien. Die Aufgaben der/s Vorsitzenden werden besprochen. Folgende Fähigkeiten werden insbesondere eingeübt:</p> <p>Meeting eröffnen, Protokoll genehmigen, Tagesordnung ansprechen und ihr folgen, Vorschläge formulieren, konstruktiv auf die Vorschläge Anderer reagieren, mit sprachlichen Defiziten bei sich selbst und bei anderen umgehen, sich selber einbringen und andere Teilnehmer in das Meeting einbeziehen, Meeting abschließen.</p> <p>In Rollenspielen wird die Anwendung der besprochenen Strategien und Konventionen geübt.</p>
<p>4</p>	<p>Lehrformen</p>

	Vortrag, fragend-entwickelndes Gespräch, Dialoge, Besprechung von häufig gemachten Fehlern. Learning by doing: Durchführung von Präsentationen in Teams anhand eigener Recherchen, Erteilung von Feedback durch Studierende und Dozent
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Modul Englisch I sollte absolviert sein
6	Prüfungsformen a) Presentation Skills: semesterbegleitende Präsentation (50 %) und 30-minütige semesterabschließende Klausur (50 %) b) International Meetings: Präsentationen (ca. 40 Minuten) (100%)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls Nein
9	Stellenwert der Note für die Endnote 2,3 % (5/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Drs. De Jongste Florian Gerhardt Martin Kuhn
11	Sonstige Informationen Literatur: <ul style="list-style-type: none"> • 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

Modul 21 Business Skills: Soziale und Personale Kompetenzen					
Modulnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90410	150 h	5	1. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Veranstaltungen a. Kommunizieren, Präsentieren b. Interkulturelle Kompetenzen, Selbstmarketing	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>2.1.Fachkompetenz</p> <p>2.1.1.Wissen</p> <p>Die Studierenden kennen die für das Studium und die spätere Berufstätigkeit relevanten Kommunikations-Parameter und deren situative Bedeutung und mögliche Aktionswege.</p> <p>a. Kommunizieren, Präsentieren</p> <p>Die Studierenden kennen die Grundzüge von Kommunikationsstrukturen, sowie Differenzen und Bedeutung von verbaler und nonverbaler Kommunikation. Sie können die damit verbundenen Kommunikationsprobleme herausstellen.</p> <p>Sie wissen um unterschiedliche Kommunikationsstile sowie Kommunikationskanäle und identifizieren deren jeweilige Einsatzmöglichkeiten.</p> <p>Sie sind in der Lage, die Wirkungszusammenhänge von Botschaften und Sendemethoden zu deuten und daraus strategische Maßnahmen sowohl in der Kommunikationsplanung als auch dem eigentlichen Kommunikationsprozess abzuleiten.</p> <p>Sie kennen Grundformen professioneller Gesprächsführung.</p> <p>Sie sind imstande, das aus der Kommunikationstheorie erworbene Wissen in typische betriebswirtschaftliche Kontexte zu extrapolieren.</p> <p>Die Studierenden kennen Aufbau und Struktur von Managementpräsentationen, differenzieren Präsentationsziele und darstellerische Mittel hinsichtlich Situation und Zielgruppe.</p> <p>Sie wissen um typische Krisensituationen im Präsentationsverlauf und können adäquate Handlungsparameter sondieren.</p> <p>b. Interkulturelle Kompetenzen, Selbstmarketing</p> <p>Die Studierenden kennen und erkennen die Bedeutung der Kategorie Kultur im beruflichen Alltag.</p> <p>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</p>				

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 kennen die Bedeutung sowie die Indikatoren eines erfolgreichen Selbstmarketings im beruflichen Kontext (professionelles Verhalten und Auftreten). Sie identifizieren die herausragende Bedeutung eines dauerhaften Networking.

Sie klären die Grundlagen für eine realistische Selbsteinschätzung von persönlichen Stärken und Schwächen und formulieren Methoden der Defizit-Behebung.

2.1.2. Fertigkeiten

Die Studierenden können die für das Studium und die spätere Berufstätigkeit relevanten Kommunikationsmethoden im Kern gezielt abrufen.

a. Kommunizieren, Präsentieren

Die Studierenden beherrschen Grundformen professioneller Kommunikation/Gesprächsführung und dekodieren differenziert verbale wie nonverbale Kommunikation.

Sie können professionelle Kommunikation schriftlicher wie mündlicher Art in betrieblichen Zusammenhängen strategisch vorbereiten und bewerten.

Sie sind in der Lage, das in der Theorie erworbene Wissen in betriebswirtschaftliche Handlungszusammenhänge zu transferieren.

Die Studierenden beherrschen Formen, Techniken und Variationen des Präsentierens und deren Einsatzspektren. Sie können Präsentationen/Vorträge strukturieren, Präsentationsziele und darstellerische Mittel situationsbezogen und zielgruppengerecht festlegen und planen. Sie beherrschen mediale Grundregeln: Foliengestaltung, Medieneinsatz, Methodenvielfalt.

Sie haben den Umgang mit Publikum geübt und Anfangsgründe eines individuellen (Kommunikations-)Stils entwickelt (Sprache und Verhalten).

Sie können in typischen Krisensituationen im Präsentationsverlauf individuell adäquate Handlungsparameter abrufen. Sie sind in der Lage, mit persönlichen Hemmnissen (z.B. Lampenfieber, black out) umzugehen und wirkungsvolle individuelle Arbeitsweisen dagegen zu entwickeln.

b. Interkulturelle Kompetenzen, Selbstmarketing

Die Studierenden können Zeichen interkulturellen Verhaltens identifizieren und Hintergründe wie Bedeutung im Einzelnen selbständig recherchieren und adäquate Interaktionsmuster einüben.

Sie wertschätzen interkulturelle Kompetenz als Moment betriebswirtschaftlichen Handelns.

	<p>Die Studierenden beherrschen grundlegende Methoden erfolgreichen Auftretens in Körpersprache, Business-Outfit, professionellem Verhalten und Auftreten und entwickeln eigene individuelle Darstellungsstrategien. Sie erarbeiten eine eigene Networking-Strategie.</p> <p>Auf Basis einer realistischen Selbsteinschätzung und Zieleplanung verfügen sie über ein individuelles Design ihrer mittel- / langfristigen Zielsetzung für den Arbeitsmarkt.</p> <p>Sie entwickeln grundlegende Methoden, Schwächen zu minimieren bzw. aktiv mit ihnen umzugehen.</p> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <p>Die Studierenden bilden in Experimenten und Übungen ihre Kommunikationsfähigkeit aus.</p> <p>Sie entwickeln in themenbezogenen Gruppenarbeiten Teamkompetenzen; zugleich Planungs- und strategische Kompetenzen, indem sie nach zeitlichen und qualitativen Vorgaben kooperativ arbeiten.</p> <p>Im interkulturellen Austausch entfalten sie partizipatorische und integrative Fähigkeiten, dabei auch Grundlagen für Führungsaufgaben.</p> <p>Kommunikation, vor allem im interkulturellen Kontext, sowie die planerische Entwicklung der eigenen Marktfähigkeit schaffen wichtige Kompetenzen für den globalen Arbeitsmarkt: Employability.</p> <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <p>Die Studierenden können eigenständig und reflektiert in komplexen Zusammenhängen kommunizieren und strategisch agieren.</p> <p>Sie sind imstande, sich in unterschiedlichen kulturellen Zusammenhängen selbst zu platzieren und andere verantwortungsbewusst in Arbeitsprozesse zu integrieren.</p> <p>Sie verfügen über ein Methodenrepertoire, um mit komplexen Arbeits- oder Studienkontexten selbstständig umzugehen und diese nachhaltig zu gestalten.</p> <p>Sie können Projektaufträge im Team und selbständig erarbeiten.</p> <p>Sie können die operativen Herausforderungen der Arbeitswelt in Bezug auf den kulturellen Wandel differenzieren und reflektieren.</p>
	<p>Inhalte (Trainingsbausteine)</p> <p>a) Kommunizieren, Präsentieren</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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

	<ul style="list-style-type: none"> • Bewältigungsstrategien für Lampenfieber <p>b) Interkulturelle Kompetenzen, Selbstmarketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kulturtheorie und Interkulturalität • Gender und Diversity; Dimensionen von Kultur und Identität; Ich und die Anderen; Umgang mit Regeln und Verunsicherung • Interkulturalität im globalen Wirtschaftsgeschehen • Erscheinungsbild; Selbst- und Fremdbilder; „Marke ICH“ • Indikatoren der Selbstvermarktung • Performance-Strategien
4	<p>Lehrformen</p> <p>Kompetenzerwerb findet nicht in Vorlesungen statt, sondern überwiegend durch Trainings, Diskussionen, Reflexionen. Hierbei fungiert die Dozentin/der Dozent überwiegend als Coach für gruppenbezogene und individuelle Selbstlernprozesse.</p> <p>Teile des Moduls finden mehrzünftig und in Blockform statt. Es arbeiten z.T. mehrere Dozentinnen/Dozenten parallel mit den Studierenden.</p> <p>Die gesamte Organisation von Business Skills findet über die Lernplattform ILIAS statt.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Keine</p> <p>Inhaltlich: Keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Die Prüfungen zu diesem Modul (z.B. Gruppenpräsentation, Konzepte zur Selbstentwicklung, Interkulturelle Profile etc.) finden semesterbegleitend statt. Die Form dieser Prüfungen legen die jeweiligen Dozentinnen/Dozenten fest. Sie werden zum Beginn des Semesters bekannt gegeben. Die einzelnen Module sind wie folgt gewichtet: Kommunizieren / Präsentieren 50%, Interkulturelle Kompetenzen 25%, Selbstmarketing 25%.</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Details werden im Begleitmaterial zu den Lernangeboten (ILIAS) geregelt.</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>2,25 % (5/177) x 0,8</p>

<p>10</p>	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Claus Vormann</p> <p>Prof. Dr. Hanaa Ryari</p>
<p>11</p>	<p>Sonstige Informationen</p> <p><i>Literatur Kommunizieren, Präsentieren:</i></p> <p>Birkenbihl, V. F. (2001). Kommunikationstraining: Zwischenmenschliche Beziehungen erfolgreich gestalten. Offenbach, GABAL Verlag.</p> <p>Cruz, Janet (2023): The Power of Communication Skills and Effective Listening. Unlimited Concepts Publishing.</p> <p>Esposito, L. (2006). Lampenfieber positiv nutzen: Mehr Erfolg durch Stresskompetenz. Offenbach, GABAL Verlag.</p> <p>Koch, Christiane: Professionell Präsentieren. Ganz normale Schwierigkeiten und mögliche Lösungen beim Vortragen vor Publikum. Lerneinheit „Business Skills“ im Rahmen des Verbundstudienganges „BWL für New Public Management“, i.A. des ifv NRW. Dortmund 2014 (Skript)</p> <p>Minto, B. (2013). The Pyramid Principle: Logic in Writing and Thinking. 3. Auflage. Harlow, England, Pearson Education Limited.</p> <p>Schulz von Thun, Friedmann: Miteinander Minto, B. (2013). The Pyramid Principle: Logic in Writing and Thinking. 3. Auflage. Harlow, England, Pearson Education Limited.</p> <p>reden – 1. Störungen und Klärungen / 2. Stile, Werte und Persönlichkeitsentwicklung / 3. Das "Innere Team" und situationsgerechte Kommunikation / 4. Fragen und Antworten. Berlin 2014 (RoRoRo)</p> <p>Schulz von Thun, Friedmann/ Kumbier, Dagmar (Hg.): Impulse für Kommunikation im Alltag. Kommunikationspsychologische Miniaturen. 10. Auflage, Berlin 2010.</p> <p><i>Literatur Interkulturelle Kompetenz, Selbstmarketing:</i></p> <p>Erl, Astrid/ Gymnich, Marion: Interkulturelle Kompetenzen. Erfolgreich kommunizieren zwischen den Kulturen. 3. Auflage, Stuttgart 2015 (Klett)</p> <p>Kumbier, Dagmar/ Schulz von Thun, Friedemann (Hg.): Interkulturelle Kommunikation: Methoden, Modelle, Beispiele. 5. Auflage. Reinbek 2011 (rororo)</p> <p>Witzenleiter, H. / Luppold, S.: Quick Guide Interkulturelle Kompetenz. Interkulturelle Sensibilisierung für eine grenzenlos erfolgreiche Kommunikation. Wiesbaden 2020 (Springer)</p> <p>Brenner, Doris / Brenner, Frank: Punkten Sie mit Ihren Stärken. Erfolgreiches Selbstmarketing im Job. 2. Auflage. Freiburg 2015 (Haufe)</p> <p>Ebbert, Birgit: Selbstmarketing. Mehr Erfolg durch geschickte Eigen-PR. 2. Auflage. Freiburg 2016 (Haufe)</p> <p>Neumann, Reiner: Souverän auftreten. Auftritt – Wirkung – Rhetorik. München 2017 (Hanser)</p> <p>Radecki, Monika: Sprechen Sie für sich. Authentisches und wirksames Selbstmarketing. Berlin 2017 (Springer)</p>

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)

Modul 22 Werkzeuge der wissenschaftlichen Arbeit					
Modulnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90430	150 h	5	2. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Veranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	a) Wissenschaftliches Arbeiten und Recherchieren b) Wissenschaftliche Analyse mit Standardsoftware	4 SWS / 60 h	90 h	40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>a) <u>Wissenschaftliches Arbeiten und Recherchieren</u></p> <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>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</p> <p>Die Studierenden kennen die Kriterien wissenschaftlichen Arbeitens und ihre Bedeutung sowie Grundtypen wissenschaftlichen Arbeitens. Sie können grundlegende wissenschaftliche Arbeitstechniken anwenden (Lesetechniken, Textarbeit, Planung). Sie erfassen die Algorithmen wissenschaftlicher betriebswirtschaftlicher Textproduktion (Texterarbeitung, Textstrukturierung, Texterstellung, Quellenarbeit).</p> <p>Sie verfügen über ein methodisches Konzept wissenschaftlichen Arbeitens (Kontext und Strategie).</p> <p>Die Studierenden kennen die wichtigsten fachbezogenen Informationswege zur Beschaffung von wissenschaftlichem Material.</p> <p>Sie kennen - neben den klassischen analogen Wegen - Informationsbeschaffungsmethoden (Suchstrategien, Algorithmen, Rechenschritte etc.) mittels neuer Medien/ Internet. Und sie kennen die Chancen und Risiken digitaler Information.</p> <p>Sie identifizieren wissenschaftliches Digitalmaterial und selektieren außerwissenschaftliche Materialien. Sie können quellenkritisch bewerten. Sie kennen Wege und Strategien zur gezielten Recherche digitaler Medien.</p> <p>Das wissenschaftliche Methodenrepertoire ist den Studierenden als Instrument zur Erschließung des gesamten BWL-Kanons bewusst.</p>				

2.1.2.Fertigkeiten

Die Studierenden beherrschen die formalen Grundstrukturen (Themenstellung, Gliederung, Zitierweise etc.) zur Erstellung wissenschaftlich fundierter Texte. Sie verfügen zudem über adäquate inhaltliche wie technische Gestaltungsmöglichkeiten. Sie entwickeln ihr textanalytisches und deduktives wissenschaftliches Können (Textexegese, Textparaphrasierung, eigene Gedankenkonzeption). Sie können wissenschaftliche Quellen unterschiedlicher Herkunft (analoge und digitale) nach den Kriterien wissenschaftlichen Zitierens im deutschsprachigen und angelsächsischen Sprachraum bearbeiten.

Sie können informationsbezogenes wissenschaftliches Arbeiten als Projekt organisieren (Zielstellung, strategische Planung, organisatorisch-zeitliche Planung)

Die Studierenden beherrschen relevante und zielführende Informationsbeschaffungswege, Qualitätschecks und Auswertungsmöglichkeiten internetbasierter Informationen. Sie verfügen über relevante Suchstrategien, um sowohl analoge als auch digitale Quellen zielorientiert zu selektieren.

Sie besitzen die Fertigkeit, quellenkritisch mit gedrucktem, insbesondere aber mit digitalem Material umzugehen und seine Wertigkeit als fundiert fachliches Material im betriebswirtschaftlichen Kontext zu klassifizieren.

Wissenschaftliche und Recherche-Techniken vermögen die Studierenden im gesamten BWL-Kanon gezielt anzuwenden. Sie entwickeln aktiv ihre Kompetenzen für das Management und die Verarbeitung fachbezogener Informationen in beruflichen Zusammenhängen.

2.2 Personale Kompetenzen

2.2.1 Sozialkompetenz

Die Studierenden steigern ihre Teamfähigkeit in kooperativer Recherche.

Sie sind imstande, arbeitsteilig zielorientiert zu theoretischen Gesamtergebnissen zu kommen.

2.2.2 Selbstständigkeit/ Methodenkompetenz

Die Studierenden bilden wissenschaftliche Methodenkompetenz aus, indem sie ihre analytischen Fähigkeiten schärfen.

Sie können Fachtexte auf wissenschaftlichem Niveau rezipieren und aktiv verarbeiten. Sie steigern ihre schriftsprachliche Ausdrucksfähigkeit.

Sie entwickeln Problemlösungsfähigkeiten im Bereich Informations- und Medienkompetenz.

b) Wissenschaftliche Analyse mit Standardsoftware

2.1 Fachkompetenz

2.1.1. Wissen

	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <p>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.</p> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <p>Studierende bearbeiten ausgewählte Fallstudien der Unternehmenspraxis in Teilnehmergruppen und vertiefen im Rahmen von Gruppendiskussionen und Ergebnispräsentationen ihre sozio-kulturellen und kommunikativen Fähigkeiten.</p> <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <p>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.</p>
<p>3</p>	<p>Inhalte (Trainingsbausteine)</p> <p>a) Wissenschaftliches Arbeiten und Recherchieren</p> <ul style="list-style-type: none"> • Qualitätskriterien von wissenschaftlichen Arbeiten • Themeneingrenzung und Literaturrecherche • Formulierung von zielorientierten Forschungsfragen • Zitationstechniken • Gliederung wissenschaftlicher Arbeiten

	<ul style="list-style-type: none"> • Argumentationsstrukturen • Qualitative und quantitative Forschungsmethoden <p>b) <u>Wissenschaftliche Analyse mit Standardsoftware</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 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)
<p>4</p>	<p>Lehrformen</p> <p>a) <u>Wissenschaftliches Arbeiten und Recherchieren</u></p> <p>Mix aus Input durch Dozentinnen/Dozenten und Umsetzung in Übungen in der Bibliothek und am Rechner. Dozentin/Dozent fungiert überwiegend als Coach für gruppenbezogene Selbstlernprozesse.</p> <p>Kooperationsmöglichkeiten mit Serviceangeboten der FH Dortmund an der Bibliothek und im Career Service (Schreibwerkstatt/ Peer Schreibdidaktik) werden intensiv genutzt.</p> <p>b) <u>Wissenschaftliche Analyse mit Standardsoftware</u></p> <p>Die Veranstaltung wird nach dem Inverted Classroom Modell unterrichtet. Dabei wird die Veranstaltung in Selbstlern- und Präsenzphasen aufgeteilt.</p> <p>Selbstlernphasen: Für die Selbstlernphase gibt es einen klaren zeitlichen Ablauf und eine übersichtliche inhaltliche Struktur, durch inhaltliche Schwerpunktsetzungen. Ne-</p>

	<p>ben 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.</p> <p>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.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>a) <u>Wissenschaftliches Arbeiten und Recherchieren</u></p> <p>Die Leistungsbewertung findet zum einen semesterbegleitend statt (Online-Tests) und einer abschließenden schriftlichen Ausarbeitung in Gruppenarbeit.</p> <p>b) <u>Wissenschaftliche Analyse mit Standardsoftware</u></p> <p>Die Leistungsbewertung findet zum einen semesterbegleitend als Teampräsentation (15%) sowie semesterabschließend als Klausur am Rechner (60 Minuten) (35%) statt.</p> <p>Beide Teilleistungen (a und b) gehen mit jeweils 50% in die Gesamtnote für das Modul ein.</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Prüfung</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>2,25 % $(5/177) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Ryari</p> <p>Dipl.-Inform. (FH) Broer</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>a) <u>Wissenschaftliches Arbeiten und Recherchieren</u></p>

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.

Goldenstein, 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>

Oehlich, 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 besten Tools 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.

<p>Jeschke, E., Pfeifer, E., Reinke, H., Unverhau, S., Fienitz, B., Bock, J. (2013): Microsoft Excel – Formeln und Funktionen, Microsoft Press., Unterschleißheim.</p> <p>Levine, D., Stephan, D., Krehbiel, T., Berensen, L. (2011): Statistics For Managers Using Microsoft Excel, 6th Edition, Upper Saddle River.</p> <p>Matthäus, W., Schulze, J. (2008): Statistik mit Excel. 3. Auflage, Wiesbaden.</p> <p>Müller, W. (2010): Multivariate Statistik mit Excel-Add-Ins, Forschungspapier, Dortmund.</p> <p>Müller, W. (2010): Marketingaccounting mit Excel, Forschungspapier, Dortmund.</p> <p>Müller, W. (2011): Quantitatives Management mit Excel 2010, Studienmanuskript, Dortmund.</p> <p>Powell, S.; Baker, K. (2007): Management Science. The Art of Modeling with Spreadsheets, 2nd Edition, Hoboken.</p> <p>Preißner, A. (2010): Praxiswissen Controlling – Grundlagen, Werkzeuge, Anwendungen, 6. Auflage, München.</p> <p>Radke, H.-D. (2009): Microsoft Excel im Business, München.</p> <p>Render, B., Stair, R., Hanna, M. (2009): Quantitative Analysis for Management, 10th Edition, Upper Saddle River.</p> <p>Schels, I. (2016): Excel 2016. Zahlen kalkulieren, analysieren und präsentieren, München.</p> <p>Schels, I. (2016): Excel 2016 Formeln und Funktionen, Markt + Technik, München.</p> <p>Schels, I., Seidel, U. (2016): Excel 2016 im Controlling, München.</p> <p>Schmuller, J. (2005): Statistik mit Excel für Dummies, Weinheim.</p> <p>Schulze, P. (2007): Beschreibende Statistik, 6. Auflage, München.</p> <p>Schwenk, J., Schuster, H., Schiecke, D., Pfeifer, E. (2010): Microsoft Office. Excel 2010 – Das Handbuch, Unterschleißheim.</p> <p>Trommsdorff, V., Steinhoff, F. (2007): Innovationsmarketing, München.</p> <p>Winston, W. (2010): Excel 2010. Data Analysis and Business Modeling, Redmond.</p>

Modul 23 Wissenschaftliche Kompetenzen					
Modulnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des An- gebots	Dauer
90440	300 h	10	6. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Veranstaltungen Wissenschaftliche Kompetenzen	Kontaktzeit 2 SWS / 30 h	Selbststudium 270 h	geplante Grup- pengröße 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>2.1.Fachkompetenz</p> <p>2.1.1.Wissen</p> <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>Die Studierenden kennen die Prinzipien wissenschaftlichen Arbeitens und können komplexe wissenschaftliche und Fachtexte planen und verfassen.</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <p>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).</p> <p>Sie wissen um die Bedeutung strategischer und organisatorisch-zeitlicher Planung und verfügen über ein methodisches Konzept wissenschaftlichen Arbeitens (Kontext und Strategie).</p> <p>Sie erfassen die Funktion von Literaturverwaltungssoftware und kennen deren Einsatzmöglichkeiten und Grenzen.</p> <p>Sie differenzieren unterschiedliche Typen komplexer, auf wissenschaftlichem Material beruhender Texte (Reports, Projektberichte, Thesis-Arbeiten).</p> <p>Das wissenschaftliche Methodenrepertoire ist den Studierenden als Instrument zur Darstellung des gesamten BWL-Kanons bewusst.</p> <p>2.1.2.Fertigkeiten</p> <p>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.</p> <p>Sie erproben und perfektionieren ihren persönlichen Schreibstil.</p>				

	<p>Sie beherrschen den Einsatz von Literaturverwaltungssoftware für unterschiedliche Schreibprojekte.</p> <p>Sie können unterschiedliche Typen komplexer, auf wissenschaftlichem Material beruhender Texte zweckgebunden anfertigen (Reports, Projektberichte, Thesis-Arbeiten).</p> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <p>Die Studierenden unterstützen sich wechselseitig und steigern ihre Teamfähigkeit in kooperativer Recherche und Planungsarbeit.</p> <p>Sie entwickeln in Fachchats und Blogs Urteils- und Kritikfähigkeit und bauen ihre Fähigkeit zu konstruktivem Feedback aus.</p> <p>Sie sind imstande, arbeitsteilig zielorientiert zu theoretischen Gesamtergebnissen zu kommen.</p> <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <p>Die Studierenden bilden wissenschaftliche Schreibkompetenz an unterschiedlichen Fachanforderungen aus.</p> <p>Sie können zwischen wissenschaftlichen und praxisfokussierten Zielen unterscheiden und diese differenziert darstellen.</p> <p>Sie entwickeln analytische Kompetenzen auf komplexem Niveau.</p> <p>In der Konzeption, Planung und Durchführung ihres Thesis-Projektes entwickeln sie breit gestreute Problemlösungsfähigkeiten: fachlich, methodisch, strukturell.</p> <p>Das Schreiben des Praxisberichts/ Berichts zum Auslandsstudiensemester sowie der Bachelor-Thesis entwickelt die individuelle Fähigkeit zum Selbstmanagement.</p>
3	<p>Inhalte (Trainingsbausteine)</p> <p>Texte schreiben auf Abschlussniveau – Grundsätze und Methoden</p> <p>Verfassen des Praxisberichts/ Bericht zum Auslandsstudiensemester</p> <p>Konzeption und Planung einer Bachelor-Thesis</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>Überwiegend als Online-Kurs mit</p> <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 <p>Daneben fakultativ ein bedarfsorientiertes und semesterübergreifendes Präsenzangebot „Zitier- und Schreibschule“ (geöffnet ab 5. Sem.)</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Module 21 und 22 bestanden haben</p> <p>Inhaltlich: Inhalte der Module 21 und 22</p>

6	<p>Prüfungsformen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verfassen des Praxisberichts/ Berichts zum Auslandsstudiensemester (26 %) • Semesterbegleitende Assignments und Peer-Feedbacks (14 %) • Klausur (60 Minuten) (60 %)
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Prüfung</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Voraussetzung für Modul 31</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>4,5 % (10/177) x 0,8</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Vormann</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Müller, Stefanie: Leitfaden zum wissenschaftlichen Arbeiten – mit vielen Tipps und Beispielen. Nürnberg 2014. (Scriptum wissenschaftliche Schriften)</p> <p>Oehrich, M. (2022). Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben: Schritt für Schritt zur Bachelor- und Master-Thesis in den Wirtschaftswissenschaften (3., vollständige überarbeitete Auflage). Springer Gabler. https://doi.org/10.1007/978-3-658-34791-8</p> <p>Theisen, M. R. (2021). Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit (18., neu bearbeitete und gekürzte Auflage). Franz Vahlen.</p> <p>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)</p>

Modul 24 Praxissemester					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiense- mester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90620 (Ausland) 90621 (Inland)	600 h	20	frühestens ab dem 5. Sem.	Jedes Semester	1 Semester; mindestens 20 Wochen in Vollzeit (mind. 750 Stunden)
1	Modul Praktikum im In- oder Ausland	Kontaktzeit X SWS / Y h	Selbststudium Y h	geplante Grup- pengröße Einzelpraktikum	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden werden 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.</p>				
3	<p>Inhalte (Workflow)</p> <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 weitgehend selbständig löst oder abgrenzbar zu seiner Lösung beiträgt. Als Tätigkeitsbereich kommt auch eine selbstständige Tätigkeit in Frage („Semester in Selbstständigkeit“). • 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	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>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.</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>20 ECTS</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Siehe „Ordnung über das Praxissemester“</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>-</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r</p> <p>Prof. Dr. Kißler</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>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.</p>

Modul 25 Auslandsstudiensemester					
Modulnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90610	600 h	20	frühestens ab dem 5. Sem.	Jedes Semester	1 Semester; mindestens 12 Wochen
1	Modul Studium im Ausland	Kontaktzeit X SWS / Y h	Selbststudium Y h	geplante Grup- pengröße Einzelstudium	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden werden 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.</p>				
3	<p>Inhalte (Workflow)</p> <p>Die Suche nach einem Studienplatz im Ausland (i.d.R. im 6. Semester) beginnt ab dem 3. Semester.</p> <p>Die zuständige beratende und organisierende Einheit ist das International Office des Fachbereichs Wirtschaft der Fachhochschule Dortmund.</p> <p>Welche äquivalenten Kurse und Veranstaltungen gewählt werden können, entscheidet das International Office des Fachbereichs Wirtschaft. Diese werden in einem Learning Agreements festgelegt.</p> <p>Nach Beendigung des Auslandsstudiums ist eine Bescheinigung der auswärtigen Hochschule dem International Office des Fachbereichs Wirtschaft einzureichen.</p> <p>Ein Bericht über das Auslandsstudium muss im Rahmen des Moduls „Wissenschaftliche Kompetenzen“ eingereicht werden.</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>-</p>				

5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Zum Auslandsstudiensemester 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.</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>20 ECTS durch Lehrveranstaltungen</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Siehe „Ordnung über das Auslandsstudiensemester“</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>-</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r</p> <p>Martin Kuhn</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>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.</p>

Wahlpflichtmodule

Modul Angewandte Empirische Wirtschaftsforschung					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90806	300 h	10	4.-7. Sem.	SS	1 Semester
1	Intensivierungsbereich	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	-	6 SWS / 90 h	210 h	45 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	2.1 Fachkompetenz				
	2.1.1. Wissen				
	<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. 				
	2.1.2. Fertigkeiten				
	<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. 				
	2.2 Personale Kompetenzen				
	2.2.1 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	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Angewandte Empirische Verfahren 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 einer Theorie-Veranstaltung steht hier die Vermittlung und Diskussion der Umsetzung mit Hilfe von Software im Vordergrund. • 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. • Seminar/Übung In diesem Teil bearbeiten die Studenten eigene empirische Fragestellung. Dabei verwenden Sie die erworbenen methodischen und software-praktischen Kenntnisse.
4	<p>Lehrformen</p> <p>seminaristischer Unterricht, Projektarbeiten, Übungen am PC</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Die Module Wirtschaftsmathematik und Statistik müssen bestanden sein.</p> <p>Inhaltlich: Modul Statistik, Modul Fortgeschrittene Statistik, VWL, Finanzierung</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Abschlussklausur über die Inhalte des gesamten Moduls (50 %) (60 Min.), Erarbeitung und Präsentation eines empirischen Projektes in Kleingruppen (50 %)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur sowie bestandene Präsentation</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Möglich</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>4,5 % $(10/177) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Bornhorn</p> <p>Prof. Dr. Greiber</p>

11	Sonstige Informationen 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.
-----------	--

Modul Arbeitsrechtsmanagement					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90780	300 h	10	4.-7. Sem.	WS	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Personal und Recht	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Gruppengröße 45 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <p>Das Recht stellt in der unternehmerischen Praxis ein strategisches Managementinstrument dar. Diesem Qualifikationsziel ist die Lehrveranstaltung verpflichtet.</p> <p>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.</p> <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <p>Die Studierenden sind mit der juristischen Methodik vertraut.</p> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <p>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.</p> <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, arbeitsrechtliche Fragestellungen zu beantworten und gegebenenfalls erforderliche weitere Schritte einzuleiten.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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	Prüfungsform Hausarbeit inkl. Präsentation (50%), Klausur (50%) (60 Min.)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Prüfungen
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Nein
9	Stellenwert der Note für die Endnote 4,5 % (10/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Vertr.-Prof. Dr. Wolmerath
11	Sonstige Informationen 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

Modul Ausbildereignungsschein					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90803	300 h	10	4.-7. Sem.	WS/SS	1 Semester
1	Intensivierungsbereich	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
		8 SWS / 120 h	180 h	Max. 25 Studierende	
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 (BGBl. 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 				

	<p>4. Ausbildung abschließen.</p> <p>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).</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>seminaristischer Unterricht, Einzel- und Gruppenarbeit, Fallbearbeitung, Teilnahme an einer Sitzung des Arbeitsgerichts oder Besuch eines Berufskollegs mit anschließender Aufarbeitung</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Das Modul Vertragsrecht muss bestanden sein. Ein Prüfungsversuch im WPM „Arbeitsrechtmanagement“ und/oder „Human Resource Management“ muss vorliegen.</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Zwei Klausuren (jeweils 37,5 %) (jeweils 90 Min.) sowie mündliche Unterweisung mit mündlichem Prüfgespräch (25 %) (jeweils 15 Min.)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>1. Teilnahme an folgenden Lehrveranstaltungen mit Anwesenheitspflicht:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 5-gantägige Blockveranstaltung • wöchentliche Lehrveranstaltung mit 2 SWS <p>2. zwei Klausuren im Umfang von je 90 Minuten Stunden als Abschluss der jeweiligen Lehrveranstaltung</p> <p>3. eine Unterweisung, in der eine betriebliche Ausbildungseinheit schriftlich und mündlich darzustellen ist mit sich daran unmittelbar anschließender mündlichen Prüfung.</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>4,5 % (10/178) x 0,8</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Vertr.-Prof. Dr. Wolmerath</p>

11	Sonstige Informationen 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.
-----------	--

Modul Beschaffung und Produktion					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90751	300 h	10	4.-7. Sem.	WS/SS	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Supply Chain Management	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Gruppengröße 45 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>a) Beschaffungsmanagement</p> <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.</p>				

Andererseits können Sie für Aufgaben und Problemfälle aus der beruflichen Praxis eines Beschaffers aufgrund der theoretischen Fertigkeiten adäquate Lösungen finden und Handlungsempfehlungen ableiten.

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.

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.

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 Produktionsmanagement 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.

	<p>2.1.2 Fertigkeiten</p> <p>Die Studierenden erarbeiten selbstständig ein ausgewähltes Thema entweder aus dem Themenumfeld der Beschaffung oder der Produktion und vertiefen ihre Kenntnisse in einem Teilbereich.</p> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <p>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.</p> <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <p>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.</p>
3	<p>Inhalte</p> <p>a) Beschaffungsmanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen Beschaffungsmanagement <ul style="list-style-type: none"> ○ Grundbegriffe, Ziele und Bedeutung der Beschaffung ○ Materialportfolio • Beschaffungsrisiken • Strategische Gestaltung der Beschaffung <ul style="list-style-type: none"> ○ Entwicklung der Beschaffungsstrategie ○ Make-or-Buy Entscheidung ○ Sourcing-Strategien ○ Warengruppenstrategien • 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

	<ul style="list-style-type: none"> • 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 oder Hausarbeit) (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>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>4,5 % $(10/177) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Meinke</p> <p>Prof. Dr. Thorn</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p>

Literatur:

a) Beschaffungsmanagement

Appelfeller, Wieland.; Buchholz, Wolfgang (2011): Supplier Relationship Management - Strategie, Organisation und IT des modernen Beschaffungsmanagements, 2. Auflage, Wiesbaden 2011

Büsch, Mario: Praxishandbuch Strategischer Einkauf – Methoden, Verfahren, Arbeitsblätter für professionelles Beschaffungsmanagement, 3. Auflage, Wiesbaden 2013

Weigel Ulrich, Rücker, Marco: Praxisguide Strategischer Einkauf – Know-how, Tools und Techniken für den globalen Beschaffer, 2. Auflage, Wiesbaden 2015

b) Produktionsmanagement

Corsten, Hans; Gössinger, Ralf (2016): Produktionswirtschaft: Einführung in das industrielle Produktionsmanagement, 14., überarb. und erw. Auflage, München 2016.

Fandel, Günter; Fistek, Allegra; Stütz, Sebastian (2010): Produktionsmanagement, 2., überarb. und erw. Auflage, Heidelberg u.a. 2010.

Steven, Marion (2014): Produktionsmanagement, Stuttgart 2014.

Modul Controlling					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90701	300 h	10	4.-7 Sem.	WS/SS	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Kostenmanagement und Controlling	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Gruppengröße 45 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <p>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.</p> <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.). <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <p>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.</p>				

	<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 Datenbankmanagementsysteme, Tabellenkalkulationsprogramme, ERP-Systeme, DWH, Business Intelligence, Big Data). Es erfolgt eine systematische 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. <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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.
<p>3</p>	<p>Inhalte</p> <p>Operatives und strategisches Controlling (4SV) Aufbauend auf den Grundlagen des Rechnungswesens sowie der Investitions- und Finanzrechnung werden folgende Teilbereiche des Controlling behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Controllings • Kennzahlensysteme inkl. Bilanz- und Finanzanalyse • Kosten- und Erfolgs-Controlling • Planungs- und Berichtssysteme • Moderne Instrumente im Kostenmanagement • Beschaffungs-Controlling

	<ul style="list-style-type: none"> • Produktions-Controlling • Strategisches Controlling sowie • weitere ausgewählte Controlling-Bereiche <p>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.</p> <p>DV-gestütztes Controlling (2Ü)</p> <p>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:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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	<p>Lehrformen</p> <p>Das Modul teilt sich in 2 Lehrveranstaltungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Operatives und strategisches Controlling (Seminaristischer Unterricht mit 4 SV) • DV-gestütztes Controlling (Übung 2Ü)
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Die Module Rechnungswesen I und II müssen bestanden sein</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur 70 % (60 Min.) sowie Gruppen-Präsentation/-Ausarbeitung 30 % (15-20 Min.) (10-20 Folien)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur bzw. erfolgreiche Präsentation/Ausarbeitung in der Übung</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p>

	BSc. Logistik und BSc Wirtschaftsinformatik
9	Stellenwert der Note für die Endnote 4,5 % $(10/177) \times 0,8$
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Schön
11	Sonstige Informationen Literatur: Coenenberg, A. G.; Baum; H.- G.: Strategisches Controlling, 5. Aufl., Stuttgart 2013 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.: Controlling, 12. Aufl. München 2011. Horváth, P.; Reichmann, T. (Hrsg.): Vahlens Großes Controlling-Lexikon, 2. Aufl., München 2002. Kilger, W.: Flexible Plankostenrechnung und Deckungsbeitragsrechnung, 10. vollst. überarb. u. erw. Auflage, Wiesbaden 1993. Reichmann, T.; Kißler, M und Baumöl, U.: Controlling mit Kennzahlen, 9. Aufl., München 2017. Schön, D.: Planung und Reporting im BI-gestützten Controlling. 3. Aufl. Wiesbaden voraussichtlich 2018. Weber, J.; Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, 12. Aufl., Stuttgart 2008.

Modul Finanzmanagement					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90810	300 h	10	4.-7. Sem.	WS/SS	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Finanzwirtschaft	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Gruppengröße 45 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>2.1.Fachkompetenz</p> <p>2.1.1.Wissen</p> <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. <p>2.1.2.Fertigkeiten</p> <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. <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Durch Gruppenarbeit lernen die Studierenden finanzwirtschaftliche Fragestellungen in einem Team zu strukturieren und zu lösen. <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können mit komplexen Finanzierungs- und Investitionsproblemen selbstständig umgehen und diese sachgerecht lösen. 				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Risk and Return • Cost of Capital • Firm Value and Leverage <ul style="list-style-type: none"> - Tax - Financial Distress • Project Valuation 				

4	Lehrformen Seminaristische Vorlesungen und Seminar
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Modul Investition und Finanzierung muss bestanden sein. Inhaltlich:
6	Prüfungsformen Klausur (100%) (60 Min.)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur.
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Nein
9	Stellenwert der Note für die Endnote $4,5 \% (10/177) \times 0,8$
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Beck Prof. Dr. Löhr
11	Sonstige Informationen 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.

Modul Digitalisierung und Innovation					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90788	300 h	10	4.-7. Sem.	SS	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Wirtschaftsinformatik	Kontaktzeit 6 SWS /90 h	Selbststudium 210 h	geplante Gruppengröße 50 bzw. 25 (Übung) Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <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. <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <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. 				

	<ul style="list-style-type: none"> • Studierende können Methoden zur Geschäftsmodell- und –prozessinnovation anwenden. • Sie können die Methode der Szenarioanalyse anwenden.. <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können Fachinhalte zu einem komplexen und anspruchsvollen Praxisumfeld im Team erarbeiten und präsentieren. <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden werden durch multimedial unterstützte Lernmaterialien an das selbstgesteuerte Lernen herangeführt. • 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.
<p>3</p>	<p>Inhalte</p> <p>Teil 1: Grundlagen</p> <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 <p>Teil 2: Die Digitale Ökonomie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Technologische Treiber der Digitalisierung • Ökonomische Auswirkungen der Digitalisierung • Evolution der Märkte im Bereiche der Marktprozesse, Marktteilnehmer und Marktgüter • Eigenschaften und Evolution digitaler Güter • Mikro- und makroökonomische Besonderheiten digitaler Märkte • Phasenmodelle der Digitalisierung der Märkte • Klassifizierung datenzentrischer Geschäftsmodelle <p>Teil 3: Ökonomische Einordnung digitaler Trendbegriffe</p> <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

	<ul style="list-style-type: none"> • 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 <p>Teil 4: Innovations- und Technologiemanagement</p> <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	<p>Lehrformen</p> <p>seminaristischer Unterricht, Übungen</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Das Modul Wirtschaftsinformatik I muss bestanden sein</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (100 %) (90 Min.)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>keine</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>4,5 % (10/177) x 0,8</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Lutz Niehüser</p> <p>Prof. Dr. Lindenbeck</p>

11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur:</p> <p>Brynjolfsson, Erik/McAfee, Andrew (2016): The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies, New York London 2016.</p> <p>Choi, Soon-Yong/Stahl, Dale O./Whinston, Andrew B. (1997): The Economics of Electronic Commerce, Indianapolis 1997.</p> <p>Christensen, Clayton M. (2013): The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail, Boston 2013.</p> <p>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.</p> <p>Downes, Larry/Mui, Chunka (1998): Unleashing the Killer App: Digital Strategies for Market Dominance, Boston 1998.</p> <p>Fahey, Liam/Randall, Robert M. (1998): Learning From the Future: Competitive Foresight Scenarios, New York 1998.</p> <p>Keese, Christoph (2016): Silicon Valley: Was aus dem mächtigsten Tal der Welt auf uns zukommt, München 2016.</p> <p>Kelly, Kevin (2016): The Inevitable: Understanding the 12 Technological Forces that Will Shape Our Future, New York 2016.</p> <p>Negroponte, Nicholas (1996): Total Digital: Die Welt zwischen 0 und 1 oder Die Zukunft der Kommunikation, 4. Aufl, München 1996.</p> <p>Negroponte, Nicholas (1996): Being Digital, London 1996.</p> <p>Raskino, Mark (2015): Digital to the Core, s.l. 2015.</p> <p>Shapiro, Carl/Varian, Hal R. (1999): Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy, Boston 1999.</p>
-----------	---

Modul Europäische Wirtschaftspolitik					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90787	300 h	10	4.-7. Sem.	SS	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Volkswirtschaftslehre	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Gruppengröße 45 Studierende	
2	<p>2.1.Fachkompetenz</p> <p>2.1.1.Wissen</p> <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> <p>2.1.2.Fertigkeiten</p> <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, <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <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. <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <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	<p>Inhalte</p> <p>Teil I Ökonomische Grundlagen der Europäischen Integration</p> <ul style="list-style-type: none"> Der Europäische Integrationsprozess: Geschichte, Integrationsformen, Ziele, Institutionen & Entscheidungsprozesse Marktintegration: Von der Zollunion zum Europäischen Binnenmarkt 				

	<ul style="list-style-type: none"> • Die Handelspolitik der EU • Die Regional- und Strukturpolitik der EU • Die Gemeinsame Agrarpolitik der EU • Die Europäische Wirtschafts- und Währungsunion: Auf dem Weg zur politischen Union? <p>Teil II Die Europäische Währungsunion</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Finanzkrise in Europa • Geldpolitisches Instrumentarium der EZB • Geldpolitische Transmissionsmechanismen • Lösungen der Krise/Strukturprobleme einer Währungsunion? <p>Teil III Seminar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Literatur zur Europäischen Union und deren Krise • Präsentation
4	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristische Vorlesungen und Seminar</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Modul Wirtschaftstheorie muss bestanden den sein.</p> <p>Inhaltlich: Wirtschaftspolitik sollten absolviert sein.</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (2/3) und Präsentation (1/3).</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur sowie erfolgreiche semesterbegleitende Seminarleistung</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Ja</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>4,5 % (10/177) x 0,8</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Greiber</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Lehrbücher zum Modulteil I:</p> <p>Adam, Hans; Mayer, Peter: Europäische Integration, UTB 2014</p> <p>Baldwin, Richard; Wyplosz, Charles: The Economics of European Integration, 5th ed., MacGraw-Hill, 2015</p>

Ohr, Renate: Fit für die Prüfung – Europäische Integration, UTB-Lernbuch 2013

Lehrbücher zum Modulteil II:

Mankiw, N. Gregory: Makroökonomik, Schäffer-Poeschel, 2003.

Görgens, Egon, Ruckriegel, Karlheinz und Seitz, Franz: Europäische Geldpolitik - Theorie, Empirie und Praxis, 6.Auflage, UVK/Lucius, 2014

Literatur zum Modulteil III:

diverse Paper, werden in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Modul Human Resource Management					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90742	300 h	10	4.-7. Sem.	WS/SS	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Personal und Recht	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Gruppengröße 45 Studierende	
2	<p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <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> <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <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> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <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> <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <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	<p>Inhalte</p> <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 • 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	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristischer Unterricht, Einzel-, Partner- und Gruppenarbeiten, Selbststudium</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Das Modul Personal und Organisation muss bestanden sein.</p> <p>Inhaltlich: Die Module Management Projects und Business Skills and Competencies I sollten absolviert sein</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (60 Min., 70-100%) und/oder semesterbegleitende Prüfung, z. B. Referat/Präsentation mit schriftl. Ausarbeitung (0-30%)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur, bzw. bestandene studienbegleitende Prüfung und bestandene Modulklausur.</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>4,5 % (10/177) x 0,8</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Kuinke</p>

11	Sonstige Informationen 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. 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.
-----------	---

Modul Internationale Rechnungslegung					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90711	300 h	10	4.-7. Sem.	WS	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Externes Rechnungswesen	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Gruppengröße 45 Studierende	
2	<p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <p>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.</p> <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <p>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.</p> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <p>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.</p> <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <p>Die Studierenden können zur Beantwortung von Fragestellungen der Internationalen Rechnungslegung selbstständig geeignete Quellen auswählen und anwenden.</p>				

3	<p>Inhalte</p> <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 • Vorräte • Ertragsrealisierung • Finanzinstrumente • Leasing • Rückstellungen und Eventualverbindlichkeiten • Währungsumrechnung • Unternehmenssteuerung mit und Publizitätserfordernisse der IFRS
4	<p>Lehrformen</p> <p>seminaristischer Unterricht, Übung</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Das Modul Rechnungswesen I muss bestanden sein.</p> <p>Inhaltlich: Die Module Grundzüge Investition, Finanzierung und Steuern, Investition und Finanzierung und Steuern sowie Rechnungswesen II sollten absolviert sein.</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Hausarbeit einschl. Vortrag / Präsentation 35 % sowie Modulklausur 65 % (60 Minuten)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur und bestandene Hausarbeit einschl. Vortrag / Präsentation</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>4,5 % (10/177) x 0,8</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Wenger</p>

	Prof. Dr. Marco Boehle
11	Sonstige Informationen 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.

Modul Internationale Wirtschaftsbeziehungen					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90784	300 h	10	4.-7. Sem.	WS	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Volkswirtschaftslehre	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Gruppengröße 45 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <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, Internalisierungsstrategien, 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.</p> <p>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 Fachjournalen 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 Studierenden der Veranstaltung bewältigt werden kann.</p> <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <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>				

	<p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <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. <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <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.
<p>3</p>	<p>Inhalte</p> <p>Modulteil 1: Theorie und Politik der internationalen Wirtschaft</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 <p>Modulteil 2: Seminar</p> <p>Im Seminarteil werden methodische Ansätze diskutiert und im Rahmen betreuter Projektarbeiten (Seminararbeit oder Präsentation) von den Studierenden (in Gruppen) analysiert und verteidigt. Basis der Analyse sollen die im ersten Modulteil sowie im bisherigen Studium erworbenen Kompetenzen bilden. Als Fallstudien kommen beispielsweise in Betracht: Länderanalysen, Regionalanalysen, aktuelle wirtschaftspolitische Themen mit internationalem Hintergrund, Marktverhalten ausgewählter multinationaler Unternehmen u.ä. Neben inhaltlichen Komponenten gehen auch methodische Komponenten wie Technik des wissenschaftlichen Arbeitens, Umgang mit modernen Medien und Kommunikations- und Präsentationstechniken in die Bewertung ein.</p>

4	<p>Lehrformen</p> <p>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.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Das Modul Einführung in die Wirtschaftswissenschaften muss bestanden sein.</p> <p>Inhaltlich: Die Module Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik sowie Statistik sollten absolviert sein.</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (50%) (60 Min.), Projektarbeit (Seminararbeit oder Referat) (50%)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur sowie bestandene Projektarbeit</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Zurzeit nicht</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>4,5 % (10/177) x 0,8</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Brüggelambert</p> <p>Prof. Dr. Greiber</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur</p> <p>Seminaristische Vorlesung:</p> <p>Krugman, P. R., Obstfeld, M., Melitz, M. (2015), Internationale Wirtschaft, 10. Aufl., Pearson Studium.</p> <p>Mankiw, N.G. (2017), Makroökonomik, 7. Aufl., Schäffer Poeschel.</p> <p>Clement, R., Terlau, W., Kiy, M. (2013), Grundlagen der Angewandten Makroökonomie, 5. Aufl., Vahlen.</p> <p>Projektarbeit (illustrative Auswahl von Fachbeiträgen, die Ausgangspunkt für die Seminararbeiten bzw. Präsentationen sein können):</p> <p>Brodzicki, T., Śledziwska, K., Ciołek, D., Umiński, S. (2012), Extended gravity model of Polish trade. Empirical analysis with panel data methods, Working paper.</p> <p>Gupta, A. S., Manjhi, G. (2012), Negotiating the Trilemma: The Indian Experience, Global Economy Journal, 12/1.</p>

	<p>Hall, C. J., Lawson, R. A., Wogsland, R. (2011), The European Union and Economic Freedom, Global Economy Journal, 11/3.</p> <p>Kim, M. H. (2011), Do We Really Know That the WTO Increases Trade? Revisited, Global Economy Journal, 11/2.</p> <p>Melitz, M. J., Trefler, D. (2012), Gains from Trade when Firms Matter, Journal of Economic Perspectives, 26/2.</p> <p>Zhou, L., Biswasy, B., Bowlesz (2011), Impact of Globalization on Income Distribution Inequality in 60 Countries, Global Economy Journal, 11/1.</p>
--	--

Modul Internes Rechnungswesen/Kostenmanagement					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90702	300 h	10	4.-7. Sem.	SS	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Kostenmanagement und Controlling	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Gruppengröße 45 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <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> <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <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> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <p>Die Studierenden entwickeln Teamkompetenzen, die durch Fallstudien inkl. Präsentationssaufgaben 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. <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p>				

	<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 Fachfunktionen in der Verbindung zu Kostenmanagement- und Controllingaufgaben dezentral und zentral zu verstehen. • Sie sind in der Lage eigene Standpunkte und Haltungen ggü. bestehenden Theorien, Modellen und Erfahrungen abzuleiten und in kritischen Diskussion zu verteidigen.
<p>3</p>	<p>Inhalte</p> <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> <ul style="list-style-type: none"> • 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</p>	<p>Lehrformen</p> <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>

	IT-Seminar: Kostenmanagement mit DATEV anhand von Kurzvorträgen und eines Musterfalls mit Aufgabenset, der in einer DATEV-Schulungsumgebung erarbeitet wird.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Die Module Rechnungswesen I und II müssen bestanden sein Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Fallstudienbearbeitung 60% sowie Klausur 40 %
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur sowie erfolgreicher Abschluss der Übung.
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Nein
9	Stellenwert der Note für die Endnote 4,5 % (10/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Boehle
11	Sonstige Informationen Coenenberg, A.G.; Fischer, T. M.; Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, 8. Aufl., Stuttgart 2012 Fischer, T.; Möller, K.; Schutze, W.: Controlling - Grundlagen, Instrumente und Entwicklungsperspektiven, 2. Aufl., Stuttgart 2015 Franz, K.-P.; Kajüter, P. (Hrsg.): Kostenmanagement. Wertsteigerung durch systematische Kostensteuerung, 2. Aufl., Stuttgart 2002 Friedl, B.: Kostenmanagement, Stuttgart 2009 Haberstock, L.: Kostenrechnung II. (Grenz-)Plankostenrechnung mit Fragen, Aufgaben und Lösungen. Bearbeitet von Volker Breithecker, 10. Aufl., Berlin 2008 Hözlzimmer, A.; Hahn, A. (2016): Produktkosten-Controlling mit SAP, 2., akt. und erw. Auflage, Bonn 2016 Kajüter, P.: Proaktives Kostenmanagement. Konzeption und Realprofile, Wiesbaden 2000 Weber, Jürgen; Schäfer, Utz: Einführung in das Controlling, 14. Aufl., Stuttgart 2015

Modul Portfoliomanagement					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90809	300 h	10	4.-7. Sem.	WS/SS	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Finanzwirtschaft	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Gruppengröße 45 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>2.1.Fachkompetenz</p> <p>2.1.1.Wissen</p> <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. <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <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. <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> Durch Gruppenarbeit lernen die Studierenden portfoliotheoretische Fragestellungen in einem Team zu strukturieren und zu lösen. <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden können komplexe Finanztitel selbstständig bewerten. 				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> Struktur und Funktionsweise von Finanzmärkten Bond and Stock Valuation Zinsstruktur und Terminzinssätze Portfoliotheorie und CAPM Derivate 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristische Vorlesungen und Seminar.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Modul Investition und Finanzierung muss bestanden sein.</p>				

	Inhaltlich:
6	Prüfungsformen Klausur (100%) (60 Min.)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Nein
9	Stellenwert der Note für die Endnote 4,5 % (10/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Mörchel
11	Sonstige Informationen 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.

Modul Konzernabschluss und JA-Analyse					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90712	300 h	10	4.-7. Sem.	WS	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Externes Rechnungswesen	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Gruppengröße 45 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <p>Die Studierenden kennen die Grundlagen der Konzernrechnungslegung nach HGB und nach IFRS. Den Studierenden ist das grundlegende Instrumentarium einer Jahresabschlussanalyse bekannt.</p> <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <p>Die Studierenden können grundsätzlich einen einfachen Konzernabschluss erstellen. Sie sind in der Lage, selbständig eine differenzierte Unternehmensanalyse durchzuführen. Die Studierenden sind zudem in der Lage, das Ergebnis ihrer Analyse schriftlich und in Form einer Präsentation darzustellen.</p> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <p>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.</p> <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <p>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.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p><u>Konzernrechnungslegung:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen 				

	<ul style="list-style-type: none"> • Währungsumrechnung • Vollkonsolidierung <ul style="list-style-type: none"> • Kapitalkonsolidierung • Schuldenkonsolidierung • Zwischenergebniseliminierung • Aufwands- und Ertragskonsolidierung • Latente Steuern • Equity-Bewertung <p><u>Jahresabschlussanalyse:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Ziele und Grenzen der Jahresabschlussanalyse • Analyse der Rahmenbedingungen und der Jahresabschlusspolitik • 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	<p>Lehrformen</p> <p>seminaristischer Unterricht, Übung</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Prüfungen in Modul Rechnungswesen I muss bestanden sein</p> <p>Inhaltlich: Modul Rechnungswesen II sollte absolviert sein. Kenntnisse aus dem Modul Internationale Rechnungslegung sind von Vorteil</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Modulklausur (70 %) (60 Min.) sowie Durchführung einer Unternehmensanalyse einschl. Präsentation (30 Min.) und Hausarbeit (30 %)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur sowie aussagekräftige Unternehmensanalyse einschl. Präsentation</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Nein</p>

9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>4,5 % (10/177) x 0,8</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Breidenbach</p> <p>Prof. Dr. Kißler</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur:</p> <p>Baetge, J.; Kirsch, H.-J.; Thiele, S.: Konzernbilanzen, 12. Aufl., Düsseldorf (IDW)2017</p> <p>Busse von Colbe, W.; Ordelheide, D.; Gebhardt, G.; Pellens, B.: Konzernabschlüsse, 9. Aufl., Wiesbaden (Gabler)2010</p> <p>Gräfer, H.: Bilanzanalyse, 10. Aufl., Herne (nwb)2008</p> <p>Gräfer, H. / Scheld G. A. (2016): Grundzüge der Konzernrechnungslegung, 13. Auflage, Berlin (Erich Schmidt Verlag)</p> <p>Heesen, Bernd; Gruber, Wolfgang (2016): Bilanzanalyse und Kennzahlen, 5. Auflage, Wiesbaden (SpringerGabler Verlag)</p> <p>Küting, K. / Weber C.-W. (2012) : Der Konzernabschluss, 13. Auflage, Stuttgart (Schäffer-Poeschel)</p>

Modul Managementprojekte II					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90807	300 h	10	4.-7. Sem.	SS	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Projektmanagement	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Gruppengröße 45 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>2.1. Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <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 <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <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. <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <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 				

	<ul style="list-style-type: none"> • 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. <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <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. • 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.
<p>3</p>	<p>Inhalte</p> <p>In den Managementprojekten II werden – abhängig vom jeweiligen Beratungsauftrag – folgende betriebswirtschaftliche Bereiche behandelt: Controlling, Unternehmensführung, Finanzen, Human Resources Management, Marktforschung.</p>
<p>4</p>	<p>Lehrformen</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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: <ul style="list-style-type: none"> • <u>Dozent*in:</u> <ul style="list-style-type: none"> - 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> <ul style="list-style-type: none"> - Auftragnehmer*innen: Für vereinbarte Projektaufträge (Zielvereinbarungen) - Bearbeiter*innen: Für das Ziel des Projektes - Teamplayer: In der Gruppe Ergebnisse erzielen

5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Keine</p> <p>Inhaltlich: Keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Bewertung des Abschlussberichts unter Berücksichtigung der Präsentation (100%)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Erfolgreich abgeschlossener Abschlussbericht sowie öffentliche Präsentation der Ergebnisse</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>4,5 % $(10/177) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Kiunke</p> <p>Prof. Dr. Albrecht</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur:</p>

Modul Marktwirtschaftliches Unternehmensumfeld					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90783	300 h	10	4.-7. Sem.	SS	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Volkswirtschaftslehre	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Gruppengröße 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Nach erfolgreicher Teilnahme an den Modulveranstaltungen sind die Studierenden in der Lage:</p> <p>Teil a. Marktwirtschaft und Umweltökonomik Teil b. Wettbewerb und Industrieökonomik, Schwerpunkt: Spieltheorie</p> <p>1. Wissen und Verstehen:</p> <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 <p>2. Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:</p> <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. <p>3. Kommunikation und Kooperation:</p> <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. 				

	<p>4. Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instrumente der Umweltpolitik und einfache Konzepte der Spieltheorie zur Strukturierung ökonomischer Fragestellungen anzuwenden. • 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	<p>Inhalte</p> <p>Teil a: Marktwirtschaft und Umweltökonomik</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marktversagen durch externe Effekte • Ziele und Instrumente der Umweltpolitik • Innovationen • Der Klimawandel als globales Umweltproblem • Klimaverhandlungen • Aktuelle Fragestellungen <p>Teil b: Wettbewerb und Industrieökonomik, Schwerpunkt: Spieltheorie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nicht-kooperative Spiele in strategischer Form • Individualistisch-kooperative Spiele • Verhandlungsspiele • Aktuelle Fragestellungen
4	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristische Veranstaltung mit Übungen, Anwendung und Fallbeispielen sowie Seminar mit Präsentationen.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Das Modul Einführung in die Wirtschaftswissenschaften muss bestanden sein. Inhaltlich: Das Modul Wirtschaftstheorie sollte absolviert sein.</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (60%), 60 Min., Seminarpräsentation (30%), Kurzreferat (10%)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung.</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>-</p>

9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>Wird im Nachgang eingetragen</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Christina Elberg</p> <p>Prof. Dr. Christian Steiner</p>
11	<p>Literatur</p> <p>CORE Team: Die Wirtschaft. Verfügbar unter: https://www.core-econ.org</p> <p>CORE Team: Doing Economics: Empirical Projects. Verfügbar unter: https://www.core-econ.org</p> <p>Perman, R. et al: Natural Resource and Environmental Economics. Perason, 4th Edition, 2011.</p> <p>Strum, B., Vogt, C.: Umweltökonomik. Eine anwendungsorientierte Einführung. Springer Gabler, 2. Auflage 2018.</p> <p>Holler, M., Illing, G., Napel, S.: Einführung in die Spieltheorie. Springer Gabler, 8. Auflage 2019.</p> <p>Nordhaus, W. 2015. "Climate Clubs: Overcoming Free-Riding in International Climate Policy." American Economic Review, 105 (4): 1339-70.</p>

Modul Modellbasiertes Logistikmanagement					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90808	300 h	10	4.-7.- Sem.	WS	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Supply Chain Management	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Gruppengröße 45 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <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.</p> <p>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 Distributionssysteme 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>
3	<p>Inhalte</p> <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 • 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	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristischer Unterricht mit Übungen am PC und Projektarbeiten</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Das Modul Supply Chain Management muss bestanden sein.</p> <p>Inhaltlich: Die Module Management Tools und Wirtschaftsmathematik sollten absolviert sein; die Grundlagen des Arbeitens mit einem Tabellenkalkulationssystem werden vorausgesetzt.</p>
6	<p>Prüfungsformen:</p> <p>Klausur am Rechner (77 %) (100 Min.) und Bearbeitung einer Fallstudie als Hausarbeit (23%) (xx Seiten)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur sowie erfolgreiche Hausarbeit</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>4,5 % (10/177) x 0,8</p>

<p>10</p>	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Graf</p> <p>Prof. Dr. Fischer</p>
<p>11</p>	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur:</p> <p>Bretzke, W.-R.: Logistische Netzwerke. 2. Aufl. s.l.: Springer-Verlag, 2010</p> <p>Domschke, W.: Logistik: Transport, R. Oldenbourg Verlag, München, Wien, 5. Auflage, 2007</p> <p>Domschke, W.: Logistik: Rundreisen und Touren, R. Oldenbourg Verlag, München, Wien, 5. Auflage, 2010</p> <p>Domschke, W. ; Drexl, A.: Logistik: Standorte, R. Oldenbourg Verlag, München, Wien, 4. Auflage, 1996</p> <p>Domschke, W.; Drexl, A.; Klein, R.; Scholl, A.; Voß, S.: Übungen und Fallbeispiele zum Operations Research. Springer-Verlag, Berlin Heidelberg, 8. Auflage 2015</p> <p>Feige, D.; Klaus, P. : Modellbasierte Entscheidungsunterstützung in der Logistik. Hamburg: DVV Media Group Dt. Verkehrs-Verl. (Edition Logistik, 10), 2008</p> <p>Vahrenkamp, R. (Hrsg.); Mattfeld, D.: Logistiknetzwerke: Modelle für Standortwahl und Tourenplanung. Springer Fachmedien Wiesbaden, 2. Auflage 2014</p> <p>Winkels, H.-M.: Modellbasiertes Logistikmanagement mit Excel, DVV Media Group, Hamburg, 2012</p> <p>Wittenbrink, P.: Transportmanagement. Kostenoptimierung, Green Logistics und Herausforderungen an der Schnittstelle Rampe. Springer Gabler-Verlag, Wiesbaden, 2. Auflage, 2014</p>

Modul Ökonometrie					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90786	300 h	10	4.-7. Sem.	SS	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Volkswirtschaftslehre	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Gruppengröße 45 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <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 Modellansätze der multivariaten Statistik/Ökonometrie. Sie kennen geeignete multivariate/ökonometrische Analyseverfahren für quantitative, wirtschaftliche Fragestellungen und können diese praktisch anwenden. <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <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. <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.3 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. 				

	<ul style="list-style-type: none"> Sie haben die Fähigkeit, die Relevanz statistischer Problemstellungen in einem wirtschaftlichen Kontext zu beurteilen und eigenständig Lösungskonzepte zu erarbeiten.
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> 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	<p>Lehrformen</p> <p>seminaristischer Unterricht, Projektarbeiten, Übungen am PC</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Die Module Wirtschaftsmathematik und Statistik müssen bestanden sein.</p> <p>Inhaltlich: Modul Statistik, Modul Fortgeschrittene Statistik</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Abschlussklausur über die Inhalte des gesamten Moduls (67 %) (60 Min.), Hausarbeit (33 %)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur sowie bestandene Hausarbeit</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>4,88 % $(10/164,5) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Bornhorn</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur:</p> <p>Auer, B.; Rottmann, H.: Statistik und Ökonometrie für Wirtschaftswissenschaftler, 3. Aufl., Heidelberg (Springer), 2014</p> <p>Backhaus, K.; Erichson, B.; Plinke, W.; Weiber, R.: Multivariate Analysemethoden, 13. Aufl., Heidelberg (Springer), 2010</p> <p>Berenson, M. L.; Levine, D. M.; Krehbiel, T. C.: Basic Business Statistics, 13th edition, London (Pearson Education), 2014</p>

<p>Bühl, A.: SPSS 23: Einführung in die moderne Datenanalyse, 15. Aufl., München (Pearson), 2016</p> <p>Field, A.; Miles, J.; Field, Z.: Discovering Statistics Using R, London (SAGE Publications), 2012</p> <p>Hellbrück, R.: Angewandte Statistik mit R, 3. Aufl., Wiesbaden (Springer Gabler), 2016</p> <p>Hochstädter, D.; Kaiser, U.: Varianz- und Kovarianzanalyse, Frankfurt a. M. (Verlag Harri Deutsch), 1988</p> <p>Kabacoff, R.: R in Action: Data Analysis and Graphics with R, 2nd edition, Shelter Island (Manning Publications), 2015</p> <p>Rudolf, M.; Müller, J.: Multivariate Verfahren, 2. Aufl., Göttingen (Hogrefe), 2012</p> <p>Steinhausen, D.; Langer K.: Clusteranalyse, Berlin (Walter de Gruyter), 1977</p>
--

Modul Operatives Marketingmanagement					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90732	300 h	10	4.-7. Sem.	WS/SS	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Marketing	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	Geplante Gruppengröße 45 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <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> <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <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> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <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.</p> <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p>				

	<p>Die Studierenden sind in der Lage, unter Zuhilfenahme von geeigneten Informationsquellen (z.B. Fachliteratur, Online-Recherchen in Experten-Portalen), selbständig Kenntnisse, Fähigkeiten und Denkweisen zu erwerben und diese zur Lösung von Entscheidungsproblemen des operativen Marketings einzusetzen. Das problemlösungs-entdeckende Lernen fördert die kreative Vertiefung und Anwendung der Lerninhalte, die kursbegleitende Überprüfung des individuellen Lernfortschritts und vermittelt lernmotivierende Erfolgserlebnisse.</p>
3	<p>Inhalte</p> <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) • 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, Kommunikationscontrolling) • 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	<p>Lehrformen</p> <p>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“)</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Prüfung in Modul Marketing muss bestanden sein.</p> <p>Inhaltlich: Erfolgreiche Teilnahme an den Lehrveranstaltungen (Modulen) „Wirtschaftsstatistik I“ und „Wissenschaftliche Methoden“.</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (75%) (90 Min.) + Übungen (25%)</p>

	Klausur (50%) (90 Min.) + Hausarbeit (50%)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur sowie erfolgreiche Teilnahme an Übungen (Hausarbeiten)
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Nein
9	Stellenwert der Note für die Endnote 4,5 % (10/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Scheidler
11	Sonstige Informationen 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-Marke+ting, Wiesbaden (Springer) 2016 Kühnapfel, J.: Vertriebscontrolling, Wiesbaden (Gabler) 2013 Kürbler, P.; Peters, H.: Operatives Marketing, 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., Schrattenecker, G.: Werbung, 9. Aufl., Stuttgart (UTB) 2016
- Simon, H.; Fassnacht, M.: Preismanagement, 4. Aufl., Wiesbaden (Gabler) 2016
- Trommsdorf, V., Steinhoff, E.: Innovationsmarketing, 2. Aufl.; München (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

Modul Projektmanagement (deutschsprachig)					
Modulnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90802	300 h	10	Sem. 4 - 7	SS	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Projektmanagement	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h (Deutsch)	Selbststudium 210 h	Geplante Gruppengröße 45 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <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 durchführen, 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 <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <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 traditionellen als auch agilem Umfeld in Projekten zu bewegen. 				

	<p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <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 <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <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.
<p>3</p>	<p>Inhalte</p> <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
<p>4</p>	<p>Lehrformen</p> <p>Vorlesungen, Gruppenarbeit, Fallbeispiele, praktische Übungen, Lehrvideos und Readings, Tests und Diskussionen.</p>
<p>5</p>	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
<p>6</p>	<p>Prüfungsformen</p> <p>Semesterbegleitende Fallstudie (mehrere Teile) (40 %) und mehrere Online Tests (60%)</p>

7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Mehr als 50 % der Prüfungsleistungen bestanden (Fallstudie, Tests).</p>
8	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>4,5 % (10/177) x 0,8</p>
9	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Dechange</p>
10	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dechange, Andre (2020): Projektmanagement – Schnell erfasst; Gabler Berlin Wiesbaden • Kerzner, Harold: Projekt Management, mitp New York 2008 • PMBOK® - 7th edition, PMI® 2021 • 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

Modul Spezielle Fragen der Unternehmensführung					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90805	300 h	10	4.-7. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Unternehmensführung	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Gruppengröße 45 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>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.</p> <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <p>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.</p> <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <p>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.</p> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <p>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.</p> <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <p>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.</p>				

<p>3</p>	<p>Inhalte</p> <p>Das Modul ist in ein Seminar plus eine Übung gegliedert. Die Studierenden arbeiten in beiden Veranstaltungen in Gruppen an einem eignen Startup-Projekt.</p> <p>3.1 Seminar Entrepreneurship (4 SWS V)</p> <p>Kern der Veranstaltung sind die Entwicklung von Geschäftsmodellen sowie ausgewählte Aspekte des Managements von Startups. Dabei werden insbesondere gründungsspezifische Aspekte der BWL thematisiert, wie z. B. Apps und Tools für Startups, Cashflow-Planung, Lean Startup, Digitales Marketing oder Crowd-Funding.</p> <p>3.2 Praxis Unternehmensgründung (2 SWS Ü)</p> <p>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.</p> <p>Anstelle der Übung Praxis Unternehmensgründen werden in einigen Semestern andere Übungen wie z. B. „Digital Business Models“ oder „Social Entrepreneurship“ angeboten.</p>
<p>4</p>	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristischer Unterricht, Projekt- und Gruppenarbeiten.</p>
<p>5</p>	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Die Module Einführung in die Wirtschaftswissenschaften, Personal und Organisation, Supply Chain Management, Marketing, Rechnungswesen I und II, Investition und Finanzierung müssen bestanden sein.</p> <p>Inhaltlich: Die Module Managementprojekte I und Unternehmensführung und Simulation sollten bestanden sein.</p>
<p>6</p>	<p>Prüfungsformen</p> <p>Hauptsächlich semesterbegleitend Gruppen- und Einzelaufgaben. Die Aufgaben sind meist in Startup-Apps umzusetzen. Ggf. mündliche Beteiligung, aber keine Anwesenheitspflicht.</p>
<p>7</p>	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Mehr als 50 % der Prüfungsleistungen bestanden.</p>
<p>8</p>	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Nein</p>
<p>9</p>	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>4,5 % (10/177) x 0,8</p>

<p>10</p>	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Dittrich</p> <p>Prof. Dr. Büchler</p>
<p>11</p>	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Ausgewählte Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 Hölzle, K.; Surrey, H. (Hersg.): Perspektiven des Entrepreneurship, Stuttgart 2019 • 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, Currency

Modul Steuerbilanzpolitik und anwendungsorientierte Unternehmensbesteuerung					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90761	300 h	10	4.-7. Sem.	WS	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Unternehmensbesteuerung	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Gruppengröße 45 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <p>Die Studierenden sollen praxisorientierte Kenntnisse über die monetären Folgen alternativer bilanzpolitischer Entscheidungen und den Einfluss der Verkehrsteuern auf das unternehmerische Handeln erlangen sowie Jahresabschlüsse und Steuererklärungen mit Hilfe der DATEV-Software erstellen.</p> <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <p>Die Studierenden können bilanzielle Handlungsalternativen unter Berücksichtigung steuerlicher Gesichtspunkte eigenständig konzipieren, selbständig verkehrsteuerliche Problemstellungen von Unternehmen lösen und die DATEV-Software anwenden.</p> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <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>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 Arbeit mit Gesetzestexten geschult.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bilanzierungs- und Bewertungswahlrechte • Umsatzsteuer • Grunderwerbsteuer • 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 Referat (40 %) (xx Seiten) (xx Minuten)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur und bestandene semesterbegleitende Leistung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) nein
9	Stellenwert der Note für die Endnote $4,5 \% (10/177) \times 0,8$
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Oesterwinter Prof. Dr. Eggers
11	Sonstige Informationen Literatur: Steuergesetze nach neuestem Rechtsstand Steuerrichtlinien nach neuestem Rechtsstand Wirtschaftsgesetze nach neuestem Rechtsstand Weitere und aktuelle Literaturhinweise erfolgen in der Veranstaltung

Modul Steuerplanung im Unternehmen					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90762	300 h	10	4.-7. Sem.	SS	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Unternehmensbesteuerung	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Gruppengröße 45 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <p>Die Studierenden verstehen die Gesamtzusammenhänge der Unternehmensbesteuerung über die steuerartenbezogene Betrachtung hinaus.</p> <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <p>Die Studierenden können den Einfluss der Besteuerung auf die unternehmerischen Funktionen und Entscheidungen erkennen und Gestaltungsansätze konzipieren (Steuereffekt- 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.</p> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <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>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 Arbeit mit Gesetzestexten geschult.</p>				
3	<p>Inhalt</p> <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	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristische Vorlesung und anwendungsorientierte Übungseinheiten, Seminar</p>				

5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Das Modul Steuern muss bestanden sein</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (60%) (90 Min.) und Hausarbeit (40%) (xx Seiten)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur sowie semesterbegleitende Leistungen</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>4,5 % (10/177) x 0,8</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Eggers</p> <p>Prof. Dr. Oesterwinter</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur:</p> <p>Steuergesetze nach neuestem Rechtsstand</p> <p>Steuerrichtlinien nach neuestem Rechtsstand</p> <p>Wirtschaftsgesetze nach neuestem Rechtsstand</p> <p>Weitere und aktuelle Literaturhinweise erfolgen in der Veranstaltung</p>

Modul Strategisches Marketingmanagement					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90731	300 h	10	4.-7. Sem.	WS/SS	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Marketing	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Gruppengröße 45 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <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 zieladäquate Marketingstrategien formulieren, bewerten, selektieren und implementieren. Sie verstehen das strategische Marktverhalten von Unternehmen im Kontext aktueller Entwicklungen von Absatzmärkten.</p> <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <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> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <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> <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p>				

	<p>Die Studierenden sind in der Lage, unter Zuhilfenahme von geeigneten Informationsquellen (z.B. Fachliteratur, Online-Recherchen in Experten-Portalen), selbständig 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>
3	<p>Inhalte</p> <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) • 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) • PC-basiertes Strategisches Marketing (Bearbeitung strategischer Problemstellungen mittels Excel, xlstat, Problem Solver, Decision Tree Plan, SPSS)
4	<p>Lehrformen</p> <p>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“)</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Das Modul „Marketing“ muss bestanden sein.</p> <p>Inhaltlich: Erfolgreiche Teilnahme an den Lehrveranstaltungen (Modulen) „Wirtschaftsstatistik I“ und „Wissenschaftliche Methoden“.</p>

6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (75%) (90 Min.) + Übungen (25%)</p> <p>Klausur (50%) (90 Min.) + Hausarbeit (50%) (xx Seiten)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur sowie erfolgreiche Teilnahme an den Übungen (Hausarbeiten)</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>4,5 % $(10/177) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Kubik</p> <p>Prof. Dr. Scheidler</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur:</p> <p>Aaker, D.; McLoughin, D.: Strategic Market Management, Hoboken (Wiley) 2013</p> <p>Altobelli, C. F.: Marktforschung, 3. Aufl., Konstanz (UTB) 2017</p> <p>Baum, H., Coenenberg, A.; Günter, T.: Strategisches Controlling, 5. Aufl., Stuttgart (Schäffer-Poeschel) 2013</p> <p>Bea, F.X.; Haas, J.: Strategisches Management, 9. Aufl. Konstanz (UTB) 2017</p> <p>Becker, J.: Marketing-Konzeption, 10. Aufl., München (Vahlen) 2012</p> <p>Benkenstein, M.: Strategisches Marketing, 3. Aufl., Köln (Kohlhammer) 2010</p> <p>Berndt, R.; Altobelli, C.: Internationales Marketingmanagement, Berlin (Springer) 2016</p> <p>Bruhn M.: Kundenorientierung, 5. Aufl., München (Beck) 2016</p> <p>Cravens, D.: Strategic Marketing, 10th Edition, Englewood Cliffs (Prentice Hall) 2012</p> <p>Ferrell, O, Hartline, M.: Marketing Strategy, 6th Edition, Mason (South Western) 2013</p> <p>Freter, H.: Markt- und Kundensegmentierung, 2. Aufl., Köln (Kohlhammer) 2009</p> <p>Hollensen, S.: Global Marketing, 7th Edition, Harlow (Pearson) 2016</p> <p>Homburg, Ch.: Marketingmanagement, 6. Aufl., Wiesbaden (Gabler) 2017</p> <p>Hooley, G.; Piercy, N., Nicoulaud, B.: Marketing Strategy and Competitive Positioning, Harlow (Pearson) 2017</p> <p>Hungenberg, H.: Strategisches Management in Unternehmen, 8. Aufl., Wiesbaden (Gabler) 2014</p>

<p>Mazzocchi, M.: Statistics for Marketing and Consumer Research, Los Angeles (Sage) 2010</p> <p>Meffert, H.; Burmann, C.; Kirchgeorg, M.: Marketing, 12 Aufl., Wiesbaden (Gabler) 2014</p> <p>Meffert, J.; Klein, H.: DNS der Weltmarktführer, McKinsey & Comp., Wiesbaden (Gabler) 2007</p> <p>Moutinho, L.; Southern, P.: Strategic Marketing Management, London (Oxford Press) 2010</p> <p>Müller, W.; Bauer, H. (Hrsg.): Wettbewerbsvorteile erkennen und gestalten. Erfahrungsberichte aus der Praxis, Kriftel (Luchterhand) 1994</p> <p>Müller, W. (1997): Produktpositionierung, in: WISU, Heft 8/9, 1997, S. 739-748</p> <p>Müller, W.: Marktorientierte Unternehmensführung im Großhandel – eine empirische Bestandsaufnahme, in: Baumgarth, C. (Hrsg.): Marktorientierte Unternehmensführung, Frankfurt/M. (Peter Lang Verlag), S. 345-371.</p> <p>Müller, W.: Geschäftsfeldplanung in: Handelsblatt (Hrsg.): Wirtschaftslexikon- Das Wissen der Betriebswirtschaftslehre, Band 4, Sp. 2076-2093, Stuttgart (Schäffer-Poeschel) 2006</p> <p>Müller, W.: Multivariate Statistik mit Excel-Tools, Forschungsbericht, Dortmund 2010</p> <p>Müller, W.: Marketing Analytics – Faktorenanalyse, Studienmanuskript, Band 9, Dortmund 2016</p> <p>Müller, W.: Marketing Analytics – Diskriminanzanalyse, Studienmanuskript, Band 11, Dortmund 2016</p> <p>Müller, W.: Marketing Analytics – Clusteranalyse, Studienmanuskript, Band 10, Dortmund 2016</p> <p>Müller, W.: Marketing Analytics – Conjoint-Analyse, Studienmanuskript, Band 12, Dortmund 2016</p> <p>Nelles, St.: Excel 2016 im Controlling, Bonn (Vierfarben) 2016</p> <p>Ord, K.; Fildes, R.: Principles of Business Forecasting, Natorp (South Western) 2013</p> <p>Rennhak, C.: Strategisches Marketing, München (Vahlen) 2017</p> <p>Roemer, E.: Internationales Marketing-Management, Stuttgart (Schäffer-Poeschel) 2014</p> <p>Schlegelmilch, B.: Global Marketing Strategy, Berlin (Springer) 2016</p> <p>Schulze, P.; Porath, D.: Statistik, 7. Aufl., München (Oldenbourg) 2012</p> <p>Tomczak, T.; Kuß, A.; Reinecke, S.: Marketingplanung. Einführung in die marktorientierte Unternehmens- und Geschäftsfeldplanung, Wiesbaden (Gabler) 2014</p> <p>Sorger, S.: Marketing Analytics. Strategic Models and Metrics, San Francisco (Admiral Press) 2013</p> <p>Treyer, O.: Business Forcecasting, Bern (UTB) 2010</p> <p>West, D.; Ford, J.; Ibrahim, E.: Strategic Marketing: Creating Competitive Advantage, 3rd Edition, Oxford (Oxford Press) 2015</p>

Modul Unternehmensführung/Strategisches Management					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90741	300 h	10	4. - 7. Sem.	WS/SS	1 Semester
1	Modul Unternehmensführung	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Gruppengröße 45 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <p>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.</p> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <p>Die Studierenden können unterschiedliche betriebliche Perspektiven einander gegenüberstellen, Zielkonflikte betrieblicher Funktionen erkennen und strategische Lösungsoptionen erarbeiten.</p> <p>Sie können die erarbeiteten komplexen strategischen Probleme und Lösungen gegenüber Fachleuten argumentativ vertreten und mit ihnen weiterentwickeln.</p>				

	<p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <p>Die Studierenden können sich in der internationalen und globalen Vernetzung der Märkte, Konsumenten und Unternehmen fachlich adäquat in Strategie- und Wertediskussionen positionieren.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, adäquate Strategiekonzeptionen für spezifische Unternehmenssituationen im Sinne des Konfigurationsansatzes zu entwickeln.</p>
<p>3</p>	<p>Inhalte</p> <p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 Geschäftsführungsaufgaben bis • zur Schaffung eines Governance-Systems und eines Risikomanagementsystems einschl. eines funktionsfähigen internen Überwachungssystems zur Sicherstellung der Compliance. <p>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.</p> <p>Im Ergebnis sollen die Studierenden modernes Führungshandeln in allen praxisrelevanten Facetten entsprechend dem aktuellen wissenschaftlichen Forschungsstand vermittelt bekommen.</p>
<p>4</p>	<p>Lehrformen</p> <p>seminaristischer Unterricht, Projekt- und Gruppenarbeiten, Planspiel situationsabhängig bei Bedarf</p>
<p>5</p>	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Die Module Einführung in die Wirtschaftswissenschaften, Personal und Organisation, Supply Chain Management, Marketing, Rechnungswesen I und II, Investition und Finanzierung müssen bestanden sein.</p>

	Inhaltlich: Die Module Managementprojekte und Unternehmensführung und Simulation sollten bestanden sein.
6	Prüfungsformen 30 % Gruppenarbeit (Hausarbeit und/oder Präsentation) semesterbegleitend 70 % schriftliche Prüfung (60-120 Min.)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene schriftliche Prüfung und erfolgreiche Gruppenarbeit (s.o.)
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) nein
9	Stellenwert der Note für die Endnote 4,5 % (10/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Büchler Prof. Dr. Quarg
11	Sonstige Informationen / Literatur: Büchler, J.-P.: Strategie entwickeln, umsetzen, optimieren, Hallbergmoos 2014 Büchler, J.-P.: Business Wargaming für Mergers & Acquisitions: Systematischer Einsatz im Strategie- und Akquisitionsprozess, Wiesbaden, 2017 Büchler, J.-P.: Fallstudienkompendium Hidden Champions – Innovationen für den Weltmarkt, Wiesbaden, 2017 Camphausen, B.: Strategisches Management, 3. Auflage, Oldenbourg 2013 Dillerup, R.; Stoi, R.: Unternehmensführung, 4. Auflage, München 2016. Feix, T.; Büchler, J.-P.; Straub, T.: Mergers & Acquisitions: Erfolgsfaktoren für mittelständische Unternehmen, Freiburg i.Br., 2017 Hungenberg, H.: Strategisches Management in Unternehmen: Ziele – Prozesse- Verfahren, 8. Auflage, Wiesbaden 2014 Jung, R.; Heinzen, M.; Quarg, S.: Allgemeine Managementlehre, 7. Auflage, Berlin 2018 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 Zukunftsperspektiven, in: Die Unternehmung 53. Jg. (1999) 6, S. 387-407

Schreyögg, G.; Koch, J.: Grundlagen des Managements – Basiswissen für Studium und Praxis, 3. Auflage, Wiesbaden 2014

Welge, M.K.; Al-Laham, A.; Eulerich, M.: Strategisches Management. Grundlagen – Prozess – Implementierung, 7. Aufl., Wiesbaden 2017

Wirtz, B. W.: Mergers & Acquisitions Management, 3. Auflage, Wiesbaden 2014.

Modul Vorbereitung auf die Zertifizierung in einem berufsqualifizierenden ERP-System					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90801	300 h	10	4.-7. Sem.	WS	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Wirtschaftsinformatik	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Gruppengröße 45 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <p>Die Studierenden erwerben umfassendes, theoretisches und praktisches Wissen über verschiedene Möglichkeiten des Einsatzes von Standardanwendungssoftware bzw. ERP-Systeme als konkrete Ausprägung dieser. Dazu gehören Kenntnisse über diverse Standardsoftwareanwendungen in unterschiedlichen Funktionsbereichen und Unternehmensebenen. Kenntnisse über verschiedene am Markt verfügbare Arten von Standardanwendungssoftware und deren Zusammenwirken sind vorhanden.</p> <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <p>Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, einen umfassenden Überblick über verschiedene Softwareprodukte im Bereich Standardanwendungssoftware zu bekommen und abhängig vom betrieblichen Bedarf eine geeignete Standardanwendungssoftware auszuwählen. Dabei lernen sie, betriebliche Prozesse im Detail in einer Standardanwendungssoftware zu beschreiben und umzusetzen.</p> <p>Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, abhängig vom betrieblichen Bedarf eine geeignete Standardanwendungssoftware einzusetzen und bedienen zu können. Das praktische Bearbeiten der in den Fallstudien präsentierten, integrierten Geschäftsprozess-szenarien 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 ihnen 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 Standardanwendungssoftware gelöst werden, an und vertiefen damit ihr fachliches Wissen.</p> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <p>Die Übungsaufgaben und Fallstudien sind als Partnerarbeit angelegt und fördern so die Kommunikationsfähigkeit.</p>				

	<p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <p>Die Studierenden lösen selbstständig anhand verschiedener PC-gestützten Fallstudien Fragestellungen unter Zuhilfenahme mehrerer Module einer Standardanwendungssoftware.</p>
3	<p>Inhalte</p> <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 insbesondere 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) • Projektsysteme in SAP® ERP • SAP® Human Capital Management (HCM)
4	<p>Lehrformen</p> <p>seminaristischer Unterricht (66%), Übung am System (33%)</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Modul Wirtschaftsinformatik I muss bestanden sein</p> <p>Inhaltlich: Modul Wirtschaftsinformatik II sollte absolviert sein</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (100 %) (90 Min.)</p> <p>Zertifizierung durch SAP® (optional, außercurricular) (180 Min.)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>bestandene Klausur</p>

8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) nein
9	Stellenwert der Note für die Endnote 4,5 % (10/177) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Niehüser Prof. Dr. Schmitz
11	Sonstige Informationen Kooperation mit SAP©, der FH Niederrhein und dem Fachbereich 3 (Elektrotechnik) für die optionale Zertifizierung 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 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

Modul Aktuelle Themen					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90800	300 h	10	4.-7. Sem.	WS/SS	1 Semester
1	Intensivierungsbereich	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
		6 SWS / 90 h	210 h	40 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p>Hintergrund: 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).</p> <p>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>				
3	Inhalte				
	<p>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.</p> <ul style="list-style-type: none"> • A+B: 4SV • C: Seminar mit hohem Eigenarbeitsanteil der Studierenden (2S) 				
4	Lehrformen				
	<p>Powerpoint-unterstützte dialogorientierte Veranstaltungen mit praktischen Beispielen</p> <p>Begleitende Pflichtlektüre von angegebenen Quellen sowie selbständige Recherchen zu aktuellen Themen und praktischen Problemen bzw. Anwendungen.</p> <p>Gruppenarbeit, moderierte Diskussion, „learning by doing“, Selbständiges Erarbeiten von Referaten, Präsentation von Referaten und Gruppenergebnissen unter zeitlichen Restriktionen.</p> <p>Es ist empfehlenswert, externe Experten zu Vorträgen einzuladen oder als Lehrbeauftragte an den Veranstaltungen zu beteiligen.</p>				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	<p>Formal: Keine</p> <p>Inhaltlich: Sind jeweils von den Dozenten vorzugeben (z.B. ein WPM I oder II als Voraussetzung)</p>				
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	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) nein
9	Stellenwert der Note für die Endnote $4,5 \% (10/177) \times 0,8$
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Dekanat des Fachbereichs (delegiert Modulauftrag im Einzelfall)
11	Sonstige Informationen Veranstaltung muss vom Dekanat genehmigt werden!

Thesis und Kolloquium					
Prüfungs-num-mer	Workload	Credits	Studiense-mester	Häufigkeit des An-gebots	Dauer
103	390 h	13	7. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Modul	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Grup-pengröße	
	Thesis und Kolloquium	8 h	382 h	-	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	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 selbständig 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.				
	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.				
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	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Siehe Studiengangsprüfungsordnung § 28 StgPO.</p> <p>Inhaltlich: -</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Thesis sowie dazugehöriges Kolloquium</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestehen der Thesis (10 ECTS) und des Kolloquiums (3 ECTS) (siehe Studiengangsprüfungsordnung).</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Keine</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>20 %</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Jeweiliger Betreuer</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p>