

Modul: Betriebswirtschaftslehre

1. Teilmodul: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre
2. Teilmodul: Finanzbuchhaltung

Ziel des Moduls

Ziel ist es, dass die StudentInnen die Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre kennenlernen. In Übungsteilen sollen die Studierenden das Wissen anwenden und bewerten. Neben einem Überblick zu Begriffen, Funktionen und Rechtsformen wird in diesem Modul die Buchführung als Instrument der Betriebswirtschaftslehre behandelt. Das Modul soll das Denken in Zusammenhängen und die Beurteilung von betriebswirtschaftlichen Zusammenhängen ermöglichen.

Modulverantwortliche/r	Credit / Workload	Prüfungsform
Prof. Dr. J. Hurth	6 CP/ 180 h	Klausur 90 min.

Teilmodul: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
1	ein Semester / semesterweise	Pflicht	90 h, davon 30 h Kontaktstudium 60 h Selbststudium	3	Klausur 45 min.

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. J. Hurth

Voraussetzung für die Teilnahme

keine

Lehrinhalte

- Einordnung der Betriebswirtschaftslehre in die wissenschaftlichen Disziplinen
- Formal- und Sachziele der Betriebe und deren Messbarkeit durch Kenngrößen
- Betriebliche Funktionen
- Theoretische Ansätze der BWL
- Ausgewählte Aspekte der Personalarbeit
- Rechtsformen von Betrieben
- Kooperationen und Zusammenschlüsse von Betrieben

Kompetenzziele

Die StudentInnen können zentrale Denkansätze und das Erkenntnisobjekt dieser wissenschaftlichen Disziplin auflisten. Sie können ausgewählte Methoden klassifizieren und erklären. Die Anwendung einiger Ansätze wird durch Rechenübungen ermöglicht.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Vorlesung mit integrierten Übungsteilen

Literatur

Hentze, J./Heinecke, A./Kammel, A.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, aktuelle Aufl., Bern u.a.
Wöhe, G.: Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre, aktuelle Aufl., München.

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Prof. Dr. J. Hurth Prof. Dr. A. Helpup	deutsch	Grundlage für folgende Fächer der allgemeinen BWL. Die Lehrveranstaltung wird in unterschiedlicher Form in mehreren Studiengängen angeboten und wird wechselseitig anerkannt.

Teilmodul: Finanzbuchhaltung

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
1	ein Semester / semesterweise	Pflicht	90 h, davon 30 h Kontaktstudium 60 h Selbststudium	3	Klausur 45 min.

Modulverantwortliche(r)

Dipl.-Kff. C. Kunst

Voraussetzung für die Teilnahme

keine

Lehrinhalte

Die Veranstaltung behandelt die Grundlagen des Systems der doppelten Buchführung. Dabei werden insbesondere folgende Themenfelder angesprochen:

1. Einordnung der Finanzbuchhaltung in das betriebliche Rechnungswesen (Aufgaben, Ziele, Adressaten, Teilgebiete und Instrumente des Rewe; Buchführungs-/Aufzeichnungspflichten; GoB)
2. Grundlagen der Finanzbuchhaltung (Inventur, Inventar, Bilanz)
3. Grundlagen für Buchungen von Geschäftsvorfällen (Buchung auf Bestands- und Erfolgskonten, Eröffnung und Abschluss von Konten, Buchung von Privateinlagen und -entnahmen)
4. Buchung von verschiedenen Geschäftsvorfällen (Personalbereich, Umsatzsteuer, Zinsen, Mieten)
5. Anlagenwirtschaft (Anschaffungs-/Herstellungskosten, Abschreibungen, Verkauf von AV)
6. Warenverkehrsbuchungen (Buchung auf Warenkonten, Bezugs- und Vertriebskosten, Preisnachlässe, Rücksendungen, Gutschriften)

Vorbereitende Abschlussbuchungen (Bewertung von Forderungen, zeitliche Abgrenzung)

Kompetenzziele

Die Studierenden

- verstehen die Rolle der Finanzbuchhaltung innerhalb des betrieblichen Rechnungswesens,
- kennen die Merkmale der Finanzbuchhaltung, die zugrundeliegenden rechtlichen Vorschriften des HGB sowie die Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung,
- verstehen den Zusammenhang zwischen der Buchhaltung und der Bilanzierung,
- verstehen das System der doppelten Buchführung und können die Kenntnisse über das Buchen auf Konten (Bestands-, Erfolgs-, Privatkonten, EBK, SBK) auf neue Sachverhalte anwenden,
- kennen die Besonderheiten der Buchung in den einzelnen Themenbereichen (Personal- und Anlagenwirtschaft, Umsatzsteuer, Warenverkehr) und wenden die erworbenen Fachkenntnisse selbstständig auf einfache Sachverhalte an,
- können Buchungen in Bezug auf ihre finanziellen und bilanziellen Auswirkungen analysieren, verstehen die Funktion von und die Vorgehensweise bei vorbereitenden Abschlussbuchungen und können diese auf entsprechende Sachverhalte anwenden.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/-formen

Vorlesung mit integrierten Übungsanteilen; Gruppenarbeit; ergänzendes Tutorium

Literatur

- Schmolke, S., Deitermann, M.: Industrielles Rechnungswesen-IKR, 48. Auflage, 2019
- Heinhold, M.: Buchführung in Fallbeispielen, 12. Auflage, 2012
- Bornhofen, M.: Buchführung 1 und 2 Datev-Kontenrahmen 2018, 30. Auflage, 2018
- HGB in aktueller Fassung.

Ergänzend werden ein Skript, Aufgaben für die Vorlesung, Übungsaufgaben für das Tutorium und eine Übungsklausur zur Verfügung gestellt.

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Dipl.-Kff. C. Kunst	deutsch	in den Modulen Bilanzen, Kosten- und Leistungsrechnung und der Vertiefungsrichtung Unternehmensleitung und Unternehmensrechnung. Die Lehrveranstaltung wird in unterschiedlicher Form in mehreren Studiengängen angeboten und wird wechselseitig anerkannt.

Modul: Funktionen der Betriebswirtschaftslehre

1. Teilmodul: Beschaffung und Produktion
2. Teilmodul: Absatz/Marketing

Kompetenzziele des Moduls

Ziel ist es, die Studierenden mit den wesentlichen Funktionen, nämlich Absatz/Marketing und Beschaffung/Produktion vertraut zu machen. In Übungsteilen sollen die Studierenden das Wissen anwenden und bewerten lernen.

Die Teilnehmer*innen sollen Ihre Fähigkeit zur Analyse sowie zum abstrakten und vernetzten Denken stärken. Neben der Beschaffung und Produktion wird Absatz/Marketing als dritte betriebswirtschaftliche Primärfunktion erörtert, um eine ganzheitliche Betrachtung der betrieblichen Wertschöpfungskette zu gewährleisten.

Modulverantwortliche/r

Prof. Dr. Hoffmeister

Credit / Workload

6 CP/ 180

Prüfungsform

Klausur 90 min.


Teilmodul: Beschaffung und Produktion

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
1	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	90 h, davon 30 h Kontaktstudium 60 h Selbststudium	3	Klausur 45 min.

Teil-Modulverantwortliche(r)

Dipl.-Kfm. G. Zeranski

Voraussetzung für die Teilnahme
Lehrinhalte

Grundlagen der Beschaffung (strategische und operative Beschaffungsentscheidungen)

- Verbrauchsgesteuerte Dispositonsverfahren
- Rationalisierungsverfahren in der Materialwirtschaft
- Bestandsplanung und Strategie
- Ermittlung optimaler Bestellmengen
- Kennzahlen und Kennzahlensysteme
- Produktions- und Kostentheorie als Grundlage des Produktionsmanagements
- Produktionsfunktion Typ A und B
- Ableitung der Kostenfunktion aus gegebenen Produktionsfunktionen
- Operative Produktionsprogrammplanung
- Operative Produktionsprogrammplanung bei einem oder mehreren Engpässen

Kompetenzziele

Die Studierenden kennen die Grundlagen der Beschaffung und Produktion. Sie sind in der Lage, reale Erscheinungsformen der industriellen Produktion anhand von Merkmalen bzw. Merkmalsausprägungen zu beschreiben. Die Studierenden können wesentliche Instrumente und Methoden des Beschaffungs- und Produktionsmanagement im Rahmen konkreter Entscheidungssituationen anwenden und beurteilen. Die Studierenden können Kostenfunktionen aus gegebenen Produktionsfunktionen des Typs B herleiten und typische Kostenverläufe analysieren. Die Studierenden kennen die operativen Probleme bei der Produktionsprogrammplanung und können Optimierungsmodelle anwenden.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Vorlesung mit integrierten Übungsanteilen

Literatur

Blohm, H., Beer, T., Seidenberg, U., Silber, H., Produktionswirtschaft, aktuelle Ausgabe.

Corsten, H., Produktionswirtschaft, aktuelle Ausgabe.

Hahn, D., Laßmann, G., Produktionswirtschaft, Band 1, Grundlagen, aktuelle Ausgabe.

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Dipl.-Kfm. G. Zeranski	deutsch	Grundlage für folgende Fächer der allgemeinen BWL. Die Lehrveranstaltung wird in unterschiedlicher Form in mehreren Studiengängen angeboten und wird wechselseitig anerkannt.


Teilmodul: Absatz/Marketing

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
1	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	90 h, davon 30 h Kontaktstudium 60 h Selbststudium	3	Klausur 45 min.

Teil Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. M. Hoffmeister

Voraussetzung für die Teilnahme
Lehrinhalte

Marketingumfeld, Verhaltens- und Informationsgrundlagen, Strategische Marketingplanung, Marketing-mix-Instrumente (Preis, Produkt, Distribution, Kommunikation und Personal), Marketingkoordination

Kompetenzziele

Im Teilmodul 2 werden Fähigkeiten zum vernetzten Denken vermittelt, um darauf aufbauend unternehmensorientierte Lösungsstrategien zu entwickeln und umzusetzen. Die Studierenden erlernen zunächst die konzeptionellen Grundlagen des Marketings. Sie können die wesentlichen Instrumente und Strategien des Marketing als Element einer erfolgreichen Unternehmensführung bewerten und anwenden. Neben der konzeptionellen und strategischen Ausrichtung werden daher auch Implementierungsmaßnahmen analysiert, bewertet und angewendet. Die Studierenden lernen, im Team spezifische Fragestellungen zu bearbeiten.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

- Vorlesung
- Diskussionen
- Gruppenarbeiten mit anschließender Präsentation und Diskussion

Literatur

- Kotler, P., Armstrong, G., Wong, Lloyd, C.H.; Piercy, N., Grundlagen des Marketing; Hallbergmoos, aktuelle Auflage
- Meffert, H., Burmann, C., Kirchgeorg, M., Eisenbeiß, M., Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele, Wiesbaden, aktuelle Auflage
- Becker, Jochen, Marketing-Konzeption: Grundlagen des ziel-strategischen und operativen Marketing-Managements, München, aktuelle Auflage
-

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Prof. Dr. M. Hoffmeister Prof. Dr. A. Helpup	deutsch	International Sales Management Die Lehrveranstaltung wird in unterschiedlicher Form in mehreren Studiengängen angeboten und wird wechselseitig anerkannt.

Modul: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler*innen

1. Teilmodul: Analysis
2. Teilmodul: Lineare Algebra

Kompetenzziele des Moduls

Die Studierenden kennen die mathematischen Hintergründe jener Methoden der Wirtschaftswissenschaften, welche Aussagen der Analysis und der Linearen Algebra benutzen. Sie können mathematische Modelle in den Wirtschaftswissenschaften anwenden. Sie erweitern ihr abstraktes Denkvermögen und ihre Analysefähigkeit.

Modulverantwortliche/r	Credit / Workload	Prüfungsform
Prof. Dr. Dr. K.-K. Kunze	6 CP/ 180 h	Klausur 90 min.


Teilmodul: Analysis

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
1	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	90 h, 30 h Kontaktstudium, 60 h Selbststudium	3	Klausur 45 min.

Teil-Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Dr. K.-K. Kunze

Voraussetzung für die Teilnahme
Lehrinhalte

Folgen, Reihen, reellwertige Funktionen einer und mehrerer Variablen, Differenzieren, Integrieren, Anwendungen in der Mikroökonomie und Makroökonomie sowie Betriebswirtschaft. Mathematische Beweisführung. Sorgfältige Prüfung der Voraussetzungen für die Modellauswahl.

Kompetenzziele

Die Studierenden kennen die in den wirtschaftswissenschaftlichen Fächern benötigten mathematischen Werkzeuge der Analysis. Sie können sich Inhalte selbst erarbeiten und sie anwenden.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen
Literatur

Merz, M. und Wüthrich, M.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler
Schwarze, J.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler. Band 1 und 2.
Tietze, J.: Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik.
Rödter, Zörnig: Wirtschaftsmathematik für Studium und Praxis 1.

Dozent(in)

Prof. Dr. Dr. K.-K. Kunze
Dr. A. Fitschen-
Lischewski

Unterrichtssprache

deutsch

Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen

In allen wirtschaftswissenschaftlichen Fächern, die mathematische Methoden benutzen.
Die Lehrveranstaltung wird in unterschiedlicher Form in mehreren Studiengängen angeboten und wird wechselseitig anerkannt.

Teilmodul: Lineare Algebra

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
1	Ein Semester/ semesterweise	Pflicht	90 h 30 h Kontaktstudium, 60 h Selbststudium	3	Klausur 45 min.

Teil Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Dr. K.-K. Kunze

Voraussetzung für die Teilnahme
Lehrinhalte

Vektorräume, Vektoren und Matrizen, Lineare Gleichungssysteme, Teilbarkeit ganzer Zahlen

Kompetenzziele

Die Studierenden kennen die in den wirtschaftswissenschaftlichen Fächern benötigten mathematischen Werkzeuge der linearen Algebra. Sie können sich Inhalte selbst erarbeiten und sie anwenden.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Vorlesung und Übungen

Literatur

Merz, M. und Wüthrich, M.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler

Schwarze, J.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler. Band 3.

Tietze, J.: Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik.

Rödter, Zörnig: Wirtschaftsmathematik für Studium und Praxis 2.

Dozent(in)
Unterrichtssprache
Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen

Prof. Dr. Dr. K.-k: Kunze
Dr. A. Fitschen-
Lischewski

deutsch

In allen wirtschaftswissenschaftlichen Fächern, die mathematische Methoden benutzen.

Die Lehrveranstaltung wird in unterschiedlicher Form in mehreren Studiengängen angeboten und wird wechselseitig anerkannt.

Modul: Einführung in Informatik und Recht

1. Teilmodul: Einführung in die Wirtschaftsinformatik
2. Teilmodul: Einführung in das Recht

Kompetenzziele des Moduls

Die Studierenden erhalten ein Basiswissen in den Fachgebieten Informatik und Recht. Es werden Gesamtzusammenhänge innerhalb des jeweiligen Fachgebiets verdeutlicht, die ein grundlegendes Verständnis über den Aufbau und die Systematik der Gebiete vermitteln.

Das Modul schärft bei den Studierenden den Blick für Gesamtzusammenhänge und übergreifende Funktionsweisen. In dieser Weise können die folgenden fachlichen Vertiefungen im Blickfeld der vermittelten Gesamtsystematik erlernt und in diese eingeordnet werden.

Modulverantwortliche/r	Credit / Workload	Prüfungsform
Prof. Dr. B. Breig	6 CP/180 h	Klausur 90 min.


Teilmodul: Einführung in die Wirtschaftsinformatik

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
1	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	90 h, davon 30 h Kontaktstudium 60 h Selbststudium	3	Klausur 45 min.

Teil-Modulverantwortliche(r)

Dipl.-Inform. W. Schobert

Voraussetzung für die Teilnahme
Lehrinhalte

Die Digitalisierung umfasst alle Bereiche des wirtschaftlichen und sozialen Lebens. Um die wirtschaftlichen Herausforderungen und Implikationen zu erkennen und zu bewerten, werden folgende Themen behandelt:

1. Grundbegriffe der Digitalisierung und Industrie 4.0
2. Grundlagen Informationssysteme (Hard- und Software)
3. Datenmanagement (Modellierung und Datenbankabfragen mit SQL)
4. Algorithmische Lösungsansätze (Modellierung und Programmierung mit VBA)

Kompetenzziele

Die Studierenden verstehen die Signifikanz der Digitalisierung für Unternehmen. Sie können die Auswirkungen auf betriebliche Prozesse und Kundenbeziehung erklären und beurteilen. Die dabei entstehenden Daten werden klassifiziert und in den Gesamtkontext übertragen. Zur Analyse der Daten wird die Datenbankabfragesprache SQL benutzt. Die Veranstaltung stellt Anforderungen an Informationssysteme dar und kategorisiert aktuelle Hard- und Softwaresysteme. Zum Auffinden von algorithmischen Lösungen wird der Programmablaufplan als Modellierungssprache erlernt und mit der Programmiersprache VBA implementiert.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Vorlesung mit bis zu 55 Hörer*innen; betreute Programmierübungen in VBA und SQL im Rechnerlabor in Kleingruppen (2 bis 3 Personen)

Literatur

Leimeister, J. M. (2015): Einführung in die Wirtschaftsinformatik
Vieweg, I. (Hrsg.) (2012): Einführung Wirtschaftsinformatik: IT-Grundwissen für Studium und Praxis
Laudon, K.; Laudon, J.; Schoder, D.: Wirtschaftsinformatik: Eine Einführung, aktuelle Auflage
Ergänzende Literatur- und Materialhinweise zu spezifischen und aktuellen Themen i.R.d. Veranstaltung.

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Dipl.-Inform. W. Schobert	deutsch	Grundlage für Wahlpflichtfächer im Bereich Wirtschaftsinformatik Die Lehrveranstaltung wird in unterschiedlicher Form in mehreren Studiengängen angeboten und wird wechselseitig anerkannt.


Teilmodul: Einführung in das Recht

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
1	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	90 h, davon 30 h Kontaktstudium 60 h Selbststudium	3	Klausur 90 min.

Teil Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. B. Breig

Voraussetzung für die Teilnahme
Lehrinhalte

- Internationales Recht: Ziele, Organe und Struktur der UNO
- Europäisches Recht: Ziele, Aufbau und Organe der EU; EU-Recht, insbes. EU-Verordnungen und EU-Richtlinien
- Nationales Recht: Abgrenzung öffentliches Recht und Privatrecht, Verfassungs- und Verwaltungsrecht, Einführung in das BGB
- Methodik der juristischen Falllösung

Kompetenzziele

Die Studierenden haben Grundkenntnisse des internationalen, europäischen und nationalen Rechts erworben. Sie haben im Bereich des nationalen Rechts einen Überblick über das öffentliche und private Recht erhalten und können die Rechtsgebiete abgrenzen. Darüber hinaus haben sie Kenntnis von den grundlegenden Gesetzen, wie dem Grundgesetz, dem EU-Vertrag und dem Bürgerlichen Gesetzbuch erlangt. Sie sind in der Lage, einfach gelagerte juristische Fälle zu lösen und haben ihre Fähigkeit zur Analyse und Argumentation erweitert.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Vorlesung mit Übungen/Falllösungen, Kontrollaufgaben, Besprechung von Grundsatzentscheidungen sowie aktuellen Fällen aus der Praxis und Rechtsprechung

Literatur

Hobe, Europarecht, Vahlen, München

Kock/Stüwe/Jansen/Salewski/Schulte, Öffentliches Recht und Europarecht, nwb, Herne

Oberrath, Öffentliches Recht mit Europarecht und Wirtschaftsverwaltungsrecht, Vahlen, München

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Prof. Dr. B. Breig	deutsch	Voraussetzung für die Vorlesung Wirtschaftsprivatrecht im 2.Semester. Grundlage für Pflicht- und Wahlpflichtfächer mit Bezug zum Recht. Die Lehrveranstaltung ist nur im Curriculum des Studiengangs BWL enthalten.

Modul: Methodenkompetenz

1. Teilmodul: Problemlösungskompetenz
2. Teilmodul: Arbeits- und Präsentationstechniken
3. Teilmodul: Wirtschaftswissenschaftliche Methodik
4. Teilmodul: Wirtschaftswissenschaftliches Arbeiten

Kompetenzziele des Moduls

Die Studierenden sollen zum wissenschaftlichen Arbeiten befähigt werden, indem sie unter Anleitung eine wissenschaftliche Arbeit zu einem Thema der allgemeinen BWL verfassen. Darüber hinaus sollen sie Arbeits- und Präsentationstechniken kennen lernen und anwenden können und im Umgang mit Problemen kreative Lösungsstrategien entwickeln.

Die drei Lehrveranstaltungen des Moduls vermitteln rhetorische Fähigkeiten, Denken in Zusammenhängen und Kreativität.

Modulverantwortliche/r	Credit / Workload	Prüfungsform
Studiendekan*in	7 CP / 210 h	verschieden für die Teilmodule siehe unten


Teilmodul: Problemlösungskompetenz

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
1	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	30 h 12 h Kontaktstudium, 18 h Selbststudium	1 CP	Anwesenheitspflicht und Hausaufgabe

Teil-Modulverantwortliche(r)

Frau Dinse-Ferenczi, M.A.

Voraussetzung für die Teilnahme
Lehrinhalte

Orientierungstutorinnen und -tutoren aus den höheren Semestern behandeln im Studienkreis (7 Pflichttermine, davon eine Informationsveranstaltung des Prüfungsausschusses) alles, was nicht im Stundenplan zu finden ist, u.a.:

- Planung des Studiums
- EDV der Hochschule
- Prüfungswesen an der Fakultät Wirtschaft
- Verhaltenskodex an der Fakultät Wirtschaft
- Angebote am Campus Wolfsburg
- Adressen zur Unterstützung für Studierende kennenlernen

Durch eine zu bearbeitende Hausaufgabe in Kleingruppen reflektieren und entwickeln die Studierenden eine eigene Haltung zu folgenden Lerninhalten:

- Regeln für eine effektive Teamarbeit
- Lernen in Teams

Kompetenzziele

Ein Studienkreis wird von Studierenden für Studierende gehalten. Studienanfänger*innen sollen beim Start ins Studium an der Fakultät Wirtschaft während ihres ersten Semesters unterstützt werden. Die Studierenden entdecken, wie sie sich schnell selbstständig an der Hochschule zurechtfinden und lernen die Abläufe des Studiums kennen. Sie werden in ihrer Teamfähigkeit gestärkt.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Ideenfindungsmethoden, Literaturrecherche, Selbst- und Fremdrelexion

Literatur

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Frau Dinse-Ferenczi, M.A., diverse Tutorinnen und Tutoren	deutsch	für die Arbeit in Gruppen (Lerngruppe, Praktikum, Beruf) in allen Bachelor-Studiengängen vorgesehen


Teilmodul: Arbeits- und Präsentationstechniken

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
1	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	60 h, davon 30 h Kontaktstunden, 30 h Selbststudium	2	Teilnahme- pflicht, Referat

Teil Modulverantwortliche(r)

Studiendekan*in

Voraussetzung für die Teilnahme
Lehrinhalte

Arbeitstechniken: Physiologische Grundlagen des Lernens, Lerntypen, analytische und kreative Lerntechniken, Lesephasen, Lesetechniken; Grundlagen des Zeitmanagements (Zeitbewusstsein, Zeitinventur, Zielmanagement, Methoden der Zeitplanung, Zeitfresser, Zeitmanagementstechniken)

Präsentationstechniken: Visualisierung (Gestaltungsregeln, Layout, Einfachheit, Klarheit, Übersichtlichkeit, Medienwahl, Arbeitsschritte), Kommunikation (Kommunikationsprozess, 4 Seiten einer Nachricht, kommunikationspsychologische Grundregeln), Grundlagen der Rhetorik (Vortrags- und Sprechverhalten, rhetorische Instrumente, Verbesserung der Sprechtechnik) und Körpersprache (Arten der Körpersprache, Körpersprache anwenden)

Kompetenzziele

Die Studierenden kennen Arbeits- und Präsentationstechniken und können diese zielgerichtet sowohl in ihrem Studienalltag als auch in der Praxis einsetzen. Die Studierenden beherrschen einfache Methoden zur Arbeitsgestaltung, effiziente Lerntechniken und Lesetechniken sowie Grundlagen des Zeitmanagements. Sie wenden Methoden des Zeitmanagements und Kreativitätstechniken beispielhaft an. Sie setzen verschiedene rhetorische Stilmittel ein, haben flüssiges Sprechen und Körpersprache verbessert. Die Studierenden erkennen die Bedeutung zwischenmenschlicher Aspekte für eine gelungene Präsentation und erstellen eine argumentativ sinnvoll gegliederte Präsentation unter Berücksichtigung eines geeigneten Medieneinsatzes.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Seminar mit interaktiven Anteilen

Literatur

Hoffmann, Eberhard/ Löhle, Monika: Erfolgreich lernen. Effiziente Lern- und Arbeitsstrategien für Schule, Studium und Beruf, aktuelle Auflage

Metzig, Werner/ Schuster, Martin: Lernen zu lernen, aktuelle Auflage

Schröder-Naef, Regula: Rationeller Lernen lernen. Ratschläge und Übungen für alle Wissbegierige, aktuelle Auflage

Schulz von Thun, Friedemann: Miteinander reden, Band 1 bis 3, aktuelle Auflage

Seiwert, Lothar J.: Das 1x1 des Zeitmanagements; aktuelle Auflage

Zelazny, Gene: Wie aus Zahlen Bilder werden: Wirtschaftsdaten überzeugend präsentieren, aktuelle Auflage

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
------------	--------------------	--

diverse Dozentinnen und Dozenten	deutsch	in allen Studiengängen bzw. Modulen
----------------------------------	---------	-------------------------------------


Teilmodul: Wirtschaftswissenschaftliche Methodik

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
2	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	30 h, davon 12 h Kontaktstudium, 18 h Selbststudium	1	Studienleistung nach § 7 (10) (12) BPO

Teil Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. A. Heinecke

Voraussetzung für die Teilnahme

keine

Lehrinhalte

Es werden die Grundlagen der Wissenschaftstheorie vermittelt, also die wissenschaftliche Vorgehensweise im Kritischen Rationalismus und damit verbunden die Begründungen für eine eklektische bzw. empirische Arbeitsweise.

Kompetenzziele

Die Veranstaltung dient der Vermittlung von systematischen Kenntnissen in der Wissenschaftstheorie und versetzt die Studierenden in die Lage, wissenschaftliche Texte zu identifizieren und die wissenschaftliche Aussagekraft von Texten und empirischen Studien einzuschätzen (Methoden- und Fachkompetenz).

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Vorlesungen mit integrierten Übungsteilen

Literatur

Karl R. Popper: Logik der Forschung, 4. Aufl., (2013)

Karl R. Popper/John C. Eccles: Das ich und sein Gehirn, (2000)

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
------------	--------------------	--

Prof. Dr. A. Heinecke	deutsch	Vorbereitung auf wissenschaftliches Arbeiten, insbesondere auf die Bachelorarbeit. Wird in allen Studiengängen verlangt.
-----------------------	---------	---


Teilmodul: Wirtschaftswissenschaftliches Arbeiten

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
2	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	90 h, davon 12 h Kontaktstudium, 78 h Selbststudium	3	HA

Teil Modulverantwortliche(r)

Studiendekan*in

Voraussetzung für die Teilnahme

Teilnahmebescheinigung des Teilmoduls Arbeits- und Präsentationstechniken

Lehrinhalte

Einführung
Planung/Vorbereitung/Recherche
Materialauswahl/Arbeitsgliederung
Manuskript/Enderstellung/Formalien
Häufige Fehler in wissenschaftlichen Arbeiten

Kompetenzziele

Die Studierenden kennen die Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens. Sie sind in der Lage, eine ausreichende Literaturrecherche und sorgfältige Zitation vorzunehmen und erkennen die Bedeutung eines stringenten Aufbaus. Auf Basis der erlernten theoretischen Grundlagen können die Studierenden in kleinen Gruppen selbständig erste wissenschaftliche Arbeiten zu Themen aus der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre erstellen.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Vorlesung, Besprechungen, Feedbackgespräch (Hausarbeit)

Literatur

Theisen, M.: Wissenschaftliches Arbeiten, aktuelle Aufl., München.
Bänsch, A.: Wissenschaftliches Arbeiten, Seminar- und Diplomarbeiten, aktuelle Aufl., München u.a.
Stickel-Wolf, Ch.; Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, aktuelle Aufl., Wiesbaden.
Chmielewicz, K.: Forschungskonzeptionen der Wirtschaftswissenschaft, aktuelle Aufl., Stuttgart.

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Diverse Dozentinnen und Dozenten	deutsch	Vorbereitung auf wissenschaftliches Arbeiten, insbesondere auf die Bachelorarbeit. Wird in allen Studiengängen verlangt.

Modul: Wirtschaftsenglisch

1. Teilmodul: Wirtschaftsenglisch 1
2. Teilmodul: Wirtschaftsenglisch 2

Kompetenzziele des Moduls

Die Studierenden erwerben neben fach- und allgemeinsprachlichen Ausdrucksmitteln Grundlagen der interkulturellen Kompetenz. Die in der Lehrveranstaltung verwendeten Materialien erlauben eine situationsbezogene Auseinandersetzung mit fachlich relevanten Themen: Business Organisations, Marketing, Advertising, Finance, Insurance, Accounting, Business Law, Economics. Die geübten linguistischen Fertigkeiten umfassen u.a. Themen wie Commercial Correspondence, Presentation Techniques sowie Socialising.

Studierende sind in der Lage, Themenbereiche ihres Studiengangs bzw. Berufsfelds zu analysieren, darzustellen und zu diskutieren.

Sie verfügen über entsprechende methodische, soziale und persönliche Kompetenzen (vgl. Kompetenzziele der Teilmodule).

Modulverantwortliche/r

J. McPartland

Credit / Workload

6 CP/ 180 h

Prüfungsform

Klausur 120 min.

Teilmodul: Wirtschaftsenglisch 1

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
1	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	90 h, davon 30 h Kontaktstudium 60 h Selbststudium	3	Klausur 60 min.

Teil-Modulverantwortliche(r)

J. McPartland

Voraussetzung für die Teilnahme

Schulenglisch auf Hochschulzulassungsniveau (GER B1+/B2)

Lehrinhalte

Terminologie und sprachliche Mittel aus den Bereichen Studium der Betriebswirtschaftslehre, Unternehmensstrukturen, Marketing, Finance, Economics. Praktische Übungen zu Themen wie Graph Description, Applications, Commercial Correspondence. Aktuelle Themen mit Fachbezug (wirtschaftspolitische Entscheidungen, Jahresberichte, etc.) können in das Unterrichtsgeschehen einbezogen werden.

Kompetenzziele

Die Studierenden beherrschen die sprachlichen Mittel zum rezipierenden und aktiven Umgang mit den Lehrinhalten. Sie sind in der Lage, sich zu den Gebieten Fachstudium, Unternehmensstrukturen, Marketing und Werbung und andere wesentliche Elemente ihres Studienfachs/späteren Berufsfelds auf einem dem beruflichen Umfeld angemessenen Sprachniveau zu äußern. Sie können graphische Darstellungen (z.B. Diagramme, Graphen) in Präsentationen einbauen und haben sich mit verschiedenen Korrespondenztypen auseinandergesetzt.

Die Studierenden verfügen über die Fähigkeit, Inhalte einzeln und in der Gruppe zu erarbeiten und angemessen darzustellen.

Die Studierenden sind in der Lage, fachliche Fragestellungen selbständig und kritisch abwägend zu behandeln und darzustellen.

Da die englisch sprachlichen Kompetenzen zum Zwecke der fachlichen Kommunikation erworben und an den entsprechenden Inhalten erarbeitet und geübt werden, ist das Modul interdisziplinär.

Folgende Kompetenzen werden gefördert: Sozialkompetenz, durch Ausbau der Kommunikationsfähigkeit, Methodenkompetenz, indem verschiedene Lern- und Arbeitstechniken eingesetzt werden und das Denken in Zusammenhängen als eines der Kernziele angestrebt wird, Individualkompetenz, durch klare Aufforderung zu Leistungs- und Lernbereitschaft sowie die Förderung sprachlicher Kreativität und Medienkompetenz, in dem der Nutzung von Medien, der Selektion von Quellen sowie deren Analyse und Auswertung im fachsprachlichen Modul große Bedeutung zukommt.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Interaktiver – seminaristischer - Unterrichtsstil mit fertigkeitsbezogenen Übungssequenzen

Ergänzend wird nach Möglichkeit die Gelegenheit zur Teilnahme an *English Conversation* sowie unterstützenden Lehrveranstaltungen zur englischen Allgemeinsprache geboten.

Literatur

- Kernlehrwerk: Ashford, Stephanie, Smith, Tom, Business Proficiency. Wirtschaftsenglisch für Hochschule und Beruf. Student's Book mit interaktiver Medien-DVD (Stuttgart: Klett-Verlag, 2017)

- durch die Dozentin/ den Dozenten zusammengestellte bzw. entworfene Materialien

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Dozent*innen des Sprachenzentrums	Englisch	Im Selbststudium bei der Arbeit mit englisch-sprachigen Quellen, Vertrautheit mit auf Englisch basierender Terminologie in den behandelten Teilgebieten, <i>Business English 2</i> , leichter Einstieg in ein eventuell geplantes Auslandsstudium bzw. eine internationale Summer University. Die Lehrveranstaltung wird mit leicht variierender Schwerpunktsetzung in mehreren Studiengängen angeboten und wechselseitig anerkannt.

Teilmodul: Wirtschaftsenglisch 2

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
2	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	90 h, davon 30 h Kontaktstudium 60 h Selbststudium	3	Klausur 60 min.

Teil Modulverantwortliche(r)

J. McPartland

Voraussetzung für die Teilnahme
Lehrinhalte

Terminologie und sprachliche Mittel aus den Bereichen Finance and Investment, Accounting, Mergers and Acquisitions, Business Law, International Trade, Advertising und Quality. Themen aus dem Bereich der interkulturellen Kompetenz.

Kompetenzziele

Die in Wirtschaftsenglisch 1 erworbenen Kompetenzen werden vertieft und an Hand der unter Lerninhalte genannten Bereiche geübt. Sprachliche Mittel für den professionellen Kontakt mit Banken und Geschäftspartnern sowie das Verstehen von Bilanzen und Verträgen stehen im Mittelpunkt. Das Bewusstsein für interkulturelle Fragestellungen wird geschärft.

Die Studierenden können Zusammenhänge zwischen den behandelten Themenfeldern erkennen und strukturieren. Die fachsprachlichen Kompetenzen im Fach Englisch befähigen die Studierenden zur fachlichen Kommunikation. Kompetenzen werden an realen Inhalten erarbeitet, gefestigt und vertieft. Die verwendeten Methoden, z.B. Textanalyse, Textproduktion (schriftlich und mündlich) sind auf andere Bereiche des Studiums übertragbar und folglich interdisziplinär.

Folgende Kompetenzen werden gefördert:

Sozialkompetenz durch Ausbau der Kommunikationsfähigkeit; Methodenkompetenz, indem verschiedene Lern- und Arbeitstechniken eingesetzt werden und systemisches vernetztes Denken durch Auswahl und Interdependenz der Lerninhalte als eines der Kernziele angestrebt wird; Individualkompetenz, durch klare Aufforderung zu Leistungs- und Lernbereitschaft sowie die Förderung sprachlicher Kreativität und Medienkompetenz, indem der Nutzung verschiedenster Lehr- und Lernmedien (u.a. Print, Audio, Video bzw. online-learning), der Selektion von Quellen sowie deren Analyse und Auswertung im fachsprachlichen Modul große Bedeutung zukommt.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Interaktiver - seminaristischer - Unterrichtsstil mit fertigkeitbezogenen Übungssequenzen

Ergänzend wird nach Möglichkeit die Gelegenheit zur Teilnahme an *English Conversation* sowie unterstützenden Lehrveranstaltungen zur englischen Alltagsprache geboten.

Literatur

- Kernlehrwerk: Ashford, Stephanie, Smith, Tom, Business Proficiency. Wirtschaftsenglisch für Hochschule und Beruf. Student's Book mit interaktiver Medien-DVD (Stuttgart: Klett-Verlag, 2017).

- durch die Dozentin/ den Dozenten zusammengestellte bzw. entworfene Materialien

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Dozent*innen des Sprachenzentrums	Englisch	Im Selbststudium bei der Arbeit mit englischsprachigen Quellen, Vertrautheit mit auf Englisch basierender Terminologie in den behandelten Teilgebieten, leichter Einstieg in ein eventuell geplantes Auslandsstudium bzw. eine internationale Summer University. Die Lehrveranstaltung wird nur in diesem Studiengang angeboten.

Modul: Rechnungswesen

1. Teilmodul: Kosten- und Leistungsrechnung
2. Teilmodul: Bilanzen

Kompetenzziele des Moduls

Die Studierenden kennen die Grundlagen des Rechnungswesens. Sie sind in der Lage, die wesentlichen Instrumente der Kosten- und Leistungsrechnung und der Bilanzierung anzuwenden und im Rahmen konkreter Entscheidungssituationen zu beurteilen.

Die Veranstaltung zielt neben der Wissensvermittlung vornehmlich darauf ab, die Methodenkompetenz zu erweitern. Die Analysefähigkeit, das abstrakte und vernetzte Denken wird gefördert. Einführend wird kurz auf Grundlagen der Gehirn- und Gedächtnisforschung sowie auf Grundlagen der empirischen Lernforschung eingegangen, um sinnvolle Lern- und Arbeitsstrategien als solche identifizieren zu können. Dies zielt auf die Entwicklung der Methodenkompetenzen (Lern- und Arbeitstechniken, Denken in Zusammenhängen) und der Individualkompetenzen (Lernbereitschaft, Selbstständigkeit, Motivation und Leistungsbereitschaft) ab.

Modulverantwortliche/r	Credit / Workload	Prüfungsform
Dipl.-Kfm. T. Volkmann	8 CP/ 240 h	Klausur 120 min.


Teilmodul: Kosten- und Leistungsrechnung

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
2	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	120 h, davon 40 h Kontaktstudium, 80 h Selbststudium	4	Klausur 60 min.

Teil-Modulverantwortliche(r)

Dipl.-Kfm. T. Volkmann

Voraussetzung für die Teilnahme

Kenntnisse der Finanzbuchhaltung, Mathematik

Lehrinhalte

Begriffe, Aufgaben und Aufbau der Kosten- und Leistungsrechnung; Kostenartenrechnung, Kostenstellenrechnung, Kostenträgerstückrechnung, Kostenträgerzeitrechnung; Systeme der Kosten- und Leistungsrechnung

Kompetenzziele

Die Studierenden kennen die Begriffe, Aufgaben, Methoden und Systeme der Kosten- und Leistungsrechnung. Sie sind in der Lage, das erworbene Wissen auf Problemstellungen des Rechnungswesens in der Praxis anzuwenden. Die Studierenden können Sachverhalte aus dem Bereich der Kosten- und Leistungsrechnung beurteilen sowie daraus entsprechende Entscheidungen ableiten.

Neben der Wissensvermittlung wird die Methodenkompetenz erweitert. Insbesondere die Analysefähigkeit und das vernetzte Denken bzw. Denken in Zusammenhängen wird gefördert.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

interaktive Vorlesung mit integrierten Übungsteilen

Es werden konkrete Arbeitsaufträge für das Zeitbudget des Selbststudiums erteilt. Diese umfassen vor allem ein begleitendes Studium der als relevant ausgewiesenen Literatur sowie zusätzliche Übungsaufgaben. Die Erledigung dieser vorlesungsbegleitenden Aufgaben wird durch entsprechende Aufgabenstellungen in der Klausur sichergestellt.

Literatur

Däumler/Grabe (2013): Kostenrechnung 1, 11. Aufl., Herne

Heinhold, Michael (2010): Kosten- und Erfolgsrechnung in Fallbeispielen, 5. Aufl., Stuttgart

Hommel, M. (2015): Kostenrechnung, 4. Aufl., Frankfurt a.M.

Schmidt, A. (2017): Kostenrechnung, 8. Aufl., Stuttgart

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Dipl.-Kfm. T. Volkmann	deutsch	- Unternehmenssteuerung - Vertiefungsrichtung Unternehmensrechnung und Unternehmensleitung Die Lehrveranstaltung wird nur in diesem Studiengang angeboten.


Teilmodul: Bilanzen

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
2	ein Semester/ semesterweise		120 h, davon 40 h Kontaktstudium, 80 h Selbststudium	4	Klausur 60 min.

Teil-Modulverantwortliche(r)

Dipl.-Ök. H. Palabiyik, M.A.

Voraussetzung für die Teilnahme

Kenntnisse der Finanzbuchhaltung

Lehrinhalte

Grundlagen der Bilanzierung, Ansatz, Ausweis und Bewertung von Bilanzposten im Einzelabschluss, Gewinn- und Verlustrechnung, Anhang, Lagebericht.

Kompetenzziele

Die Studierenden kennen die Grundlagen der Bilanzierung sowie die Ansatz-, Ausweis- und Bewertungsgrundsätze im Einzelabschluss nach Handels- und Steuerrecht. Sie sind in der Lage Aufgaben und Sachverhalte aus dem Bereich der Bilanzierung selbstständig zu lösen und zu beurteilen. Durch die Bearbeitung von Sachverhalten in kleinen Gruppen wird die Kommunikations- und Kooperationsfähigkeit sowie die Analysefähigkeit in Bezug auf fachliche Fragen gestärkt werden. Die Bereitstellung von vorlesungsbegleitenden Übungsaufgaben fördert die Selbstständigkeit.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Interaktive Vorlesung mit integrierten Übungsteilen

Literatur

Baetge, J.: Bilanzen, aktuelle Auflage
Coenenberg, A.G.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, aktuelle Auflage
Meyer, C.: Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht, aktuelle Auflage
einschlägige Gesetzestexte

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Dipl.-Ök. H. Palabiyik, M.A.	deutsch	Unternehmenssteuerung II und Schwerpunkt Steuerlehre/Inhalte können innerhalb von Modulen der Studiengänge Wirtschaftsinformatik und Wirtschaftsingenieurwesen anerkannt werden.

Modul: Investition und Finanzierung					
Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
2	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	180 h, davon 60 h Kontaktstudium, 120 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.
Modulverantwortliche(r)			Voraussetzung für die Teilnahme		
Prof. Dr. M. Spiwoks			Modul Betriebswirtschaftslehre		
Lehrinhalte					
Es werden die Grundlagen der Finanzwirtschaft sowie grundlegende Verfahren der Investitionsrechnung vermittelt. Im Einzelnen wird erörtert:					
1. Begriffliche Grundlagen der Finanzwirtschaft					
2. Unternehmensleitprinzipien und Insolvenzstatbestände					
3. Merkmale und Funktionen des Eigenkapitals					
4. Eigenkapitalbeschaffung der AG (u.a. Aktienarten, Formen der Kapitalerhöhung)					
5. Formen der Innenfinanzierung					
6. Finanzierungssurrogate					
7. Kostenvergleichsrechnung					
8. Gewinnvergleichsrechnung					
9. Rentabilitätsvergleichsrechnung					
10. Amortisationsrechnung					
11. Kapitalwertmethode					
12. Interner-Zinsfuß-Methode					
13. Annuitätenmethode					
Kompetenzziele					
Die Studierenden beherrschen die wichtigsten Grundbegriffe der Finanzwirtschaft. Sie erkennen die Charakteristika von Eigen- und Fremdkapital. Sie kennen die Wege der Eigen- und der Fremdkapitalbeschaffung. Sie reflektieren den grundlegenden Charakter der Investitionsrechnung für das Fällen von Entscheidungen in ökonomischen Zusammenhängen. Sie beherrschen die wichtigsten Verfahren der statischen und der dynamischen Investitionsrechnung unter Sicherheit. Die Veranstaltung zielt neben der Wissensvermittlung vornehmlich darauf ab, die Methodenkompetenz zu erweitern. Die Analysefähigkeit, das abstrakte und vernetzte Denken wird gefördert. Einführend wird kurz auf Grundlagen der Gehirn- und Gedächtnisforschung sowie auf Grundlagen der empirischen Lernforschung eingegangen, um sinnvolle Lern- und Arbeitsstrategien als solche identifizieren zu können. Dies zielt auf die Entwicklung der Methodenkompetenzen (Lern- und Arbeitstechniken, Denken in Zusammenhängen) und der Individualkompetenzen (Lernbereitschaft, Selbstständigkeit, Motivation und Leistungsbereitschaft) ab.					
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen					
Interaktive Vorlesung mit integrierten Übungsanteilen					
Es werden konkrete Arbeitsaufträge für das Zeitbudget des Selbststudiums erteilt. Diese umfassen vor allem ein begleitendes Studium der als relevant ausgewiesenen Literatur. Die Erledigung dieser vorlesungsbegleitenden Aufgaben wird durch entsprechende Aufgabenstellungen in der Klausur sichergestellt.					
Literatur					
Gräfer/Schiller/Rösner: Finanzierung, 8. Auflage, 2014					
Olfert, Klaus: Investition, 13. Auflage, 2015					
Perridon/Steiner/Rathgeber: Finanzwirtschaft der Unternehmung, 17. Auflage, 2017					
Dozent(in)	Unterrichtssprache		Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen		
Prof. Dr. M. Spiwoks	deutsch		in den Modulen Unternehmenssteuerung und der Vertiefungsrichtung Bank- und Finanzmanagement Die Lehrveranstaltung wird in unterschiedlicher Form in mehreren Studiengängen angeboten und wird wechselseitig anerkannt.		


Modul: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler*innen

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
2	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	180 h, davon 60 h Kontaktstudium, 120 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Dr. K.-K. Kunze

Voraussetzung für die Teilnahme

Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler*innen

Lehrinhalte

Beschreibende Statistik (Merkmal, Lage- und Streuparameter, Regression, Abhängigkeit)
Wahrscheinlichkeitsrechnung (Kombinatorik, Rechenregeln, Diskrete und Stetige Verteilungen)

Kompetenzziele

Die Studierenden kennen und verstehen die in den wirtschaftswissenschaftlichen Fächern benötigten Werkzeuge der Beschreibenden Statistik und der Wahrscheinlichkeitsrechnung. Sie sind in der Lage, erlernte Konzepte und Verfahren auf wirtschaftliche Fragestellung anzuwenden. Sie sind in der Lage, die eigene Argumentation statistisch zu untermauern und die Argumentation anderer kritisch zu beurteilen. Sie können sich weitere Methoden selbst erarbeiten.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Interaktive Vorlesung mit integrierten Übungsanteilen; Einsatz der Programmiersprache und Statistik-Umgebung „R“ (www.r-project.org).

Literatur

Toutenberg, H. und Schomaker, M.: Deskriptive Statistik.
Hedderich, J. und Sachs, L.: Angewandte Statistik: Methodensammlung mit R
Schwarze, J.: Grundlagen der Statistik I und II
Puhani, J.: Statistik

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Prof. Dr. Dr. K.-K. Kunze, Dr. A. Fitschen- Lischewski	deutsch	In allen wirtschaftswissenschaftlichen Fächern, die statistische Methoden benutzen. Die Lehrveranstaltung wird in unterschiedlicher Form in mehreren Studiengängen angeboten und wird wechselseitig anerkannt.



Modul: Mikroökonomie					
Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
2	ein Semester / semesterweise	Pflicht	180 h, davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.
Modulverantwortliche(r)			Voraussetzung für die Teilnahme		
Prof. Dr. M. Spiwoks			Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler		
Lehrinhalte					
Es werden die Grundfragen des Wirtschaftens, elementare Begriffe und Konzepte der ökonomischen Denkweise vermittelt. Die Mikroökonomie analysiert einzelwirtschaftliche Entscheidungen der Haushalte und Unternehmen und deren Zusammenwirken auf Märkten. Hier werden u.a. Preistheorie, Marktformen (Polypol, Oligopol, Monopol) sowie Möglichkeiten und Konsequenzen staatlicher Eingriffe (z.B. Mindestpreis) in Marktprozesse erarbeitet.					
Kompetenzziele					
Die Veranstaltung dient der Vermittlung von systematischen Kenntnissen im Fach Mikroökonomie. Die Studierenden können die grundlegenden Entscheidungsregeln von Unternehmen und privaten Haushalten benennen und beschreiben. Sie sind zudem in der Lage die gewinnmaximale Menge für Unternehmen zu berechnen und bei privaten Haushalten das Haushaltsoptimum zu ermitteln. Weiterhin können von den Studierenden die unterschiedlichen Marktformen benannt und die damit verbundenen Eigenheiten selbstständig erklärt werden. Die Studierenden können im Zusammenhang mit den verschiedenen Marktformen und den sich einstellenden Marktergebnissen die Unterschiede aufzählen, diskutieren und beurteilen. Gleiches gilt bezüglich der Beurteilung staatlicher Eingriffe in das Wirtschaftsgeschehen in Form von Mindest- und Höchstpreisen. Über diesen rein fachlichen Bezug verbessert sich allgemein die Methodenkompetenz (Analysefähigkeit sowie abstraktes Denken) der Studierenden durch die Verwendung von Analysemodellen.					
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen					
Vorlesung mit integrierten Übungsteilen					
Literatur					
Mankiw, N.G. / Taylor, M. P. (2018): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 7. Auflage., Stuttgart					
Dozent(in)	Unterrichtssprache		Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen		
Prof. Dr. M. Spiwoks, Dipl.-Kfm. T. Volkmann	deutsch		Makroökonomie und Außenwirtschaft sowie Öffentliche Finanzen und Wirtschaftspolitik		


Modul: Makroökonomie und Außenwirtschaft

Semester	Dauer / Häufig- Art keit	Workload	Credits	Prüfungsform
3	ein Semester/ semesterweise	180 h, davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. M. Broer

Voraussetzung für die Teilnahme

Mikroökonomie

Lehrinhalte

Der Teil Makroökonomie befasst sich mit einer Einführung in die volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, Arten der Arbeitslosigkeit, Geld und Inflation und grundlegende gesamtwirtschaftliche Modelle (z.B. IS-/LM-Modell). In der Außenwirtschaft werden sowohl Aspekte der realen Außenwirtschaft (komparative Kostenvorteile, Zölle) als auch der monetären Außenwirtschaft (Systeme flexibler und fester Wechselkurse) behandelt.

Kompetenzziele

Die Studierenden kennen wichtige Größen der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen (BIP, BNE) und können ihre Verwendung als Wohlstandsindikator einordnen. Die Studierenden können die Ursachen der unterschiedlichen Arten der Arbeitslosigkeit benennen. Sie kennen die Geldfunktionen und -formen und sind in der Lage, die Zusammenhänge zwischen Geldmenge und Inflation und die durch Inflation hervorgerufenen Probleme darzulegen. Den Studierenden sind die Unterschiede zwischen der Nachfrage- und der Angebotspolitik bekannt und sie können auf Basis des IS-/LM-Modells die Wirkungen der unterschiedlichen konjunkturpolitischen Instrumente diskutieren und beurteilen. Die grundsätzlichen Vorteile der (internationalen) Arbeitsteilung bzw. die Nachteile von Zöllen können die Studierenden nachvollziehen und auch darlegen. Sie können die Vor- und Nachteile der unterschiedlichen Wechselkursregime benennen. Durch das Modul wird ganz allgemein auch die Methodenkompetenz gefördert, insbesondere abstraktes und analytisches Denkvermögen.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Vorlesung mit integrierten Übungsanteilen

Literatur

Blanchard, O.; Illing, G. (2017): Makroökonomie, 7. Auflage, München.

Mankiw, N. G.; Taylor, M. P. (2018): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 7. Aufl., Stuttgart.

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Dipl.-Volksw. P. Meyer	deutsch	Öffentliche Finanzen und Wirtschaftspolitik

Modul: Unternehmenssteuerung I

1. Teilmodul: Betriebswirtschaftliche Entscheidungsrechnung
2. Teilmodul: Organisation und Führung

Kompetenzziele des Moduls

Die Studierenden erkennen die Grundlagen der operativen Unternehmenssteuerung und sind in der Lage, Sachverhalte in der Unternehmensführung auf der Basis der betrieblichen Entscheidungsrechnung zu beurteilen. Das erworbene Wissen kann auf Problemstellungen in der Praxis situationsadäquat angewendet werden. Das Modul fördert das interdependente Denken und damit die Beurteilung von unternehmerischen Zusammenhängen.

Modulverantwortliche/r	Credit / Workload	Prüfungsform
Prof. Dr. M. Simon	6 CP/ 180 h	Klausur 90 min.


Teilmodul: Betriebswirtschaftliche Entscheidungsrechnung

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
3	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	90 h, 30 h Kontaktstudium, 60 h Selbststudium	3	Klausur 45 min.

Teil-Modulverantwortliche(r)

Dipl.-Kfm. T. Volkmann

Voraussetzung für die Teilnahme
Lehrinhalte

Entscheidungstheoretische Grundlagen
Kurzfristige Entscheidungen bei Quasi-Sicherheit
Kurzfristige Entscheidungen unter Risiko

Kompetenzziele

Die Studierenden können entscheidungstheoretische Grundbegriffe erklären. Sie sind in der Lage, Entscheidungssituationen darzustellen und Lösungen für diese Probleme zu finden. Dabei wenden sie theoretisches Wissen systematisch und zielorientiert an. Die Studierenden kennen die zentralen Annahmen der Lösungstechniken und können diese kritisch diskutieren.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Interaktive Vorlesung, Fallstudien

Literatur

Bamberg, Günter / Coenenberg, Adolf G./ Krapp, Michael: Betriebswirtschaftliche Entscheidungslehre, 15. Aufl., München 2012.
Däumler, Klaus – Dieter/ Grabe, Jürgen: Kostenrechnung 2, Deckungsbeitragsrechnung, 10. Aufl., Herne 2013.
Ewert, Ralf/ Wagenhofer, Alfred: Interne Unternehmensrechnung, 8. Aufl., Berlin 2014.
Laux, Helmut / Gillenkirch, Robert M. / Schenk-Mathes, Heike Y.: Entscheidungstheorie, 9. Aufl., Berlin 2014.

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Dipl.-Kfm. T. Volkmann	deutsch	Vertiefungsrichtungen Controlling und Mobilienleasing

Teilmodul: Organisation und Führung

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
3	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	90 h, 30 h Kontaktstudium, 90 h Selbststudium	3	Klausur 45 min.

Teil Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. M. Simon

Voraussetzung für die Teilnahme
Lehrinhalte

Es werden die Grundlagen der Managementfunktionen ‚Führung‘ und ‚Organisation‘ (Organizational Behavior) vermittelt. Im Einzelnen wird erörtert:

1. Aktueller Stellenwert von Organisation und Führung in Unternehmen
2. Klärung grundlegender Begriffe
3. Einordnung organisationstheoretischer Ansätze
4. Organisatorische Differenzierung und Integration
5. Organisationseinheiten als Elemente der Aufbauorganisation
6. Organisationskonzepte
7. Einführung und Tätigkeiten von Führungskräften
8. Klassische Ansätze der Führung
9. Neuere Ansätze der Führung
10. Aktuelle Themen und Trends in der Führung

Kompetenzziele

Die Studierenden beherrschen die wichtigsten Grundbegriffe aus den Bereichen Organisation und Führung. Dabei haben Sie verstanden, inwieweit das Spannungsfeld aus sogenannten „harten“ und „weichen“ Faktoren das ganzheitliche Organisationsverständnis kennzeichnet und bestimmt. Beide Dimensionen (Organisation und Führung) ergänzen sich hierbei kohärent und tragen zum organisationalen Erfolg durch Umsetzung der organisationalen Ziele bei. Die Studierenden können vor allem den Bezug und die Relevanz dieser wichtigen Thematik in den Kontext der unternehmerischen Praxis übertragen und anwenden. Die Veranstaltung zielt neben der Wissensvermittlung vornehmlich darauf ab, die Methodenkompetenz zu erweitern. Die Analysefähigkeit, das abstrakte und vernetzte Denken wird gefördert.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Interaktive Vorlesung, Fallstudien, Praxisbeispiele

Literatur

Vahs, D. Organisation – Ein Lehr- und Managementbuch, 9., überarbeitete und erweiterte Auflage. Stuttgart: 2015
 Bühner, R.: Betriebliche Organisationslehre, 10. Aufl., München 2004
 Frese, E./ Graumann, M./Theuvsen, L.: Grundlagen der Organisation, 10. Aufl., Wiesbaden 2011
 Hentze, H., Heinecke, A., Kammel, A.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre - Aus Sicht des Managements, Bern, Stuttgart 2001
 Hentze, J./Graf, A./Kammel, A./ Lindert, K.: Personalführungslehre, 4. Aufl., Bern, Stuttgart 2005

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Prof. Dr. M. Simon	deutsch	in den Modulen Organisations- und Personalentwicklung sowie der Vertiefungsrichtung Organisationspsychologie

Modul: Unternehmenssteuerung II

1. Teilmodul: Besteuerung
2. Teilmodul: Finanzwirtschaft

Kompetenzziele des Moduls

Die Studierenden kennen die Grundlagen der operativen Unternehmenssteuerung. Sie sind in der Lage, wichtige steuerliche und finanzwirtschaftliche Aspekte zu beurteilen. Das erworbene Wissen können sie auf Problemstellungen in der Praxis situationsadäquat anwenden und sachgerechte Entscheidungen ableiten und umsetzen.

Das Modul fasst Inhalte zusammen, die den finanziellen Bereich von Unternehmen betreffen. Es soll das Denken in Zusammenhängen und die selbständige Beurteilung von betriebswirtschaftlichen Zusammenhängen fördern.

Modulverantwortliche/r	Credit / Workload	Prüfungsform
H. Palabiyik, M.A.	6 CP/ 180 h	Klausur 90 min.


Teilmodul: Besteuerung

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
3	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	90 h, davon 30 h Kontaktstudium, 60 h Selbststudium	3	Klausur 45 min.

Teil-Modulverantwortliche(r)

H. Palabiyik, M.A.

Voraussetzung für die Teilnahme

Bilanzen

Lehrinhalte

Die Veranstaltung behandelt die Grundlagen der Ertragsteuerarten. Sie beinhaltet folgende Themengebiete:

1. Grundlagen der Besteuerung (Begriff der Steuern, öffentliche Abgaben, Grundbegriffe des Steuerrechts, Steuersystem und -aufkommen, Steuerarten, Besteuerungsverfahren, Rechtsquellen)
2. Einkommensteuer (persönliche und sachliche Steuerpflicht, Einkunftsermittlung, Einkunftsarten, Verluste, Sonderausgaben, außergewöhnl. Belastungen, Veranlagungsformen, Tarif, Zuschlagsteuern)
3. Körperschaftsteuer (Persönliche und sachliche Steuerpflicht, Ermittlung des zu versteuernden Einkommens, Festsetzung der Körperschaftsteuer)
4. Gewerbesteuer (Steuergegenstand, Steuerschuldner, Ermittlung der Gewerbesteuer, Auswirkung auf andere Steuerarten)

Kompetenzziele

Die Studierenden

- kennen die steuerlichen Grundbegriffe, die Merkmale des Steuersystems und unterschiedlicher Steuerarten sowie den Ablauf des Besteuerungsverfahrens und können diese Kenntnisse in Dialogen anwenden,
- kennen die Merkmale und Unterschiede der drei Ertragsteuerarten,
- sind in der Lage ihre Kenntnisse auf einfache steuerliche Sachverhalte selbstständig anzuwenden,
- können die steuerlichen Auswirkungen grundlegender betriebswirtschaftlicher Entscheidungen analysieren und bewerten,
- können Zusammenhänge zum Rechnungswesen herstellen.

Durch die Bearbeitung von Sachverhalten in kleinen Gruppen stärken die Studierenden ihre Kommunikations- und Kooperationsfähigkeit. Die Bereitstellung von vorlesungsbegleitenden Übungsaufgaben sowie das Angebot eines semesterbegleitenden Bonuspunkterwerbs fördert die Selbständigkeit und erhöht die Motivation zur eigenständigen Beschäftigung mit dem Themengebiet.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/-formen

Vorlesung mit integrierten Übungsanteilen; Gruppenarbeit; Selbstlerneinheiten zum Bonuspunkterwerb

Literatur

Bornhofen, M.: Steuerlehre 2 Rechtslage 2018, 39. Auflage, 2019
Grefe, C.: Unternehmenssteuern, 21. Auflage, 2018
Breithecker, V.: Einführung in die Betriebswirtschaftliche Steuerlehre, 17. Auflage, 2016
Hengstebeck, K.: Strukturierte Steuerlehre (Rechtslage 2018), 15. Auflage, 2018
Hottmann, J.; Beckers, M.; Schustek, H.: Einkommensteuer, 22. Auflage, 2017
Schweizer, Reinhard: Steuerlehre, 20. Auflage, 2018
Stobbe, T.: Steuern kompakt, 15. Auflage, 2017
Stüsgen, J.: Steuerlehre – Veranlagung 2018, 45. Auflage, 2018
Zenthöfer, W.; Alber, M.: Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer, 17. Auflage, 2016
AO, EStG, GewStG, KStG, Steuerrichtlinien

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
H. Palabiyik, M.A.	deutsch	Vertiefungsfach Steuerlehre, Wahlpflichtfach


Teilmodul: Finanzwirtschaft

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
3	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	90 h, davon 30 h Kontaktstudium, 60 h Selbststudium	3	Klausur 45 min.

Teil Modulverantwortliche(r)

Dipl-Kffr. B. Berthold-Löffler

Voraussetzung für die Teilnahme

Finanz- und Rechnungswesen

Lehrinhalte

Grundlagen der Finanzanalyse, ausgewählte Bereiche der Investitionsrechnung, Grundmodelle der Finanztheorie (z.B. Kapitalstruktur und Verschuldungspolitik, Portfolio- und Kapitalmarkttheorie)

Kompetenzziele

Zur Ableitung wichtiger Entscheidungen für den finanziellen Bereich eines Unternehmens wurden zahlreiche Modelle der finanzwirtschaftlichen Theorie entwickelt, die auch in der Praxis akzeptiert sind. Vor diesem Hintergrund sollen die Studierenden ein fundiertes Wissen über den Gegenstand und die Ergebnisse wichtiger finanzwirtschaftlicher Theorien, weiterführender Modelle der Investitionsrechnung und der Finanzplanung aufweisen und entscheidungsorientiert anwenden können.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/-formen

Vorlesung mit integrierten Übungsteilen bzw. -aufgaben

Literatur

Bösch, M. (2016): Finanzwirtschaft, 3. Aufl., München
Perridon, L./Steiner, M. (2017): Finanzwirtschaft der Unternehmung, 18. Aufl., München
Zantow, R./Dinauer, R. (2016): Finanzwirtschaft des Unternehmens, 4. Aufl., München
Bruns, C./Meyer-Bullerdiek, F. (2013): Professionelles Portfoliomanagement, 5. Aufl., Stuttgart

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Dipl-Kffr. B. Berthold-Löffler	deutsch	Schwerpunkt Finanzwirtschaft Schwerpunkt Bankbetriebslehre Wahlpflichtfach in anderen Studiengängen



Modul: Marktforschung					
Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
3	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	180 h, davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.
Modulverantwortliche(r)			Voraussetzung für die Teilnahme		
Prof. Dr. I. Bormann			Betriebswirtschaftslehre Statistik		
Lehrinhalte					
Begriffliche Abgrenzungen, statistische Grundlagen; Datenerhebungsformen (Befragung, Beobachtung, Panel, Experimente); Datenanalyseverfahren (uni-, bi- und multivariate Datenanalyseverfahren); Einführung in die Software SPSS					
Kompetenzziele					
Die Studierenden beherrschen neben marktforschungstheoretischen Grundlagen alle Formen der Datenerhebung und die verschiedenen Möglichkeiten der Datenanalyse. Sie führen eine Marktforschungsstudie von der Konzeptbeschreibung über die empirische Datenerhebung und Datenauswertung bis hin zur Dokumentation selbstständig durch und präsentieren diese. Ziel der Veranstaltung ist es, die Methoden der empirischen Primärforschung bekannt zu machen und diese in der Praxis anwenden zu können. Den Studierenden werden Methodenkompetenzen durch die Umsetzung der theoretischen Kenntnisse auf ein Praxisprojekt vermittelt.					
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen					
Vorlesung, empirische Erhebung mittels Befragung (ggf. in Kooperation mit Unternehmen), Präsentation					
Literatur					
Weis/Steinmatz: Marktforschung, 8. Aufl., Kiehl, 2012. Hüttner, Manfred: Grundzüge der Marktforschung Bormann, I.; Hurth, J.: Hersteller- und Handelsmarketing					
Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen			
Prof. Dr. I. Bormann	deutsch	Grundlagen Marketing Schwerpunkt Marketing und Handel Die Lehrveranstaltung wird in unterschiedlicher Form in mehreren Studiengängen angeboten und wird wechselseitig anerkannt.			


Modul: Wirtschaftsprivatrecht

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	180 h, davon 60 h Kontaktstudium, 120 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. M. Rutmöller

Voraussetzung für die Teilnahme

Modul „Einführung in Informatik und Recht“,
Teilmodul „Einführung in das Recht“

Lehrinhalte

- Abgrenzung zwischen öffentlichem und privatem Recht
- Grundlagen des Wirtschaftsprivatrechts, Gerichtszweige und Instanzen
- Vertragstypen, insbes. Kauf-, Dienst-, Arbeits-, Werkvertrag
- Kreditsicherungsrecht
- Vertragsrecht, insbes. Vertragsabschluss, Stellvertretungsrecht, Anfechtungsrecht, Allgemeine Geschäftsbedingungen, Fristen und Termine, Verjährung von Ansprüchen
- Recht der Leistungsstörungen, insbes. Unmöglichkeit und Verzug
- Gewährleistungsrechte
- Sachenrecht, insbes. Eigentumsrecht
- Unerlaubte Handlungen und Produkthaftungsrecht
- Einführung in das Handels- und Gesellschaftsrecht
- Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz
- Methodik der juristischen Falllösung

Kompetenzziele

Die Studierenden haben Kenntnisse von der Systematik des Wirtschaftsprivatrechts sowie von den grundlegenden Anspruchsgrundlagen und deren Voraussetzungen erlangt. Sie haben die Methodik der juristischen Falllösung kennengelernt und sind in der Lage, einfach gelagerte juristische Fälle zu lösen. Die Studierenden sind in der Lage, juristische Zusammenhänge zu erfassen und juristisch zu argumentieren.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Vorlesung, Übungen/Falllösungen, Kontrollaufgaben, Besprechung von Grundsatzentscheidungen sowie aktuellen Fällen aus der Praxis und Rechtsprechung

Literatur

-> jeweils aktuelle Auflage

Müssig, Peter: Wirtschaftsprivatrecht, Rechtliche Grundlagen wirtschaftlichen Handelns; Heidelberg

Führich, Ernst: Wirtschaftsprivatrecht, Bürgerliches Recht, Handelsrecht, Gesellschaftsrecht, München

Dietlein, Johannes/Endriss, Dorothee/Feuerborn, Andreas: Grundlagen Recht für Wirtschaftswissenschaftler, Kompakte Darstellung mit Aufgaben und Lösungen, Herne

Ann, Christoph/Hauck, Ronny/Obergfell, Eva Inés: Wirtschaftsprivatrecht kompakt, München
aus der Lehrbuchreihe „Lernen im Dialog“, München folgende vier Bücher:

Wörten, Rainer/Metzler-Müller, Karin: BGB-AT,

Wörten, Rainer/ Metzler-Müller, Karin: Schuldrecht AT

Wörten, Rainer/ Metzler-Müller, Karin: Schuldrecht BT

Wörten, Rainer/Kokemoor, Axel/Lohrer, Stefan: Sachenrecht

Rudkowski, Lena: Wirtschaftsrecht, BGB AT, Schuldrecht, Sachenrecht, Wiesbaden

Eisenmann, Hartmut/Quittnat, Joachim/Tavakoli/Tavakoli, Anusch: Rechtsfälle aus dem Wirtschaftsprivatrecht, Heidelberg u.a.

Eisenmann, Hartmut/Gnauk, Herbert/Quittnat, Joachim: Rechtsfälle aus dem Wirtschaftsprivatrecht, Heidelberg

Eisenberg, Claudius/Gildeggen, Rainer/Reuter, Andreas/Willburger, Andreas: Produkthaftung, Kompaktwissen für Betriebswirte, Ingenieure und Juristen, München

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Prof. Dr. M. Rutmöller	deutsch	Grundlage für Pflicht- und Wahlpflichtfächer mit Bezug zum Recht, insbesondere Produkthaftungs- und Arbeitsrecht. Die Lehrveranstaltung ist ebenfalls im Curriculum des Studiengangs Wirtschaftsingenieurwesen enthalten.

Modul: Öffentliche Finanzen und Wirtschaftspolitik

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	180 h, davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. M. Broer

Voraussetzung für die Teilnahme

Mikroökonomie, Makroökonomie und Außenwirtschaft sowie Unternehmenssteuerung II.

Lehrinhalte

Das Modul Öffentlichen Finanzen und Wirtschaftspolitik behandelt den föderalen Staatsaufbau in Deutschland, den öffentlichen Haushalt, das Steuersystem und die Steuerwirkungslehre sowie die Staatsverschuldung. Zudem werden u.a. die Aufgaben des Staates in den Bereichen die Allokation (z.B. öffentliche Güter, externe Effekte) und Distribution (Sozialversicherungen, soziale Sicherheit) sowie Stabilität behandelt.

Kompetenzziele

Die Studierenden kennen die Aufgaben des öffentlichen Haushaltsplans und können mit der Haushaltsaufstellung verbundene Probleme benennen und Lösungsansätze aufzeigen. Die ökonomischen Vorteile eines föderalen Staatsaufbaus können benannt und beschrieben werden. Die grundsätzlichen Regelungen des Länderfinanzausgleichs, seine Notwendigkeit und die damit verbundenen Wirkungen können aufgeführt werden. Wirkungen von Mengensteuern können modelltheoretisch analysiert werden. Die Gründe, die Entwicklung und die Problematik der öffentlichen Schuldenaufnahme können die Studierenden darlegen. Die Studierenden sind in der Lage die Auslöser für Marktversagen (öffentliche Güter, externe Effekte) und die Eingriffsnotwendigkeit des Staates aufzuzählen, zu diskutieren und modellhaft darzulegen. Dies gilt auch für die Notwendigkeit einer staatlichen Umverteilungspolitik.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/-formen

Vorlesung mit integrierten Übungsanteilen

Literatur

Zimmermann, H.; Henke, K.-D.; Broer, M. (2021): Finanzwissenschaft, 13. Aufl., München.

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
------------	--------------------	--

Prof. Dr. M. Broer
Dipl.-Volksw. P. Meyer

deutsch

Modul: Business Methods

1. Teilmodul: International Business
2. Teilmodul: Business Simulation Game

Kompetenzziele des Moduls

Die Studierenden analysieren internationale Marktchancen und -risiken sowie die Stärken und Schwächen von globalen Unternehmen. Die Studierenden erlernen anhand von Cases und Simulationen, wie Prozesse in Unternehmen ablaufen und miteinander vernetzt sind. Hierbei werden die Fähigkeiten zum vernetzten Denken und zur Planung und Umsetzung entsprechender Lösungsstrategien erarbeitet.

Modulverantwortliche/r	Credit / Workload	Prüfungsform
Prof. Dr. M. Hoffmeister	6 CP/ 180 h	siehe unter den Teilmodulen



Teilmodul: International Business

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	90 h, davon 30 h Kontaktstudium, 60 h Selbststudium	3	Klausur 45 min. (englisch oder deutsch)

Teil-Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. M. Hoffmeister

Voraussetzung für die Teilnahme

Grundlagenstudium

Lehrinhalte

- **Einführung:** Globalisierung, Megatrends, Internationalisierungsziele und „Treiber“
- Internationale Management Orientierung
- **Rahmenbedingungen (PEST Analyse):** Politische und rechtliche, ökonomische, soziale und kulturelle sowie technologische und geografische Umwelt
- **Markt- und Standortwahlentscheidungen:** Prozesse der Strategieentwicklung; grundlegende internationale Strategien
- **Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien:** Marktsegmentierung, Markteintrittsstrategien, Timing Strategien, Internationale Marketingstrategien

Kompetenzziele

Das Teilmodul fördert das Denken in globalen Zusammenhängen. Die Studierenden analysieren kritisch das unternehmensspezifische internationale Umfeld. Dabei identifizieren und bewerten sie die entsprechenden nationalen und internationalen Marktchancen und -risiken sowie die Unternehmensstärken und -schwächen. Die Studierenden sind in der Lage, internationale Unternehmenskonzepte und entsprechende Implementierungsmaßnahmen zu entwickeln und anzuwenden. Die Studierenden wenden hierfür fachwissenschaftliche Methoden an.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

- Vorlesung
- Diskussionen
- Gruppenarbeiten mit anschließender Präsentation und Diskussion

Literatur

- Keegan, W, Global Marketing, Essex, aktuelle Auflage
- Luthans, F.; Doh, J., International Management: Culture, Strategy and Behavior, Boston, aktuelle Auflage
- Internationales Management, Kutschker, M., Schmid, S., München, aktuelle Auflage

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Prof. Dr. M. Hoffmeister	Das Seminar wird in Englisch und Deutsch angeboten	Seminar International Sales Management Die Veranstaltung wird in anderen Studiengängen als Wahlpflichtfach anerkannt.


Teilmodul: Business Simulation Game

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	90 h, davon 30 h Kontaktstudium, 60 h Selbststudium	3	KP nach § 7 (7) BPO
Teil Modulverantwortliche(r)			Voraussetzung für die Teilnahme		
Prof. Dr. A. Heinecke			Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen, Finanz- und Rechnungswesen, Unternehmenssteuerung		
Lehrinhalte					
Simulation von betrieblichen Entscheidungen aus den Bereichen Personal, Beschaffung, Produktion, Absatz und Finanzierung. Es werden mit dem Computerplanspiel aufeinander folgende Geschäftsjahre simuliert und die daraus resul- tierenden Ergebnisse in Geschäftsberichten, Bilanz, G. u. V. wie in der Praxis als Entscheidungsgrundlage zur Verfügung gestellt. Bei der gruppenspezifischen Entscheidungsfindung lassen sich z.B. Planungsinstrumente etc. integrieren.					
Kompetenzziele					
Die Studierenden kennen die Interdependenzen der betrieblichen Funktionen im Innenverhältnis und die Wirkungsmechanismen international agierender Unternehmen aus der Perspektive der Unternehmenslei- tung (Faktenkompetenz). Zusätzlich werden ‚Soft-Skills‘ durch die Gruppenkonzeption erworben, die die Sozialkompetenz verbessern. Die Förderung der Methodenkompetenz erfolgt durch die situativen Bedin- gungen zur kollektiven Entscheidungsfindung, welches ein formales Vorgehen erzwingt.					
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen					
Übung in kleinen Gruppen (je 5 Personen) die in Interaktion über die Computersimulation verbunden sind. Es besteht Teilnahmepflicht.					
Literatur					
Computergestütztes Planspiel					
Dozent(in)		Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in ande- ren Studiengängen		
Dipl.-Kff. C. Kunst, Dipl.-Kff. K. Kubik-Wen- zel, H. Palabiyik, M.A., Dipl.-Kfm. G. Zeranski		deutsch und ggf. eng- lisch	Marketingplanung Controlling Die Veranstaltung wird in anderen Studiengängen als Wahlpflichtfach anerkannt.		


Modul: Enterprise Information Systems und E-Commerce

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
5	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	180 h, davon 60 h Kontaktstudium, 120 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. D. Royer

Voraussetzung für die Teilnahme

Einführung in die Wirtschaftsinformatik, Daten- und Informationsmanagement

Lehrinhalte

Im Rahmen der Vorlesung wird übergreifend die Integration von Betriebliche Informationssystemen und E-Commerce Systemen dargestellt. Hierzu gehören u.a.:

- Begriffliche Grundlagen und Einordnung in den Themenkomplex E-Business
- Management der Unternehmensarchitektur (Enterprise Architecture Management)
- Grundlagen, Architektur und Einsatz betriebliche Informationssysteme (BIS)
- Planung, Entwicklung und Betrieb von Informationssystemen mit agilen Methoden (z.B. Scrum)
- Vorstellung verschiedener Typen von betrieblichen Informationssystemen
- E-Commerce und Internetökonomie
- E-Commerce im B2B und B2C-Bereich
- Aufbau Digitaler Plattformen
- Geschäftsmodelle im E-Commerce
- Aktuelle Entwicklungen und Beispiele

Kompetenzziele

Die Studierenden kennen die grundlegenden Konzepte und (Geschäfts-) Architekturen betrieblicher Informationssysteme und E-Commerce Systeme. Weiterhin können sie die jeweiligen Themenfelder in den Kontext des E-Business einordnen und auf spezifische Fragestellungen anwenden.

Letztlich zielt die Veranstaltung darauf ab, dass die Studierenden die Anwendungsfelder für Unternehmen, Märkte und Geschäftsmodelle analysieren und fundiert beurteilen können. Sie können sich eigenständig Anwendungsfälle aus der Praxis erschließen, daraus relevante Fragestellungen ableiten, lösen und bewerten.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Interaktive Vorlesung mit integrierten Übungsteilen (Fallstudien und Gruppenarbeiten als Workshops). Die Erledigung dieser vorlesungsbegleitenden Aufgaben wird durch entsprechende Aufgabenstellungen in der Klausur sichergestellt.

Literatur

- Heinemann, G. (2018): Der neue Online-Handel, Springer, 9. Auflage.
- Meier, A., Stormer, H. (2012): eBusiness & eCommerce - Management der digitalen Wertschöpfungskette, Springer, 3. Auflage.
- Laudon et al. (2016): Wirtschaftsinformatik - Eine Einführung, Pearson, 3. Auflage.
- Wirtz, B. W. (2018): Electronic Business, Gabler, 6. Auflage.
- weitere Literatur- und Materialhinweise i.R.d. Veranstaltung

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Prof. Dr. D. Royer	deutsch	Die Veranstaltung wird in anderen Studiengängen als Wahlpflichtfach anerkannt.


Modul: Mobilitäts- und Automobilwirtschaft

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	180 h, davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Helena Wisbert

Voraussetzung für die Teilnahme

Betriebswirtschaftslehre
Deskriptive und schließende Statistik
Economics 2

Lehrinhalte

Automobilwirtschaft als Wissenschaftsdisziplin; Zusammenhang von Mobilität und Automobilität; Automobil als Verkehrsträger; Mobilität und Verkehrspolitik; Automobil als Wirtschaftsfaktor; Automobilwirtschaft und Globalisierung

Kompetenzziele

Die Studierenden besitzen ein kritisches Verständnis für die Notwendigkeit, Lösungen für zentrale Problemstellungen der Automobilwirtschaft als Teil einer umfassenderen Mobilitätswirtschaft interdisziplinär zu entwickeln. Die Studierenden können die mobilitätswirtschaftlichen Rahmenbedingungen für die Automobilwirtschaft selbständig beschreiben und ihre Bedeutung für automobilwirtschaftliche Leistungsprozesse ableiten. Sie können die Bedeutung des Automobils als Verkehrsträger quantifizieren und können verkehrspolitische Aufgabenstellungen und Lösungsansätze unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit diskutieren und beurteilen. Ebenso können sie die Bedeutung des Automobils als Wirtschaftsfaktor verdeutlichen und analysieren. Die Studierenden verstehen die Einbettung der Automobilindustrie in globale Angebots- und Wettbewerbsstrukturen und können grundlegende strategische Handlungsoptionen für die Unternehmen der weltweiten Automobilindustrie benennen und beschreiben. Über den rein fachwissenschaftlichen Bezug hinaus verbessert sich die Analysefähigkeit und das abstrakte sowie vernetzte Denken der Studierenden.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Interaktive Vorlesung mit integrierten Übungsteilen

Literatur

Diez, W./Reindl, S./Brachat, H. (Hrsg.) (2016): Grundlagen der Automobilwirtschaft, 6. Aufl., München.
Ebel, B. / Hofer, M.B. (Hrsg.) (2014): Automotive Management, 2. Auflage, Berlin und Heidelberg.
Meinig, W. / Heß, A. (1998): Zum Wissenschaftsverständnis der Wirtschaftszweiglehre Automobilwirtschaft, Sonderbeilage zur ZfAW, 1. Jg., H. 3.
Verband der Automobilindustrie e. V. (Hrsg.) (2018): Jahresbericht 2018, Berlin.

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Prof. Dr. Helena Wisbert	deutsch	Bachelorthesis Das Modul bildet zusammen mit dem Modul „Beschaffungsmanagement in der Automobilindustrie“ die Vertiefungsrichtung Automobilwirtschaft und Beschaffung . Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt (im Studiengang BWL nur, wenn zwei Vertiefungsrichtungen bereits abgeleistet sind).


Modul: Beschaffungsmanagement in der Automobilwirtschaft

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
5	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	180 h, davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Präsentation, Klausur 60 min.

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. J. Walther

Voraussetzung für die Teilnahme

Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre
Beschaffung und Produktion

Lehrinhalte

Operatives und strategisches Beschaffungsmanagement, Programmorientierte Bedarfsplanung, Bestellrechnung, Aufgaben der Beschaffungs- und Produktionslogistik, Green Logistics, Supply Chain Management, Bullwhip Effekt (Beer Game), Einkauf 4.0, Additive Fertigung und 3D-Druck, Kooperatives Innovationsmanagement, Outsourcing von Beschaffungsprozessen, Qualifizierung im Einkauf 4.0

Kompetenzziele

Die Studierenden kennen die aktuellen Anforderungen an eine globale Beschaffung in der Automobilindustrie sowie die daraus resultierenden operativen und strategischen Aufgaben. Die Studierenden sind in der Lage, ausgewählte Instrumente und Methoden des Beschaffungsmanagements anzuwenden und zu beurteilen. Die Teilnehmer*innen sollen ihre Fähigkeit zur Analyse sowie zum abstrakten und vernetzten Denken steigern.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Vorlesung mit integrierten Übungsteilen und Workshops, Planspiel (Beer Game), Nutzung einer interaktiven Online-Lernplattform, Exkursion zu einem Wirtschaftsforum, Einbeziehung von Automobilunternehmen über entsprechende Impulsvorträge; maximale Gruppengröße 30 Personen.

Literatur

Blohm, H., Beer, T., Seidenberg, U., Silber, H., Produktionswirtschaft, aktuelle Ausgabe.
Garcia Sanz, F.-J., Semmler, K., Walther, J. (Hrsg.), Die Automobilindustrie auf dem Weg zur globalen Netzwerkkompetenz, Heidelberg 2007.
Jünemann, R., Materialfluß und Logistik, aktuelle Ausgabe.
Schulte, G., Material- und Logistikmanagement, aktuelle Ausgabe.

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Prof. Dr. J. Walther	deutsch	Bachelorthesis Das Modul bildet zusammen mit dem Modul „Mobilitäts- und Automobilwirtschaft“ die Vertiefungsrichtung Automobilwirtschaft und Beschaffung . Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt (im Studiengang BWL nur, wenn zwei Vertiefungsrichtungen bereits abgeleistet sind).


Modul: Automobilmarketing- und vertrieb

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4	ein Semester/ semesterweise	Vertiefungs- fach	180 h, davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Helena Wisbert

Voraussetzung für die Teilnahme

Absatz/Marketing
Marktforschung

Lehrinhalte

Konzeptionelle Grundlagen des Automobilmarketing; Segmentierung und Bearbeitung des Automobilmarktes; Käuferverhalten, Kaufentscheidungsprozesse und Zufriedenheit von Automobilkunden; Kunden- und Fahrzeugbindungsprozesse im automobilen Kundenbeziehungsmanagement

Kompetenzziele

Ausgehend von der Konzeption des Marketings können die Studierenden grundlegende Aufgabenstellungen im Automobilmarketing aufzählen, diskutieren und relevante Fragestellungen ableiten. Sie sind in der Lage mit Hilfe von Marktsegmentierungsansätzen den Automobilmarkt angebots- und nachfrageseitig differenziert zu beschreiben und zu analysieren, um den zielgerichteten Einsatz des automobilen Marketing-Mix zu entwickeln. Die Studierenden können den Kaufentscheidungsprozess von Automobilkunden selbstständig erklären und können sich kritisch mit der Bedeutung der Kundenzufriedenheit für die angestrebte Kundenbindung auseinandersetzen. Sie beherrschen die Grundlagen des Kundenbeziehungsmanagements (CRM) in den Kunden- und Fahrzeugbindungsprozessen und können konkrete online- und offlinebasierte Maßnahmen zum Aufbau und zur Stabilisierung von Kundenbeziehungen entwickeln. Durch die Heranziehung von Ergebnissen der Automobilmarktforschung verbessert sich ihre systematische Analyse- und Problemlösungsfähigkeit.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Interaktive Vorlesung mit integrierten Übungsteilen

Literatur

Deutsche Automobil Treuhand GmbH (Hrsg.) (2019): DAT Report 2019, 45. Ausgabe, Ostfildern.
Diez, W. (2015): Automobil-Marketing, 6. Aufl., München.
Esch, F.-R. (Hrsg.) (2013): Strategie und Technik des Automobilmarketing, Wiesbaden
Meffert, H. u. a. (2019): Marketing – Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 13. Aufl., Wiesbaden.
Seeba, H.-G. / Meffert, H. / Burmann, C. (2009): Fallstudie Volkswagen Golf V. Ein Praxisbeispiel für erfolgreiches Marketing, Wiesbaden (download unter www.gabler.de/fallstudie_vw_golf).

Dozent(in)

Prof. Dr. Helena Wisbert

Unterrichtssprache

deutsch

Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen

Bachelorthesis
Das Modul bildet zusammen mit dem Modul „Automobilhandelsmanagement“ die **Vertiefungsrichtung Automobilmarketing und -handel**.
Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt (im Studiengang BWL nur, wenn zwei Vertiefungsrichtungen bereits abgeleistet sind).

Modul: Automobilhandelsmanagement					
Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
5	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	180 h, davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.
Modulverantwortliche(r)			Voraussetzung für die Teilnahme		
Prof. Dr. Helena Wisbert			Grundlagen der BWL Finanz- und Rechnungswesen Unternehmenssteuerung Wirtschaftsprivatrecht		
Lehrinhalte					
Grundlagen des Handelsmanagements; Kfz-Gewerbe im Überblick; Dynamik der Betriebstypen im Auto- mobilhandel; Bestimmungs- und Erfolgsfaktoren für die Entwicklung des Kfz-Gewerbes; Grundlagen des Neu- und Gebrauchtwagenmarktes sowie des Aftersales-Servicemarktes und des Teile- und Zubehör- marktes					
Kompetenzziele					
Basierend auf den theoretischen Grundlagen des Handelsmanagements können die Studierenden die Funktionen von Betrieben des Kfz-Gewerbes aufzählen und relevante Fragestellungen zu aktuellen Ent- wicklungen im Kfz-Gewerbe diskutieren und einordnen. Sie sind in der Lage unter Anwendung des Betriebs- formenansatzes die Vielfalt und Entwicklung der Betriebstypen im Kfz-Gewerbe darzustellen und den Ein- fluss der Digitalisierung und neuer Geschäftsmodelle zu beschreiben und zu analysieren. Unter Anwendung von Ergebnissen der Erfolgsfaktorenforschung und Methoden zur Branchenanalyse können die Studieren- den Faktoren für die künftige Entwicklung des Kfz-Gewerbes ableiten und benennen. Sie beherrschen die marktbezogenen Grundlagen des Neuwagen- und Gebrauchtwagengeschäfts sowie des Aftersales-Ser- vicegeschäfts und des Teile- und Zubehörgeschäfts. Durch die Heranziehung von Ergebnissen der Han- delsforschung verbessert sich ihre systematische Analyse- und Problemlösungsfähigkeit.					
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen					
Interaktive Vorlesung mit integrierten Übungsteilen					
Literatur					
Deutsche Automobil Treuhand GmbH (Hrsg.) (2019): DAT Report 2019, 45. Ausgabe, Ostfildern. Diez, W. (2015): Automobil-Marketing, 6. Aufl., München. Diez, W./Reindl, S./Brachat, H. (Hrsg.) (2016): Grundlagen der Automobilwirtschaft, 6. Aufl., München. Hecker, F. / Hurth, J. / Seeba, H.-G. (Hrsg.) (2017), Aftersales in der Automobilwirtschaft. Konzepte für Ihren Erfolg, 3. Aufl., München. Zentes, J. / Swoboda, B./ Foscht, T. (2012): Handelsmanagement, 3. Aufl., München.					
Dozent(in)	Unterrichtssprache		Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in ande- ren Studiengängen		
Prof. Dr. Helena Wisbert	deutsch		Bachelorthesis Das Modul bildet zusammen mit dem Modul „Automo- bilmarketing und -vertrieb“ die Vertiefungsrichtung Automobilmarketing und -handel . Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt (im Studien- gang BWL nur, wenn zwei Vertiefungsrichtungen be- reits abgeleistet sind).		



Modul: Bankmanagement					
Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	180 h, davon 56 h Kontaktstudium 124 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.
Modulverantwortliche(r)			Voraussetzung für die Teilnahme		
Dipl.-Kffr. B. Berthold-Löffler			Finanz- und Rechnungswesen		
Lehrinhalte					
Grundlagen und Rahmenbedingungen des Bankmanagements, Grundlagen ausgewählter Bankgeschäfte, Grundlagen des externen Bankrechnungswesens und der regulatorischen Anforderungen					
Kompetenzziele					
Die Kreditwirtschaft befindet sich in einem starken Wandel, der auch durch die Einflüsse der Bankenaufsicht geprägt ist. Dabei stellen die zunehmend umfassenden und komplexen Vorgaben eine große Herausforderung des Managements (inkl. Risikomanagements) der Banken dar. Vor diesem Hintergrund dient die Lehrveranstaltung der Vermittlung wichtiger Grundlagen und Rahmenbedingungen des Bankmanagements, so dass die Studierenden diese diskutieren und beurteilen sowie ausgewählte Bankgeschäfte analysieren und bewerten können. Dies fördert das Denken in Zusammenhängen und die selbständige Beurteilung von bankwirtschaftlichen Zusammenhängen. Über den rein fachlichen Bezug verbessert sich allgemein die Methodenkompetenz (Analysefähigkeit sowie abstraktes Denken).					
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen					
Vorlesung mit integrierten Übungsteilen, Praxisbeispielen und Kurzpräsentationen					
Literatur					
Baule, R.: Finanzwirtschaftliches Bankmanagement, Stuttgart 2019 Hartmann-Wendels, T./Pfungsten, A./Weber, M. (2019): Bankbetriebslehre, 7. Aufl., Berlin-Heidelberg Hellenkamp, D. (2018): Bankwirtschaft, 2. Aufl., Wiesbaden Peppmeier, A. (2020): Bankbetriebslehre, 12. Aufl., Herne					
Dozent(in)	Unterrichtssprache		Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen		
Dipl.-Kffr. B. Berthold-Löffler	deutsch		Bachelorthesis Das Modul bildet zusammen mit dem Modul „Bank-Controlling“ die Vertiefungsrichtung Bankbetriebslehre . Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt (im Studiengang BWL nur, wenn zwei Vertiefungsrichtungen bereits abgeleistet sind).		


Modul: Bank-Controlling

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
5	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	180 h, davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. F. Meyer-Bullerdiek

Voraussetzung für die Teilnahme

Finanz- und Rechnungswesen

Lehrinhalte

Ein funktionstüchtiges Controlling dient als Voraussetzung für eine erfolgreiche Umsetzung der wertorientierten Managementphilosophie in Banken. Dazu werden leistungsfähige Instrumente der Kalkulation und Steuerung des Zinsergebnisses, der Betriebskosten und der Risiken eingesetzt. Vor diesem Hintergrund werden die folgenden Lehrinhalte vermittelt: Grundlagen des Bank-Controlling, Marktzinsmethode, Marktzinsmethode als Barwertkalkül, Kalkulations- und Kennzahlensystem für das ROI-Management, Zielgrößen im Rentabilitätsmanagement, Kontrollen und Abweichungsanalysen, Risikosteuerung in Kreditinstituten.

Kompetenzziele

Die Studierenden kennen die Grundlagen des Bank-Controlling und der Marktzinsmethode. Sie sind in der Lage, Konditions- und Strukturbeiträge für eine Bank sowohl bei periodenspezifischer Betrachtung als auch im Barwertkalkül zu berechnen. Im Rahmen des ROI-Managements können die Studierenden Standardrisiko- und Standardbetriebskosten bestimmen und eine ROI-Analyse mit Hilfe von Daten der Einzelgeschäftskalkulation und des externen Rechnungswesens durchführen. Darüber hinaus sind sie in der Lage, ausgehend von der Eigenkapitalbedarfsermittlung die Plangröße für die Mindest-Bruttomarge im Kundengeschäft zu bestimmen. Weiterhin können die Studierenden die grundlegenden Risiken von Banken unterscheiden und mögliche Risikoverbundwirkungen beurteilen. Ferner können sie den Value-at-Risk mit Hilfe des Varianz-Kovarianz-Verfahrens berechnen und interpretieren. Im Hinblick auf die Steuerung des Zinsänderungsrisikos können die Studierenden die Konzepte der Quantifizierung des Zinsspannenrisikos darstellen und beurteilen sowie Möglichkeiten erläutern, das Risiko abzusichern. Über diesen rein fachlichen Bezug verbessern sich allgemein die Analysefähigkeit und das abstrakte Denken der Studierenden durch die Verwendung von Analysemodellen.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Vorlesung mit Übungsaufgaben

Literatur

Schierenbeck, H./Lister, M./Kirmße, S. (2014): Ertragsorientiertes Bankmanagement, Bd. 1, 9. Auflage
Schierenbeck, H./Lister, M./Kirmße, S. (2008): Ertragsorientiertes Bankmanagement, Bd. 2, 9. Auflage

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf / in anderen Studiengängen
Prof. Dr. F. Meyer-Bullerdiek	deutsch	Bachelorthesis Das Modul bildet zusammen mit dem Modul „Bankmanagement“ die Vertiefungsrichtung Bankbetriebslehre . Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt (im Studiengang BWL nur, wenn zwei Vertiefungsrichtungen bereits abgeleistet sind).


Modul: Controlling-Instrumente

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	180 h davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.
Modulverantwortliche(r)			Voraussetzung für die Teilnahme		
NN			Erfolgreiche Teilnahme an den Veranstaltungen zum Finanz- und Rechnungswesen sowie Betriebswirtschaftslehre		
Lehrinhalte					
Begriff, Aufgaben, Anforderungen und Organisation des Controllings; Instrumente des operativen Controlling: Deckungsbeitrags- und Plankostenrechnung, Erlös-, Einzelkosten- und Gemeinkostenabweichungsanalysen, integrierte finanzielle Gesamtplanung (Budgetierung), Kennzahlen- und Kennzahlensysteme, Break-Even-Analyse, Berichtswesen.					
Kompetenzziele					
Die Studierenden kennen die operativen und strategischen Ansätze des Controllings. Sie können die Controlling-Organisation im Unternehmen einschätzen und operative Handlungshinweise als Dienstleister geben. Die Studierenden beherrschen die wesentlichen operativen Instrumente des Controllings und können sie situationsadäquat einsetzen. Die Lehrveranstaltung soll die Methodenkompetenz durch das Denken in Zusammenhängen und die selbstständige Beurteilung betriebswirtschaftlicher Fragestellungen im Zusammenhang mit der erfolgswirtschaftlichen Unternehmenssteuerung fördern. Darüber hinaus werden im Rahmen der Veranstaltung analytische Fähigkeiten und abstraktes Denken geschult.					
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen					
Vorlesung mit integrierten Übungsanteilen Es werden konkrete Arbeitsaufträge für das Zeitbudget des Selbststudiums erteilt. Diese umfassen vor allem ein begleitendes Studium der als relevant ausgewiesenen Literatur sowie zusätzliche Übungsaufgaben. Die Erledigung dieser vorlesungsbegleitenden Aufgaben wird durch entsprechende Aufgabenstellungen in der Klausur sichergestellt.					
Literatur					
Brühl, R. (2016): Controlling, München Horvath, P. (2015): Controlling, 13. Aufl., München Weber, J. (2016): Einführung in das Controlling, 15. Aufl., Stuttgart					
Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen			
NN	deutsch	Bachelorthesis Das Modul bildet zusammen mit dem Modul „Angewandtes Controlling“ die Vertiefungsrichtung Controlling . Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt (im Studiengang BWL nur, wenn zwei Vertiefungsrichtungen bereits abgeleistet sind).			


Modul: Angewandtes Controlling

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
5	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	180 h davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.

Modulverantwortliche(r)

NN

Voraussetzung für die Teilnahme

Erfolgreiche Teilnahme an der Veranstaltung Controlling-Instrumente

Lehrinhalte

Sondergebiete des Controllings: Strategisches Kostenmanagement, Zielkostenmanagement, Life Cycle Costing, Prozesskostenmanagement, Investitionscontrolling; Kennenlernen von und Umgang mit Standard-Planungs- und Analysesoftware zum Controlling.

Kompetenzziele

Die Studierenden lernen spezielle Verfahren und Anwendungen des strategischen und operativen Controllings in der Theorie und praxisnahen Fallstudien bzw. im Rahmen von praktischen Projekten kennen, anwenden und zu beurteilen.

Die Lehrveranstaltung vermittelt die Methodenkompetenz durch das Denken in Zusammenhängen und fördert die selbständige Beurteilung betriebswirtschaftlicher Fragestellungen im Zusammenhang mit der erfolgswirtschaftlichen Unternehmenssteuerung. Darüber hinaus werden im Rahmen der Veranstaltung analytische Fähigkeiten und abstraktes Denken geschult. Durch das gemeinsame Arbeiten in einem Gruppenprojekt mit anschließender Präsentation der Ergebnisse wird ferner die Sozialkompetenz (Kooperationsfähigkeit, Kommunikationsfähigkeit, Konfliktfähigkeit), die Individualkompetenz (Leistungsbereitschaft, Engagement, Kreativität, Zuverlässigkeit) sowie die Medienkompetenz gefördert.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Vorlesung mit integrierten Übungsanteilen sowie Laborarbeit

Literatur

Coenenberg, A., Fischer, Th. (2016): Kostenrechnung und Kostenanalyse, 18. Aufl., Stuttgart
Kremin-Buch, B. (2012): Strategisches Kostenmanagement, 4. Aufl., Wiesbaden
Nagl, A.: Der Businessplan (2010), 5. Aufl., Wiesbaden

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Dr. J. Herold	deutsch	Bachelorthesis Das Modul bildet zusammen mit dem Modul „Controlling-Instrumente“ die Vertiefungsrichtung Controlling . Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt (im Studiengang BWL nur, wenn zwei Vertiefungsrichtungen bereits abgeleistet sind).


Modul: Empirische Sozialforschung I

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	180 h, davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Kumulationsprüfung

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Dr. Kunze

Voraussetzung für die Teilnahme

Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler und Statistik für Wirtschaftswissenschaftler oder äquivalente Leistungsnachweise

Lehrinhalte

- Daten erkunden und vorbereiten
- Daten darstellen und transformieren
- Methoden der Datenspeicherung (Textdatei, Tabellenkalkulation, SQL/NoSQL Datenbanken)
- Mathematische Strukturen zur Speicherung von Daten
- Datenverarbeitung in Computern, insbesondere die Statistikumgebung und -sprache R
- Kommunikation und Visualisierung von Daten
- Modellierung zur Erklärung einerseits und Vorhersage andererseits von Effekten
- Datenbasierte Präsentationen entwickeln

Kompetenzziele

Die Studierenden festigen bereits erlernte und erwerben weitere Kenntnisse des wissenschaftlichen Arbeitens. Sie können geeignete Forschungsfragen formulieren und hierzu Informationen aus verschiedenen Quellen beschaffen. Sie vertiefen und erweitern ihre Kenntnisse in Methoden der Datenerhebung, statistischen Analyse und in der Dateninterpretation. Die Studierenden sind in der Lage, mithilfe von Daten gewonnene Einsichten als Präsentation oder Bericht aufzuarbeiten und adressatengerecht zu kommunizieren.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Interaktive Vorlesung, Fallstudien, Praxisbeispiele, Übungen

Literatur

Kunze, Karl-Kuno (2019). Data Science – Eine Einführung mit Python und R. Rheinwerk Verlag.

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Prof. Dr. Dr. Kunze	deutsch	Anwendung der erworbenen Kenntnisse für diverse Fragestellungen in der empirischen Sozialforschung


Modul: Empirische Sozialforschung II

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
5	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	180 h, davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Kumulationsprüfung
Modulverantwortliche(r)NN			Voraussetzung für die Teilnahme		
Prof. Dr. I. Bormann			Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler und Statistik für Wirtschaftswissenschaftler oder äquivalente Leistungsnachweise.		
Lehrinhalte					
• Verfahren der multivariaten Analyse • Methoden des Forschungsdesigns • Methoden der Ergebnispräsentation					
Kompetenzziele					
Die Studierenden können selbständig Themen aus dem Bereich der empirischen Sozialforschung erarbeiten. Sie erweitern ihre Kenntnisse zu Methoden der statistischen Datenanalyse und sind in der Lage, für eine empirische Forschungsfrage relevante statistische Methoden auszuwählen und anzuwenden. Die Studierenden erweitern ihre Erfahrungen in der Erstellung, Präsentation und Verteidigung wissenschaftlicher Arbeiten.					
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen					
Interaktive Vorlesung, Fallstudien, Praxisbeispiele, Übungen					
Literatur					
Backhaus, Erichson, Plinke und Weiber. Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung. Berlin. Aktuelle Auflage					
Baur, N. und J. Blasius (Hrsg.). Handbuch der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden. Aktuelle Auflage					
Dozent(in)	Unterrichtssprache		Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen		
Prof. Dr. I. Bormann	deutsch		Anwendung der erworbenen Kenntnisse für diverse Fragestellungen in der empirischen Sozialforschung		


Modul: Finanzmanagement

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4	ein Semester/ semesterweise	Vertiefungs- fach	180 h, davon 56 h Kontaktstudium 124 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. F. Meyer-Bullerdiek

Voraussetzung für die Teilnahme

Investition und Finanzierung

Lehrinhalte

Im Finanzmanagement laufen alle Informationen zur finanziellen Führung eines Unternehmens zusammen. Zum Aufgabengebiet des Finanzmanagements gehören u.a. die Finanzierung über Bankenkredite und die Kapitalmärkte, die Beurteilung des Finanzbedarfs (Finanzplanung) sowie die Begrenzung finanzieller Risiken durch den Einsatz von Finanztermingeschäften. Vor diesem Hintergrund werden die folgenden Lehrinhalte vermittelt: Darlehen von Banken, Anleihenfinanzierung, Analyse des Finanzbedarfs, Wirtschaftlichkeitsanalyse, Rating, Finanztermingeschäfte (Forward Rate Agreements, Financial Futures, Optionen, Swaps, Devisentermingeschäfte).

Kompetenzziele

Die Studierenden können den dynamischen Effektivzins von Darlehen und von Anleihen bestimmen und ausgewählte Anleihevarianten darstellen und beurteilen. Weiterhin sind sie in der Lage, den Finanzbedarf eines Unternehmens und die Wirtschaftlichkeit eines Projektes mit Hilfe des Vollständigen Finanzplans zu bestimmen. Sie können die wesentlichen Aspekte des Ratings erläutern. Im Bereich der Finanztermingeschäfte können die Studierenden die Funktionsweise und Einsatzmotive von Forward Rate Agreements, Financial Futures, Aktien- und Zinsoptionen, Swapgeschäften und Devisentermingeschäften darstellen und entsprechende Berechnungen durchführen. Über diesen rein fachlichen Bezug verbessern die Studierenden allgemein die Analysefähigkeit und das abstrakte Denken, indem sie Modelle zur Analyse und Bewertung anwenden.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Vorlesung mit Übungsaufgaben

Literatur

Bruns, C./Meyer-Bullerdiek, F. (2020): Professionelles Portfoliomanagement, 6. Aufl.

Perridon, L./Steiner, M. (2017): Finanzwirtschaft der Unternehmung, 17. Aufl.

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf / in anderen Studiengängen
Prof. Dr. F. Meyer-Bullerdiek	deutsch	Bachelorthesis Das Modul bildet zusammen mit dem Modul „Aktien- und Anleihenanalyse“ die Vertiefungsrichtung Finanzwirtschaft . Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt (im Studiengang BWL nur, wenn zwei Vertiefungsrichtungen bereits abgeleistet sind).

Alternativ kann das englischsprachige Wahlpflichtfach „International Finance“ belegt und beim Prüfungsausschuss als Vertiefungsfach anerkannt werden (Formular W2).


Modul: Aktien- und Anleihenanalyse

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
5	ein Semester/ semesterweise	Vertiefungs- fach	180 h, davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. M. Spiwoks

Voraussetzung für die Teilnahme

Finanz- und Rechnungswesen
Unternehmenssteuerung

Lehrinhalte

Es werden die bedeutendsten Aspekte der Wertpapieranalyse betrachtet:

1. Bedeutung der Aktien- und Anleihenanalyse im Rahmen des Bankgeschäftes
2. Zusammenhang von Kurs und Rendite im Rahmen der Anleihenanalyse
3. Restlaufzeit, Währung, Bonität, Liquidierbarkeit, Kupon und weitere Eigenschaften von Anleihen
4. Berechnung und Interpretation der Duration und der Modified Duration
5. Berücksichtigung der Restlaufzeitverkürzung (Riding the Yield Curve)
6. Chancen und Risiken der Immunisierungsstrategie
7. Einflussfaktoren auf die Zinsentwicklung
8. Einflussfaktoren auf die Aktienkursentwicklung
9. Fundamentale Ansätze der Finanzmarktprognose (u.a. Szenarienanalyse, Regressionsmodelle)
10. Technische Ansätze der Finanzmarktprognose (u.a. Formationen, gleitende Durchschnitte)
11. Neuere Prognoseansätze (u.a. Behavioral Finance, Kapitalmarktsimulationen)
12. Erfolgspotenzial von Finanzmarktprognosen (Stand der empirischen Forschung)
13. Rationales Herdenverhalten von Finanzanalysten (u.a. Reputational Herding, Investigative Herding, Informational Cascades)

Kompetenzziele

Die Studierenden lernen alle gängigen Ansätze der Finanzmarktprognose kennen. Sie sind in der Lage, die Ansätze zu verstehen, anzuwenden, einzuordnen und kritisch zu hinterfragen. Sie erkennen die erhebliche praktische Bedeutung der Finanzmarktanalyse für den Investmentprozess und können den weiteren Forschungsbedarf in diesem Bereich abschätzen.

Insbesondere die Einbeziehung aktueller Forschungsergebnisse fördert die Methodenkompetenzen, die Analysefähigkeiten, die Kreativität sowie das abstrakte und vernetzte Denken der Studierenden. Ferner wird die Handlungskompetenz gestärkt und die Medienkompetenz geschärft.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/-formen

Vorlesung mit integrierten Übungsanteilen

Es werden konkrete Arbeitsaufträge für das Zeitbudget des Selbststudiums erteilt. Diese umfassen vor allem ein begleitendes Studium der als relevant ausgewiesenen Literatur. Die Erledigung dieser vorlesungsbegleitenden Aufgaben wird durch entsprechende Aufgabenstellungen in der Klausur sichergestellt.

Literatur

Eller, R.: Festverzinsliche Wertpapiere, 2. Auflage, 1995

Spiwoks, M.: Bestimmungsgründe der Kapitalmarktzinsentwicklung, Baden-Baden 1993

Bruns, C./Meyer-Bullerdiek, F.: Professionelles Portfoliomanagement, 5. Auflage, 2013

Steiner, M./Bruns, C./Stöckl, S.: Wertpapiermanagement, 11. Auflage, 2017

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Prof. Dr. M. Spiwoks	deutsch	Bachelorthesis

Das Modul bildet zusammen mit dem Modul „Finanzmanagement“ die **Vertiefungsrichtung Finanzwirtschaft**.

Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt (im Studiengang BWL nur, wenn zwei Vertiefungsrichtungen bereits abgeleistet sind).

Alternativ kann das englischsprachige Wahlpflichtfach „Investment Management“ belegt und beim Prüfungsausschuss als Vertiefungsfach anerkannt werden (Formular W2).


Modul: Grundlagen der Handelsbetriebslehre

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	180 h, davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.
Modulverantwortliche(r)			Voraussetzung für die Teilnahme		
Prof. Dr. J. Hurth			Absatz/Marketing		
Lehrinhalte					
Begriffe Handel Geschichte des Handels Rechtlicher Rahmen des Handels Struktur und Dynamik wichtiger Einzelhandelsbranchen Betriebstypen im Handel und Betriebstypenentwicklung Konzept der Unternehmenspolitik im Handel Grundstrukturpolitik im Handel Fallstudien					
Kompetenzziele					
Beim Handel geht es um die Beschaffung und den Absatz von Ware ohne dass diese wesentlich manipuliert (verändert) wird. Man kann Großhandel und Einzelhandel unterscheiden. Der stationäre Einzelhandel mit seinen Betriebstypen (Fachgeschäft, Warenhaus, Diskounter usw.) steht im Fokus der Veranstaltung. Die StudentInnen sollen Muster in den bestehenden Handelskonzeptionen erkennen und typologisieren können. Daraus abgeleitet lernen sie die Erfolgsaussichten neuer Entwicklungen zu extrapolieren. In mehreren Anwendungsaufgaben werden Informationen analysiert und evaluiert. Teilweise sollen neue Lösungen konstruiert werden.					
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen					
Vorlesung, Lehrgespräch, Fallstudien, Übungen, Kurzreferate regelmäßige Exkursionen, Gastreferenten					
Literatur					
Bormann, I./Hurth, J.: Hersteller- und Handelsmarketing, aktuelle Aufl., Herne. Liebmann, H.-P./Zentes, J.: Handelsmanagement, aktuelle Aufl., München.					
Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen			
Prof. Dr. J. Hurth	deutsch	Bachelorthesis Das Modul bildet zusammen mit dem Modul „Handelsmarketing und Handelsmanagement“ die Vertiefungsrichtung Handelsbetriebslehre . Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt (im Studiengang BWL nur, wenn zwei Vertiefungsrichtungen bereits abgeleistet sind).			


Modul: Handelsmarketing und Handelsmanagement

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
5	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	180 h, davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. J. Hurth

Voraussetzung für die Teilnahme

Absatz/Marketing
Grundlagen der Handelsbetriebslehre

Lehrinhalte

Sortimentspolitik
Preis- und Konditionenpolitik im Handel
Kommunikationspolitik im Handel
Informationspolitik im Handel
Controlling im Handel
Ausgewählte Aspekte zu Organisation und Führung im Handel
Aktuelle Entwicklungen

Kompetenzziele

In der Veranstaltung werden den StudentInnen - aufbauend auf den Grundlagen - Marketing- und Managementtätigkeiten im Handel erläutert. Ausgewählte Instrumente der Marketing- und Managementpolitik im Handel wie Sortimentsanalysen oder Kennzahlensysteme werden genutzt, um mögliche Lösungen für Entscheidungsprobleme zu demonstrieren. Beispielhafte Problemlösungen werden kritisch beurteilt, um Ansatzpunkte für Verbesserungen zu generieren.
Darüber hinaus können die StudentInnen in freiwilligen Referaten eigenständig ausgewählte Themenstellungen vertiefen und sich durch die Präsentation der Ergebnisse rhetorisch weiterentwickeln.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Vorlesung, Lehrgespräch, Fallstudien, Übungen
Regelmäßige Exkursionen, Gastreferenten

Literatur

Bormann, I./Hurth, J.: Hersteller- und Handelsmarketing, aktuelle Aufl., Herne.
Liebmann, H.-P./Zentes, J.: Handelsmanagement, aktuelle Aufl., München.

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Prof. Dr. J. Hurth	deutsch	Bachelorthesis Das Modul bildet zusammen mit dem Modul „Grundlagen der Handelsbetriebslehre“ die Vertiefungsrichtung Handelsbetriebslehre . Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt (im Studiengang BWL nur, wenn zwei Vertiefungsrichtungen bereits abgeleistet sind).


Modul: Intercultural Management

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	180 h davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Kumulationsprü- fung

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Mike Hoffmeister

Voraussetzung für die Teilnahme

Abschluss drittes Semester

Lehrinhalte

Meanings and Dimensions of Culture; Intercultural Communication; Stereotypes, Cross Cultural Leadership; Human Resource Development Across Culture, Happiness at Work – Value Based Management Across Cultures

Kompetenzziele

Die Studierenden werden interkulturell sensibilisiert und lernen die Komponenten für eine interkulturelle Kompetenz im internationalen Berufsumfeld kennen. Sie erkennen die Zusammenhänge unterschiedlicher Kulturdimensionen und -standards. Sie analysieren und beurteilen die Ursachen für interkulturell basierte Konflikte. Die Studierenden entwickeln Lösungsansätze zur Konfliktvermeidung bzw. -lösung. Anhand einer Fallstudie/Projektes wenden Sie dabei die erlernten Kenntnisse in praktischen Übungen umgesetzt. Hierbei erfahren die Studierenden gruppensdynamische, interkulturelle Prozesse, die für internationale Tätigkeiten von besonderer Bedeutung sind. Die Studierenden sind in der Lage, auf dem internationalen Markt professionell zu agieren.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

- Vorlesung und Workshop mit integrierten Übungsteilen.
- Gruppenarbeiten und Diskussionen
- Videoanalysen und Simulationsübungen
- Öffentliche Präsentation der Arbeitsergebnisse (Intercultural Dialogue)
- Das Modul wird als Blockveranstaltungen durchgeführt; Seminarsprache ist Englisch
- Kick-off ist das interkulturelle Wochenende am Anfang des Semesters

Literatur

- Frey, B. Osterloh, M., Successful Management by Motivation, Berlin, aktuelle Auflage
- Nierenberg, J., Ross, I., Negotiate for Success, San Francisco, aktuelle Auflage
- Bjerke, B., Business Leadership and Culture, Cheltenham, aktuelle Auflage
- Keegan, W., Global Marketing, Essex, aktuelle Auflage
- Luthans, F.; Doh, J., International Management: Culture, Strategy and Behavior, Boston, aktuelle Auflage
- Hofstede, G: Cultures and Organisations, New York; aktuelle Auflage
- Hofstede, G., J., Pedersen, P. B.; Hofstede, G., Exploring Culture; aktuelle Auflage
- Trompenaars, F., Hampden-Tuner, C., Riding the Waves of Culture, London, Boston, aktuelle Auflage
- Trompenaars, F., Hampden-Tuner, C.: Building Cross-Cultural Competence, London, Boston, aktuelle Auflage
- Dignen, B. Communicating Across Cultures, Cambridge, aktuelle Auflage
- Ting-Toomey, S., Dorjee, T., Communicating Across Cultures, New York, aktuelle Auflage
-

Dozent(in)

Prof. Dr. M. Hoffmeister

Unterrichtssprache

englisch

Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen

Bachelorthesis

Das Modul bildet zusammen mit dem Modul „International Sales Management“ die **Vertiefungsrichtung International Management**.

Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt (im Studiengang BWL nur, wenn zwei Vertiefungsrichtungen bereits abgeleistet sind).


Modul: International Sales Management

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
5	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	180 h davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Kumulationsprü- fung

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. M. Hoffmeister

Voraussetzung für die Teilnahme

erfolgreicher Abschluss des vierten Semesters

Lehrinhalte

International Sales Force Management, International Business Behaviour, International Negotiation and Presentation Skills, International Sales and Service Strategies

Kompetenzziele

Das Vertiefungsfach vermittelt den Studierenden Fertigkeiten im Umgang mit unterschiedlichen Präsentationstechniken im internationalen Umfeld vermittelt. Darüber hinaus lernen die Studierenden verschiedene Vertriebs- und Verkaufsmethoden aus ausgewählten Kulturkreisen kennen. Sie analysieren die Wertemuster dieser Kulturkreise auf Basis von Kulturstandards/-dimensionen und leiten daraus die Implikationen für ein erfolgreiches Vertriebsmanagement ab. Zudem analysieren die Studierenden die Erfolgsfaktoren für das internationale Verkaufsmanagement und wenden diese in Übungen an. Im Rahmen einer Fallstudie werden die erlernten Inhalte vertieft, Zusammenhänge erkannt und Lösungsstrategien abgeleitet. Die Studierenden sind in der Lage, sich situativ angemessen in unterschiedlichen internationalen Berufssituationen professionell erfolgreich zu verhalten.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/-formen

- Vorlesung und Workshop mit integrierten Übungsteilen.
- Gruppenarbeiten und Diskussionen
- Videoanalysen und Simulationsübungen
- Das Modul wird als Blockveranstaltungen durchgeführt; Seminarsprache ist Englisch

Literatur

- Homburg, C., Schäfer, H., Schneider, J., Sales Excellence: Systematic Sales Management, Heidelberg, New York, aktuelle Ausgabe
- Johnston, M.W., Sales Force Management, New York, aktuelle Ausgabe
- Matthews, B., Sales Enablement, Hoboken, aktuelle Ausgabe
- Johnston, M.W., Sales Force Management: Leadership, Innovation, Technology, New York, aktuelle Ausgabe
- Ingram, T. N., LaForge, R. W., Avial, R. A., Sales Management: Analysis and Decision Making, Exeter, aktuelle Ausgabe
- Harvard Business Review on Winning Negotiations (Harvard Business Review Paperback Series) Boston, aktuelle Ausgabe
- Fisher, R., Ury, W. L., Getting to Yes, Boston, aktuelle Ausgabe
- Jobber, D., Lancaster, G., Selling and Sales Management, London; aktuelle Auflage
- Spiro, Rosann; Stanton, William; Rich, Gregory: Management of a Sales Force, Boston; aktuelle Auflage
- Frey, B. Osterloh, M., Successful Management by Motivation, Berlin, aktuelle Auflage
- Nierenberg, J., Ross, I., Negotiate for Success, San Francisco, aktuelle Auflage
- Bjerke, B., Business Leadership and Culture, Cheltenham, aktuelle Auflage
- Keegan, W., Global Marketing, Essex, aktuelle Auflage
- Luthans, F.; Doh, J., International Management: Culture, Strategy and Behavior, Boston, aktuelle Auflage

- Hofstede, G: Cultures and Organisations, New York; aktuelle Auflage
- Hofstede, G., J., Pedersen, P. B.; Hofstede, G., Exploring Culture; aktuelle Auflage
- Trompenaars, F., Hampden-Tuner, C., Riding the Waves of Culture, London, Boston, aktuelle Auflage
- Trompenaars, F., Hampden-Tuner, C.: Building Cross-Cultural Competence, London, Boston, aktuelle Auflage
- Dignen, B. Communicating Across Cultures, Cambridge, aktuelle Auflage
- Ting-Toomey, S., Dorjee, T., Communicating Across Cultures, New York, aktuelle Auflage

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Prof. Dr. M. Hoffmeister	englisch	Bachelorthesis Das Modul bildet zusammen mit dem Modul „Intercultural Management“ die Vertiefungsrichtung International Management. Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt (im Studiengang BWL nur, wenn zwei Vertiefungsrichtungen bereits abgeleistet sind).

Modul: Mobilenleasing I					
Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	180 h davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.
Modulverantwortliche(r)			Voraussetzung für die Teilnahme		
Dipl.-Kfm. T. Volkmann					
Lehrinhalte					
Leasingbegriff Mobilenleasingmarkt in Deutschland Arten von Leasingverhältnissen Wirtschaftliche Zurechnung von Leasingobjekten Kalkulation von Leasingverträgen Vergleich von Leasing- und Kreditfinanzierung Refinanzierung von Leasingverträgen Jahresabschluss von Leasinggesellschaften					
Kompetenzziele					
Die Studierenden sind fähig, den Mobilenleasingmarkt in Deutschland zu beschreiben. Sie sind sicher im Umgang mit grundlegenden Leasingbegriffen sowie typischen Leasingvarianten und können diese systematisch erläutern. Sie kennen das Problem der wirtschaftlichen Zurechnung und können dieses situationsangemessen lösen. Die Studierenden sind in der Lage, selbstständig Leasingratenkalkulationen durchzuführen. Sie können einen quantitativen Vergleich der Alternativen Leasing und Kreditkauf durchführen und eine Entscheidung zwischen diesen unter Berücksichtigung weiterer qualitativer Aspekte treffen. Die Studierenden kennen die Refinanzierungsmöglichkeiten von Leasinggesellschaften und können diese kritisch beurteilen. Sie sind in der Lage, Besonderheiten im Jahresabschluss einer Leasinggesellschaft zu erklären.					
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen					
Vorlesung mit integrierten Übungen, Exkursion mit Gastvorträgen					
Literatur					
Beigler, M.: Analyse der Vorteilhaftigkeit zwischen Leasing und kreditfinanziertem Kauf, 2012. Tonner, N.: Leasing im Steuerrecht, 6. Aufl., 2014. Perridon, L./ Steiner, M./ Rathgeber, A.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, 17. Aufl., 2017. Peters, B./ Schmid-Burgk, K.: Das Leasinggeschäft, 4. Aufl., 2017. Westphalen, F. von (Hrsg.): Der Leasingvertrag, 7. Aufl., 2015					
Dozent(in)	Unterrichtssprache		Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen		
Dipl.-Kfm. T. Volkmann	deutsch		Bachelorthesis Das Modul bildet zusammen mit dem Modul „Mobilenleasing II“ die Vertiefungsrichtung Leasing . Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt (im Studiengang BWL nur, wenn zwei Vertiefungsrichtungen bereits abgeleistet sind).		


Modul: Mobilenleasing II

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
5	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	180 h davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Hausarbeit

Modulverantwortliche(r)

Dipl.-Kfm. T. Volkmann

Voraussetzung für die Teilnahme
Lehrinhalte

Risikomanagement und Risikocontrolling in Leasinggesellschaften
Entscheidung zwischen Leasing und Kauf als Investitions- und Finanzierungsproblem unter Unsicherheit
Leasing in volkswirtschaftlichen Modellen
Leasing im internationalen Kontext

Kompetenzziele

Die Studierenden erwerben vertiefte Kenntnisse im Risikomanagement und Risikocontrolling von Leasinggesellschaften. Sie können einen quantitativen Vergleich zwischen Leasen und Kaufen bei unsicheren Parametern durchführen und eine Entscheidung für eine Alternative in dieser Situation begründen. Die Studierenden sind in der Lage, ausgewählte Probleme modelltheoretisch darzustellen. Sie kennen die wichtigsten internationalen Leasingmärkte und deren wesentlichen Merkmale.

Die vertiefte Auseinandersetzung mit einem der genannten Themen in einer zu erstellenden Hausarbeit erhöht die selbständige wissenschaftliche Arbeitsweise. Die Besprechung des Fortschritts und der gewonnenen Erkenntnisse während der Anfertigung steigert die Kooperations- und Kommunikationsfähigkeit der Studierenden.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Vorlesung mit Aufträgen zum Selbststudium, Seminar, Gastvorträge

Literatur

Colbe, W./ Laßmann, G./ Witte, F.: Investitionstheorie und Investitionsrechnung, 4. Aufl., 2015.
Glaser, C.: Risikomanagement im Leasing, 2018.
Nemet, M.: Risikomanagement von Leasinggesellschaften, 2010.
o. V.: World leasing yearbook, 2018
Perridon, L./ Steiner, M./ Rathgeber, A.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, 17. Aufl., 2017.
Sailer, U.: Ökonomie des Herstellerleasing, 1997.
Töpfer, A.: Erfolgreich Forschen, 3. Aufl., 2012.
Winter, Jens: Leasing aus institutionenökonomischer Sicht, 2011.

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Dipl.-Kfm. T. Volkmann	deutsch	Bachelorthesis Das Modul bildet zusammen mit dem Modul „Mobilenleasing I“ die Vertiefungsrichtung Leasing . Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt (im Studiengang BWL nur, wenn zwei Vertiefungsrichtungen bereits abgeleistet sind).


Modul: Kernkompetenzen in KMU

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4	ein Semester/ semesterweise	Vertiefungs- fach	180 h, davon 60 h Kontaktstudium, 120 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. A. Helpup

Voraussetzung für die Teilnahme
Lehrinhalte

Grundlagen: Geschichte des Managements; Rollen von Managern; Existenzgründungen; Besonderheiten von KMU; komplexe Situationen; Systemtheorie.

Zielkompetenz: Ziele finden; Wo stehen wir? Wo wollen wir hin?

Kundenkompetenz: Kundennutzen und -zufriedenheit; Konkurrenten.

Entscheidungskompetenz: Entscheidungsprozess; Alternativensuche; Denkfehler.

Ordnungskompetenz: Macht / Kontrolle; Wechselspiel zwischen Zentralisation und Dezentralisation; strukturelle/prozessuale Ordnung.

Veränderungskompetenz: Wandel / Innovation; Widerstände; Unternehmenskultur.

Umsetzungskompetenz: Kontrolle; Kennzahlen; BSC; Netzwerktechnik, Papiercomputer; System Dynamics; Strategie-Mapping.

Kompetenz der Beweglichkeit: Energie-Konzept; Meltemi-Konzept; Beratung; kommunikative Ordnung/ Un-Ordnung.

Kompetenzziele

Die Studierenden können die spezifischen Managementbelange von KMU erläutern. Sie sind in der Lage, ihr erworbenes Managementwissen auf die Problemstellungen von kleinen und mittleren Unternehmen anzuwenden und alternative Lösungen zu beurteilen. In diesem Fach werden die Studierenden darauf vorbereitet ihre Motivation, ihre Flexibilität, ihre Ausdauer und ihre Lernbereitschaft für den zukünftigen Praxis-einstieg zu erhöhen.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Interaktive Vorlesung: Fallstudien, Praxisbeispiele, freiwillige Kurzreferate mit Vergabe von Zusatzpunkten für die Klausur

Literatur

Bleis, C.; Helpup, A: The Manager's Job – Management – Die Kernkompetenzen, Vahlen Verlag, 2. Aufl., 2016. ISBN: 978-3800651368 (Pflichtlektüre)

Malik, F.: Führen, Leisten, Leben, Frankfurt a. M., 2014.

Pelz, B.; Mahlmann, R.: Erfolgsplanung KMU, Wiesbaden, 2015.

Schreyögg, G.; Koch, J.: Grundlagen des Managements; Wiesbaden, 3., überarb. u. erw. Aufl., 2014.

Vohle, H. J.: Balanced Scorecard im Mittelstand, Hamburg, 2015.

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Prof. Dr. A. Helpup	deutsch	Bachelorthesis Das Modul bildet zusammen mit dem Modul „Führungs- und Interaktionskompetenz in KMU“ die Vertiefungsrichtung Management in KMU . Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt (im Studiengang BWL nur, wenn zwei Vertiefungsrichtungen bereits abgeleistet sind).


Modul: Führungs- und Interaktionskompetenz in KMU

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
5	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	180 h, davon 60 h Kontaktstudium, 120 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. A. Helpup

Voraussetzung für die Teilnahme

Kernkompetenzen in KMU

Lehrinhalte

Ich-Ich-Kompetenz: emotionale Intelligenz; Leistungsumsetzung; Selbstreflexion; Zeitmanagement.

Ich-Du-Kompetenz: interaktive Kompetenz; Transaktionale Analyse; Empfänger / Sender; Verhandlungsführung; Mitarbeitergespräche und -motivation.

Ich-Wir-Kompetenz: Mitarbeiter- / Teamführung; Sitzungen; Konflikte.

Kompetenzziele

Die Studierenden reflektieren ihr eigenes Kommunikations- und Interaktionsverhalten kritisch anhand von Selbst Checks, mithilfe eines schriftlichen Selbstcoachingprozesses und Partnerübungen. Sie sind in der Lage, ihr erworbenes Wissen auf die Problemstellungen im Berufsalltag anzuwenden und situationsgerecht zu reagieren. In diesem Fach steht die Vermittlung von Sozialkompetenz im Vordergrund. Es werden Kenntnisse, Fertigkeiten und Fähigkeiten geschult, welche die Studierenden dazu befähigen, in den Beziehungen zu Menschen situationsadäquat zu handeln. Die Kommunikations-, Kooperations- und Konfliktfähigkeit der Teilnehmer wird erhöht.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Seminaristischer Stil, Selbst Checks, Partnerübungen, freiwillige Kurzreferate mit Vergabe von Zusatzpunkten für die Klausur

Literatur

Bleis, C.; Helpup, A: The Manager's Job – Management – Die Kernkompetenzen, Oldenbourg Verlag, 2. Aufl., 2016. ISBN: 978-3800651368 (Pflichtlektüre)

Covey, S.: Die sieben Wege zur Effektivität, 51. Überarbeitete Aufl., 2018.

Csikszentmihalyi, M.: Flow, 3.Aufl., 2017.

Fisher, R.; Ury, W.; Patton, B. Das Harvard Konzept, 2018.

Kälin, K; Müri, P.: Sich und andere führen, 16. Aufl., 2015.

Malik, F.: Führen, Leisten, Leben, 2014.

Matsching, M.: Körpersprache; GU 2016.

Rosenstiel, L. v., Domsch, M., Regnet, E.: Führung von Mitarbeitern, 2014.

Rüttinger, R.; Kruppa, R.: Übungen zur Transaktionsanalyse; Windmühle 2016.

Schmidt, T.: Kommunikationstrainings erfolgreich leiten, managerSeminare Verlag, 2017.

Seiwert, L.: Wenn Du es eilig hast, gehe langsam, 2012.

Sprenger, R. K.: Das Prinzip Selbstverantwortung, 2015.

Watzlawick, P.; Beavin, J.: Menschliche Kommunikation, 2016.

Dozent(in) Unterrichtssprache Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen

Prof. Dr. A. Helpup

deutsch

Bachelorthesis

Das Modul bildet zusammen mit dem Modul „Kernkompetenzen in KMU“ die **Vertiefungsrichtung Management in KMU**.

Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt (im Studiengang BWL nur, wenn zwei Vertiefungsrichtungen bereits abgeleistet sind).


Modul: Marketing-Instrumente

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4	ein Semester/ semesterweise	Vertiefungs- fach	180 h, davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. A. Helpup

Voraussetzung für die Teilnahme

Absatz/Marketing
Marktforschung

Lehrinhalte

- Produktpolitik: Produktstrategien, Markenmanagement; Produktentwicklung; Neuromarketing
- Preispolitik: Preisbildung; Preisstrategien und -änderungenpolitik, Rabatte
- Kommunikationspolitik: Werbeprogramme; Verkaufsförderung; Public Relation; Sponsoring; Social Media Marketing; Online Marketing
- Distributionspolitik: Absatzwege und -organe; vertikale Marketingsysteme

Kompetenzziele

Die Veranstaltung schafft ein Verständnis für die Anwendungsmöglichkeiten der klassischen vier Marketing-Instrumente: Produktpolitik, Preispolitik, Kommunikationspolitik und Distributionspolitik. Die Studierenden sind in der Lage, aufbauend auf den Grundlagen des Marketing, das erworbene Wissen auf Problemstellungen der Marketingpraxis anzuwenden. Ein besonderer Wert wird dabei auf die Methodenkompetenz gelegt. Die im Unterricht vermittelten theoretischen Grundlagen werden im Rahmen der Präsentationen auf Praxisunternehmen übertragen. Hierbei wird die Analysefähigkeit und Kreativität der Studierenden geschult.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Vorlesung, Literaturstudium, Referate und Präsentationen/Kurzreferate als Klausurvorbereitung; Aufgaben und Übungen

Literatur

- Becker, J.: Marketing-Konzeption, 11. Aufl., München, 2018.
Bruhn, M.: Marketing: Grundlagen für Studium und Praxis, Wiesbaden, 13. aktual. Aufl., 2016.
Fritz, W.; Oelsnitz, D.: Marketing, Köln, 5. Auflage, 2018.
Godefroid, P.; Pförtsch, W.: Business-to-Business-Marketing, Herne, 5. aktual. Aufl., 2013.
Haller, S.: Handelsmarketing, Ludwigshafen, 4. Aufl., 2017.
Homburg, C.: Marketingmanagement, Wiesbaden, 6. überarb. u. erw. Aufl., 2016.
Kotler, P.; Armstrong, G.; Harris, L. C.; Piercy, N.: Grundlagen des Marketing, München, 2016.
Kotler, P.; Keller, K.; Opresnik, M. O.: Marketing-Management, Boston, 15. Aufl., 2017.
Kreutzer, R.: Praxisorientiertes Marketing; Wiesbaden, 2017.
Meffert, H.; Burmann, C.; Kirchgeorg, M.; Eisenbeiß, M.: Marketing., Wiesbaden, 2018.
Scharf, A.; Schubert, B.; Hehn, P.: Marketing, Stuttgart, 2015.

Dozent(in)

Prof. Dr. A. Helpup

Unterrichtssprache

deutsch

Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen

Bachelorthesis
Das Modul bildet zusammen mit dem Modul „Marketingplanung“ die **Vertiefungsrichtung Marketing**.
Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt (im Studiengang BWL nur, wenn zwei Vertiefungsrichtungen bereits abgeleistet sind).



Modul: Marketingplanung					
Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
5	ein Semester/ semesterweise	Vertiefungs- fach	180 h, davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.
Modulverantwortliche(r)			Voraussetzung für die Teilnahme		
Prof. Dr. I. Bormann			Marktforschung Marketing-Instrumente		
Lehrinhalte					
Planungsinstrumente, Marketing-Konzepte, Marketing-Planungsprozess, Marketing-Zielplanung, Marke- ting-Strategien, ausgewählte Aspekte des Internationalen Marketing					
Kompetenzziele					
Die Studierenden kennen alle gängigen Ansätze im Rahmen der strategischen Marketing-Planung. Sie sind in der Lage, das erworbene Wissen auf Problemstellungen der strategischen Marketing-Praxis anzuwen- den. Die Studierenden können dabei insbesondere die spezifischen Aspekte einer internationalen Ausrich- tung der Marketingaktivitäten einschätzen und in ihrer Planung berücksichtigen. Das Modul fördert ein problemorientiertes Denken und die selbständige Aufgabenbewältigung von marketingstrategischen Frage- stellungen.					
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen					
Vorlesung, Fallstudien					
Literatur					
Bormann, I.; Hurth, J.: Hersteller- und Handelsmarketing, Herne 2014. Homburg, Ch.: Marketingmanagement, 6. Aufl., Wiesbaden 2016.					
Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in ande- ren Studiengängen			
Prof. Dr. I. Bormann	deutsch	Bachelorthesis Das Modul bildet zusammen mit dem Modul „Marke- ting-Instrumente“ die Vertiefungsrichtung Marketing . Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt (im Studien- gang BWL nur, wenn zwei Vertiefungsrichtungen be- reits abgeleistet sind).			


Modul: Organisations- und Personalentwicklung

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	180 h, davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Teilnahmepflicht, Kumulationsprü- fung

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. M. Simon

Voraussetzung für die Teilnahme
Lehrinhalte

Die Studierenden erhalten zunächst einen allgemeinen Überblick über das breite Feld der Organisationspsychologie (Geschichte, Einordnung in die anwendungsorientierte Psychologie, Aufgaben, Forschungsfelder, Arbeitsfelder in der Praxis). Daneben werden einzelne Teildisziplinen in den Bereichen Organisations- und Personalentwicklung vertieft.

Kompetenzziele

Die Studierenden haben einen sicheren Umgang mit anwendungsorientierten Feldern der Organisations- und Personalentwicklung mit Fokus auf Themen wie:

- Einführung und Überblick Organisationspsychologie,
- Organisationsdiagnose,
- Organisationsentwicklung und -beratung,
- Kompetenzmanagement,
- Beurteilung und Messung von Leistung und Potenzial,
- Gruppendynamik und gruppenorientierte Interventionstechniken,
- Teams und ihre Entwicklung.
-

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Interaktive Vorlesung, Fallstudien, Praxisbeispiele, Referate, Übungen

Literatur

Nerdinger, F.W. & Blickle, G. (2014). Arbeits- und Organisationspsychologie. Springer
 Kauffeld, S. (2014). Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor. Springer
 Kanning, U.P. & Staufenhiehl, T. (2011). Organisationspsychologie (Bachelorstudium Psychologie). Hogrefe
 Schuler, H. & Moser, K. (2013). Lehrbuch Organisationspsychologie. Huber
 Elbe, M. (2016). Sozialpsychologie der Organisation. Springer

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Prof. Dr. M. Simon	deutsch	Bachelorthesis Das Modul bildet zusammen mit dem Modul „Arbeitsgestaltung und Innovationsmethoden“ die Vertiefungsrichtung Organisationspsychologie . Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt (im Studiengang BWL nur, wenn zwei Vertiefungsrichtungen bereits abgeleistet sind).


Modul: Arbeitsgestaltung und Innovationsmethoden

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
5	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	180 h, davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Teilnahmepflicht, Kumulationsprü- fung

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. M. Simon

Voraussetzung für die Teilnahme

Grundlagen der BWL

Lehrinhalte

Die Studierenden erhalten zunächst einen allgemeinen Überblick über die aktuellen Herausforderungen der digitalen Transformation. Hierbei geht es einerseits um die strategische Ausrichtung bei der Entwicklung und den Einsatz neuer Technologien. Daneben geht es aber auch vor allem um die Frage welche Auswirkungen die all damit verbundenen Veränderungen auf die zukünftige Gestaltung von Arbeit haben. Im Einzelnen wird behandelt:

- Einführung Arbeit 4.0
- Generationenmanagement
- Agile Methoden (Design Thinking, SCRUM, Holocracy)
- Agile Führung
- Management von Innovationen
- Arbeitsplatz der Zukunft und moderne Bürokonzepte
- Mobiles und vernetztes Arbeiten
- Purpose – Die Rolle von Sinnstiftung in der Arbeit
- Rolle von Gesundheitsmanagement in modernen Unternehmen

Kompetenzziele

Die Studierenden beherrschen die wichtigsten Grundbegriffe aus den Bereichen Arbeitsgestaltung und Innovationsmethoden. Sie haben ein grundlegendes Verständnis entwickelt für die Rolle und Bedeutung des Faktors Mensch in betriebswirtschaftlichen Prozessen und Abläufen. Die Studierenden können vor allem den Bezug und die Relevanz dieser wichtigen Thematik in den Kontext der unternehmerischen Praxis übertragen und anwenden. Die Veranstaltung zielt neben der Wissensvermittlung vornehmlich darauf ab, die Methodenkompetenz zu erweitern. Die Analysefähigkeit, das abstrakte und vernetzte Denken wird gefördert.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Interaktive und in weiten Teilen seminaristisch gestaltete Vorlesung mit Fallstudien, Praxisbeispielen, Referaten und Übungen

Literatur

Anderson, K. & Uhlig, J. (2015). Das agile Unternehmen. Wie sich Organisationen neu erfinden. Campus
Hackl, B. et al. (2017). New Work: Auf dem Weg zur neuen Arbeitswelt. Management-Impulse, Praxisbeispiele, Studien. Springer
Moran, A. (2015). Managing Agile. Strategy, Implementation, Organization and People. Springer
Redmann, B. (2017). Agiles Arbeiten im Unternehmen. Rechtliche Rahmenbedingungen und gesetzliche Anforderungen. Haufe
Rump, J. & Eilers, S. (2017). Auf dem Weg zur Arbeit 4.0. Innovationen in HR. Springer
Scherber, S. & Lang, M. (2015). Agile Führung. Vom agilen Projekt zum agilen Unternehmen. Symposium
Wetzel, D. (2015). Arbeit 4.0. Was Beschäftigte und Unternehmen ändern müssen. Herder

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Prof. Dr. M. Simon	deutsch	Bachelorthesis

Das Modul bildet zusammen mit dem Modul „Organisations- und Personalentwicklung“ die **Vertiefungsrichtung Organisationspsychologie**.

Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt (im Studiengang BWL nur, wenn zwei Vertiefungsrichtungen bereits abgeleistet sind).


Modul: Einzelfragen der Unternehmensbesteuerung

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	180 h, davon 60 h Kontaktstudium 120 h Selbststudium	6	Klausur 90 Min.
Modulverantwortliche(r)			Voraussetzung für die Teilnahme		
Dipl.-Ök. H. Palapiyik, M.A.			Unternehmenssteuerung II		
Lehrinhalte					
1. Einleitung					
2. Besteuerung von Unternehmen					
2.1 Einkommensteuer					
2.2 Körperschaftsteuer					
2.3 Gewerbesteuer					
2.4 Steuerliche Behandlung einzelner Rechtsformen					
3. Rechtsformvergleich unter steuerlichen Aspekten					
4. Rechtsformwahl und Rechtsformwechsel					
5. Umwandlung					
Kompetenzziele					
Die Studierenden haben vertiefte Kenntnisse über die Ertragssteuerarten und die Besteuerung einzelner Rechtsformen und sind in der Lage Steuerbelastungsvergleiche anzustellen und einfache Steueroptimierungsmöglichkeiten zu identifizieren. Des Weiteren haben Sie Kenntnisse über die zivil- und steuerrechtlichen Möglichkeiten der Umwandlung und sind in der Lage grundlegende steuerliche Sachverhalte aus diesem Bereich mit Hilfe dieser Kenntnisse zu lösen.					
Durch die Bearbeitung von Sachverhalten in kleinen Gruppen wird die Selbständigkeit, die Kommunikations- und Kooperationsfähigkeit sowie die Analysefähigkeit in Bezug auf fachliche Fragen gestärkt. Die Verknüpfung von zivil- und steuerrechtlichen Fragestellungen fördert das Denken in Zusammenhängen.					
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen					
Interaktive Vorlesung mit integrierten Übungsteilen					
Literatur					
Brähler, G.: Umwandlungssteuerrecht					
Kraft, C.: Grundlagen der Unternehmensbesteuerung					
Jacobs, O. H.: Unternehmensbesteuerung und Rechtsformwahl					
einschlägige Gesetzes- und Richtlinien-texte					
- jeweils in aktueller Auflage/Rechtslage -					
Dozent(in)		Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen		
Dipl.-Ök. H. Palapiyik, M.A.		deutsch	Bachelorthesis		
			Das Modul bildet zusammen mit dem Modul „Substanz- und Verkehrssteuern“ die Vertiefungsrichtung Steuerlehre .		
			Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt (im Studiengang BWL nur, wenn zwei Vertiefungsrichtungen bereits abgeleistet sind).		


Modul: Substanz- und Verkehrsteuern

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
5	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	180 h, davon 60 h Kontaktstudium 130 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. M. Rutemöller

Voraussetzung für die Teilnahme

keine

Lehrinhalte

1. Bewertungsrecht [Allgemeine Bewertungsregeln, allgemeine Bewertungsmaßstäbe (gemeiner Wert, abgeleitete Werte), Bewertung von Grundvermögen (unbebaute, bebaute Grundstück, Vergleichswert-, Ertragswert-, Sachwertverfahren) Bewertung von Betriebsvermögen (vereinfachtes Ertragswertverfahren, Besonderheiten bei Personengesellschaften)]
2. Grundsteuer
3. Erbrecht des BGB [gesetzliche Erbfolge, gewillkürte Erbfolge (Testament, Erbvertrag, Annahme/Ausschlagung der Erbschaft, Pflichtteil, Erbunwürdigkeit)]
4. Erbschaft- und Schenkungsteuer [Persönliche und sachliche Steuerpflicht, steuerpflichtiger Erwerb (Privatvermögen, Steuerbefreiungen, Freibeträge; Betriebsvermögen, begünstigtes Vermögen, Verwaltungsvermögen, Familiengesellschaften, Verschonungsregeln für Unternehmen untersch. Größe), Erbschaftsteuertarif, Festsetzung und Entrichtung der Erbschaftsteuer, Gestaltungsmöglichkeiten]
5. Umsatzsteuer [Einführung (Umsatzsteuersystem, Besteuerungsverfahren, Kleinunternehmer), Steuerbarkeit (Tatbestandsmerkmale steuerbarer Umsätze), Lieferungen und sonstige Leistungen (Begriff, Einheitlichkeit der Leistung, Werklieferungen und -leistungen, Tatbestandsmerkmale, Ort), unentgeltliche LuL, Einfuhr aus dem Drittlandsgebiet, innergemeinschaftlicher Erwerb (USt-ID, i. E. gegen Entgelt, Verbringen, Halbunternehmer, neue Fahrzeuge, Ort des i. E., Reihengeschäfte), Steuerbefreiungen, Bemessungsgrundlage, Steuersätze, Vorsteuerabzug, Rechnungen Aufzeichnungspflichten].

Kompetenzziele

Die Studierenden

- kennen die Grundlagen der behandelten Rechts- und Steuergebiete und können diese Kenntnisse in Dialogen anwenden,
- sind in der Lage ihre Kenntnisse auf einfache steuerliche Sachverhalte selbstständig anzuwenden,
- können die steuerlichen Auswirkungen grundlegender betriebswirtschaftlicher Entscheidungen analysieren und bewerten,
- können Empfehlungen zu steuerlichen Gestaltungsmöglichkeiten geben.

Durch die Bearbeitung von Sachverhalten in kleinen Gruppen stärken die Studierenden ihre Kommunikations- und Kooperationsfähigkeit. Die Bereitstellung von vorlesungsbegleitenden Übungsaufgaben fördert die Selbständigkeit und Selbstverantwortung für den Lernprozess.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/-formen

Vorlesung mit integrierten Übungsanteilen; Gruppenarbeit; Selbstlerneinheiten zum Bonuspunkterwerb

Literatur

Birk, D.; Desens, M.; Tappe, H.: Steuerrecht, 20. Aufl., 2017; Bornhofen, M. und M. C.: Steuerlehre 1 und 2, Rechtslage 2018, 2019; Grootens, M.; Koltermann, J.; Lehr- und Trainingsbuch Bewertung und Erbschaftsteuer, 9. Aufl., 2017; Haas, R.; Heil, M.: Erbrecht, Erbschaftsteuer, Schenkungsteuer, 4. Aufl., 2017; Horschitz, H.; Groß, W. u. a.: Erbschaft- und Schenkungsteuer, Bewertungsrecht, 19. Aufl., 2016; Horschitz, H.; Groß, W.; Schnur, P.: Bewertungsrecht, 14. Aufl., 2016; Stüsgen, J.: Steuerlehre 2018, 45. Aufl., 2018;

Weinmann, N.; Revenstorff, H. u. a.: Erbschaft- und Schenkungsteuerrecht, 4. Auflage, 2017; Walkenhorst, Bolk, Nieskens: Fallsammlung Umsatzsteuer, 20. Aufl., 2018; Umsatzsteuerrecht visualisiert: 2. Aufl., 2017
BewG, BGB, GrStG, ErbStG, UStG, Steuerrichtlinien

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Dipl.-Kff. C. Kunst	deutsch	Bachelorthesis, Schwerpunkt Steuerlehre, WPF

Modul: Strategische Unternehmensplanung und Organisation					
Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	180 h, davon 60 h Kontaktstudium, 120 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.
Modulverantwortliche(r)			Voraussetzung für die Teilnahme		
Dipl.-Kfm. G. Zeranski			Unternehmenssteuerung		
Lehrinhalte					
- Strategische Planung als Unternehmensfunktion - Strategische Planungsinstrumente, wie SWOT-Analysen, Portfolio-Technik, Scoring-Modelle, Szenario-Technik, PIMS-Studien - Neuere Organisationsformen, wie agile Organisation, virtuelle Organisationsformen, Teamvermaschungsmodelle - CSR und nachhaltige Strategiekonzepte					
Kompetenzziele					
Die Studierenden erkennen die Komplexität der Strategischen Planung in einem Unternehmen und können geeignete Planungsinstrumente einsetzen. Die Studierenden können eigenständig gegebene Planungsinstrumente weiterentwickeln und sind in der Lage, aus einem Strategiebündel adäquate Strategien auszuwählen. Darüber hinaus erkennen die Studierenden, wie bei der Auswahl von Strategien und Maßnahmen Techniken der subjektiven Verhaltensbeeinflussung den Umsetzungserfolg verbessern.					
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen					
Vorlesung mit ausgedehnten Übungsanteilen wie, Gruppenübungen, Bearbeitung von Fallbeispielen, Präsentation von Referaten					
Literatur					
Bea/Haas: Strategisches Management, 6. Aufl., Stuttgart, Jena 2012 Bloech, J./Götze, U./Huch, B./Lücke, W./Rudolph, F.: Strategische Planung, Instrumente, Vorgehensweise und Informationssysteme, Heidelberg 1994 Bühner, R.: Betriebswirtschaftliche Organisationslehre, 10. Aufl., München 2004 Hammer, R. M.: Unternehmensplanung, 9. Aufl., Berlin, München, Boston 2015 Kreikebaum, H., Gilbert, U., Behnam, M.: Strategische Unternehmensplanung, 7. Aufl., Stuttgart 2011 Steinmann, H., Schreyögg, G.: Management, 7. Aufl., Wiesbaden 2013 Staehle, H.W., Conrad, P., Sydow, J.: Management, 8. Aufl., München 1999 North, K.: Wissensorientierte Unternehmensführung, 6. Aufl., Wiesbaden 2016					
Dozent(in)	Unterrichtssprache		Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen		
Dipl.-Kfm. G. Zeranski	deutsch		Bachelorthesis Das Modul bildet zusammen mit dem Modul „Personalmanagement“ die Vertiefungsrichtung Unternehmensführung . Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt (im Studiengang BWL nur, wenn zwei Vertiefungsrichtungen bereits abgeleistet sind).		


Modul: Personalmanagement

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
5	ein Semester/ semesterweise	Vertiefungs- fach	180 h, davon 60 h Kontaktstudium, 120 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.
Teil-Modulverantwortliche(r)			Voraussetzung für die Teilnahme		
Prof. Dr. M. Simon			Unternehmenssteuerung		

Lehrinhalte

Es werden die Aufgaben, Rollen und Inhalte der Managementfunktionen ‚Personalwirtschaft‘, und ‚Personalführung‘, insbesondere aus der Perspektive von Entscheidungsträgern vertieft. Im Einzelnen werden dabei folgende Themen erörtert:

1. Grundlagen der Personalwirtschaft
 - 1.1 Begriffe und Gegenstand der Personalwirtschaft
 - 1.2 Ziele der Personalwirtschaft
 - 1.3 Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Beziehungen
 - 1.4 Personalwirtschaftliche Ansätze
2. Funktionen der Personalwirtschaft
 - 2.1 Personalbeschaffung
 - 2.2 Personaleinsatz
 - 2.3 Personalbeurteilung
 - 2.4 Personalentwicklung
 - 2.5 Personalcontrolling
 - 2.6 Entgelt
 - 2.7 Personalführung
 - 2.8 Personalfreisetzung
3. Entwicklungstendenzen in der Personalwirtschaft
 - 3.1 Aktuelle Megatrends und ihr Einfluss auf die Personalwirtschaft

Kompetenzziele

Die Studierenden beherrschen die wichtigsten Grundbegriffe aus dem Bereich Personalmanagement. Dabei können Sie den Stellenwert der einzelnen Thematiken im Kontext der Unternehmenssteuerung einordnen und sicher anwenden. Die Studierenden können vor allem den Bezug und die Relevanz dieser wichtigen Thematik in den Kontext der unternehmerischen Praxis übertragen und anwenden. Die Veranstaltung zielt neben der Wissensvermittlung vornehmlich darauf ab, die Methodenkompetenz zu erweitern. Die Analysefähigkeit, das abstrakte und vernetzte Denken wird gefördert.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Interaktive Vorlesung, Fallstudien, Praxisbeispiele

Literatur

- Berthel, J./Becker, F.G.: Personal-Management, 11. Aufl., Stuttgart 2017
- Bröckermann, R.: Personalwirtschaft, 7. Aufl., Stuttgart, 2016
- Drumm, H.-J.: Personalwirtschaft, 6. Aufl., Berlin, Heidelberg 2008
- Jung, H.: Personalwirtschaft, 10. Aufl., München 2016
- Oechsler, W. A.: Personal und Arbeit, 10. Aufl., München 2015
- Sarges, W.: Management-Diagnostik, 4. Aufl., Göttingen, 2013
- Wunderer, R.: Führung und Zusammenarbeit, 9. Aufl., München 2011

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Prof. Dr. M. Simon	deutsch	- Controlling - International Business Operations - Strategische Unternehmensplanung Die Veranstaltung wird in anderen Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt und bildet mit der Veranstaltung 'Strategische Unternehmensplanung und Organisation' den Schwerpunkt 'Unternehmensführung' Alternativ kann das englischsprachige Wahlpflichtfach „Human Resource Management“ belegt und beim Prüfungsausschuss als Vertiefungsfach anerkannt werden (Formular W2).

Modul: Wirtschaftsinformatik I					
Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	180 h, davon 60 h Kontaktstudium, 120 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.
Modulverantwortliche(r)			Voraussetzung für die Teilnahme		
Dipl.-Inform. W. Schobert			Einführung in Informatik und Recht		
Lehrinhalte					
Die Digitalisierung umfasst alle Bereiche des wirtschaftlichen und sozialen Lebens. Digitalisierte Prozesse benötigen und erzeugen Daten, die Relevanz für den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens haben. Um die Herausforderungen und Implikationen zu erkennen und zu bewerten, werden folgende Themen behandelt: 1. Information Lifecycle Management a. Betriebliche Anwendungssysteme b. Datenmanagement c. Smart Data d. Business Intelligence 2. Aktuelle Themen der Digitalisierung					
Kompetenzziele					
Die Studierenden erkennen die wirtschaftliche Relevanz von Daten im Unternehmenskontext. Sie können Anforderungen an das Datenmanagement erkennen und Maßnahmen beurteilen. Dieses Wissen setzen sie in einer individuellen Applikation zur Datenerhebung um. Im Anschluss werden die gewonnenen Daten mit einer Business Intelligence Software analysiert und die Ergebnisse ausgewertet. Hierbei werden relevante Themen zur Datenanalyse aus der Vorlesung „Einführung in Informatik und Recht“ wiederholt und erweitert. Das Entwerfen und Umsetzen der Datenerfassung und -auswertung erfolgt in Kleingruppen. Die Studierenden erarbeiten weiterhin in Kleingruppen Impulsvorträge zu aktuellen Themen der Digitalisierung, die als Diskussionsgrundlage genutzt werden. Hierbei werden erlernte Sachverhalte mit aktuellen Veröffentlichungen zusammengeführt und in den betrieblichen Kontext übertragen.					
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen					
Vorlesung mit computergestützten Übungsteilen, Gruppenarbeit					
Literatur					
Leimeister, J. M. (2015): Einführung in die Wirtschaftsinformatik Krcmar, H. (2010) Einführung in das Informationsmanagement, Springer Verlag. Krcmar, H. (2009) Informationsmanagement, Springer Verlag. Stahlknecht, P., und Hasenkamp, U. (2013) Einführung in die Wirtschaftsinformatik, Springer Verlag.					
Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen			
Dipl.-Inform. W. Schobert	deutsch	Das Modul bildet zusammen mit dem Modul „Wirtschaftsinformatik II“ die Vertiefungsrichtung Wirtschaftsinformatik. Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt (im Studiengang BWL nur, wenn zwei Vertiefungsrichtungen bereits abgeleistet sind).			

Modul: Wirtschaftsinformatik II					
Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
5	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	180 h, davon 60 h Kontaktstudium, 120 h Selbststudium	6	Klausur min.
Modulverantwortliche(r)			Voraussetzung für die Teilnahme		
Dipl.-Inform. W. Schobert			Einführung in Informatik und Recht		
Lehrinhalte					
Die Digitalisierung umfasst alle Bereiche des wirtschaftlichen und sozialen Lebens. Die erfolgreiche Planung von Informationssystemen sowie die Digitalisierung von Prozessen setzt eine Modellierung der Anforderungen und Prozesse voraus. Um die Herausforderungen und Implikationen zu erkennen und zu bewerten, werden folgende Themen behandelt:					
1. Planung von Informationssystemen					
a. ARIS-Konzept					
b. UML als universelles Modellierungskonzept					
i. Anwendungsfalldiagramme					
ii. Klassendiagramme					
iii. Aktivitätsdiagramme					
2. Geschäftsprozesse					
a. Prozessorientierte Organisation					
b. Geschäftsprozessmodellierung					
i. eEPK					
ii. BPMN 2.0					
Kompetenzziele					
Die Studierenden erkennen die Notwendigkeit, die Unterstützung von Geschäftsprozessen durch Informationssysteme in einer prozessorientierten Organisation zu planen. Die in der Veranstaltung erlernten Modellierungskonzepte werden in Kleingruppen an Praxisbeispielen umgesetzt. Die Studierenden können erklären, welche Modellierungskonzepte im jeweiligen Planungskontext zielführend angewendet werden können.					
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen					
Vorlesung mit computergestützten Übungsteilen, Gruppenarbeit					
Literatur					
Leimeister, J. M. (2015): Einführung in die Wirtschaftsinformatik					
Freund, J.; Rücker, B. (2017): Praxishandbuch BPMN 2.0					
Noé, M. (2014): Change-Prozesse effizient durchführen					
Rupp, C.; Queins, S. (2012): UML 2 glasklar					
Dozent(in)	Unterrichtssprache		Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen		
Dipl.-Inform. W. Schobert	deutsch		Das Modul bildet zusammen mit dem Modul „Wirtschaftsinformatik I“ die Vertiefungsrichtung Wirtschaftsinformatik . Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt (im Studiengang BWL nur, wenn zwei Vertiefungsrichtungen bereits abgeleistet sind).		



Modul: Studium im Ausland					
Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4	ein Semester/ einmal jährlich	Pflicht für das Aus- landsstudium	180 h, davon 48 h Kontaktstudium 132 h Selbststudium	6	Projektbericht (bestehend aus 1. Klausur 50% 2. Erfahrungsweiter- gabe 50%)
Modulverantwortliche(r)			Voraussetzung für die Teilnahme		
E. Uta, M.A.			Zusage für ein Auslandssemester / Selbstorganisiertes Auslandssemester im 5 Semester		
Lehrinhalte					
– Kultur: Begriff und Konzepte – Interkulturelle Kompetenz – Kulturstandards nach Thomas – Kulturdimensionen nach Hofstede, Trompenaars und GLOBE – Interkulturelle Kommunikation – Wahrnehmungszirkel und Handlungsstrategien – Internationalisierungskonzept der Fakultät – Weitergabe der eigenen Auslands Erfahrung					
Kompetenzziele					
Die Studierenden, die ein Auslandssemester im anschließenden Semester absolvieren, werden für die Anforderungen und Bedingungen des Auslandsstudiums sensibilisiert. Sie reflektieren sich und ihr Handeln in einem anderen kulturellen Umfeld. Die Teilnehmenden setzen sich mit ihrer eigenen kulturellen Prägung, anderen Kulturen, Verschiedenartigkeit und Missverständnissen, die daraus resultieren können, auseinander. Sie erlernen Handlungsstrategien, die sie sowohl beim Auslandsstudium als auch im weiteren Privat- sowie Berufsleben anwenden können.					
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/-formen					
Vorlesung mit integrierten Übungsteilen					
Die Vorlesung wird mit einer Klausur abgeschlossen. Nach dem Auslandsaufenthalt werden die eigenen Auslands Erfahrungen in Form einer Projektarbeit aus mehreren Teilen an andere Studierende weitergegeben.					
Literatur					
Erl, A. / Gymnich, M. (2014): Interkulturelle Kompetenzen, 5. Auflage, Stuttgart Hofstede, G. (2017): Lokales Denken, globales Handeln: Interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management, 6. Auflage, Wiesbaden Kutschker, M. / Schmid, S. (2011): Internationales Management, 7. Auflage, München Schulz von Thun, F. / Kumbier, D. (2008): Interkulturelle Kommunikation, 2. Auflage, Hamburg. Trompenaars, F. / Hampden-Turner, C. (2009): Riding the waves of culture: Understanding cultural diversity in business, 2. Auflage, London. Lüsebrink, H.-J. (2012): Interkulturelle Kommunikation, 3. Auflage, Stuttgart Schroll-Machl, S. (2013): Die Deutschen – Wir Deutschen, 4. Auflage, Göttingen Thiagarajan, S. / van der Bergh, S. (2008): Interaktive Trainingsmethoden, 2. Auflage, Reinbeck					
Dozent(in)		Unterrichtssprache		Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen	
E. Uta, M.A.		deutsch			


Modul: Praxisphase

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
6	3 Monate	Pflicht	540 h	18	Praxissemesterbericht

Modulverantwortliche(r)	Voraussetzung für die Teilnahme
Studiendekan*in	90 CP

Lehrinhalte

Die Tätigkeiten in der Praxisphase sollen im Rahmen eines abgrenzbaren betrieblichen Projekts stattfinden, wobei die Integration der Studierenden in die Unternehmensorganisation insbesondere den gegenseitigen Erfahrungs- und Wissensaustausch zwischen Hochschule und Praxis fördern sollte.

Soweit die fachliche Thematik es erlaubt, sollen die Studierenden an notwendige fachübergreifende bzw. interdisziplinäre Denkansätze herangeführt werden. In diesem Zusammenhang sollen die Studierenden sich auch organisatorischen, gruppenorientierten und sozialen Problemen im Betrieb widmen.

Die Praxisphase beinhaltet eine betriebswirtschaftliche bzw. technisch-betriebswirtschaftliche Tätigkeit noch weitgehend unter Anleitung durch die Praxisstelle und die Hochschule.

Kompetenzziele

Ziel der Praxisphase ist es, eine enge Verbindung zwischen Studium und Berufspraxis herzustellen, und die Studierenden an anwendungsorientierte Tätigkeiten heranzuführen. Die Studierenden erhalten dadurch die Möglichkeit, die in verschiedenen Disziplinen vermittelten Kenntnisse und Fertigkeiten unter Anleitung auf komplexe Probleme der Praxis anzuwenden. Hierbei sollen die Studierenden verschiedene Aspekte der betrieblichen Entscheidungsprozesse sowie deren Zusammenwirken kennen lernen und vertiefte Einblicke in technische, organisatorische, ökonomische, rechtliche und soziale Zusammenhänge des Betriebsgeschehens erhalten.

Die berufspraktische Tätigkeit fördert die Fähigkeit der Studierenden zum erfolgreichen Umsetzen wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden in konkreten Praxissituationen und trägt zur intensiveren Verzahnung von Theorie und Praxis in der Ausbildung bei.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Berufspraktische Tätigkeit/ Projekt

Literatur

-

Praxissemesterbeauftragte*r	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Studiendekan*in	i.A. deutsch	Bachelorthesis