

Modulhandbuch Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft Vollzeit

Stand: Juni 2023

Modulhandbuch der HDBW für den Studiengang

Betriebswirtschaft
(Vollzeit)

Inhalt

Glossar.....	10
Einführende Informationen zum Studium an der HDBW.....	11
Inhalt des Studiengangs	12
Aufbau und Struktur des Studiengangs	13
Lehrveranstaltungsformen	15
Leistungsnachweise	17
Literatur.....	18
Modulübersicht.....	19
Modulbeschreibungen.....	23
<i>I. Grundlagenstudium (G).....</i>	<i>23</i>
WIW Einführung in das Studium der Wirtschaftswissenschaften.....	23
WIW -01 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre.....	23
WIW-02 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre Fallbeispiele.....	23
WMA Einführung in die Wirtschaftsmathematik	25
WMA-01 Einführung in die Wirtschaftsmathematik.....	25
WMA-02 Übung zur Einführung in die Wirtschaftsmathematik.....	25
REW Rechnungswesen.....	27
REW-01 Grundlagen der Buchführung und Finanzbuchhaltung	27
REW-02 Übung zu den Grundlagen der Buchführung und Finanzbuchhaltung	27
WEN1 Wirtschaftsenglisch 1.....	29
WEN1-01 Wirtschaftsenglisch 1	29
WEN1-02 Übung zu Wirtschaftsenglisch 1	29
WR1 Wirtschaftsrecht 1.....	31
WR1-01 Einführung in das Unternehmensrecht.....	31
WR1-02 Übung zur Einführung in das Unternehmensrecht	32
WIM Einführung in das Wissens- und Informationsmanagement	33
WIM-01 Einführung in das Wissens- und Informationsmanagement.....	33
WIM-02 Übung zur Einführung in das Wissens- und Informationsmanagement.....	34
BLB Betriebliche Leistungsbereiche.....	35
BLB-01 Betriebliche Leistungsbereiche	35
BLB-02 Teilbereiche der Unternehmensführung	36
VWL Einführung in die Volkswirtschaftslehre	37
VWL-01 Grundlagen der VWL - Mikroökonomie	37

VWL-02 Grundlagen der VWL - Makroökonomie	37
IFZ Investition und Finanzierung	39
IFZ-01 Investition und Finanzierung	39
IFZ-02 Übung zu Investition und Finanzierung	40
<i>II. Fachliche Spezialisierung (F)</i>	<i>41</i>
KLC Kosten- und Leistungsrechnung und Controlling	41
KLC-01 Kosten und Leistungsrechnung und Controlling	41
KLC-02 Übung zu Kosten und Leistungsrechnung und Controlling	42
ORG Einführung in die Organisationsgestaltung	43
ORG-01 Einführung in die Organisationsgestaltung	43
ORG-02 Übung zur Einführung in die Organisationsgestaltung	44
Studium Plus I – Horizonterweiterung	46
STA Einführung in die Wirtschaftsstatistik	48
STA-01 Quantitative Methoden 2: Einführung in die Wirtschaftsstatistik	48
STA-02 Quantitative Methoden 2: Übung zur Einführung in die Wirtschaftsstatistik	49
LMW Einführung in die Logistik und Materialwirtschaft	51
LMW-01 Logistik und Materialwirtschaft	51
LMW-02 Übung zu Logistik und Materialwirtschaft	51
WII Einführung in die Wirtschaftsinformatik	53
WII-01 Einführung in die Wirtschaftsinformatik	53
WII-02 Übung zur Einführung in die Wirtschaftsinformatik	53
BIL Grundlagen der Bilanzierung	55
BIL-01 Grundlagen der Bilanzierung	55
BIL-02 Übung zu Grundlagen der Bilanzierung	56
SOM Grundlagen des strategischen und operativen Marketing	57
SOM-01 Prozess und Instrumente des strategischen und operativen Marketing	57
SOM-02 Übung zum strategischen und operativen Marketing	58
<i>III. Anwendungsorientierte Spezialisierung (F)</i>	<i>59</i>
HRS Human Resources	59
HRS-01 Human Resources	59
HRS-02 Grundlagen des Arbeitsrechts	60
HRS-03 Personalführung	60
KMU Management kleiner und mittlerer Unternehmen (KMU)	62
KMU-01 Grundzüge des Management von KMU	62

KMU-02 Projektseminar zur Entwicklung einer KMU Business Idee und der Businessplanerstellung	63
WEN2 Wirtschaftsenglisch 2.....	65
WEN2-01 Wirtschaftsenglisch 2	65
WEN2-02 Übung zu Wirtschaftsenglisch 2	66
SPW Wissenschaftliches Arbeiten (Studium Plus II).....	67
IÖK Industrieökonomik	69
IÖK-01 Industrieökonomik.....	69
IÖK-02 Methodische Grundlagen der Industrieökonomik	69
MDL Multi-Dimensional Leadership	71
MDL-01 Wertorientierte Unternehmensführung	71
MDL-02 Multi-Dimensional Leadership Communication Skills.....	72
QUM Qualitätsmanagement	74
QUM-01 Grundlagen des Qualitätsmanagements.....	74
QUM-02 Übungen zum Qualitätsmanagement	75
WR2 Wirtschaftsrecht 2.....	77
WR2-01 Handels- und Gesellschaftsrecht, Rechts- und Datenschutz.....	77
WR2-02 Übung zu Handels- und Gesellschaftsrecht, Rechts- und Datenschutz.....	78
PXD1 Praxisphase	79
NIU Nationale und Internationale Unternehmensverantwortung.....	81
NIU-01 Grundlagen nationaler und internationaler Unternehmensverantwortung	81
NIU-02 Technologie- und Innovationsmanagement im Spannungsfeld von unternehmerischer Verantwortung	82
GSC Global Supply Chain Management	84
GSC-01 Global Supply Chain.....	84
GSC-02 Supply Chain Management-Planung und Steuerung	85
Studium Plus III Orientierungs- und Handlungsqualifikationen	87
AM Bachelorthesis.....	89
IV. Schwerpunkte / Wahlpflichtblöcke.....	91
Wahlpflichtblock A: International Management	92
ZFS1 Zweite Fremdsprache 1	93
ZFS1-01 Zweite Fremdsprache 1.....	93
ZFS1-02 Übung zur zweiten Fremdsprache 1.....	94
MMM Marketingmanagement.....	95
MMM-01 Marketingplanung und -management.....	96

MMM-02 Übung zu Marketingplanung und -management.....	97
ZFS2 Zweite Fremdsprache 2	99
ZFS2-01 Zweite Fremdsprache 2.....	99
ZFS2-02 Übung zur Zweiten Fremdsprache 2	100
IVK Internationales Vertriebs- und Kommunikationsmanagement.....	101
IVK-01 Internationales Vertriebs- und Kommunikationsmanagement	101
IVK-02 Internationales Produktmanagement im Marketing/Vetrieb	102
IWP Internationale Wirtschaftspolitik.....	104
IWP-01 Internationale Wirtschaftszusammenhänge und –politik	104
IWP-02 Internationale Wirtschaftszusammenhänge und –politik	105
Wahlpflichtblock C: Business Analyst.....	106
GSOC Grundlagen des strategischen und operativen Controllings	107
GSOC-01 Grundlagen strategischen und operativen Controllings.....	107
GSOC-02 Grundlagen strategischen und operativen Controllings	107
DB1 Datenbanken.....	109
DB1-01 Datenbanksysteme	109
DB1-02 Übungen zu Datenbanken 1.....	109
BIS Betriebliche Anwendungssysteme.....	111
BIS -01 Betriebliche Anwendungssysteme	111
BIS -02 Übung zu Betriebliche Anwendungssysteme.....	111
EBI Einführung in Business Intelligence (und Datawarehouse).....	113
EBI-01 Einführung in die Business Intelligence.....	113
EBI-02 Übungen zur Business Intelligence.....	114
BPL Businessplanung	115
BPL-01 Aufbau und Bewertung von Businessplänen	115
BPL-02 Businessplan-Übung	115
Wahlpflichtblock D: Technischer Vertrieb und Marketing.....	117
PLM Product Lifecycle Management.....	118
PLM-01 Product Lifecycle Management.....	118
PLM-02 Übung zu Product Lifecycle Management.....	119
MIF Material- und Informationsflusssysteme	121
MIF-01 Material- und Informationsflusssysteme.....	121
MIF-02 Übung zu Material- und Informationsflusssystemen	122
MMM Marketingmanagement.....	124

MMM-01 Marketingplanung und -management.....	125
MMM-02 Übung zu Marketingplanung und -management.....	126
IVK Internationales Vertriebs- und Kommunikationsmanagement.....	128
IVK-01 Internationales Vertriebs- und Kommunikationsmanagement	128
IVK-02 Internationales Produktmanagement im Marketing/Vetrieb	129
PIM Produkt- und Innovationsmanagement.....	131
PIM-01 Grundlagen des Produkt- und Innovationsmanagement.....	131
PIM-02 Übungen zu Produkt- und Innovationsmanagement.....	132
Wahlpflichtblock G: Wirtschaftsprüfung und Steuern.....	134
WPW Audit Methods (wirtschaftliches Prüfungswesen).....	135
WPW-01 Grundlagen des wirtschaftlichen Prüfungswesen	135
WPW-01 Übung zum wirtschaftlichen Prüfungswesen.....	135
GIR International Accounting (Grundlagen der Internationale Rechnungslegung)	138
GIR-01 Grundlagen internationaler Rechnungslegung.....	138
GIR-02 Übung zu Grundlagen internationaler Rechnungslegung	138
GKR Group Accounting (Grundlagen der Konzernrechnungslegung).....	140
GKR-01 Grundlagen Konzernrechnungslegung.....	140
GKR-02 Übung Grundlagen Konzernrechnungslegung.....	141
GEB Grundzüge der Ertragsbesteuerung.....	142
GEB-01 Grundzüge der Ertragsbesteuerung	142
GEB-02 Übung zu Grundzüge der Ertragsbesteuerung	142
GUB Grundzüge der Umsatzbesteuerung.....	144
GUB-01 Grundzüge der Umsatzbesteuerung	144
GUB- 02 Übung zu Grundzüge der Umsatzbesteuerung.....	144
Wahlpflichtblock H: Online Marketing	145
MUS Marktorientierte Unternehmensstrategie und digitale Innovation	146
MUS-01 Marktorientierte Unternehmensstrategie und digitale Innovation.....	146
MUS-02 Übung zu Marktorientierte Unternehmensstrategie und digitale Innovation ..	146
MFDK Markenführung im digitalen Kontext.....	148
MFDK-01 Grundlagen der Markenführung.....	148
MFDK-02 Spezifika und Übung des digitalen Marken-managements	148
CEM Digitales Konsumentenverhalten und Customer Experience Management	150
CEM-01 Digitales Konsumentenverhalten	150
CEM-02 Übung des digitalen Customer Experience Managements.....	150

MDS Marketingforschung, Big Data Analytics & Data Science	152
MDS-01 Grundlagen der Marktforschung & Big Data Analytics	152
MDS-02 Übung zu angewandter Marktforschung & Data Science im Marketing	152
Methoden, Instrumente und Kanäle des Online-Marketing.....	154
MOM-01 Grundlagen der Methoden, Kanäle & Instrumente des Online-Marketing	154
MOM-02 Übung zu Instrumentalplanung und -einsatz im Online-Marketing.....	154
Wahlpflichtblock I: Finance and Risk Management	156
BEFI Behavioral Finance.....	157
BEFI-01 Grundlagen der Behavioral Finance.....	157
BEFI-02 Übung zu Behavioral Finance.....	158
FIRM Finanzinstrumente und Risikomanagement	159
FIRM-01 Grundlagen der Finanzinstrumente und Risikomanagement.....	159
FIRM-02 Übung zu Finanzinstrumente und Risikomanagement	160
AFDS Analyse von Finanzdaten und Data Science	161
AFDS-01 Grundlagen der Analyse von Finanzdaten und Data Science.....	161
AFDS-02 Übung zur Analyse von Finanzdaten und Data Science	161
AMGT Asset Management	163
AMGT 01 Grundlagen des Asset Management.....	163
AMGT-02 Übung zum Asset Management	164
CFM Corporate Financial Management	165
CFM-01 Grundlagen des Corporate Financial Management.....	165
CFM-02 Übung zu Corporate Financial Management	165
Wahlpflichtblock J: Nachhaltigkeitsmanagement.....	167
GNEU Grundlagen der Nachhaltigen Entwicklung und Unternehmensverantwortung....	168
GNEU-01 Ansätze der Nachhaltigen Entwicklung und Unternehmensverantwortung .	168
GNEU-02 Übung zur Nachhaltigen Entwicklung und Unternehmensverantwortung ...	168
NUW Nachhaltige Unternehmensführung und Wertschöpfung.....	170
NUW-01 Nachhaltige Unternehmensführung und ihre Umsetzung in den betrieblichen Leistungsbereichen.....	170
NUW-02 Übung zur Nachhaltigen Unternehmensführung und Wertschöpfung	171
NIRN Nationale und internationale Rahmenbedingungen der Nachhaltigkeit und ordnungsgemäße Unternehmensführung.....	173
NIRN-01 Nationale und internationale Rahmenbedingungen der Nachhaltigkeit und deren Umsetzung in Corporate Governance & Compliance	173

NIRN-02 Übung zu nationalen und internationalen Rahmenbedingungen der Nachhaltigkeit und deren Umsetzung in Corporate Governance & Compliance	174
NKR Nachhaltigkeitsbewertung, -kommunikation und –reporting	176
NKR-01 Nachhaltigkeitscontrolling mit KPIs und Zertifizierung, marktgerichtete Nachhaltigkeitskommunikation und Nachhaltigkeitsreporting	176
NKR-02 Übung zu Nachhaltigkeitscontrolling mit KPIs und Zertifizierung, marktgerichtete Nachhaltigkeitskommunikation und Nachhaltigkeitsreporting	177
NUG Nachhaltige Unternehmenstransformation und Geschäftsmodellinnovation.....	179
NUG-01 Stufen, Strategien und Instrumente zur Nachhaltigen Unternehmenstransformation und Geschäftsmodellinnovation	179
NUG-02 Übung zu Stufen, Strategien und Instrumente zur Nachhaltigen Unternehmenstransformation und Geschäftsmodellinnovationen	180
Wahlpflichtblock K: Personal und Organisation.....	182
Organisational Behavior und Personalentwicklung	183
OBP-01 Bedeutung und Ansätze von Organizational Behavior und Personalentwicklung	183
OBP-02 Übung zu Bedeutung und Ansätze von Organizational Behavior und Personalentwicklung.....	184
GAR Grundlagen des Arbeitsrechts.....	186
GAR-01 Grundlagen des Arbeitsrechts.....	186
GAR-02 Übung zu den Grundlagen des Arbeitsrechts.....	187
HRM Human Resource Management	189
HRM-01 Bedeutung des Human Resource Managements	189
HRM-02 Übung zum Human Resource Management	190
ODE Organisationsdesign und Organisationsentwicklung	191
ODE-01 Bedeutung und Ansätze des Organisationsdesigns und Organisationsentwicklung	191
ODE-02 Übung zu den Ansätzen des Organisationsdesigns und Organisationsentwicklung	192
PMR Personalmarketing und Recruiting.....	193
PMR-01 Bedeutung und Ansätze des Personalmarketing, des Recruitings und Employer Branding.....	193
PMR-02 Übung zu Bedeutung und Ansätzen des Personalmarketing, des Recruitings und Employer Branding	194
Index.....	195

Glossar

BP	Betriebspraktikum
BS	Blockseminar
ECTS	European Credit Transfer System
BL	Blended Learning
GA	Gruppenarbeit
GBWL	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre
HA	Hausarbeit
KO	Kolloquium
KR	Kurzreferat
LN	Leistungsnachweis
LP	Leistungspunkt
LVA	Lehrveranstaltung
LVF	Lehrveranstaltungsform
MoP	Modulprüfung
mP	Mündliche Prüfungen
PA	Projektarbeit
PL	Praxisorientierte Lehrveranstaltungen
PR	Präsentation
PZ	Präsenzzeit
R	Referat
S	Seminar
SK	Sprachkurse
SoSe	Sommersemester
SP	Studium Plus
sP	Schriftliche Prüfungen
SPJ	Studienprojekt
SSt	Selbststudium
SWS	Semesterwochenstunden
UE	Übung
VL	Vorlesung
VWL	Volkswirtschaftslehre
WiSe	Wintersemester
WL	Workload

Einführende Informationen zum Studium an der HDBW

Zielsetzung	Ziel des Bachelor-Studienganges ist die Vermittlung wissenschaftlicher theoretischer und anwendungsorientierter Kenntnisse entsprechend aktueller Erfordernisse der globalisierten Wirtschaft. Die Absolventen des Studienganges erlangen einen berufsqualifizierenden Hochschulabschluss und sind dazu befähigt, auf der Grundlage wissenschaftlicher Theorien und mittels ebensolcher Methoden in der betrieblichen Praxis zu agieren.
Zulassungs- voraussetzungen	Zum Studium zugelassen werden Personen mit Fachhochschulreife oder mit qualifiziertem Abschluss der beruflichen Aus- und Fortbildung nach Bayerischem Hochschulgesetz.
Informations- möglichkeiten	Grundlegende Informationen über Studieninhalte, Studienaufbau, -ablauf, Bewerbung und Prüfungsangelegenheiten erhalten Studieninteressierte unter www.hdbw-hochschule.de . Die fachliche Studienberatung, insbesondere hinsichtlich Inhalte des Studiums und Wahlmöglichkeiten, wird von den Fachstudienberatern der jeweiligen Fachbereiche durchgeführt.
Studien- und Prüfungsordnung	Für einen erfolgreichen Studienverlauf ist die Kenntnis und Einhaltung der Regelungen der Prüfungsordnung zwingend erforderlich. Prüfungsordnungen stehen unter www.hdbw-hochschule.de zum Download zur Verfügung.
Studienaufbau Module Lehrinhalte Lehrveranstaltungen	Der Studiengang ist auf eine Regelstudienzeit von 7 Fachsemestern ausgelegt. Pro Semester sollten i.d.R. 6 bzw. 4 (Semester mit Praxisphasen) Module erfolgreich absolviert werden. Jedes Modul besteht aus einer oder mehreren Lehrveranstaltungen (LVA) (Vorlesung, Seminar, Übung, etc.). Diese umfassen Pflicht- und Wahlpflichtveranstaltungen. Detaillierte Beschreibungen der Modul- und Veranstaltungsinhalte finden sich im Modulhandbuch des jeweiligen Studiengangs. Diese sind unter www.hdbw-hochschule.de verfügbar. Eine detaillierte Übersicht über den Studienverlauf findet sich im Studienverlaufsplan unter www.hdbw-hochschule.de .
Leistungspunkte	Der Bachelorstudiengang umfasst 210 ECTS Punkte. Für den mit jedem Modul verbundenen Arbeitsaufwand (Workload / WL) werden Leistungspunkte (LP) nach dem European Credit Transfer System (ECTS) vergeben. Generell gilt: 30 Stunden WL = 1 LP. Jedes Modul wird durch eine Modulprüfung (MoP) abgeschlossen, die aus studienbegleitenden Leistungsnachweisen besteht (LN). LN werden i.d.R. benotet. Eine Leistung gilt als bestanden, wenn sie mindestens mit der Note 4,0 bewertet wurde. Für die drei Praxisphasen werden je 10 LP vergeben. Für das Abschlussmodul werden 15 LP vergeben (10 für die Bachelorthesis und 5 für die Verteidigung). Detaillierte Beschreibungen der pro Modul geforderten LN finden sich im Modulhandbuch des jeweiligen Studiengangs. Regelungen zu den Prüfungsformen finden sich in der Studien- und Prüfungsordnung des jeweiligen Studiengangs.
Vorlesungs- und Prüfungszeitraum	Der Vorlesungszeitraum umfasst 16 bzw. 12 Wochen (Semester mit Praxisphasen). Das Wintersemester (WiSe) beginnt i. d. R. Mitte Oktober. Das Sommersemester (SoSe) beginnt i. d. R. Mitte April. Der Prüfungszeitraum findet von der 16. bis 18. bzw. der 12. bis 14. Semesterwoche (Semester mit Praxisphase), frühestens in der letzten Vorlesungswoche statt (1. Prüfungstermin). Der Nachschreibetermin findet in den jeweils letzten beiden Wochen der Semesterferien statt (2. Prüfungstermin).
Anrechnung von Studienzeiten und praktischen Tätigkeiten	Für die Anrechnung von Studienzeiten sowie praktischen Tätigkeiten ist der Prüfungsausschuss zuständig.
Prüfungen und Wiederholung von Prüfungen	Studierende werden automatisch zu den Prüfungen des jeweiligen Fachsemesters angemeldet. Abmeldungen sind die Studiengangsadministration zu richten. Begründungen werden vom Prüfungsausschuss beurteilt. Prüfungsleistungen für LVA innerhalb eines Moduls können 2 Mal wiederholt werden. Wiederholungsprüfungen müssen zum nächstmöglichen Zeitpunkt erfolgen.

Inhalt des Studiengangs

Ebenso wie die Volkswirtschaftslehre gehört die Betriebswirtschaftslehre zu den Wirtschaftswissenschaften. Die Betriebswirtschaftslehre basiert auf der Annahme, dass Güter grundsätzlich knapp sind und einen ökonomischen Umgang erfordern. Dabei richtet sie insbesondere den Fokus auf Betriebe und beschäftigt sich mit deren Handeln sowie den entsprechenden Auswirkungen auf andere Marktakteure. Im Rahmen des Studiengangs werden einerseits wissenschaftliche Theorien und Methoden vermittelt. Diese umfassen sämtliche betriebswirtschaftliche Instrumentarien in allen internationalen kaufmännischen, marketing- und vertriebsorientierten sowie administrativen Funktionsbereichen, die zur Lösung praktischer Probleme angewendet werden können. Typische Themen in diesem Zusammenhang sind zum Beispiel die Entwicklung von Produktideen und Produkten, die Planung und Optimierung von Unternehmensprozessen sowie Wertschöpfungsketten, Mitarbeiterführung und diverse Führungsstile aber auch Marketing und Vertrieb. Andererseits zielt der Studiengang auf die Vermittlung persönlicher Kompetenzen und Schlüsselqualifikationen ab. Dies beinhaltet kundenorientiertes Denken und die Evaluierung betrieblicher Prozesse und Strategien des Unternehmens hinsichtlich deren Kundenorientierung sowie die Entwicklung kundenorientierter Strategien. Darüber hinaus werden Charakteristika wie Team-, Konflikt-, Verhandlungs- und Durchsetzungsfähigkeit beleuchtet. Ein weiterer Fokus liegt auf der Förderung von Selbstständigkeit, sodass theoretisches Wissen und Methodenkenntnisse situationsabhängig richtig eingesetzt und gezielt weiterentwickelt werden kann. Dies umfasst auch die Fähigkeit zum selbstständigen und lebenslangem Lernen.

Aufbau und Struktur des Studiengangs

Der Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft umfasst 210 ECTS Punkte bei einem Gesamtarbeitsaufwand (WL) von 6300 Stunden. Er gliedert sich in drei unterschiedliche, konsekutive Lernphasen und entsprechende inhaltliche Ausrichtung des Lehrstoffes:

Grundlagenstudium (G): Semester 1-3

Schwerpunkt innerhalb dieser Phase ist die systematische Einweisung in den Aufbau des Studiengangs, Lehrmethoden, das wissenschaftliche Arbeiten sowie in die prinzipiellen Inhalte des Studienfaches. Inhaltlich behandelt das Grundlagenstudium die wichtigsten Grundbegriffe und vermittelt einen breiten Überblick über das Spektrum des Curriculums. Die Module bauen teilweise aufeinander auf und ergänzen sich, wodurch Themen zielgerichtet vertieft und als vollständige Einheit abgeschlossen werden. Das Modul *Studium Plus I* bietet die Möglichkeit zur individuellen Auswahl einer fachgruppenfremden Lehrveranstaltung (LVA). Das Grundlagenstudium bildet die Basis für die anschließenden fachspezifischen Module, weshalb ein erfolgreicher Abschluss anzustreben ist.

Fachliche Spezialisierung (F): Semester 4-5

Das vierte und fünfte Semester umfassen die fachliche Spezialisierung. Hier liegt der Fokus auf theoretischen und praktischen Fachkenntnissen, die vereinzelt Aspekte des Grundlagenstudiums wieder aufgreifen und diese fachspezifisch fortführen. Zusätzlich werden neue Themenbereiche in den Lehrstoff integriert, die sich bis zum Studienabschluss schrittweise vertiefen. Darüber hinaus umfasst die Lernphase der fachlichen Spezialisierung ein weiteres Modul aus dem Bereich *Studium Plus (SP)*.

Anwendungsorientierte Spezialisierung (A): Semester 6-7

Lehrveranstaltungen der anwendungsorientierten Spezialisierung finden insbesondere in den Semestern 6 und 7 statt. Neben der anwendungsorientierten Ausrichtung des letzten Studienabschnitts werden einzelne fachliche Schwerpunkte noch einmal zusätzlich vertieft und Expertenwissen vermittelt. Darüber hinaus richtet sich der Lehrstoff während dieser Phase insbesondere an den Anforderungen unternehmerischen, nachhaltigen und verantwortungsvollen Denkens aus. Das siebte Semester umfasst ein weiteres Modul aus dem Bereich *SP*.

Bachelorthesis

Das Studium wird mit dem Verfassen der Bachelorthesis abgeschlossen. Durch die Bachelorthesis soll die akademische Kompetenz bewiesen werden, indem ein individuell gewähltes Thema selbstständig, wissenschaftlich bearbeitet wird. Im Rahmen der Bachelorthesis kann nach Absprache sowohl eine Projektarbeit angefertigt als auch ein fachspezifisches Thema des Studienfaches bearbeitet werden. Dieses sollte einen Zusammenhang zwischen den theoretischen Studieninhalten und den praktischen Aufgabenstellungen im dualen Partnerbetrieb beinhalten. Bei der Themenauswahl und -bearbeitung stehen die hauptamtlich Lehrenden und die Lehrbeauftragten beratend zur Seite. Eine Abstimmung mit dem Unternehmen sollte erfolgen.

Jedes Semester umfasst i.d.R. 6 Module, wobei jedes Modul abhängig vom Umfang des Lehrstoffes mehrere Lehrveranstaltungen umfassen kann. Während des Grundlagenstudiums umfassen die Module ausschließlich Pflichtveranstaltungen (P). Ab der fachlichen Spezialisierung kann je nach Modul, zwischen Wahlpflichtveranstaltungen (WP) gewählt werden. Pro Modul werden bis zu 5 LP vergeben. Ausnahmen sind hier die Module *PXD1 (Praxisphase)* mit 30 sowie das Abschlussmodul *AMT Bachelorthesis* mit 15 LP. Das siebte Semester umfasst nur noch fünf Module, von denen eines die Bachelorthesis darstellt.

Das Modul *Studium PlusIII* im siebten Semester kann zudem bereits zu einem vorherigen Zeitpunkt, auch schon vor Beginn des Studiums absolviert worden sein, muss in diesem Fall jedoch durch das fachbereichszuständige Prüfungsbüro separat anerkannt werden.

Lehrveranstaltungsformen

Vorlesungen* (VL)

Vorlesungen dienen der Vermittlung theoretischer Kenntnisse, die meistens durch Übungen oder Laborunterricht ergänzt werden. Sie haben i.d.R. einen Semesterwochenstundenumfang von 2 Stunden. Zugehörige Skripte und Folien können zu Beginn des Semester online unter www.hdbw-hochschule.de als PDF Dokument runter geladen werden und stehen im Handapparat zur Einsicht zur Verfügung. Vorlesungen schließen i.d.R. mit einer schriftlichen Prüfung (sP) ab.

Seminare* (S) und Blockseminare* (BS)

Seminare sind interaktive Lehrveranstaltungen, bei denen im Rahmen von kleinen Gruppen verschiedene Themen und Unterrichtsinhalte gemeinsam bearbeitet werden. Bestandteile der Zusammenarbeit sind zum Beispiel Übungen, Diskussionen und Referate. Seminare schließen entweder mit der Verschriftlichung eines Referates, dem Anfertigen einer Hausarbeit oder ein Klausur ab. Eine aktive Teilnahme wird für erfolgreiches Absolvieren der Veranstaltung vorausgesetzt. Blockseminare beinhalten dieselbe Lehrmethodik wie Seminare. Im Gegensatz zu normalen Seminaren umfassen Blockseminare jedoch i.d.R. ein jeweiliges Arbeitspensum von 8 Stunden und finden im 2-wöchigen Turnus statt.

Übungen* (UE)

Übungen dienen hauptsächlich der Unterstützung von Vorlesungen. Je nach Modul können Sie auch ohne zugehörige Vorlesung angeboten werden. Im Rahmen der Übung werden theoretische Kenntnisse durch Übungsaufgaben wiederholt und gefestigt. Sie finden i.d.R. in Präsenzform statt und haben einen Semesterwochenstundenumfang von 2 Stunden, können aber auch in Form von Blended Learning angeboten werden. Für ein erfolgreiches Absolvieren der Veranstaltung wird eine aktive Teilnahme vorausgesetzt.

Sprachkurse* (SK)

Sprachkurse sind wie der Name bereits sagt, ausschließlich auf den Erwerb einer Fremdsprache ausgerichtet. Die Unterrichtsform gleicht der von Seminaren und zeichnet sich insbesondere durch interaktive Lehrmethoden aus. Leistungsnachweise werden zum Beispiel häufig in der Form von Referaten oder Präsentationen erbracht. Sprachkurse können zudem ebenso als Blockveranstaltung stattfinden. Auch bei ihnen gilt: eine aktive Teilnahme ist Voraussetzung für das Bestehen des Moduls.

Praxisorientierte Lehrveranstaltungen* (PL)

Praxisorientierte Lehrveranstaltungen dienen dem Erwerb von fachspezifischem Anwendungswissen und Schlüsselqualifikationen. In der Regel umfassen sie dieselben Lehrmethoden wie Seminare und Übungen. Darüber hinaus können sie in Form von Exkursionen, Workshops und Trainings stattfinden.

Alle mit * gekennzeichneten Lehrveranstaltungsformen werden im didaktischen Konzept des Blended Learnings (BL) angeboten. Blended-Learning-Veranstaltungen dienen der Darstellung und Bearbeitung größerer Stoffgebiete, weshalb sie ebenso als Teil von Vorlesungen und häufig als Ergänzung von Übungen stattfinden. Sie dienen aber auch der

Vertiefung theoretischer Inhalte mit Fallbeispielen und Übungsaufgaben. Blended-Learning-Veranstaltungen umfassen sämtliche Lehrmethoden sowohl in Form von Präsenz- als auch virtueller Veranstaltung. Über das Lernmanagementsystem (LMS) können den Teilnehmern verschiedene Lernunterlagen wie Scripts und Tutorials sowie Audios und Videos zur Verfügung gestellt werden. Die detaillierte Beschreibung des Unterrichtsverlaufs sowie die Termine für die Präsenzveranstaltungen werden zu Beginn des jeweiligen Semesters im LMS und bei der zuständigen Fachstudienberatung zur Verfügung gestellt. Während des gesamten laufenden Semesters stehen die Tutoren bei inhaltlichen sowie organisatorischen Fragen zur Verfügung.

Studienprojekt (SPJ)

Studienprojekte sind Lehrveranstaltungen mit erhöhtem Arbeitsaufwand. Sie werden zum Beispiel im Rahmen eines Forschungsprojektes oder einer Gruppenarbeit durchgeführt und fördern insbesondere die selbständige Anwendung forschungstypischer Arbeitsweisen, weshalb sie nicht selten auch der Themenfindung von Abschlussarbeiten dienen. Studienprojekte werden im Sinne des Selbststudiums umgesetzt und setzen daher i.d.R. keine festen Präsenzzeiten voraus.

Selbststudium (SSt)

Das Selbststudium dient der selbstständigen Vor- und Nachbereitung von LVA und wird für alle Module vorausgesetzt.

Kolloquium (KO)

Kolloquien umfassen i.d.R. interaktive Diskussionsrunden innerhalb derer Themen referiert und präsentiert werden. Sie finden immer als Präsenzveranstaltung statt. Häufig dienen sie während des Studienabschlusses der Unterstützung bei der Erstellung der Bachelorarbeit.

Lernmanagementsystem (LMS)

Das Lernmanagementsystem (LMS) ist ein elektronisches, webbasiertes System, das Kursinhalte in strukturierter Form auf einer Plattform darstellt und Lehrenden wie auch Teilnehmenden interaktive Funktionen für das kollaborative Arbeiten zur Verfügung stellt. Es umfasst die Teilnehmerverwaltung, das Dokumentenmanagement, Leistungsmessungsfunktionen, Kalenderfunktionen und die Möglichkeit zur Einbindung von interaktiven Lerneinheiten. Weitere Informationen zum LMS sind bei der Studienberatung des jeweiligen Fachbereichs zu erhalten.

Leistungsnachweise

Modulprüfung (MoP)

Jedes Modul kann aus einer oder mehreren Lehrveranstaltungen (LVA) zusammengesetzt sein. Pro Modul findet eine Modulprüfung (MoP) statt, die die Bestandteile einer oder mehrerer LVA umfassen kann. Die MoP kann aus unterschiedlichen Leistungsnachweisen (LN) bestehen. Diese können veranstaltungsbegleitender Natur sein oder im Prüfungszeitraum am Ende des Semesters erbracht werden. Die Modulnote errechnet sich aus der in der MoP erreichten Leistung gemäß dem zu Beginn des Moduls bekannt gegebenen Schemas. Folgende Prüfungsformen können im Rahmen der MoP als LN vorkommen (die vorgeschriebene Prüfungsform findet sich jeweils bei den entsprechenden Modulen im Handbuch):

Schriftliche Prüfungen (sP)

Schriftliche Prüfungen haben i.d.R. einen Umfang von 60 Minuten und finden am Ende des Semesters statt. Sie werden meistens von den Leitern oder Leiterinnen der entsprechenden Lehrveranstaltungen gestellt und bewertet. Bei Klausuren ist generell der Studierendenausweis inklusive eines amtlichen Ausweises mit Lichtbild mit sich zu führen.

Mündliche Prüfungen (mP)

Mündliche Prüfungen finden entweder im Einzelgespräch oder in Form von Gruppen statt. Je nach Bedeutung der Prüfung umfassen sie einen Zeitraum von mindestens 15 und maximal 60 Minuten. Meistens finden sie gegen Ende des Semesters statt.

Hausarbeit (HA)

Hausarbeiten sind schriftliche Ausarbeitungen eines mit dem zuständigen Professor abgestimmten Themas. Ihr Umfang kann zwischen 5 und 25 DIN-A 4 Seiten betragen. Die Bearbeitungszeit für Hausarbeiten beträgt höchstens vier Wochen. Sie können meistens in der vorlesungsfreien Zeit bearbeitet werden, wobei es zu empfehlen ist sie bereits im Laufe des Semesters fertig zu stellen, um den Prüfungsstress am Ende des Semesters zu reduzieren.

Referat (R)

Referate sind eine mündliche Prüfungsleistung in der ein zuvor mit dem zuständigen Lehrenden oder der zuständigen Lehrenden abgesprochenes Thema vor den Kommilitonen der Lehrveranstaltung präsentiert wird. Die Inhalte sollten wissenschaftlich recherchiert sein. Alle Thesen des Referats sollten auf einem Thesenblatt für die Mitstudierenden zusammengefasst werden. Die Dauer eines Referats umfasst zwischen 20 und 45 Minuten, je nach Absprache mit dem zuständigen Lehrenden oder der zuständigen Lehrenden. Referate können auch in Gruppen vorbereitet und gehalten werden. Ergänzt wird es in der Regel durch eine schriftliche Ausarbeitung in Form einer Hausarbeit.

Kurzreferat (KR)

Kurzreferate unterscheiden sich von Referaten lediglich im Hinblick auf ihre Länge: sie umfassen höchstens 10 Minuten. Alle anderen Aspekte sind gleich.

Präsentation (PR)

Präsentationen können entweder als Einzelleistung oder in Form einer Gruppenarbeit durchgeführt werden. Die Arbeitsergebnisse werden vor den Mitstudierenden und dem Leiter bzw. der Leiterin der entsprechenden Lehrveranstaltung präsentiert. Im Gegensatz zum Referat ist die Präsentation umfangreicher in Inhalt, Methodik und Darstellung.

Projektarbeit (PA)

Projektarbeiten können als Hausarbeit oder als Präsentation angefertigt werden. Das Thema der Projektarbeit wird zuvor mit dem zuständigen Lehrenden oder der zuständigen Lehrenden festgelegt. Projektarbeiten können entweder als Einzelleistung oder in Form einer Gruppenarbeit durchgeführt werden.

Literatur

Der Dozent, die Dozentin der jeweiligen Lehrveranstaltung legt vor Beginn des Semesters fest, welche begleitende Literatur benötigt wird. Diese Information wird zur Beginn der Veranstaltung bzw. über das LMS bekannt gegeben. Weitere unterstützende Materialien (z. B. Skripte, Übungsaufgaben, Vorlesungsfolien, etc.) werden über das LMS sowie vorliegenden Handapparat rechtzeitig zur Verfügung gestellt.

Modulübersicht

Modulübersicht des Bachelorstudiengangs **Betriebswirtschaft** (Dual) an der **Hochschule der Bayerischen Wirtschaft für angewandte Wissenschaften – HDBW**

MoNr.	Module mit Lehrveranstaltungen	LVF	V	SWS	MoP	LP*	SEM
WIW	Einführung in das Studium der Wirtschaftswissenschaften***				sP od. mP od. PR	5	1
WIW-01	Grundlagen der Wirtschaftswissenschaften	VL	P	2			
WIW-02	Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten	UE	P	2			
WMA	Einführung in die Wirtschaftsmathematik***				sP od. mP od. PA	5	1
WMA-01	Quantitative Methoden 1: Einführung in die Wirtschaftsmathematik	VL	P	2			
WMA-02	Quantitative Methoden 1: Übung zur Einführung in die Wirtschaftsmathematik	UE	P	2			
REW	Rechnungswesen***				sP od. mP od. PA	5	1
REW-01	Grundlagen der Finanzbuchführung	VL	P	2			
REW-02	Übung zu den Grundlagen der Finanzbuchführung	UE	P	2			
WEN1	Wirtschaftsenglisch 1***				sP od. mP od. R	5	1
WEN1-01	Wirtschaftsenglisch 1	VL	P	1			
WEN1-02	Übung zu Wirtschaftsenglisch 1	UE	P	1			
WR1	Wirtschaftsrecht 1***				sP od. mP od. PR	5	1
WR1-01	Einführung in das Unternehmensrecht	VL	P	2			
WR1-02	Übung zur Einführung in das Unternehmensrecht	UE	P	2			
WIM	Einführung in das Wissens- und Informationsmanagement				sP od. mP od. PR	5	1
WIM-01	Einführung in das Wissens- und Informationsmanagement	VL	P	2			
WIM-02	Übung zur Einführung in das Wissens- und Informationsmanagement	UE	P	2			
BLB	Betriebliche Leistungsbereiche***				sP od. mP od. PA	5	2
BLB-01	Betriebliche Leistungsbereiche	VL	P	2			
BLB-02	Teilbereiche der Unternehmensführung	UE	P	2			
VWL	Einführung in die Volkswirtschaftslehre***				sP od. mP od. PA	5	2
VWL-01	Grundlagen der VWL – Mikroökonomie	VL	P	2			
VWL-02	Grundlagen der VWL – Makroökonomie	VL	P	2			

IFZ	Investition und Finanzierung***				sP od. mP od. PR	5	2
IFZ-01	Einführung in Investition und Finanzierung	VL	P	2			
IFZ-02	Übung zu Investition und Finanzierung	UE	P	2			
KLC	Kosten- und Leistungsrechnung und Controlling				sP od. mP od. PR	5	2
KLC-01	Kosten- und Leistungsrechnung und Controlling	VL	P	2			
KLC-02	Übung zu Kosten- und Leistungsrechnung und Controlling	VL	P	2			
ORG	Einführung in die Organisationsgestaltung				sP od. mP od. HA	5	2
ORG-01	Einführung in die Organisationsgestaltung	VL	P	2			
ORG-02	Übung zur Einführung in die Organisationsgestaltung	UE	P	2			
SP I	Schlüsselqualifikationen	**	WP	**	**	5	2
STA	Einführung in die Wirtschaftsstatistik***				sP od. mP od. PR	5	3
STA-01	Quantitative Methoden 2: Einführung in die Wirtschaftsstatistik	VL	P	2			
STA-02	Quantitative Methoden 2: Übung zur Einführung in die Wirtschaftsstatistik	UE	P	2			
LMW	Einführung in die Logistik und Materialwirtschaft				sP od. mP od. PR	5	3
LMW-01	Logistik und Materialwirtschaft	VL	P	2			
LMW-02	Übung zu Logistik und Materialwirtschaft	VL	P	2			
WII	Einführung in die Wirtschaftsinformatik				sP od. mP od. PR	5	3
WII-01	Einführung in die Wirtschaftsinformatik	S	P	2			
WII-02	Übung zur Einführung in die Wirtschaftsinformatik	UE	P	2			
BIL	Grundlagen der Bilanzierung				sP od. mP od. PR	5	3
BIL-01	Bilanzierungsgrundlagen	VL	P	2			
BIL-02	Übung zu Bilanzierungsgrundlagen	UE	P	2			
SOM	Grundlagen des strategischen und operativen Marketing				sP od. mP od. PR	5	3
SOM-01	Instrumente des strategischen und operativen Marketing	VL	P	2			
SOM-02	Übung zum strategischen und operativen Marketing	UE	P	2			

B-WPB	Wahlpflichtblock							
	Spezialisierungsfach 1		WP			5	3	
	Spezialisierungsfach 2					5	4	
	Spezialisierungsfach 3					5	4	
	Spezialisierungsfach 4					5	5	
	Spezialisierungsfach 5					5	5	
HRS	Human Resources				sP od. mP od. PR	5	4	
HRS-01	Human Resources / Mitarbeiterführung	VL	P	2				
HRS-02	Grundlagen des Arbeitsrechts	VL	P	2				
KMU	Management kleiner und mittlerer Unternehmen (KMU)				sP od. mP od. PA	5	4	
KMU-01	Grundzüge des Managements von KMU	VL	P	2				
KMU-02	Übungen zur Entwicklung einer KMU Business Idee und der Businessplanerstellung	UE	P	2				
WEN2	Wirtschaftsenglisch 2***				sP od. mP od. PR	5	4	
WEN2-01	Wirtschaftsenglisch 2	VL	P	1				
WEN2-02	Übung zu Wirtschaftsenglisch 2	UE	P	1				
SPW	Wissenschaftliches Arbeiten (Studium Plus II)	S	P	2	sP od. mP od. PA	5	4	
IÖK	Industrieökonomik				sP od. mP od. PR	5	5	
IÖK-01	Industrieökonomik	VL	P	2				
IÖK-02	Methodische Grundlagen der Industrieökonomik	VL	P	2				
MDL	Multi-Dimensional Leadership				sP od. mP od. PR	5	5	
MDL-01	Wertorientierte Unternehmensführung	VL	P	2				
MDL-02	Multi-Dimensional Leadership Communication Skills	UE	P	2				
QUM	Qualitätsmanagement				sP od. mP od. PR	5	5	
QUM-01	Qualitätsmanagement, TQM	VL	P	2				
QUM-02	QM-Handbuch	UE	P	2				
WR2	Wirtschaftsrecht 2				sP od. mP od. PR	5	5	
WR2-01	International Property Rights (Patent- und Erfinderrecht)	VL	P	2				
WR2-02	Safety and Security	VL	P	2				

PXD	Praxisphase	BP	P	/	PB & PR	30	6
NIU	Nationale und internationale Unternehmensverantwortung				sP od. mP od. PR	5	7
NIU-01	Grundlagen nationaler und internationaler Unternehmensverantwortung	VL	P	2			
NIU-02	Technologie- und Innovationsmanagement / Green Economy und Nachhaltigkeit	VL	P	2			
GSC	Global Supply Chain Management				sP od. mP od. PA	5	7
GSC-01	Global Supply Chain Management	VL	P	2			
GSC-02	Supply Chain Management Planung und Steuerung	VL	P	2			
SP III	Orientierungs- und Handlungsqualifikationen	S	WP	2	sP od. mP od. PA	5	7
AM	Bachelorthesis	SSSt	P	300 h	BT	10	7
	Verteidigung	KO	P	150 h	VE	5	7

* Leistungspunkte (LP) werden nach dem European Credit Transfer System (ECTS) vergeben.

** Die Lehrveranstaltungsform (LVF), die Semesterwochenstunden (SWS) und die Modulprüfung (MoP) sind bei Studium Plus I abhängig vom gewählten Modul.

*** Grundlagenmodul

Legende

A	Anwendungsorientierte Spezialisierung	AM	Abschlussmodul
B	Betriebswirtschaft	BP	Betriebspraktikum
BS	Blockseminar	BT	Bachelorthesis
BL	Blended Learning	F	Fachliche Spezialisierung
G	Grundlagenstudium	KO	Kolloquium
L	Laborunterricht	LP	Leistungspunkte
LVF	Lehrveranstaltungsform	MoNr.	Modul Nummer
mP	Mündliche Prüfung	MoP	Modulprüfung
N.N.	Nicht benannt	P	Pflichtveranstaltung
PA	Projektarbeit oder Hausarbeit	PB	Praktikumsbericht
PL	Praxisorientierte Lehrveranstaltung	PR	Präsentation
PS	Praxissemester	R	Referat oder Kurzreferat
S	Seminar	SK	Sprachkurs
sP	Schriftliche Prüfung	SPJ	Studienprojekt
SSSt	Selbststudium	SWS	Semesterwochenstunden
UE	Übung	V	Verbindlichkeit
VE	Verteidigung	VL	Vorlesung
WL	Workload	WP	Wahlpflichtveranstaltung

Modulbeschreibungen

I. Grundlagenstudium (G)

WIW Einführung in das Studium der Wirtschaftswissenschaften	
Modulnummer	WIW
Themenbereich	Methodische Grundlagen
Semester	1. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. J. Jacoby
Dozent/en	Professoren der BWL, N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 64h BL / 86h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: keine
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden haben einen Überblick wirtschaftswissenschaftlicher Zusammenhänge in einem internationalen Kontext und Begrifflichkeiten sowie Grundlagenkenntnisse wirtschaftlichen Handelns. Sie haben einen Überblick über betriebswirtschaftliche und volkswirtschaftliche Grundzusammenhänge und sind in der Lage, wirtschaftswissenschaftliche Denkansätze in einen theoretischen Kontext zu stellen. Auf Grundlage der vermittelten Kenntnisse sind sie dazu befähigt, wirtschaftliche Sachverhalte zu verstehen und zu bearbeiten. Darüber hinaus sind sie in der Lage, auch komplexere wirtschaftliche Fragestellungen thematisch richtig zuzuordnen und zielgerichtet nach Unterstützung und Problemlösungen zu suchen.
Internationaler Bezug	Darstellung der Wirtschaft in einem internationalen Kontext mit ihren internationalen Verflechtungen und Interdependenzen
Modulinhalt / LVA	WIW -01 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Im Rahmen der VL werden folgende Grundlagenkenntnisse vermittelt: - Grundlagen der Wirtschaftswissenschaften - Grundbegriffe des Wirtschaftens - Zielsysteme von Unternehmen - betriebliche Teilfunktionen im Überblick - Abgrenzung zu Fragestellungen der Volkswirtschaftslehre
Modulinhalt / LVA	WIW-02 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre Fallbeispiele
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Im Rahmen der UE werden reale Erfahrungen und Fragestellungen der Wirtschaftswissenschaften als Fallbeispiele in den Unterricht einbezogen und anhand der erlernten theoretischen Zusammenhänge analysiert.

	Dadurch werden grundlegende Fähigkeiten vermittelt zur - Analyse von wirtschaftlichen Problemen - Recherche von wissenschaftlicher Lösungsansätzen - Kritischen Reflektion der angebotenen Konzepte und zur - Zusammenfassung und Präsentation wirtschaftlicher Zusammenhänge Die Studierenden erstellen Präsentation zu den Fallbeispielen, die im Rahmen eines seminaristischen Unterrichts vorgestellt und diskutiert werden.
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Baßeler, Ulrich / Heinrich, Jürgen / Utecht, Burkhard: Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft, 19. Aufl., Stuttgart 2010 - Baßeler, Ulrich / Heinrich, Jürgen / Utecht, Burkhard: Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft, Übungsbuch, 6. Aufl. Stuttgart 2012 - Hutzschenreuter, Thomas: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 7. Auflage, München 2022 - Jung, Hans: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 13. Aufl., München 2016 - Schierenbeck, Henne/ Wöhle Claudia B.: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, 19. Aufl., München 2016 - Wöhe, Günter/ Döring, Ulrich/ Brösel, Gerrit: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 27. Aufl., München 2020 - Steinmetz, Peter: Marktforschung, 8. Aufl. Herne 2012 - Rahn, Horst-Joachim: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 13. Aufl., Herne 2021 - von Känel, Siegfried: Betriebswirtschaft für Ingenieure, Herne 2008
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	WING (BA), WINFO (BA), MB (BA)
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

WMA Einführung in die Wirtschaftsmathematik	
Modulnummer	WMA
Themenbereich	Methodische Grundlagen
Semester	1. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Oliver Schlick
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 64h BL / 86h SS
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: keine
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden haben vertiefte grundlegende mathematische Fähigkeiten mit einem besonderen Fokus auf mathematische und quantitative Anwendungsfelder in einem wirtschaftswissenschaftlichen Kontext.
Internationaler Bezug	Mathematische und quantitative Methoden sind Bestandteil des Grundwerkzeugkastens im internationalen Management.
Modulinhalt / LVA	WMA-01 Einführung in die Wirtschaftsmathematik
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Im Rahmen der VL werden folgende Grundlagenkenntnisse vermittelt: - Folgen und Summen, - Finanzmathematik, Zinseszinsrechnung, - Rentenrechnung, - Tilgungsrechnung und Funktionen, Differentialrechnung.
Modulinhalt / LVA	WMA-02 Übung zur Einführung in die Wirtschaftsmathematik
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Es werden die theoretischen Kenntnisse aus B2G2-01 anhand von Übungsaufgaben angewendet und zusätzlich gefestigt. Zudem werden grundlegende mathematische Vorkenntnisse (z.B. aus dem Abitur) der Studierenden aufgefrischt, in Erinnerung gerufen und an Beispielen vertieft.

Literatur	- Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - - Walz, Guido/ Zeilfelder, Frank/ Rießinger, Thomas: Brückenkurs Mathematik für Studieneinsteiger aller Disziplinen, 5. Aufl. Berlin/Heidelberg 2019 - Tietze, Jürgen: Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik: Das praxisnahe Lehrbuch - inklusive Brückenkurs für Einsteiger, 2019 - Christiaans / Ross (2013): Wirtschaftsmathematik für das Bachelor-Studium, Springer Gabler, Wiesbaden. - Auer / Seitz (2013): Grundkurs Wirtschaftsmathematik, Springer Gabler, Wiesbaden. - Röpcke / Wessler (2012): Wirtschaftsmathematik, Hanser, München - Wimmer / Caprano (2013): Finanzmathematik, Vahlen, München.
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

REW Rechnungswesen	
Modulnummer	REW
Themenbereich	GBWL, VWL & Recht
Semester	1. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. F. Egger
Dozent/en	Prof. Dr. F. Egger / N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 64h BL / 86h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: keine
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden besitzen einen Überblick über das gesamte betriebliche Rechnungswesen und beherrschen die Grundbegriffe des Rechnungswesens. Sie verstehen das Prinzip der Doppelten Buchführung und sind in der Lage, grundlegende betriebliche Geschäftsvorfälle in der Finanzbuchhaltung abzubilden und einen Jahresabschluss zu erstellen. Sie kennen die Elemente und Aussagegehalt eines handelsrechtlichen Jahresabschlusses und die Grundsätze ordnungsgemäßer Bilanzierung sowie die daraus resultierenden Bewertungsvorschriften nach Handels- und Steuerrecht.
Modulinhalt / LVA	REW-01 Grundlagen der Buchführung und Finanzbuchhaltung
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Im Rahmen der VL werden folgende Grundlagenkenntnisse vermittelt: - Grundlagen der Buchführung (Aufgaben, Ergebnisse, GoB) - Technik der Buchführung (Doppik, Geschäftsvorfälle, Arten von Konten, Kontenrahmen) - Verbuchung ausgewählter Geschäftsvorfälle (Beschaffung, Produktionsfaktoren, Verkauf, Handelswaren, Anlagegüter, Eigenleistungen, Fremdfinanzierung, Privatkonto, Steuern). - Schritte der Jahresabschlusserstellung - Bewertung des Anlagevermögens (Abschreibung), Bewertung des Umlaufvermögens (Vorräte und Forderungen), Rechnungsabgrenzungsposten, Buchung von Erfolg und Eigenkapital, Rückstellungen und Verbindlichkeiten
Modulinhalt / LVA	REW-02 Übung zu den Grundlagen der Buchführung und Finanzbuchhaltung
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Im Rahmen der UE werden die in der VL behandelten theoretischen Kenntnisse anhand von Übungsaufgaben angewendet und zusätzlich gefestigt. Erfahrungen und Fragestellungen aus dem betrieblichen Umfeld der Studierenden können als Fallbeispiele in den Unterricht einbezogen und anhand der erlernten theoretischen Zusammenhänge analysiert werden.

Literatur	Eine abschließende Literatúrauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Auer, Benjamin / Schmid, Peer: Grundkurs Buchführung, 4. Auflage Wiesbaden 2013 - Coenenberg, Adolf G. / Haller, Axel / Mattner, Gerhard / Schultze, Wolfgang: Einführung in das Rechnungswesen, 8. Auflage Stuttgart 2021 - Coenenberg, Adolf G. / Haller, Axel / Schultze, Wolfgang: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 26. Auflage Stuttgart 2021
Sonstige Informationen	- Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	In allen wirtschaftswissenschaftlichen und wirtschaftsingenieurwissenschaftlichen Studiengängen.
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

WEN1 Wirtschaftsenglisch 1	
Modulnummer	WEN1
Themenbereich	Sprachen, SP & Wissensmanagement
Semester	1. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. J. Jacoby
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	2 SWS: VL (1 SWS) & UE (1 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 52h BL / 98h SS
LP (ECTS)	5
MoP / LN	R
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: Die Lehrveranstaltung orientiert sich am Eingangsniveau B1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens (GER) und baut auf diesem Sprachniveau auf. Sprachtests zur persönlichen Kompetenzfeststellung finden sich auf der Homepage der www.hdbw-hochschule.de .
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden verfügen über erweiterte Englischkenntnisse in der Kommunikation und haben die Grundlagen für ein sprachliches Know-how und für Geschäftskorrespondenz. Sie haben das Niveau B2 gemäß GER erworben.
Internationaler Bezug	Das Modul vermittelt das Sprachniveau B2 gemäß Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen (GER) und bereitet somit auf eine Tätigkeit im europäischen oder außereuropäischen Ausland vor.
Modulinhalt / LVA	WEN1-01 Wirtschaftsenglisch 1
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Im Rahmen der Lehrveranstaltung Wirtschaftsenglisch 1 werden grundlegende Kenntnisse der englischen Sprache wieder aufgefrischt und vertieft. Die Teilnehmer lernen komplexe Texte zu verstehen und werden schrittweise an Spezialgebiete und Fachdiskussionen herangeführt. Ein Schwerpunkt liegt hierbei auf dem Hör- und Leseverständnis. Darüber hinaus werden im Rahmen interaktiver Gesprächsrunden zu spezifischen fachlichen Bereichen aus der Unternehmenswelt die mündlichen Kommunikationskompetenzen verbessert. Dabei wird der Fokus auf folgende Themenbereiche gelegt: - Geschäftskommunikation und Geschäftskorrespondenz (Briefe, Berichte, Protokolle etc.), - Geschäftsbereiche (Personal, Marketing, Rechnungswesen) - Aktuelle, unterschiedliche Geschäftssituationen
Modulinhalt / LVA	WEN1-02 Übung zu Wirtschaftsenglisch 1
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Im Rahmen der UE werden die im EL behandelten theoretischen Kenntnisse anhand von Übungsaufgaben angewendet und zusätzlich gefestigt. Erfahrungen und Fragestellungen aus dem betrieblichen Umfeld der Studierenden können als Fallbeispiele in den Unterricht einbezogen und

	anhand der erlernten theoretischen Zusammenhänge analysiert werden. Ziel ist es die allgemeine Sprachkompetenz zu verbessern, sowie die Befähigung zu fördern, international Verhandlungen zu führen, Präsentationen zu halten und Gespräche am Telefon in der Fremdsprache zu führen. Ein Schwerpunkt liegt daher auf der mündlichen Kommunikation.
Literatur	Eine Literatureingrenzung wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Dean, Stuart: Business Talk English, 4. Auflage, 2020 - Förster, Lisa / Lewis, Ian. C. / Pattinson, Annette et. al.: Business English, 2018 - Goudswaard, Getrud / Henderson, Derek: Business English, Freiburg Br. 2012 - McKenzie, Ian: English for Business Studies, 3. Auflage, 2010 - Noack, Axel: Business Essentials: Fachwörterbuch Deutsch-Englisch Englisch-Deutsch, Oldenbourg 2007
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	In allen wirtschaftswissenschaftlichen und wirtschaftsingenieurwissenschaftlichen Studiengängen.
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

WR1 Wirtschaftsrecht 1	
Modulnummer	WR1
Themenbereich	GBWL, VWL & Recht
Semester	1. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. J. Jacoby
Dozent/en	RAin Michaela Braun, N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 64h BL / 86h SS
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: keine
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden haben einen Überblick über die Struktur des deutschen Rechtssystems. Sie kennen die Relevanz öffentlicher Rechts- und Normensysteme. Die Studierenden verfügen über die erforderlichen Kenntnisse, um Gesetzestexte und andere Rechtsquellen interpretieren und anwenden zu können. Sie sind in der Lage, einfach gelagerte juristische Fallgestaltungen adäquat zu lösen. Dabei wenden sie die wichtigsten und für das Wirtschaftsleben relevanten Vorschriften des Zivilrechts an, insbesondere diejenigen des BGB. Darüber hinaus erlernen die Studierenden die Grundlagen der für Unternehmen maßgeblichen arbeitsrechtlichen Vorgaben. Abschließend werden die Grundlagen des europäischen und internationalen Rechtssystems mit Bezug zu Aufgaben des internationalen Managements aufgezeigt.
Internationaler Bezug	Darlegen des internationalen Rechtssystems als Aktionsraum des international agierenden Managers.
Modulinhalt / LVA	WR1-01 Einführung in das Unternehmensrecht
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Im Rahmen der VL werden folgende Grundlagenkenntnisse vermittelt: a) Einführung in das deutsche Rechtssystem: - Rechtsphilosophie - Gesetzgebung - Normenpyramide - Strukturprinzipien des deutschen Rechts - Staatsrecht - Verfassungsrecht - Europarecht b) Einführung in das Unternehmensrecht: - Arten von Rechtsgeschäften - Der Vertrag, die Willenserklärung - Verpflichtungs- und Erfüllungsgeschäfte - Wirksamkeitsvoraussetzungen des Rechtsgeschäfts

	- Vertragsrecht - Sachenrecht - Besitz - Handelsrechts im Vergleich zum Bürgerlichen Recht - Kaufmannsgemeinschaft - Arbeitsrecht - Internationales Privatrecht Leistungsstörungen
Modulinhalt / LVA	WR1-02 Übung zur Einführung in das Unternehmensrecht
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Im Rahmen der UE werden die in der VL behandelten theoretischen Kenntnisse anhand von Übungsaufgaben angewendet und zusätzlich gefestigt. Erfahrungen und Fragestellungen aus dem betrieblichen Umfeld der Studierenden können als Fallbeispiele in den Unterricht einbezogen und anhand der erlernten theoretischen Zusammenhänge analysiert werden.
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Brox, Hans / Hennsler, Martin: Handelsrecht, 23. Auflage, München 2020 - Bähr, Grundzüge des Bürgerlichen Rechts, 12. Auflage, München 2013 - Detterbeck, Öffentliches Recht, Staatsrecht, Verwaltungsrecht, Verwaltungsprozessrecht und Europarecht mit Übungsfällen, 12. Auflage, München 2022 - Kallwass / Abels / Müller-Michaels, Privatrecht, Bürgerliches Recht, Handelsrecht, Gesellschaftsrecht, Kapitalmarktrecht, Insolvenzrecht 25. Auflage, München 2022 - BGB in der neuesten Auflage - HGB in der neuesten Auflage
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

WIM Einführung in das Wissens- und Informationsmanagement	
Modulnummer	WIM
Themenbereich	Sprachen, SP & Wissensmanagement
Semester	1. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. S. Rathmayer
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 64h BL / 86h SS
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: keine.
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden wissen um die Bedeutung der Informationsverarbeitung in einem Unternehmen. Sie kennen die Möglichkeiten moderner Informationsinfrastruktur und können mit den Abgrenzungen des Informationsmanagements zu naheliegenden betrieblichen Funktionen, wie das Kommunikationsmanagement, das betriebliche Wissensmanagement, das Controlling umgehen. Die Studierenden beherrschen grundlegende Theorien, Modelle, Konzepte und Methoden des Informations- und Wissensmanagements und werden in die Lage versetzt, diese auf praktische Fragestellungen anzuwenden. Sie beherrschen operativ gängige Anwendungssysteme wie z.B. das Information Retrieval in Online-Datenbanken, dem Internet und SAP-Berichtssystemen. Sie können reine Berichtssysteme von Expertisesystemen und EIS abgrenzen und erlangen Wissen über die Architektur eines Data Warehouse. Sie sind vertraut mit dem Prozess der Einführung eines Wissensmanagementsystems. Sie erarbeiten sich Kenntnisse der Anwendung von Informations- und Wissensmanagement in E-Commerce-Systemen.
Internationaler Bezug	Verständnis von Informationstechnologie als zentralem Instrument der Unternehmensführung in international agierenden Unternehmen.
Modulinhalt / LVA	WIM-01 Einführung in das Wissens- und Informationsmanagement
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Im Rahmen der VL werden folgende Inhalte vermittelt: - Generieren und Verwalten von Informationen - Planung und Entwicklung von rechnergestützten Informationssystemen - E-Commerce und Managementinformationssysteme. - Workflow-Management - Prozessanalyse und -entwicklung, - Strategische Aufgaben des Informationsmanagements - Management von Information - Prozess der Informationsversorgung - Online-Datenbanken und Informationsbroker - Informationsmanagement mit dem Internet - Suchmaschinen - Internes Berichtssystem - Beschaffung der IT-Ressourcen durch (Offshore) Outsourcing

	- Risikomanagement im IT-Bereich (Stufen des IT-Risikomanagements, Risikoanalyse, Schutz- und Abwehrmechanismen, Katastrophenmanagement) - Teilprozesse des Wissensmanagements - Methodische Unterstützung des Wissensmanagements - Methoden zur Förderung des Wissensaustauschs und der Wissensnutzung - Methoden zur Repräsentation von Wissen - Softwaretechnische Werkzeuge des Wissensmanagements - Anwendungen von Informationsmanagement - E-Commerce-Systeme
Modulinhalt / LVA	WIM-02 Übung zur Einführung in das Wissens- und Informationsmanagement
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Im Rahmen der UE werden die in der VL behandelten theoretischen Kenntnisse anhand von Übungsaufgaben trainiert und zusätzlich gefestigt. Dabei sollen relevante softwaretechnische Werkzeuge des Wissensmanagement angewendet werden.
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Biethan, Jörg; Muksch, Harry; Ruf, Walter: Ganzheitliches Informationsmanagement – Band 1 Grundlagen, München 2020 - Freund, Jakob; Götzer, Klaus: Vom Geschäftsprozess zum Workflow. Ein Leitfadens für die Praxis, Stuttgart 2008 - Geisler, Frank: Datenbanken: Grundlagen und Design, 5. Auflage Frechen 2014 - Steiner, René: Grundkurs Relationale Datenbanken: Einführung in die Praxis der Datenbankentwicklung, Wiesbaden 2021 - Lehner, F., Wissensmanagement, Hanser Verlag, München, 7. Auflage 2021 - Heinrich L., Informationsmanagement: Planung, Überwachung und Steuerung der Informationsinfrastruktur, 7. Aufl., Oldenbourg Verlag, München, 2014 - Bellingner, A., Krieger D., Wissensmanagement für KMU, vdf Hochschulverlag AG, Zürich, 2007 - Probst, G., Raub, S., Romhardt, K., Wissen managen - Wie Unternehmen ihre wertvollste Ressource optimal nutzen, Wiesbaden, 7. Auflage, 2013
Sonstige Informationen	
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

BLB Betriebliche Leistungsbereiche	
Modulnummer	BLB
Themenbereich	GBWL, VWL & Recht
Semester	2. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. C. Schmitt
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 64h BL / 86h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: keine.
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden verstehen den Systemzusammenhang der einzelnen Leistungsbereiche innerhalb der betrieblichen Wertschöpfungskette. Sie kennen die begrifflichen, theoretischen und methodischen Grundlagen der betrieblichen Leistungsbereiche „Beschaffung“ und „Produktion“ sowie „Absatz“ und „Marketing“. Sie sind vertraut mit den wesentlichen Entscheidungstatbeständen in den Leistungsbereichen und kennen die jeweiligen Instrumente zur Entscheidungsfindung. In dem Modul wird der Leistungsbereich sowohl als Güterproduktion als auch als Dienstleistungsbereich betrachtet. Darüber hinaus kennen die Studierenden die grundsätzlichen Teilbereiche der Unternehmensführung und sind sich deren Komplexität sowie ihrer Entscheidungstatbestände in einem internationalen Kontext bewusst.
Internationaler Bezug	Nicht nur in Großkonzernen sondern auch in KMU bestehen zahlreiche internationale Einflussfaktoren auf die unterschiedlichen Elemente des betrieblichen Leistungserbringens, deren Chancen und Risiken es in dieser LV kennenzulernen gilt.
Modulinhalt / LVA	BLB-01 Betriebliche Leistungsbereiche
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Im Rahmen der VL „Betriebliche Leistungsbereiche“ werden folgende Inhalte vermittelt: - Einführung in die betrieblichen Leistungsbereiche und die Unternehmensführung - Unternehmensführung, Strategisches Management (Strategieprozess) & Situationsanalyse - Strategieentwicklung und Forschung & Entwicklung (F&E) - Controlling / Führung mit Kennzahlen (KPIs) - Marketing / Vertrieb & Digitalisierung - Organisation und Personal (HR) - Supply Chain Management (SCM)

Modulinhalt / LVA	BLB-02 Teilbereiche der Unternehmensführung
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Im Rahmen der UE werden die in der VL behandelten theoretischen Kenntnisse anhand von Übungsaufgaben angewendet und zusätzlich gefestigt. Dabei wird insbesondere auf die Teilbereiche der Unternehmensführung eingegangen, die in Hinblick auf die inhaltlichen Teilbereiche der VL (Forschung und Entwicklung, Beschaffung / Einkauf, Produktion und Vertrieb) angewendet und diskutiert werden. Folgende Teilbereiche werden dabei thematisiert: - Unternehmensziele - Strategische Konzepte - Planung und Entscheidung - Organisation - Mitarbeiterführung - Kontrolle Erfahrungen und Fragestellungen aus dem betrieblichen Umfeld der Studierenden können als Fallbeispiele in den Unterricht einbezogen und anhand der erlernten theoretischen Zusammenhänge analysiert werden.
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Bieger, Thomas et al: Einführung in die Managementlehre basierend auf dem St. Galler Managementmodell, 2021. - Hutzschenreuter, Thomas: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre-Grundlagen mit zahlreichen Praxisbeispielen, 6., überarb. Aufl. 2015. - Schierenbeck, Henner/ Wöhle, Claudia B.: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, 19. Auflage 2016 - Wöhe, Günter: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 27. überarb. & aktual. Aufl. 2020 - Schreyögg, Georg / Koch, Jochen: Management: Grundlagen der Unternehmensführung Konzepte - Funktionen – Fallstudien, 8. Auflage 2020. - Thommen, Jean-Paul et al.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre – Umfassend Einführung aus managementorientierter Sicht, 8. Auflage 2017. - Vahs, Dietmar/ Schäfer-Kunz, Jan: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 8 Aufl., 2021. - Weber, Wolfgang / Kabst, Rüdiger / Baum, Matthias; Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 10., überarb. Aufl. 2017.
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	In allen wirtschaftswissenschaftlichen und wirtschaftsingenieurwissenschaftlichen Studiengängen.
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

VWL Einführung in die Volkswirtschaftslehre	
Modulnummer	VWL
Themenbereich	GBWL, VWL & Recht
Semester	2. Semester
Dauer	2. Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. O. Schlick
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (4SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 64h BL / 86h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: keine
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden erkennen den Gegenstand der VWL als die Erforschung mikro- und makroökonomischer Zusammenhänge und die Möglichkeiten der Beeinflussung des Wirtschaftsgeschehens durch Gesetzgebung, Notenbank- und Staatsaktivität. Sie verstehen die grundsätzliche Funktionsweise marktwirtschaftlicher Wirtschaftssysteme. Sie erkennen die Spezifik der sozialen Marktwirtschaft und sind in der Lage, grundlegende volkswirtschaftliche Zusammenhänge auf einzel- und gesamtwirtschaftlicher Betrachtungsebene nachzuvollziehen sowie wirtschaftspolitische Fragestellungen zu analysieren und zu bewerten.
Internationaler Bezug	Aufzeigen internationaler Bezüge der angewandten Volkswirtschaftslehre z.B. in Bezug auf internationale Wirtschafts- und Währungspolitik, internationale Wirtschaftsbeziehungen etc.
Modulinhalt / LVA	VWL-01 Grundlagen der VWL - Mikroökonomie
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Im Rahmen dieser Veranstaltung wird grundlegend in die Betrachtung mikroökonomischer Zusammenhänge und theoretischer Modelle eingeführt, d. h. in die einzelwirtschaftlichen Zusammenhänge. Das Einzelne betrifft das Handeln einzelner Menschen in Haushalten und Unternehmungen. Sie entscheiden (direkt oder indirekt) über die Verwendung von Gütern, Ressourcen, Budget oder Inputfaktoren. Im Einzelnen werden die Theorie des Haushalts und der Unternehmung vorgestellt, die Koordination von Angebot und Nachfrage, die Wohlfahrtstheorie und Marktversagen.
Modulinhalt / LVA	VWL-02 Grundlagen der VWL - Makroökonomie
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Im Rahmen dieser Veranstaltung wird grundlegend in die Betrachtung makroökonomischer Zusammenhänge und theoretischer Modelle eingeführt, d. h. in gesamtwirtschaftliche Zusammenhänge.

	Einzelwirtschaftliche Entscheidungen schlagen sich in gesamtwirtschaftlichen Größen nieder. Insbesondere wird auf die klassisch-neoklassische sowie keynesianische Theorie im Hinblick auf den Gütermarkt, Geldmarkt und den Arbeitsmarkt eingegangen. Wirtschaftspolitische Konsequenzen, die sich aus den unterschiedlichen Theorien ergeben, werden ebenfalls thematisiert. Auch außenwirtschaftliche Zusammenhänge, wie die Wirkung auf und von der Handelsbilanz und die wichtigsten Wechselkurs-theorien werden betrachtet.
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Blanchard, O., Illing, G., 2021, Makroökonomie, Pearson Verlag. - Bofinger, Peter, 2019, Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Pearson Verlag - Brunner, S., 2014, Volkswirtschaftslehre, Vahlen Verlag - Kempa, B., 2001, Die Kaufkraftparität, Das Wirtschaftsstudium – wisu, Heft 10/01. - Kempa, B., 2001, Die Zinsparität, Das Wirtschaftsstudium – wisu, Heft 7/01. - Krugman, P., Obstfeld, M., Melitz, M. 2019, Internationale Wirtschaft – Theorie und Politik der Außenwirtschaft, Pearson Verlag. - Krugman, P., Wells, R., 2017, Volkswirtschaftslehre, Schäffer Poeschel Verlag. - Mankiw, N. Gregory, Taylor, Mark P.. 2021, Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Schäffer Poeschel Verlag. - Vogt, B., Sturm, C., 2011, Umweltökonomik - Eine anwendungsorientierte Einführung, Springer Verlag. - Zuckarelli, J., 2023, Mikroökonomik – Endlich verständlich erklärt, Springer/Gabler Verlag.
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

IFZ Investition und Finanzierung	
Modulnummer	IFZ
Themenbereich	Management & Organisation
Semester	2. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. J. Jacoby
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (4 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	180h: 64h BL / 116h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: Grundlagenmodule sollten absolviert sein.
Lernergebnisse des Moduls	Das Modul vermittelt Einblicke in die betriebswirtschaftlichen Probleme und Lösungsansätze des betrieblichen Finanzmanagements in einem internationalen Kontext. Die Studierenden lernen, die Grundfragen der Finanzwirtschaft zu verstehen und zu lösen: Investitionsfrage - welche Investitionen werden wegen welcher Kriterien vorgenommen? Finanzierungsfrage - Wie können und sollen diese Investitionen finanziert werden? Unternehmenswertfrage - welche Wirkung hat dies auf das Eigenkapital und seine Bewertung? Planungs- und Steuerungsfrage - wie wird das Unternehmen unter finanzwirtschaftlichen Aspekten am besten gesteuert?
Internationaler Bezug	Die Studierenden lernen vielfältige internationale Aspekte im Bereich des Corporate Finance und im Bereich der Finanzdienstleistungen kennen und verstehen.
Modulinhalt / LVA	IFZ-01 Investition und Finanzierung
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	- Grundlagen der Finanzwirtschaft: Unternehmen und Stakeholder, Cashflow und Finanzierung, Kapitalmarkt, Rendite und Risiko - Eigenfinanzierung: Rechtsformen, Überschüsse, Kapitalerhöhung, Ausschüttung und Aktienrückkauf, Marktwert des Eigenkapitals - Innenfinanzierung: Abschreibung, Selbstfinanzierung, Rückstellungen - Fremdfinanzierung durch Kredite: Charakteristika von Kreditarten, Kredit aus Bankensicht, Sicherheiten - Fremdfinanzierung durch den Kapitalmarkt: Anleihen, Bewertung, Duration, Anleihen mit Eigenkapitalcharakter - Investitionsrechnung: statische und dynamische Verfahren, Cashflow und Working Capital, Unsicherheit - Unternehmensbewertung: Bilanz, Marktwert, Unternehmenswert, Cashflow Bewertung, Wachstum

	- Kapitalstruktur und Unternehmenswert - Finanzplanung und kurzfristige Finanzmanagement - Finanzierung im internationalen Zusammenhang
Modulinhalt / LVA	IFZ-02 Übung zu Investition und Finanzierung
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Im Rahmen der UE werden die in der VL behandelten theoretischen Kenntnisse anhand von Übungsaufgaben angewendet und zusätzlich gefestigt. Im Mittelpunkt steht dabei, die Verbindung zwischen der beruflichen Praxis und der modernen betriebswirtschaftlichen Theorie.
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Becker, Hans Paul: Investition und Finanzierung, 9. Auflage Wiesbaden 2022 - Berk, Jonathan / de Marzo, Peter: Grundlagen der Finanzwirtschaft, 5. Auflage, 2020 - Bösch, Martin: Finanzwirtschaft – Investition, Finanzierung, Finanzmärkte und Steuerung, 5. Auflage München 2022 - Brealey, Richard A. / Myers, Stewart C. / Franklin, Allen: Principles of Corporate Finance, New York 2019 - Ermschel, Ulrich / Möbius, Christian / Wengert, Holger: Investition und Finanzierung, 4. Auflage, Heidelberg 2016 - Hölscher, Reinhold / Helms, Nils: : Investition und Finanzierung, 2017
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	In allen wirtschaftswissenschaftlichen und wirtschaftsingenieurwissenschaftlichen Studiengängen.
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

II. Fachliche Spezialisierung (F)

KLC Kosten- und Leistungsrechnung und Controlling	
Modulnummer	KLC
Themenbereich	GBWL, VWL & Recht
Semester	4. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. O. Schlick
Dozent/en	Prof. Dr. O. Schlick
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 64h BL / 86h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine Inhaltlich: Module B1G1 bis B1G4 sowie IFZ und B1G12 sollten absolviert sein.
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden kennen die Aufgaben und die Bedeutung des internen Rechnungswesens für eine effektive und effiziente Unternehmensführung. Sie sind mit den wesentlichen Kostenrechnungssystemen vertraut und sind in der Lage, die Werkzeuge der Kosten- und Leistungsrechnung in betrieblichen Entscheidungssituationen einzusetzen. Die Studierenden besitzen einen Überblick über Funktionen und Instrumente des Controllings, sie beherrschen ausgewählte Ansätze und Systeme und kennen deren Einsatzmöglichkeiten.
Internationaler Bezug	Neben den internationale Rahmenbedingungen des Controllings werden Ansätze der Kosten- und Leistungsrechnung aus dem angelsächsischen Management in die Betrachtung miteinbezogen.
Modulinhalt / LVA	KLC-01 Kosten und Leistungsrechnung und Controlling
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Kosten- und Leistungsrechnung: - Kosten- und Leistungsrechnung im Überblick (Aufgaben, Kostenkategorien, Kosten- und Erlösfunktionen) - Teilschritte der Kostenverrechnung (Kostenartenrechnung, Kostenstellenrechnung, Kostenträgerrechnung) - Kostenrechnungssysteme im Überblick (Teilkostenrechnung, Plankostenrechnung, Deckungsbeitragsrechnung) - Ausgesuchte Verfahren der Kosten- und Leistungsrechnung und ihre Einsatzfelder (z.B. Break Even-Analyse, Programmplanung, Prozesskostenrechnung, Target Costing) Grundlagen des Controlling

	- Operatives Controlling, Aufgaben, Organisation, Zielsystem, Berichtswesen - Taktisches Controlling, Businessplan und Budget, Zero Based Budgeting, Benchmarking, Better/Beyond Budgeting - Strategisches Controlling, Balanced Scorecard
Modulinhalt / LVA	KLC-02 Übung zu Kosten und Leistungsrechnung und Controlling
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Im Rahmen der UE werden die in der VL behandelten theoretischen Kenntnisse anhand von Übungsaufgaben angewendet und zusätzlich gefestigt. Erfahrungen und Fragestellungen aus dem betrieblichen Umfeld der Studierenden können als Fallbeispiele in den Unterricht einbezogen und anhand der erlernten theoretischen Zusammenhänge analysiert werden.
Literatur	Eine abschließende Literatúrauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Coenenberg, Adolf G. / Fischer, Thomas M. / Günther, Thomas: Kostenrechnung und Kostenanalyse, 9. Auflage Stuttgart 2016 - Friedl, Gunther / Hofmann, Christian / Pedell, Burkhard: Kostenrechnung, 4. Auflage München 2022 - Horváth, Péter, Controlling, 14. Auflage München 2019 - Horváth, Peter und Partner: Das Controllingkonzept: Der Weg zu einem wirkungsvollen Controllingsystem, 8. Auflage Stuttgart 2016 - Jorasz, William: Kosten- und Leistungsrechnung, 7. Auflage Stuttgart 2022 - Küpper, Hans-Ulrich: Controlling. Konzeption, Aufgaben und Instrumente. 6. Auflage Stuttgart 2013, - Weber, Jürgen / Schäffer, Utz: Einführung in das Controlling, 16. Auflage Stuttgart 2020
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	In allen wirtschaftswissenschaftlichen und wirtschaftsingenieurwissenschaftlichen Studiengängen.
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

ORG Einführung in die Organisationsgestaltung	
Modulnummer	ORG
Themenbereich	GBWL, VWL & Recht
Semester	4. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. S. Lackner
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 64h BL / 86h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	HA
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: Module WIW, WIM und BLB sollten absolviert sein
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden kennen Elemente organisatorischen Gestaltens. Sie sind in der Lage, Determinanten aufbau- und ablauforganisatorischer Gestaltung zu beschreiben und in einem internationalen Kontext zielorientiert einzusetzen. Die Studierenden erkennen die Notwendigkeit von Organisationsentwicklungen, sie sind in der Lage, den Entwicklungsbedarf einer Organisation zu identifizieren und Organisationsänderungsprozesse zu beschreiben. Sie sehen die Zusammenhänge von Organisations- und Personalentwicklung und verstehen die Bedeutung der Mitarbeiter im Änderungsprozess von Unternehmen.
Internationaler Bezug	Betrachtung von Organisationsgestaltung in einem internationalen Kontext, d.h. vor dem Hintergrund interkulturell-diverser Organisationen.
Modulinhalt / LVA	ORG-01 Einführung in die Organisationsgestaltung
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Folgende Inhalte werden vermittelt: - Einführung in die Organisationsgestaltung - Einführung in die Organisationslehre (Organisationsbegriffe, Arbeitsteilung und Organisation, Ziele des Organisierens, Abgrenzung Aufbau- und Ablauforganisation) - Phasen der Gestaltung der Aufbauorganisation (Aufgabenanalyse, Aufgabensynthese, Stellenbildung mit Zentralisation und Dezentralisation, Stellenarten, Stellenbemessung, Abteilungsbildung) - Klassische Leitungssysteme (Leitungsspanne und Hierarchien) - Überblick über die wesentlichen Organisationstheorien (Klassische Ansätze, Verhaltensorientierte Ansätze, Situative Ansätze, etc.) - Praxisrelevante Organisationsstrukturen (eindimensionale und mehrdimensionale Strukturformen, Projektmanagement,) - Ablauforganisation und Prozessmanagement (Prozessorientierte Organisationsgestaltung, Value Chain-Management-Ansatz, Geschäftsprozessoptimierung) - Unternehmenswandel als kontinuierlicher Prozess (Organisationsentwicklung, Change Management, Lernende Organisationen)

	- Aktuelle Entwicklungen in der Organisationsgestaltung (New Work, Agilität, etc.)
Modulinhalt / LVA	ORG-02 Übung zur Einführung in die Organisationsgestaltung
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Im Rahmen der UE werden die in der VL behandelten theoretischen Kenntnisse anhand von Übungsaufgaben angewendet und zusätzlich gefestigt. Dabei liegt ein Schwerpunkt auf der Ausarbeitung beispielhafter Organisationsstrategien. Erfahrungen und Fragestellungen aus dem betrieblichen Umfeld der Studierenden können als Fallbeispiele in den Unterricht einbezogen und anhand der erlernten theoretischen Zusammenhänge analysiert werden.
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Bea, Franz Xaver / Göbel, Elisabeth: Organisation. Theorie und Gestaltung, 5. Auflage Stuttgart 2018 - Berthel, Jürgen / Becker, Fred G.: Personal-Management. Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit, 12. Auflage Stuttgart 2022 - Marek, Daniel: Organisationsdesign, Wiesbaden 2017 - Frese, Erich/ Graumann, Matthias/ Theuvsen, Ludwig: Grundlagen der Organisation. Entscheidungsorientiertes Konzept der Organisationsgestaltung, 10. Auflage, Wiesbaden 2011 - Kieser, Alfred / Ebers, Mark: Organisationstheorien, 8. Auflage, Stuttgart 2019 - Kieser, Alfred / Walgenbach, Peter: Organisation, 6. Auflage Stuttgart 2010 - Schmidt, Götz: Organisatorische Grundbegriffe, 16. Auflage, Gießen 2022 - Schreyögg, Georg/ Geiger, Daniel: Grundlagen moderner Organisationsgestaltung, 6. Auflage, Wiesbaden 2016 - Schreyögg, Georg / Werder, Axel v. (Hrsg.): Handwörterbuch Unternehmensführung und Organisation (HWO), EdBWL, Bd. 2, 4. Auflage Stuttgart 2004 - Schulte-Zuhausen, Manfred: Organisation, 6. Auflage, 2013 - Steven, Marion: BWL für Ingenieure: Bachelor-Ausgabe, Oldenburg 2012 - Vahs, Dietmar: Organisation: Einführung in die Organisationstheorie und -praxis, 10. Auflage Stuttgart 2019
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung

	entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.
--	---

Studium Plus I – Horizonterweiterung	
Modulnummer	Studium Plus I
Themenbereich	Sprachen, SP & Wissensmanagement
Semester	2. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. J. Jacoby
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	LVF / SWS abhängig vom gewählten Modul.
Arbeitsaufwand (WL)	150h
LP (ECTS)	5
MoP	MoP abhängig vom gewählten Modul.
Teilnahmeempfehlung	Die Studium Plus Module sind feste Bestandteile des Studiums.
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden haben einen Überblick unterschiedlicher Wissenschafts- und Methodenverständnisse in Wirtschafts- und Technikwissenschaften. Sie werden dazu befähigt Wissen fachfremder Disziplinen zu bewerten und Bezüge zur eigenen Person herzustellen. Die Studierenden sind in der Lage zur Auseinandersetzung mit Werten und Wertesystemen. Sie verfügen über Toleranz, sowohl gegen andere Denkweisen als auch gegen normative Überzeugungen und kulturelle Sichtweisen.
Modulinhalt / LVA	Studium Plus
LVF	Die LVF sowie wie die PZ hängen von der gewählten Veranstaltung ab.
Verbindlichkeit	Wahlpflicht
Inhalt	Das Modul „Horizontwissen“ erweitert den begrenzten Blickwinkel des Fachstudiums. Studierende der Technikwissenschaften besuchen Veranstaltungen von Wirtschaftswissenschaftlern, Studierende der Wirtschaftswissenschaften kommen in Kontakt mit Technikwissenschaften. Auf diese Weise erweitern die Studierenden aller Studiengänge ihren Horizont um Modelle, Theorien und Befunde anderer Wissenschaften und lernen die Denkweisen und "Kulturen" der fachfremden Disziplinen kennen. Parallel hierzu werden die Studierenden durch abschließende Diskussionen dazu angeregt und befähigt, das erworbene Wissen zu bewerten und Bezüge zur eigenen Person herzustellen. Die Studierenden wählen eine Lehrveranstaltung aus einem ihnen fremden Fachbereich. Ausgeschlossen sind Veranstaltungen zu Themen, die im Studienplan des eigenen Studienganges vorkommen. In der letzten Veranstaltungsstunde wird eine Diskussion zwischen den Fachgruppenexternen- und internen Studierenden angestoßen. Detaillierte Informationen zu den Modulen können den Modulhandbüchern der jeweiligen Studiengänge entnommen werden.
Literatur	Literatur abhängig vom gewählten Modul.
Sonstige Informationen	Tutorien in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.

Voraussetzung Vergabe von Kreditpunkten	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	In allen weiteren Studiengängen der HDBW.
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

STA Einführung in die Wirtschaftsstatistik	
Modulnummer	STA
Themenbereich	Methodische Grundlagen
Semester	3. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. U. Lunz (C. Schmitt)
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 64h BL / 86h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: Modul WMA sollte absolviert sein.
Lernergebnisse des Moduls	- Die Studierenden erlernen die Methoden der beschreibenden Statistik und können Daten aus der betrieblichen Praxis auswerten, darstellen und korrekt interpretieren. - Die Studierenden beherrschen die Grundlagen der Wahrscheinlichkeitsrechnung und können ihr Wissen über diskrete und stetige Wahrscheinlichkeitsverteilungen an praktischen Beispielen anwenden. - Die Studierenden wissen, was man unter Parameterschätzungen und Hypothesentests versteht, kennen die Zielsetzung von Testverfahren und können diese anwenden.
Internationaler Bezug	
Modulinhalt / LVA	STA-01 Quantitative Methoden 2: Einführung in die Wirtschaftsstatistik
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	In der Lehrveranstaltung werden folgende Themen behandelt: Beschreibende Statistik: - Lage- und Streuungsparameter - Ein- und zweidimensionale Häufigkeitsverteilungen - Korrelations- und Regressionsrechnung Wahrscheinlichkeitsrechnung: - Kombinatorische Grundlagen, Zufall und Ereignisalgebra - Wahrscheinlichkeit und Satz von Laplace

	- Unabhängige Ereignisse und bedingte Wahrscheinlichkeit - Baumdiagramm und Vierfeldertafel - Zufällige Variablen und Wahrscheinlichkeitsverteilungen - Erwartungswert und Varianz einer Verteilung - Wichtige diskrete Verteilungen: Binomial- und Poissonverteilung - hypergeometrische Verteilung - Normalverteilung und zentraler Grenzwertsatz Schließende Statistik - Punkt- und Intervallschätzungen - Hypothesentests
Modulinhalt / LVA	STA-02 Quantitative Methoden 2: Übung zur Einführung in die Wirtschaftsstatistik
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Im Rahmen der UE werden die in der VL behandelten theoretischen Kenntnisse anhand von Übungsaufgaben angewendet und zusätzlich gefestigt.
Literatur	Eine abschließende Literaturauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Sachs Michael: Wahrscheinlichkeitsrechnung und Statistik für Ingenieur-studierende an Hochschulen (6. Auflage), Hanser-Verlag 2021 - Arrenberg Jutta: Wirtschaftsstatistik: 77 Aufgaben, die Bachelorstudierende beherrschen müssen (2. Auflage), UVK-Verlag 2021 - Arrenberg Jutta: Wirtschaftsstatistik für Bachelor (4. Auflage), UVK-Verlag 2020 - Schmidt Peter: Statistik schrittweise verstehen (1. Auflage), UVK-Verlag 2019 - Schmidt Peter: Statistikformeln (1. Auflage), UVK-Verlag 2014 - Dürr Walter, Mayer Horst: Wahrscheinlichkeitsrechnung und Schließende Statistik, (7. Auflage) Hanser-Verlag 2013 - Schira Josef: Statistische Methoden der VWL und BWL (5. Auflage), Pearson 2016 - Matthäus Heidrun, Matthäus Wolf-Gert: Statistik und Excel, (1. Auflage), Springer 2016
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.

Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

LMW Einführung in die Logistik und Materialwirtschaft	
Modulnummer	LMW
Themenbereich	GBWL, VWL & Recht
Semester	3. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Matthias Pfeffer
Dozent/en	Prof. Dr. Matthias Pfeffer / Dipl.-Vw. Carsten Hirschberg / u.a.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (4 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 64h BL / 86h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: Module WR1 und BLB sollten absolviert sein.
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden haben ein fundiertes Verständnis von Güterwirtschafts und Wertschöpfungsketten inklusive deren Management. Sie sind in der Lage Wertschöpfungsketten in globalen Netzwerken begreifen zu können und haben grundlegende Kompetenzen reine Unternehmensfunktionen zu analysieren und zu einem ganzheitlichen Managementkonzept und Führungsinstrument weiter zu entwickeln.
Internationaler Bezug	Material- und Produktionswirtschaft unter Berücksichtigung internationaler Beschaffungs- und Produktionsmärkte.
Modulinhalt / LVA	LMW-01 Logistik und Materialwirtschaft
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Im Rahmen der VL werden folgende Inhalte thematisiert, die als Basis für die zugehörige UE gelten: - Grundbegriffe der Logistik - Ziele und Herausforderungen in der Logistik - Grundlagen der Materialwirtschaft - Logistiksysteme - Produktionsplanung und –steuerung - Dispositionsverfahren - Bedarfsarten - Bestand und Auswirkung - Beschaffungslogistik - Produktionslogistik - Distributionslogistik - Entsorgungslogistik - Supply Chain Management (national und international) - Make or Buy -
Modulinhalt / LVA	LMW-02 Übung zu Logistik und Materialwirtschaft
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Im Rahmen der UE werden die in der VL behandelten theoretischen Kenntnisse anhand von Übungsaufgaben angewendet und zusätzlich gefestigt. Frage- und Problemstellungen aus dem betrieblichen Umfeld der

	Studierenden können als Fallbeispiele in den Unterricht einbezogen und anhand der erlernten Modulinhalte diskutiert, bearbeitet und ausgewertet werden. - ABC-Analyse - XYZ-Analyse - Klassifikation von Produkten und teilen - Optimale Bestellmenge - Optimale Losgröße - Bestandsbewertung - Forecast-Berechnung
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Schulte, Christof: Logistik - Wege zur Optimierung der Supply Chain; 7. Auflage; München 2016 - Kummer, Jammerneegg: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik; 4. Auflage; Pearson 2018 - Huber, Andreas; Laverentz, Klaus: Logistik; 2. Auflage; Vahlen 2018 - Schönsleben, Paul: Integrales Logistikmanagement, 7. Auflage, Berlin 2016 - Koether, Reinhard: Taschenbuch der Logistik, 8. Auflage, Hanser, 2018 - Dovbischuk, Irina/ Siestrup, Guido/Tuma, Axel: Nachhaltige Impulse für Produktion und Logistikmanagement, Wiesbaden 2018 - Arnolds, H./Heege, F./Röh, C./ Tussing, W.: Materialwirtschaft und Einkauf, 13. Auflage, Wiesbaden 2016 - Bousonville, Thomas: Logistik 4.0, Wiesbaden 2017 - Tempelmeier, Horst/ Günther, Hans-Otto: Produktion und Logistik. Supply Chain und Operations Management, 12. Auflage, Berlin und Köln 2016 - Eversheim, M, W.; Schuh, G. (Hrsg.): Betriebshütte: Produktion und Management 1 und 2; 7. Auflage; 2014 - Bloech, J./ Bogaschewsky, R./ Buscher, U./ Doub, A./ Götze, U., Roland, F.: Einführung in die Produktion, 7. Auflage, Berlin 2014 - Löffler, Carina/ Westkämper, Engelbert: Strategien der Produktion, Berlin 2016
Sonstige Informationen	
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	WING (BA), WINF (BA)
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

WII Einführung in die Wirtschaftsinformatik	
Modulnummer	WII
Themenbereich	Methodische Grundlagen
Semester	3. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. S. Rathmayer
Dozent/en	Prof. Dr. S. Rathmayer
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: S (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 64h BL / 86h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: Module WMA, STA und WIM sollten absolviert sein.
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden haben Kenntnisse und Fähigkeiten in den Grundlagen der Wirtschaftsinformatik und sind in der Lage sich selbständig fortbilden zu können. Sie - können differenziert erläutern, was ein Informationssystem ist und welche Rolle diese in Bezug zur Disziplin Wirtschaftsinformatik als Mensch-Aufgabe-Technik-System einnehmen, - kennen sich mit konkreten betrieblichen Informationssystemen (bspw. ERP, CRM) aus und können wichtige Eigenschaften und Komponenten (z. B. Zielgruppen, Einsatzzweck, Integrationskonzepte) der Ansätze vergleichend beschreiben, - kennen zusätzlich die Bedeutung der Entwicklung des Internets und Webanwendungen
Internationaler Bezug	Nutzung wirtschaftsinformatischer Anwendungskompetenz in der Steuerung internationaler Organisationen und Unternehmen.
Modulinhalt / LVA	WII-01 Einführung in die Wirtschaftsinformatik
LVF	S
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Einführung • Geschichtlicher Überblick • Was ist Wirtschaftsinformatik? • Informationssysteme • Zahlensysteme • Rechner und IT Infrastrukturkomponenten • Historische Entwicklung, Aufbau und Arbeitsweise von Rechnern
Modulinhalt / LVA	WII-02 Übung zur Einführung in die Wirtschaftsinformatik
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Im Rahmen der Übung werden die im Seminar behandelten theoretischen Kenntnisse anhand von Übungsaufgaben trainiert und zusätzlich gefestigt. Hier werden außerdem erste Grundlagen der Webentwicklung (HTML, CSS und Javascript) umgesetzt

Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Laudon, K. C., Laudon J. P., Schoder: Wirtschaftsinformatik, Pearson Studium, München 2016 - Webtechnologien - All in One: Eine praxisorientierte Einführung in moderne Webtechnologien, Jörg Barres, Books on Demand; Auflage: 3 (6. März 2015)
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	In allen wirtschaftswissenschaftlichen und wirtschaftsingenieurwissenschaftlichen Studiengängen.
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

BIL Grundlagen der Bilanzierung	
Modulnummer	BIL
Themenbereich	GBWL, VWL & Recht
Semester	3. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Florian Egger
Dozent/en	Prof. Dr. Florian Egger
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 64h BL / 86h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: Modul B1G3 sollte absolviert sein.
Lernergebnisse des Moduls	Zielsetzung des Moduls ist, den Studierenden grundlegende Kenntnisse in der handelsrechtlichen Bilanzierung von Unternehmen zu vermitteln. Hierbei sollen neben den theoretischen Kenntnissen der handels- als auch der steuerrechtlichen Normen sowie der im Rahmen der Entwicklung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung entwickelten Bilanzierungsgrundsätze insbesondere die praktische Anwendung der erworbenen theoretischen Kenntnisse durch Fallstudien stehen. Die Studierenden haben grundlegende Kenntnisse der Unternehmensbilanzierung und sind in der Lage, bilanzpolitische Spielräume zu erkennen. Den Studierenden soll neben den nationalen Regelungen die Grundzüge der Konzernrechnungslegung sowie der internationalen Rechnungslegung vermittelt werden.
Internationaler Bezug	Grundzüge der International Financial Reporting Standards
Modulinhalt / LVA	BIL-01 Grundlagen der Bilanzierung
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Die Veranstaltung vermittelt Grundlagen der Bilanzierung. Dabei werden folgende Inhalte theoretisch anhand der jeweiligen Normen sowie anhand von praktischen Fallbeispielen thematisiert: - Grundlagen der Bilanzierung - o Ansatz (abstrakte und konkrete Bilanzierungsfähigkeit) - o Ausweis - o Bewertung (allgemeine Bewertungsvorschriften, Anschaffungs-/ Herstellungskosten, Erst- und Folgebewertung, Verbrauchsfolgeverfahren,) - Bilanzierung des Anlagevermögens (Grundlagen, Zu- und Abgänge von Anlagegütern, Finanzanlagen, etc.) - Bilanzierung des Umlaufvermögens (Grundlagen, Bilanzierung von Forderungen, Fertigerzeugnissen, unfertigen Erzeugnissen, etc.) - Bilanzierung des Eigenkapitals (Grundlagen, Bilanzausweis, eigene Anteile, ausstehende Einlagen, Gewinnverteilung) - Bilanzierung der Rückstellungen (Grundlagen, Pensionsrückstellungen, Drohverlustrückstellungen, Verbindlichkeitsrückstellungen, etc.) - Bilanzierung der Verbindlichkeiten (Grundlagen, Bilanzierung von Valutaverbindlichkeiten, etc.) - Sonderfälle der Bilanzierung (Latente Steuern, Leasing, Bewertungseinheiten, etc.)

	- Grundlagen der Konzernrechnungslegung - Grundlagen der Bilanzierung nach International Financial Reporting Standards (IFRS)
Modulinhalt / LVA	BIL-02 Übung zu Grundlagen der Bilanzierung
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Im Rahmen der UE werden die in der VL behandelten theoretischen Kenntnisse anhand von Übungsaufgaben angewendet und zusätzlich gefestigt. Erfahrungen und Fragestellungen aus dem betrieblichen Umfeld der Studierenden können als Fallbeispiele in den Unterricht einbezogen und anhand der erlernten theoretischen Zusammenhänge analysiert werden.
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Coenenberg, Adolf G. / Haller, Axel / Mattner, Gerhard / Schultze, Wolfgang: Einführung in das Rechnungswesen, 8. Auflage Stuttgart 2021. - Coenenberg, Adolf G. / Haller, Axel / Schultze, Wolfgang: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 26. Auflage Stuttgart 2021. - Quick, Rainer / Wolz, Matthias: Bilanzierung in Fällen, Grundlagen, Aufgaben und Lösungen nach HGB und IFRS, 7. Aufl., Stuttgart 2022. - Schäfer-Kunz, Jan: Buchführung und Jahresabschluss für Schule, Studium und Beruf, Stuttgart 2022. - Harms, Jens E. / Marx, Franz Jürgen: Bilanzrecht in Fällen, 13. Aufl., Herne 2017. - Weber, Jürgen / Weißenberger, Barbara E.: Einführung in das Rechnungswesen, Bilanzierung und Kostenrechnung, 9. Aufl., Stuttgart 2015. - Meyer, Claus: Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht unter Einschluss der Konzernrechnungslegung und der internationalen Rechnungslegung, 31. Auflage, Herne 2021..
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	In allen wirtschaftswissenschaftlichen und wirtschaftsingenieurwissenschaftlichen Studiengängen.
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

SOM Grundlagen des strategischen und operativen Marketing	
Modulnummer	SOM
Themenbereich	GBWL, VWL & Recht
Semester	3. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. S. Hermann
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 64h BL / 86h SS
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: keine
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden verfügen über grundlegende Kenntnisse und Verständnis von Marketing als Philosophie marktorientierter Unternehmensführung einerseits und operativem Funktionsbereich andererseits. Sie verstehen den strategischen Marketingprozess als Grundlage einer marktorientierten Unternehmensführung (entscheidungsorientierte Ansatz). Sie kennen und verstehen die Instrumente des strategischen und operativen Marketings und wissen, wie diese im Unternehmens- und Marktkontext angewendet werden können.
Internationaler Bezug	Verständnis von staatlicher bzw. europäischer Wirtschaftspolitik in einem internationalen Kontext.
Modulinhalt / LVA	SOM-01 Prozess und Instrumente des strategischen und operativen Marketing
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Die Studierende kennen und verstehen den strategischen Marketingprozess als Grundlage marktorientierter Unternehmensführung und erhalten einen Überblick über dessen zentrale Fragestellungen, Elemente und dazugehörigen Instrumente: - Marketinganalyse - Marketingziele - Marketingstrategie - Marketing Mix und Implementierung - Marketingcontrolling Die Studierenden kennen und verstehen die Instrumente des strategischen und operativen Marketings zur Umsetzung des Marketingprozesses - Zur Sicherstellung einer soliden Informationsbasis als Entscheidungsgrundlage u.a. durch Marktforschung - Zur Zielsetzung, zur Planung und zur Umsetzung der marktstrategischen Ausrichtung des Unternehmens - die 4P (Product, Price, Place, Promotion) als grundsätzliche Umsetzungsinstrumente des Marketings (Marketing-Aktionsplan) - Zusammenhänge, Synergien und Interdependenzen zwischen den einzelnen Marketing-Instrumenten und können diese sinnvoll nutzen, - die wichtigsten organisatorischen und budgetbezogenen Optionen zur Implementierung von Marketing-Programmen und - kennen die Ziele und Aufgaben des Marketing-Controllings

Modulinhalt / LVA	SOM-02 Übung zum strategischen und operativen Marketing
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	In dieser Übungs-Veranstaltung wird ein problem- und entscheidungsorientierter Zugang zum Marketing vermittelt und den Studierenden die Möglichkeit eröffnet, anhand von Case-Studies praxisorientierte Einzel- und Gruppenaufgaben durchzuführen. Die Übung orientiert sich an den in der Vorlesung vermittelten Phasen des Marketingprozesses und die jeweils relevanten Fragestellungen und die dafür einsetzbaren strategischen und operativen Instrumente. Durch die konzeptgeleitete Vorgehensweise (zunächst Theorievermittlung in der Vorlesung, dann fallbasierte Anwendung in der Übung) wird den Studierenden ermöglicht das vermittelte Wissen direkt anzuwenden, damit zu festigen, die praktischen Herausforderungen zu verstehen und entsprechende Anwendungskompetenzen zu entwickeln.
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Becker, J. (2019): Marketing-Konzeption: Grundlagen des ziel-strategischen und operativen Marketing-Managements, 11. Auflage (Vahlen). - Bruhn, M. (2022): Marketing: Grundlagen für Studium und Praxis, 15. Aufl., (Springer Gabler) Wiesbaden. - Homburg, C. (2020): Marketingmanagement. Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung, 7. Aufl. (Springer Gabler) Wiesbaden. - Kotler, P. (2022): Grundlagen des Marketing, 8. Aufl., Pearson. - Meffert, H., Burmann, C., Kirchgeorg, M. (2023): Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 14. Aufl., (Springer Gabler) Wiesbaden. -
Sonstige Informationen	
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	WING (BA)
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

III. Anwendungsorientierte Spezialisierung (F)

HRS Human Resources	
Modulnummer	HRS
Themenbereich	Management & Organisation
Semester	4. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. S. Lackner
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (4 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	180h: 52h BL / 128h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: Module WIM und WIW5 sollten absolviert sein.
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden beherrschen das international etablierte Grundlagenwissen über relevante Problemfelder, Instrumente und Theorien des Personalmanagements und der Organisationsgestaltung und sind so auf qualifizierte Tätigkeiten insbesondere in Personalabteilungen und Unternehmensberatungen vorbereitet. Sie kennen die wesentlichen managementbezogenen Aufgabenfelder von Personalabteilungen inklusive der Instrumente der Personalentwicklung, Personalbeurteilung und der Personalfreisetzung. Darüber hinaus haben sie grundlegende Kenntnisse hinsichtlich des Personaleinsatzes sowie des Personalkostenmanagements. Die Studierenden haben grundlegende Kenntnisse des Individual- und Kollektivarbeitsrechts und sind dazu in der Lage arbeitsrechtliche Problemfälle beurteilen zu können. Sie kennen unterschiedliche Arbeitsverhältnisse sowie entscheidende Aspekte des Tarif- und Betriebsverfassungsrechts und sind zum Verfassen einfacher Verträge und/oder Vereinbarungen befähigt. Die Studierenden sind in der Lage, Motivations- und Führungsprobleme in Unternehmen zu analysieren, die Vor- und Nachteile von personalwirtschaftlichen Methoden abzuwägen und entsprechende Gestaltungsvorschläge zu erarbeiten.
Internationaler Bezug	Gerade in Zeiten von Fachkräftemangel werden die Akquisition sowie die effiziente Integration internationaler Mitarbeiter zunehmend bedeutsamer. Ebenso gilt es bei international verzweigten Unternehmen diverse Mitarbeiterkulturen zu führen.
Modulinhalt / LVA	HRS-01 Human Resources
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht

Inhalt	Im Rahmen der Pflichtvorlesung werden Grundkenntnisse des operativen und strategischen Personalmanagements sowie den zugehörigen Teilbereichen vermittelt. Die Studierenden lernen die wesentlichen Aufgabenfelder von Personalabteilungen kennen und beschäftigen sich mit Methoden der Personalentwicklung. Die Pflichtveranstaltung bildet die Basis für zusätzliche Vertiefungen innerhalb der Wahlpflichtveranstaltung. Zu den grundlegenden Inhalten der VL „Human Resources“ gehören: - Personalbeschaffung, Personalauswahl - Personalentwicklung - Personalbeurteilung - Personalfreisetzung - Personaleinsatz - Personalkostenmanagement
Modulinhalt / LVA	HRS-02 Grundlagen des Arbeitsrechts
LVF	VL
Verbindlichkeit	Wahlpflicht
Inhalt	Im Rahmen der Wahlpflichtveranstaltung werden die wesentlichen Grundlagen des Arbeitsrechts erläutert. Hierzu gehören sowohl unterschiedliche Arbeitsverhältnisse, Tarifrechtliche Bestimmungen sowie Betriebsverfassungsrecht als auch Ablauf, Zuständigkeit und Bedeutung von Arbeitsrechtsverfahren. Abschließend werden aktuelle Problematiken und Entwicklungen diskutiert. Im Einzelnen werden folgende Punkte behandelt: - Grundlagen des Arbeitsrechts - Rechte und Pflichten aus dem Arbeitsverhältnis - Beendigung von Arbeitsverhältnissen - Arbeitsgerichtsverfahren - Betriebsverfassungsrecht - Tarifrecht - Neue Entwicklungen und Ausblick Anhand von Fallbeispielen werden zudem arbeitsrechtliche Problematiken beurteilt und gelöst.
Modulinhalt / LVA	HRS-03 Personalführung
LVF	VL
Verbindlichkeit	Wahlpflicht
Inhalt	Im Rahmen der Wahlpflichtveranstaltung werden den Studierenden die verhaltenswissenschaftlichen Grundlagen der unmittelbaren Verhaltenssteuerung der Mitarbeiter in Unternehmen vermittelt. Dazu werden zunächst wesentliche Aspekte der menschlichen Motivation im Arbeitskontext ausführlich dargelegt. Ein weiterer Schwerpunkt der Veranstaltung liegt auf dem Problemkreis der Personalführung. Hier werden die Studierenden mit verschiedenen theoretischen Modellen vertraut gemacht, wobei sie lernen, die praktischen Konsequenzen dieser Modelle kritisch zu reflektieren. Im Einzelnen umfasst die Veranstaltung:

	- Theoretische Grundlagen der Mitarbeitermotivation - Besonderheiten von Gruppenarbeit - Grundlegende Aspekte der Anreizgestaltung - Führungstheorien und Führungskonzepte - Personalführung und Ethik - Personalführung im Wandel - Vergütungssysteme - Erfolgs- und Vermögensbeteiligung
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Bartscher, T.; Nissen, R.: Personalmanagement, 2. Aufl. Hallbergmoos 2017 - Berthel, J.; Becker, F. G.: Personal-Management, 12. Aufl. Stuttgart 2022 - Böckermann, R.: Personalwirtschaft: Lehr- und Übungsbuch für HRM, 8. Auflage Stuttgart 2021 - Holtbrügge D.: Personalmanagement, 8. Aufl. Berlin 2022 - Kanning, U. P.: Personalmarketing, Employer Branding und Mitarbeiterbindung, Berlin 2017 - Olfert, K.: Personalwirtschaft, 17. Aufl. Herne 2019 - Rosenberger, B.: Modernes Personalmanagement: Strategisch – operativ – systemisch, 2. Aufl. Wiesbaden 2017 - Rowold, J.: Human Resource Management, 2. Aufl. Berlin 2015 - Stock-Homburg, R.; Groß, M.: Personalmanagement: Theorien – Konzepte – Instrumente, 4. Aufl. Wiesbaden 2019 - Krings, Thorsten.: Personalwirtschaft – Grundlagen betrieblicher Personalarbeit, 2018 - Scholz, Christian / Scholz, Tobias M.: Grundzüge des Personalmanagements, München 2019
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

KMU Management kleiner und mittlerer Unternehmen (KMU)	
Modulnummer	KMU
Themenbereich	Management & Organisation
Semester	4. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. F. Egger
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (4 SWS) / SPJ
Arbeitsaufwand (WL)	180h: 64h BL / 116h SS
LP (ECTS)	6
MoP / LN	sP oder PA
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: Grundlagenmodule sollten absolviert sein.
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden sind adäquat und theoretisch fundiert auf eine spätere berufliche Tätigkeit in einem mittelständischen Unternehmen bzw. einem Gründungsunternehmen oder in der Beratung für KMU vorbereitet. Sie verfügen über theoretische und praxisorientierte Managementkenntnisse und Problemlösungskompetenzen, die in kritischen Phasen der Unternehmensentwicklung (Gründung und Krisenphasen) im KMU erforderlich sind. Die Studierenden sind in der Lage, Probleme zu erkennen und zu strukturieren, mit geeigneten Methoden zu bearbeiten und sachlich angemessene Lösungsvorschläge zu unterbreiten. Sie kennen wissenschaftliche Erkenntnisse und Methoden zur Lösung unternehmensgrößenbedingter Besonderheiten und Probleme mittelständischer Unternehmen in den einzelnen betrieblichen Funktionsbereichen ebenso wie in den unterschiedlichen Phasen der Unternehmensentwicklung. Im Rahmen der Lehrveranstaltung soll zudem beleuchtet werden, wie gerade KMU mit den Herausforderungen der so. „Industrialisierung 4.0“ (insbes. Im Hinblick auf Geschäftsmodelle, Prozesse und Organisation) umgehen können.
Internationaler Bezug	KMU werden mehr und mehr internationalisiert – in Beschaffungs- und Absatzmärkten, in der Produktion, beim Personal sowie auch durch internationale Marktbegleitern. Zum Umgang mit diesen Internationalisierungstendenzen werden im Rahmen dieser fachlichen Spezialisierung anwendungsorientierte Grundlagen gelegt.
Modulinhalt / LVA	KMU-01 Grundzüge des Management von KMU
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Die Lehrveranstaltung ist als Business Plan Veranstaltung konzipiert. Die Studierenden sollen mittels eine Geschäftsidee bis hin zum fertigen Businessplan entwickeln. Zielsetzung ist es den Studierenden das unternehmerische Handeln mit der Begleitung durch die Dozenten nahezubringen. (oder: S.U.) Im Rahmen der VL werden folgende Grundkenntnisse des Management von KMU vermittelt: - Grundzüge des Management von KMU - Unternehmensführung in KMU - Unternehmensziele und -strategien

	- Rolle der Unternehmenskultur und -verfassung in KMU - organisatorische Gestaltungsformen - Wahl der Rechtsform – rechtliche Grundlagen und betriebliche Auswirkungen für KMU - Management des betrieblichen Leistungsprozesses - Investitions- und Finanzierungsplanung in KMU
Modulinhalt / LVA	KMU-02 Projektseminar zur Entwicklung einer KMU Business Idee und der Businessplanerstellung
LVF	S / SPJ
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Gegenstand des SPJ zur Entwicklung einer KMU Business Idee ist eine Gruppenarbeit, in der jede Projektgruppe, ausgehend von den theoretischen Kenntnissen selbstständig einen fiktiven Business Plan für ein KMU erstellt. Der Business Plan umfasst die Idee der KMU, Planungsprozess sowie Akquise von Kapital. Am Ende des Moduls stellt jede Projektgruppe ihren Business Plan im Rahmen einer Präsentation vor erläutert ausschlaggebende Motivationen und Einflüsse für die Strategie und Struktur des Business Plans.
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - De, D.: Entrepreneurship: Gründung und Wachstum von kleinen und mittleren Unternehmen, München, 2005; - Quelle, Guido: Wachstum beginnt oben, Wiesbaden 2014 - Mugler, J.: Betriebswirtschaftslehre der Klein- und Mittelbetriebe, 3. Aufl., Bd. 1 und Bd. 2, Wien 1999; - Ihlau, Susann/ Duscha, Hendrik/ Gödecke, Steffen: Besonderheiten bei der Bewertung von KMU, Wiesbaden 2013 - Pfohl, H.-C.: Betriebswirtschaftslehre der Mittel und Kleinbetriebe, 6. Auflage, Berlin 2020. - Dowling, M., Drumm, H.-J.: Gründungsmanagement: Vom erfolgreichen Unternehmensstart zu dauerhaftem Wachstum, 2. Aufl., Berlin u.a. 2003; - Rusnjak, Andreas: Entrepreneurial Business Modeling, Wiesbaden 2014 - Klandt, H.: Gründungsmanagement, München 2005; - Pelz, Bernd, F/ Mahlmann, Regina: Erfolgsplanung KMU, Wiesbaden 2015 - Schefczyk, M., Pankotsch, F.: Betriebswirtschaftslehre junger Unternehmen, Stuttgart 2003. - Diehm, Jürgen: Controlling in Start-up Unternehmen, Wiesbaden 2014 - Pinkwart, A., Kolb, S.: Turnaround-Management zur Sicherung der Überlebensfähigkeit von kleinen und mittleren Unternehmen, Siegen 2000; - Schawel, Christian/ Billing, Fabian: Top 100 Management Tools, 5. Auflage, Wiesbaden 2014 - Kolb S.: Integriertes Turnaround-Management. Konzept zur nachhaltigen Überwindung von Unternehmenskrisen in KMU, Frankfurt am Main 2006 - Becker, Wolfgang/ Ulrich, Patrick/ Botzkowski, Tim: Industrie 4.0 im Mittelstand, Wiesbaden 2017

Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	WING (BA) WINFO (BA)
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

WEN2 Wirtschaftsenglisch 2	
Modulnummer	WEN2
Themenbereich	Sprachen, SP & Wissensmanagement
Semester	4. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. J. Jacoby
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	2 SWS: VL (1 SWS) & UE (1 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 52h BL / 98h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	R
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: Modul WEN1 sollte absolviert sein.
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden verfügen über umfassende Fähigkeiten in der englischen Sprache, insbesondere im Hörverständnis, Schreiben und Lesen im Bereich des Wirtschaftsenglisch. Sie sind in der Lage, englischsprachige Vorlesungen vorzubereiten, zu verfolgen, mitzuschreiben und nachzubereiten. Englischsprachige Klausuraufgaben können englischsprachig schriftlich beantwortet werden. Die Studierenden sind gemäß Niveau C1 GER dazu befähigt schwierige Texte und Dokumente verstehen und einordnen zu können. Sie können sich mühelos und flexibel verständigen und verfügen über umfassende Mittel zu klarer und ausführlicher Darstellung komplexer Sachverhalte.
Internationaler Bezug	Das Modul vermittelt das Sprachniveau C1 gemäß Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen (GER) und bereitet somit auf eine Tätigkeit im europäischen oder außereuropäischen Ausland vor. Die Studierenden erhalten zudem die Möglichkeit, das Zertifikat der London Chamber of Commerce and Industry (LCCI) zu erwerben. Gleichzeitig wird damit auf ein mögliches Auslandssemester im englischsprachigen Raum vorbereitet.
Modulinhalt / LVA	WEN2-01 Wirtschaftsenglisch 2
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Aufbauend auf das Modul „Wirtschaftsenglisch 1“ werden die erworbenen Kenntnisse zusätzlich vertieft und gefestigt. Folgende zusätzliche Themenbereiche werden in die Kommunikationskompetenzen integriert: - Personalführung, Human Resources, - Werbung, Vertrieb & Vermarktung, Franchising und Schwarzer Markt, - Unternehmensformen, Produktion, Finanzwesen und Buchhaltung, - Sektoren der Industrie, Unternehmensformen und der Unternehmer, - Fusionen und Firmenkäufe, - Arbeitnehmer- und Arbeitgeberbeziehungen, Arbeitslosigkeit, - Marketing und Arbeitsmärkte

Modulinhalt / LVA	WEN2-02 Übung zu Wirtschaftsenglisch 2
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Im Rahmen der UE werden die im EL behandelten theoretischen Kenntnisse anhand von Übungsaufgaben angewendet und zusätzlich gefestigt. Erfahrungen und Fragestellungen aus dem betrieblichen Umfeld der Studierenden können als Fallbeispiele in den Unterricht einbezogen und anhand der erlernten theoretischen Zusammenhänge analysiert werden. Ziel ist es die Sprachkompetenz im Bereich des Wirtschaftsenglisch zu verbessern. Die Schwerpunkte liegen daher auf Hörverständnis, Schreiben und Lesen im Bereich des Wirtschaftsenglisch.
Literatur	Eine Literatureingrenzung wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Dean, Stuart: Business Talk English, 4. Auflage, 2020 - Förster, Lisa / Lewis, Ian. C. / Pattinson, Annette et. al.: Business English, 2018 - McKenzie, Ian: English for Business Studies, 3. Auflage, 2010 - Noack, Axel: Business Essentials: Fachwörterbuch Deutsch-Englisch Englisch-Deutsch, Oldenbourg 2007
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	In allen wirtschaftswissenschaftlichen und wirtschaftsingenieurwissenschaftlichen Studiengängen.
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

SPW Wissenschaftliches Arbeiten (Studium Plus II)	
Modulnummer	SPW
Themenbereich	Sprachen & SP
Semester	4. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Jost Jacoby
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	S (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 52h BL / 98h SSt
LP (ECTS)	5
MoP	HA
Teilnahmeempfehlung	Die Studium Plus Module sind feste Bestandteile des Studiums.
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden haben grundlegende Kenntnisse im wissenschaftlichen Arbeiten.
Modulinhalt / LVA	Studium Plus
LVF	Die LVF sowie die PZ hängen von der gewählten Veranstaltung ab.
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Durch das Modul Studium Plus „Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten“ werden neben lernpsychologischen Grundlagen zahlreiche Techniken und Methoden vermittelt, die den Studierenden zu einem effektiven Studium verhelfen sollen. Techniken des selbständigen wissenschaftlichen Arbeitens sowie der Bearbeitung schriftlicher Prüfungen werden vermittelt, incl. Interviewtechniken, wissenschaftliche Recherche und Datenbankauswertungen. Es werden damit Lernhilfen angeboten, die die Studierenden dazu befähigen, das Studium zügig und erfolgreich zu absolvieren. Besonderer Wert wird dabei auf die praktische Umsetzbarkeit gelegt, weshalb die einzelnen Lerntechniken anhand von Beispielen, Übungen und Videoclips behandelt werden. Folgende Inhalte werden in diesem Modul behandelt: • Studienorientierung, • Persönlichkeitsentwicklung, • verschiedene Techniken und Methoden des Studierens, • Zeitmanagement • Erarbeitung Zielsetzung, Aufgabenstellung, Thema, theoretische/praktische Grundlagen, • Informationsbeschaffung, -bewertung und -interpretation • Wissenschaftliche Darstellung und Zitierweise
Literatur	Stickel-Wolf, Christine; Wolf, Joachim: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken: Erfolgreich studieren - gewusst wie!; Springer Gabler; 9. Auflage; 2019

	Brink, Alfred: Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten; Springer Gabler; 5. Auflage; 2013 Müller, Ragnar; Plieninger, Jürgen; Rapp, Christian: Recherche – Finden und Weiterverarbeiten in Studium und Beruf, Springer, 2013 Karmasin, Matthias; Ribbing, Rainer: Die Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten: Ein Leitfaden für Seminararbeiten, Bachelor-, Master- und Magisterarbeiten sowie Dissertationen; UTB Verlag; 9. Aufl, 2017 Kühtz, Stefan: Wissenschaftlich formulieren: Tipps und Textbausteine für Studium und Schule; UTB Verlag; 5. Aufl., 2018 Sanberg, Berit: Wissenschaftlich Arbeiten von Abbildung bis Zitat: Lehr- und Übungsbuch für Bachelor, Master und Promotion; Oldenbourg; 2013 Koeder, Kurt-Wolfgang: Studienmethodik - Selbstmanagement für Studienanfänger; Vahlen; 7. Auflage; 2016 Hering, Ekbert: Zeitmanagement für Ingenieure; Springer; 2014 Hering, Ekbert: Taschenbuch für Wirtschaftsingenieure; Hanser; 3. Auflage; 2013
Sonstige Informationen	
Voraussetzung Vergabe von Kreditpunkten	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	In allen weiteren Studiengängen der HDBW.
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

IÖK Industrieökonomik	
Modulnummer	IÖK
Themenbereich	Management & Organisation
Semester	5. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. O. Schlick
Dozent/en	Prof. Dr. O. Schlick
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (4 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 64h BL & 86h SS
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: keine
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden haben vertiefte Kenntnisse in dem für die Industrieökonomik zentralen Feld der Monopole und Oligopole. Sie kennen und verstehen spezifische Verhaltensweisen der agierenden Unternehmen, können ihre Auswirkungen wettbewerbsökonomisch einschätzen und begreifen fortgeschrittene Methoden und Konzepte der Spieltheorie. Sie sind in der Lage das erlernte Wissen auf industrieökonomische Fragestellungen anzuwenden. Die Studierenden haben ein Verständnis für spieltheoretische Konzepte entwickelt.
Internationaler Bezug	Spieltheoretische Ansätze können in intensiven, globalen Wettbewerbsumfeldern helfen, potentielle Wettbewerbsvorteile zu identifizieren und im Folgenden zu realisieren.
Modulinhalt / LVA	IÖK-01 Industrieökonomik
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Im Rahmen dieser Veranstaltung werden spezifische Verhaltensweisen monopolistischer Unternehmen im Vergleich zu Unternehmen innerhalb der Marktform der vollkommenen Konkurrenz untersucht. Hierbei stehen Preis- und Mengenentscheidungen sowie spezielle Formen der Preisdiskriminierung im Fokus der Analyse. Weiterhin befasst sich die Veranstaltung mit Preis- und Mengenentscheidungen im Rahmen von oligopolistischen Konkurrenzsituationen. Dabei wird vertieft auf Produkt- und Preisdifferenzierung eingegangen. Auch Modelle des Preiswettbewerbs werden untersucht und ihre Ergebnisse mit den Standardmodellen verglichen. Im Mittelpunkt der Oligopolanalyse steht die spieltheoretische Behandlung von Marktgleichgewichten ohne Absprache (Nash-Gleichgewicht). In den weiteren Teilen der VL werden Fragen des Produktwettbewerbs und des Markteintrittes ebenso behandelt, wie das Phänomen der zweiseitigen Märkte
Modulinhalt / LVA	IÖK-02 Methodische Grundlagen der Industrieökonomik
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht

Inhalt	Im Rahmen der UE werden die in der VL behandelten theoretischen Kenntnisse anhand von Übungsaufgaben angewendet und zusätzlich gefestigt.
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Bester, Helmut: Theorie der Industrieökonomik, 2016 - Blum, Ulrich / Müller, Simone et.al.: Angewandte Industrieökonomik – Theorien, Modelle, Anwendungen, 2007 - Münter, Markus: Mikroökonomie, Wettbewerb und strategisches Verhalten, utb, 2021 - Wied-Nebbeling, Susanne: Preistheorie und Industrieökonomik, Springer Verlag, 2003 - Koutsoyiannis, Anna: Modern Microeconomics, Macmillan, 1979. - Parker, Geoffrey G. / van Alstyne, Marshal W. et.al: Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy?and How to Make Them Work for You, 2017
Sonstige Informationen	
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	WING (BA), WINFO (BA)
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

MDL Multi-Dimensional Leadership	
Modulnummer	MDL
Themenbereich	Management & Organisation
Semester	5. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. S. Lackner
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 64h BL / 86h SS
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP oder PR
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: Module VWL, B3F11 und HRS sollten absolviert sein.
Lernergebnisse des Moduls	Im Rahmen des Moduls werden relevante Aspekte der Unternehmensführung von einer anwendungsorientierten Perspektive betrachtet. Die Studierenden haben Kenntnisse des Controlling als Basis einer kennzahlenbasierten, wertorientierten Unternehmensführung, wie sie, gerade aufgrund des in angloamerikanischen Ländern zunehmenden Drucks durch Shareholder, im internationalen Management mehr und mehr zum Standard – auch für KMU – wird Neben den Inhalten ist in der internationalen Unternehmensführung allerdings auch der Kommunikationsaspekt, nicht zuletzt aufgrund interkultureller Unterschiede, mit zahlreichen Herausforderungen für den internationalen Manager behaftet. Die Studierenden verfügen daher über die dafür notwendigen "soft-skills".
Internationaler Bezug	Im Rahmen des Moduls werden mit der wertorientierten Unternehmensführung sowie den kommunikativen Soft-Skills zwei zentrale Werkzeuge für die Führung internationaler Unternehmen, Organisation und Teams in anwendungsorientierter Weise vermittelt.
Modulinhalt / LVA	MDL-01 Wertorientierte Unternehmensführung
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	In der Veranstaltung werden Grundkonzepte und -kennzahlen wertorientierter Unternehmenssteuerung sowie daran zu stellende Anforderungen herausgearbeitet. Die Schnittstellen zum wertorientierten Controlling werden etwa mit Überschuss-, Rendite- und Risikokennzahlen analysiert. Zunächst werden dazu die konzeptionellen Grundlagen des Controlling durch Kennzahlen gelegt: - Grundlagen des Controlling - Controllingfunktionen - Operatives und strategisches Controlling - Institutioneller Controllingbegriff

	- Ausgesuchte Controllinginstrumente (Kennziffern, Balanced Scorecard, Benchmarking) Darauf aufbauend wird die wertorientierte Unternehmensführung in einem internationalen Kontext thematisiert: - Grundlagen und ausgewählte Ansatzpunkte wertorientierter Unternehmensführung; - Shareholder Value als Gesamtwertgröße - Analyse periodenbezogener Überschuss- und Renditegrößen zur wertorientierten Unternehmensführung
Modulinhalt / LVA	MDL-02 Multi-Dimensional Leadership Communication Skills
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Fokus dieses anwendungsorientierten Moduls sind die im Rahmen der Unternehmensführung notwendigen Kommunikationsfähigkeiten mit einem besonderen Augenmerk auf international/global aktive Unternehmen. Ziel der LV ist es, die Teilnehmer in die Lage zu versetzen, ihre im Rahmen des Studium erlangten Management-/Führungsfähigkeiten dafür einzusetzen, andere zu coachen und zu motivieren. Im besonderen beinhaltet dies: - non-verbale Kommunikation auch in unterschiedlichen Kulturräumen und in Abhängigkeit von den Adressaten (Geschlecht, Alter) - die Entwicklung eine Führungs-, Motivations- und Coachingstils im Umgang mit unterschiedlichen Persönlichkeiten und Hierarchiestufen - Kommunikation zum Aufbau von vertrauensbasierten Beziehungen am Arbeitsplatz - Ansätze zur Konfliktlösung in einem internationalen/globalen Unternehmensumfeld - Konfliktvermeidung durch klare Kommunikation. Inhalte der LV sind: - Den eigenen Führungs- und Motivationsstil erkennen und entwickeln - Führungsstile - Persönlichkeitsmodelle - Management Funktionen und Charaktere - Kommunikationsstile erkennen - Grundlagen strategischen Coachings und Aufbau von Vertrauen - Entwicklung eines eigenen "Pocket Communicators" zu besseren Kommunikation mit unterschiedlichen Persönlichkeiten und Hierarchiestufen - Einführung in das strategische Coaching - Modell der interpersonellen Kommunikation zum Vertrauensaufbau durch Zuhören, Verstehen und Kommunizieren - Grundlagen des Coaching: - o Definitionen - o Rolle des Coaches - o Coaching Ergebnisse - o Beurteilung und Anwendung non-verbaler Elemente der Kommunikation zum effizienten Beziehungsaufbau - o Werte und deren Bildung (Massey)

	○ Bezug zum "Personality Model" ○ Kulturelle Elemente verbaler und non-verbaler Kommunikation im Coaching
Literatur	Eine abschließende Literaturauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Gladen, Werner: Performance Measurement. Controlling mit Kennzahlen. 6. Aufl., Wiesbaden 2014 - Hubert, Boris: Grundlagen des operativen und strategischen Controllings, 2. Auflage, Berlin 2019 - Coenenberg, A.G.; Salfeld, R.; Schultze, W.: Wertorientierte Unternehmensführung: Vom Strategieentwurf zur Implementierung, 3. Auflage, Stuttgart 2015. - Weber, Jürgen, Urs Bramseman, Carsten Heineke und Bernhard Hirsch: Wertorientierte Unternehmenssteuerung. Konzepte - Implementierung – Praxisstatements, 2. Aufl., Wiesbaden 2017 - Salacuse, Jeswald W.: Real Leaders Negotiate!: Gaining, Using, and Keeping the Power to Lead Through Negotiation, 2017 - Sinek, Simon; Start with why – how great leaders inspire everyone to take action, 2011.
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen. Die Veranstaltung findet z.T. in englischer Sprache statt.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

QUM Qualitätsmanagement	
Modulnummer	QUM
Themenbereich	Management & Organisation
Semester	5. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. M. Kleinschwärzer
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (4 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 52h BL / 98h SS
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: keine
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden verstehen die Grundlagen des Qualitätsmanagements und können diese praxisbezogen anwenden. Sie kennen unterschiedliche Qualitätsmanagementsysteme und deren Durchführung. Die Studierenden haben vertiefte Kenntnisse umfassender Qualitätsmanagementsysteme in Unternehmen im Sinne des TQM. Sie kennen unterschiedliche Konzepte, Strategien und Managementinstrumente des TQM und sind in der Lage TQM Prozesse zu steuern. Darüber hinaus sind sie mit diversen Qualitätspreisen und Bewertungsmodellen vertraut. Die Studierenden haben Kenntnisse globaler Qualitätsmanagementsysteme sowie deren Umsetzung und Bedeutung in Unternehmen. Sie sind mit Konzepten und Lösungsvarianten globaler Qualitätsmanagementsysteme vertraut.
Internationaler Bezug	Im internationalen Management ist das Qualitätsmanagement eine zentrale Aufgabe. Zum einen gilt es internationale Kunden vor dem Hintergrund eines zumeist globalen Wettbewerbs zu befriedigen. Zum anderen wird das Qualitätsmanagement in internationalen Produktions- und Absatzmärkten anhand unterschiedlicher Ansätze und Normen umgesetzt. Beide Aspekte werden im Rahmen der LV betrachtet.
Modulinhalt / LVA	QUM-01 Grundlagen des Qualitätsmanagements
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Die Pflichtveranstaltung des Moduls vermittelt prinzipielle Grundlagenkenntnisse des Qualitätsmanagements, die im Rahmen der zugehörigen Veranstaltungen weiter vertieft werden können. Zu den Inhalten der Pflichtveranstaltung gehören: - Bedeutung der Qualität - Qualität und ihre Eigenschaften - Qualitätssicherung - Prinzip des Qualitätsmanagements - Produkt- und Prozesszulassungen - Prozessmanagement - Strategien zur Qualitäts- und Prozessoptimierung - Qualitätstechniken - Qualitätswerkzeuge

	- Normen und Richtlinien - Qualitätsmanagementsysteme
Modulinhalt / LVA	QUM-02 Übungen zum Qualitätsmanagement
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	In den Übungen sollen die theoretischen Ansätze an Beispielen gerechnet oder in entsprechenden Fallbeispielen durchgespielt werden. Die Erstellung eines Qualitätsmanagementhandbuches kann als optionale Übungen durchgeführt werden.
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Hering, Ekbert/ Schulz, Wolfgang: Umweltschutztechnik und Umweltmanagement, Wiesbaden 2018 - DIN EN ISO 9000:2000 ff. - Linß, Gerhard: Qualitätsmanagement für Ingenieure, 4. Auflage, München 2018 - Brüggemann, Holger/ Bremer, Peik: Grundlagen Qualitätsmanagement, 2. Auflage, Wiesbaden 2015 - Pfeifer, Tilo/ Schitt, Robert: Qualitätsmanagement - Strategien, Methoden, Techniken, 5. Auflage, München 2015 - Müller, Erich: Qualitätsmanagement für Unternehmer und Führungskräfte, Berlin 2014 - F.J. Brunner und K. W. Wagner, Taschenbuch Qualitätsmanagement – Der praxisorientierte Leitaden für Ingenieure und Techniker-, 6. erweiterte Auflage, Carl Hanser Verlag, München u.a., 2016 - Schmitt, Robert/ Pfeifer, Tilo: Masing, Handbuch Qualitätsmanagement, 6. Auflage, Carl Hanser Verlag, München 2014. - Friedl, Rainer/ Spindler, Edmund A.: Zertifizierung als Erfolgsfaktor, Wiesbaden 2016 - Melzer, Almut: Six Sigma-kompakt und praxisnah, 2. Auflage Springer, Wiesbaden 2019 - Benes, G., Groh, P., Grundlagen des Qualitätsmanagements – Analyse, Modellierung, Optimierung und Controlling von Prozessen, 4. Aufl., Carl Hanser: München, 2017 - Lunau, S.: Six Sigma+Lean Toolset: Mindset zur erfolgreichen Umsetzung von Verbesserungsprojekten, 5. Auflage, Springer Gabler, 2014. - Wappis, J. Jung, B., Taschenbuch Null-Fehler-Management – Umsetzung von Six Sigma, 6. Aufl., Carl Hanser: München Wien 2019 - Rothlauf, J., Total Quality Management in Theorie und Praxis; 4. Auflage, Oldenbourg 2014
Sonstige Informationen	
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	WING (BA), MB (BA).
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung

	entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.
--	---

WR2 Wirtschaftsrecht 2	
Modulnummer	WR2
Themenbereich	VWL & Recht
Semester	5. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. J. Jacoby
Dozent/en	RAin M. Braun, N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (4 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 52h BL / 98h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: Grundlagenmodule sollten absolviert sein.
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden erwerben aufbauend auf den bereits erworbenen Rechtskenntnissen Grundkenntnisse des Sonderprivatrechts, namentlich des Handels- und Gesellschaftsrechts und des Rechts europäischer Gesellschaftsformen. Sie können Unternehmensformen bestimmen und bewerten sowie für einzelne wirtschaftliche Konstellationen die passende Gesellschaftsform empfehlen. Sie sind ferner in der Lage, die haftungsrechtlichen Risiken für Unternehmen und ihre Vertreter im gesellschaftsrechtlichen Kontext einschätzen zu können. Darüber hinaus erwerben die Studierenden Kenntnisse zum gewerblichen Ideen- und Markenschutz und zum Datenschutz.
Internationaler Bezug	Im Bereich des Unternehmensrechts gewinnen durch eine zunehmende Globalisierung internationale Rechtsnormen auch für KMU zunehmend an Bedeutung. Dieser Entwicklung wird in dieser LVA Rechnung getragen, indem den Studierenden die dies bezgl. Grundbegriffe vermittelt werden.
Modulinhalt / LVA	WR2-01 Handels- und Gesellschaftsrecht, Rechts- und Datenschutz
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	- Firmenrecht, - Vertretung des Kaufmanns, - Konsequenzen bei Eintritt in ein Unternehmen oder Wechsel der Unternehmensform, - Das Handelsregister - Besondere Vorschriften des Handelsgeschäfts - Personenhandelsgesellschaften - Kapitalgesellschaften - Datenschutzgrundverordnung, - Design-, Gebrauchsmusterschutz- und Urheberrechtsgesetz - Die Societas Europea

Modulinhalt / LVA	WR2-02 Übung zu Handels- und Gesellschaftsrecht, Rechts- und Datenschutz
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Im Rahmen der UE werden die in der VL behandelten theoretischen Kenntnisse anhand von Übungsaufgaben angewendet und zusätzlich gefestigt. Erfahrungen und Fragestellungen aus dem betrieblichen Umfeld der Studierenden können als Fallbeispiele in den Unterricht einbezogen und anhand der erlernten theoretischen Zusammenhänge analysiert werden.
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Klunzinger, Grundzüge des Gesellschaftsrechts, 16. Auflage, München 2012 - Klunzinger, Übungen im Privatrecht, 10. Auflage, München 2012 - Doerfert, Europarecht, Die Grundlagen der Europäischen Union mit ihren politischen und wirtschaftlichen Bezügen, 5. Auflage München 2012 - Pulic, Armin: Gewerbliche Schutzrechte: Markenrecht, Patent- und Gebrauchsmusterrecht, Designrecht, Urheberrecht, 2018 - Eckert, Bernd / Klett, Dieter et. al. : Wettbewerbsrecht, gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht, 2021.
Sonstige Informationen	
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

PXD1 Praxisphase	
Modulnummer	PXD1
Themenbereich	Anwendungsorientierung
Semester	6. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Jost Jacoby
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Semester
LVF / SWS	Betriebspraktikum
Arbeitsaufwand (WL)	900 h
LP (ECTS)	30
MoP	Praktikumsbericht (PB) und Präsentation (PR) nach den Vorgaben der HDBW. Der Bericht wird mit „nicht bestanden“ bzw. „bestanden“ bewertet.
Teilnahmeempfehlung	Das Praxissemester ist notwendiger Bestandteil des Studiums.
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden können aktuelle Querverbindungen zwischen Theorie und Praxis herstellen. Die im Präsenzunterricht des Semesters erworbenen theoretischen Kenntnisse und Fertigkeiten werden in der Berufspraxis angewendet, erprobt und vertieft. Schlüsselkompetenzen wie Teamfähigkeit, Ausdrucksvermögen etc. werden ausgebaut.
Internationaler Bezug	Gemäß der Lernziele der HDBW werden Betriebspraktika im Ausland besonders unterstützt.
Modulinhalt / LVA	Betriebspraktikum
LVF	Betriebspraktikum
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	In Abhängigkeit von den Tätigkeitsfeldern im jeweiligen Arbeitsbetrieb übernehmen die Studierenden idealerweise unterschiedliche, betriebsbedingte Aufgaben, welche mit den im Präsenzunterricht behandelten Stoffgebieten korrespondieren. Die Studierenden werden motiviert, ihre berufliche Tätigkeit unter den Gesichtspunkten der Modulinhalte des laufenden Semesters neu zu betrachten, einzuordnen und zu bewerten. Die Praktika umfassen jeweils einen Zeitraum von 20 Wochen und werden durch einen Hochschulmitarbeiter betreut. Sie richten sich nach den Richtlinien für die inhaltliche Gestaltung der praktischen Ausbildung gemäß der Studienordnung. Nach Abschluss des Praktikums wird ein Bericht angefertigt, der im Rahmen eines Kolloquiums durch eine Präsentation von den Studierenden vorgestellt wird. Für die Bearbeitung des Praktikumsberichts stehen weitere 2 Wochen Bearbeitungszeitraum während des Praxissemesters zur Verfügung. Hierfür sowie die Vorbereitung der Präsentation wird ein WL von 100 Stunden berechnet.
Sonstige Informationen	
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandener Praktikumsbericht inklusive Präsentation.

Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	In allen weiteren Studiengängen der HDBW.
Stellenwert der Note für die Endnote	Es wird keine Modulnote vergeben.

NIU Nationale und Internationale Unternehmensverantwortung	
Modulnummer	NIU
Themenbereich	Management & Organisation
Semester	7. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. S. Lackner
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (4 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 52h BL / 98h SS
LP (ECTS)	6
MoP / LN	sP
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: keine
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden sind in der Lage politische und verhaltenswissenschaftliche Dimensionen von Unternehmensführung zu determinieren und bewerten. Auf Grund der erworbenen Kenntnisse können sie sich im Rahmen von Grundsatzdiskussionen insbesondere hinsichtlich des Shareholder- und des Stakeholderansatzes orientieren und verantwortungsbewusste Entscheidungen treffen. Darüber hinaus sind sie dazu befähigt Unternehmenspolitik in ganzheitlichen Strategien und Konzepten zu gestalten, die sich an einem ethischen und nachhaltigen Wirtschaften ausrichten. Die Studierenden können innerhalb der Wertschöpfungskette im Unternehmen neue wissenschaftlich-technische Erkenntnisse konsequent an den Kundenbedürfnissen ausrichten. Mit Kenntnis der Einzelprozesse im Technologie- und Innovationsmanagement sowie auf Basis des gewerblichen Rechtsschutzes können sie dazu beitragen, die Wettbewerbsfähigkeit ihres Unternehmens abzusichern. Die Studierenden kennen die Bedeutung sozialer und ökologischer Verantwortung von Unternehmen. Sie haben Kenntnisse der neuesten Entwicklungen im Bereich neuere Entwicklungen der nachhaltigen Entwicklung insbesondere mit Hinblick auf den Aspekt „Green Economy“ und sind in der Lage die aktuelle intra- und inter-generationelle Nachhaltigkeitsdebatte zu verfolgen.
Internationaler Bezug	Beispiele aus der Unternehmenspraxis untermauern die zunehmende ethische Verantwortung von Unternehmen, die nicht an Ländergrenzen halt macht. Die Lehrveranstaltung behandelt die dazu notwendigen Philosophien und Instrumente.
Modulinhalt / LVA	NIU-01 Grundlagen nationaler und internationaler Unternehmensverantwortung
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Die Studierenden kennen die politischen und verhaltenswissenschaftlichen Dimensionen von Unternehmensführung kennen: Die inhaltliche, die Prozess- und die Verhaltensdimension. Es wird verdeutlicht, dass Unternehmensführung mit der Unternehmensumwelt und rechtlichen Unternehmensverfassungs-Bestimmungen externe und mit der

	Unternehmensidentität interne Rahmenbedingungen zu beachten hat. Es wird herausgearbeitet, dass die inhaltliche Politikdimension durch grundlegende Orientierungen und Entscheidungen geprägt wird; hier steht die Grundsatzdiskussion im Mittelpunkt, die sich zwischen den Extrempolen des Shareholder- und des Stakeholderansatzes bewegt. Es wird deutlich, dass vom Ergebnis dieser Grundsatzdiskussion unterschiedliche Alternativen ausgehen im Hinblick auf die Gestaltung des gesamten Unternehmens, seiner Erfolgspotentiale und seiner Ziele. Die Studierenden lernen zu erkennen, dass unternehmenspolitisches Handeln durch systemisches, ganzheitliches und vernetztes Denken geprägt ist, was in multiperspektivischen Strategie- und Managementkonzeptionen zum Ausdruck kommt. Die Studierenden werden mit den neueren Entwicklungstendenzen in Theorie und Praxis bekanntgemacht, zu denen der Ressourcenansatz gehören wie auch – dies als besonderer Schwerpunkt – die Internationalisierung der Geschäftstätigkeit, unter anderem in dem europäischen Raum. Ein wichtiger Schwerpunkt des Angebotes ist die Einordnung der Unternehmenspolitik in seinen ethischen Kontext, was zum einen die theoretischen Grundlagen der Unternehmensethik beinhaltet und zum anderen die Manifestation in Konzepten wie beispielsweise der Corporate Social Responsibility (CSR).
Modulinhalt / LVA	NIU-02 Technologie- und Innovationsmanagement im Spannungsfeld von unternehmerischer Verantwortung
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Im Rahmen der Pflichtveranstaltung „Technologie- und Innovationsmanagement“ werden die Darstellung und Reflexion der wesentlichen Umsetzungsaufgaben in der betrieblichen Wertschöpfungskette mit der Anwendung des Intellectual Property Managements, dem Technologiemanagement, der Innovationsstimulierung, der Innovationsbewertung und -verwertung sowie der Innovationserfolgsrechnung dargestellt und sollen die Kenntnisse über die vielfältigen Instrumente eines ganzheitlichen, konsequent wertorientierten Innovationsprozesses im Unternehmen abrunden. Durch die ausführliche Darstellung und Diskussion der einzelnen Bausteine z.B. einer Wertschöpfungskette im Unternehmen oder durch die Kombination und Verknüpfung von (Natur-) Wissenschaft und betriebsinterner Forschung werden neue wissenschaftlich technische Erkenntnisse identifiziert. Diese werden in neue Produkte und/oder neue Prozesse der Wertschöpfungskette bzw. die Kernprozessen des Unternehmens implementiert sowie mit Hilfe des Gewerblichen Rechtsschutzes wettbewerbsfähig abgesichert. Ein weiterer Ansatz zur theoretischen Erklärung des technischen Fortschrittes, des Ablaufes von Erfindungs- und Innovationsprozessen stellt seine strukturelle Gleichsetzung mit einem Prozess der Informationsgewinnung von lernfähigen, sich selbst steuernden Systemen i. S. der Systemtheorie dar. Hierzu steht eine besondere Form der Interaktion zwischen Forschung und Entwicklung, Qualitäts- und Projektmanagement unter Einsatz von Kreativitätstechniken im montagegerechten sowie prozessorientierten Konstruktionsbereich, einem Technologiecontrolling, Patentwesen

	für innovativen Anwender im Fokus. Ein weiterer Schwerpunkt ist dabei sich konsequent an den Kundenbedürfnissen sowie den Aspekten der Nachhaltigkeit und der unternehmerischen Verantwortung zu orientieren.
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Dresewski, Felix: Verantwortliche Unternehmensführung, Berlin 2007 - Wagner, Riccardo/ Roschker, Nicole/ Moutchnik, Alexander: CSR und Interne Kommunikation, Springer Verlag 2017 - Göbel, Elisabeth: Unternehmensethik, 5. Auflage, Stuttgart 2017 - Maak, Thomas / Ulrich, Peter: Integre Unternehmensführung, Stuttgart 2007 - Hungenberg, Harald/ Wulf, Torsten: Grundlagen der Unternehmensführung, 5. Auflage, Berlin 2015 - Hauschildt, Joachim: Innovationsmanagement, 3. Aufl., München 2004 - - Augsten, Tobias / Brodbeck, Harald / Birkenmeier, Beat: Strategie und Innovation, Wiesbaden 2017 - Göbel, E.: Unternehmensethik, 6. Auflage, Stuttgart 2020 - Crane, A. / Matten, D.: Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization, 5. Auflage, Oxford 2019 - Schmidt, M.: Reichweite und Grenzen unternehmerischer Verantwortung, Berlin 2016 - Welge, M. / Eulerich, M.: Corporate Governance. Management. 3. Auflage, Berlin 2021 - Göpel, M.: Unsere Welt neu denken, Berlin 2020 - Herstatt, Cornelius / Verworn, Birgit (Hrsg.): Management der frühen Innovationsphasen, 2. Auflage, Wiesbaden 2007 - Graner, Marc: Methodeneinsatz in der Produktentwicklung, Wiesbaden 2015 - Kaschny, Martin / Nolden, Matthias/ Schreuder, Siegfried: Innovationsmanagement im Mittelstand, Wiesbaden 2015 - Schmeisser, Wilhelm / Mohnkopf, Hermann / Metze, Günther (Hrsg): Innovationserfolgsrechnung, Berlin et al. 2008 - Staehle, Wolfgang H. / Conrad, Peter/ Sydow, Jörg: Management. Eine verhaltenswissenschaftliche Perspektive, 9. Aufl., München 2018 - Engelfried, Justus: Nachhaltiges Umweltmanagement. Schritt für Schritt, München 2017
Sonstige Informationen	Es wird nur eine Prüfung für beide Teilmodule gestellt.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	WING (BA), WINFO (BA), MB (BA)
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

GSC Global Supply Chain Management	
Modulnummer	GSC
Themenbereich	Management & Organisation
Semester	7. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Matthias Pfeffer
Dozent/en	Dipl.-Vw. Carsten Hirschberg / Dipl.-Ing. Ulrich Zinn / Uriel Magana, MSc.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (4 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 52h BL / 98h SSt
LP (ECTS)	6
MoP / LN	sP
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: keine
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden erkennen, dass mit zunehmender Globalisierung und Offshore Sourcing, das globale Supply-Chain-Management zu einem wichtigen Thema für viele Unternehmen wird. Sie kennen die zugrunde liegenden Faktoren der Entwicklungen, zu denen die Verringerung der Beschaffungskosten sowie die Verringerung der Risiken im Zusammenhang mit Einkaufsaktivitäten gehören. Die Studierenden erkennen die Besonderheit des globalen Supply-Chain-Managements, dass nicht nur eine lokale oder nationale Ausrichtung sondern ein weltweites Interesse und Lieferanten umfasst. Die Studierenden haben vertiefte Kenntnisse in der Supply Chain Planung. Sie kennen und verstehen die wichtigsten produktionswirtschaftlichen und logistischen Probleme sowie grundlegende Methoden zur Lösung dieser Probleme. Sie sind in der Lage, produktionswirtschaftliche und logistische Probleme zu erkennen und zu analysieren und die gelernten Methoden und Grundkonzepte selbstständig zur Lösung der genannten Probleme anzuwenden. Die Studierende haben vertiefte Kenntnisse im Management von Supply Chains. Sie kennen und verstehen grundsätzliche Probleme, die beim Management von intra- und vor allem inter-organisationalen Lieferketten (sog. Supply Chains) auftreten. Darüber hinaus kennen sie Erfolgsfaktoren, die zu einer integrierten Leistungserstellung in Supply Chains beitragen, sowie Logistikkonzepte, die diese Verbesserungspotenziale für unterschiedliche Branchen implementieren. Sie sind in der Lage, die genannten Probleme zu identifizieren und zu analysieren sowie praxisrelevante Maßnahmen bzgl. der identifizierten Probleme abzuleiten und anzuwenden.
Internationaler Bezug	Die unternehmerischen Wertschöpfungsketten, auch von KMU, werden zunehmend global. In den wettbewerbsintensiven Marktumfeldern ist eine effiziente Ausgestaltung aller wertschöpfenden Unternehmensprozesse, unter denen die Supply Chain eine zentrale Bedeutung einnimmt, Grundvoraussetzung für Wettbewerbsvorteile.
Modulinhalt / LVA	GSC-01 Global Supply Chain
LVF	VL/UE

Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Im Rahmen der Pflichtveranstaltung werden folgende Basis Inhalte behandelt: - Kooperationen und Netzwerke - Supply Chain Management: SCD (Design), SCP (Planning of Products, Demand, Supply, Procurement, Production and Distribution) und SCE (Execution) - Global Supply Chain Management - Wirtschaftlicher und technischer Global Supply Chain Status - Global Demand und Supply Planning Strategien und Prozesse - Global Demand und Supply Planning Methoden und Werkzeuge - Global Production Strategien und Prozesse - Global Production Methoden und Werkzeuge - Global Sourcing Strategien und Prozesse - Global Sourcing Methoden und Werkzeuge - Global Distribution Strategien und Prozesse - Global Distribution Methoden und Werkzeuge - SCM Implementierung Strategien und Prozesse - SCM Implementierung Methoden und Werkzeuge
Modulinhalt / LVA	GSC-02 Supply Chain Management-Planung und Steuerung
LVF	VL/UE
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	Die Veranstaltung schafft Bewusstsein für die grundsätzlichen Probleme, die beim Management, bei der Planung und der Steuerung von intra- und vor allem inter-organisationalen Lieferketten (Supply Chains) auftreten. Es werden Erfolgsfaktoren analysiert, die zu einer integrierten Leistungserstellung in solchen Supply Chains beitragen, und aktuelle Logistikkonzepte diskutiert, die diese Verbesserungspotenziale für unterschiedliche Branchen implementieren. - Vertiefung SCM - Aufbau von Strukturen - Steuerung von SCM - IT in der vernetzten / globalen SCM - Datenaustausch im globalen Netzwerk Die Veranstaltung umfasst darüber hinaus einen Überblick der Grundlagen der Themengebiete Produktionsplanung, Supply Chain-Planung und Supply Chain Management. Hierbei wird zunächst auf die Themengebiete Produktions- und Supply Chain-Typen, Modellbildung und Planung eingegangen. Darauf aufbauend werden Konzepte der strategischen und der taktischen Planung sowie Möglichkeiten der Gestaltung von Produktionssystemen und von Supply Chains erläutert. Innerhalb des Themengebiets der mittelfristig-operativen Planung werden Prognoseverfahren, die Programmplanung und das Master Planning behandelt. Darüber hinaus werden im Themengebiet der kurzfristig-operativen Planung Konzepte der Bedarfsrechnung, der Losgrößenplanung, der Auftragsfreigabe und -steuerung und der Disposition von Beständen erörtert. - Planung von SCM - Auswirkungen bei Fehlhandlungen - Bullwhip Effekt - Strategien zur Optimierung von SCM

Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Hartmut Werner: Supply Chain Management: Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling, Springer Gabler 2013 - Eßig, M., Hofmann, E., Stölzle W.; Supply Chain Management 2. Auflage, Vahlen, 2020 - Werner, Hartmut: Supply Chain Management, 6. Auflage, Wiesbaden 2017 - Tempelmeier, Horst/ Günther, Hans-Otto: Produktion und Logistik. Supply Chain und Operations Management, 12. Auflage, Berlin und Köln 2016 - Haas, Alexander: Intelligente Systeme im Logistik- und Supply Chain Management, Wiesbaden 2018 - Arndt, H.: SCM – Optimierung logistischer Prozesse, 7. Auflage, Wiesbaden 2018
Sonstige Informationen	
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	WING (BA)
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

Studium Plus III Orientierungs- und Handlungsqualifikationen	
Modulnummer	Studium Plus III
Themenbereich	Sprache & SP
Semester	7. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. J. Jacoby
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Semester
LVF / SWS	S (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 52h BL / 98h SSt
LP (ECTS)	5
MoP	MoP abhängig vom gewählten Modul.
Teilnahmeempfehlung	Die Studium Plus Module sind feste Bestandteile des Studiums.
Lernergebnisse des Moduls	Durch das Modul Orientierungs- und Handlungsqualifikationen werden die Studierenden dazu angehalten sich in Bezug auf die berufliche Entwicklung persönlich zu hinterfragen. Dadurch sind sie in der Lage zur weiteren Berufsfeldorientierung und persönlichen Profilierung. Die Studierenden steigern ihre Handlungsqualifikationen in Trainings, wie sie in der modernen Erwachsenenbildung - vor allem in Unternehmen - stattfinden. Das Modul Orientierungs- und Handlungsqualifikationen fördert insgesamt Eigeninitiative, Selbstorganisation und die Motivation zur kontinuierlichen Weiterbildung.
Modulinhalt / LVA	Studium Plus
LVF	Die LVF sowie wie die PZ hängen von der gewählten Veranstaltung ab.
Verbindlichkeit	Wahlpflicht
Inhalt	Das letzte Modul im Rahmen des Themenbereiches Studium Plus „Orientierungs- und Handlungsqualifikationen“ fokussiert insbesondere auf Herstellung von Berufsfeldbezug und die Förderung der Entwicklung von Führungskompetenzen. Gewählt werden kann aus den Bereichen: • Management • Führung und Zusammenarbeit • Personalmanagement • Ausbildungsmanagement • Persönliche Kompetenzen • Projekt- und Prozessmanagement • Interkulturelle Kompetenz und Sprachen Die Inhalte werden in Form offener Seminare vermittelt. Eine aktive Beteiligung wird vorausgesetzt.
Literatur	Literatur abhängig vom gewählten Modul
Sonstige Informationen	Tutorien in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von Kreditpunkten	Bestandene MoP.

Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	In allen weiteren Studiengängen der HDBW.
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

AM Bachelorthesis	
Modulnummer	AM
Themenbereich	Abschlussmodul
Semester	7. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. J. Jacoby
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Semester
LVF / SWS	SSt & KO
Arbeitsaufwand (WL)	450 h
LP (ECTS)	15 (10 LP: Bachelorthesis; 5 LP: Verteidigung)
MoP	BT & VE
Teilnahmeempfehlung	
Lernergebnisse des Moduls	Mit der Bachelorthesis beweisen die Studierenden ihre akademische Kompetenz, indem sie eine wissenschaftliche Fragestellung eigenständig unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden und Erkenntnisse in einem begrenzten Zeitraum bearbeiten und diese dabei in fächerübergreifende Zusammenhänge einordnen können. Die Studierenden sind in der Lage, praxisorientierte, wissenschaftlich aufbereitete und unternehmerisch relevante Konzeptionen mit praxisrelevanter Umsetzung in der Bachelorthesis zu dokumentieren.
Internationaler und unternehmens-praktischer Bezug zum dualen Partnerunternehmen	Gemäß der Lernziele der HDBW ist im Rahmen der Bachelorthesis die Auseinandersetzung mit einem fachrelevanten Thema im internationalen Kontext besonders unterstützt. Ebenso ist die Arbeit in Zusammenarbeit mit dem dualen Partnerunternehmen zu einer für das Unternehmen relevanten Fragestellung zu erstellen. Die Abstimmung des Themas für die Bachelorarbeit erfolgt zwischen betreuendem Professor, Studierenden und Unternehmensvertreter.
Modulinhalt / LVA	BT & VE
LVF	SSt / KO
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Die Bachelorthesis ist eine theoretische, empirische, anwendungsorientierte und / oder experimentelle Abschlussarbeit mit schriftlicher Ausarbeitung. Die Thesis stellt quasi den Abschluss des Bachelor-Studiums dar. Bei der Themenauswahl und Bearbeitung stehen den Studierenden die Lehrbeauftragten - alle mit akademischer Ausbildung und langjähriger Berufs- und Lehrerfahrung - beratend zur Seite. Die Bearbeitungszeit beträgt 9 Wochen und die schriftliche Ausführung soll 40 Seiten nicht überschreiten. Als Abschluss der Thesis hält der Studierende ein Kolloquium, in dem er die Bachelorthesis "verteidigt". Das KO umfasst ein Referat über die Bachelorthesis sowie eine anschließende Diskussion, wobei das Referat eine Dauer von 10 bis 15 Minuten hat.
Sonstige Informationen	Die Anfertigung der Bachelorthesis kann in deutscher oder englischer Sprache erfolgen.

Voraussetzung Vergabe von Kreditpunkten	Bestandene Bachelorthesis und bestandene Verteidigung.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	In allen weiteren Studiengängen der HDBW.
Stellenwert der Note für die Endnote	In diesem Fall geht die Bewertung der Bachelorthesis mit einer Gewichtung von 2/3 und die Bewertung der Verteidigung (KO) der Arbeit mit einer Gewichtung von 1/3 in die Note der Abschlussprüfung ein.

IV. Schwerpunkte / Wahlpflichtblöcke

Die möglichen Wahlpflichtblöcke werden einmal im Jahr durch die Studiengangleiter als Beiblatt zur Studienprüfungsordnung bekanntgegeben. Der Wahlpflichtblock ist durch die Studierenden spätestens bis zum Ende des 2. Semesters aus dem jeweils gültigen Beiblatt zu wählen. Es wird mindestens ein Wahlpflichtblock angeboten und durchgeführt. Weitere Wahlpflichtblöcke können angeboten werden und werden bei einer ausreichenden Zahl von Studierenden, die den Block wählen, durchgeführt. Der Wahlpflichtblock kann nur als Ganzes gewählt werden.“

Die Durchführung des Schwerpunktthemas (Wahlpflichtblock) erfolgt mit einem Grundlagenfach im 3. Semester sowie jeweils 2 Spezialisierungsfächern (Modulen) im 4. und 5. Semester.

MoNr.	Module mit Lehrveranstaltungen	LVF	V	SWS	mögliche MoP	LP*	SEM
B-WPB	Wahlpflichtblock						
	Spezialisierungsfach 1	WP				5	3
	Spezialisierungsfach 2					5	4
	Spezialisierungsfach 3					5	4
	Spezialisierungsfach 4					5	5
	Spezialisierungsfach 5					5	5

- Wahlpflichtblock A: International Management
- Wahlpflichtblock C: Business Analyst
- Wahlpflichtblock D: Technischer Vertrieb und Marketing
- Wahlpflichtblock G: Wirtschaftsprüfung und Steuern
- Wahlpflichtblock H: Digital Marketing
- Wahlpflichtblock I: Finance & Risk Management
- Wahlpflichtblock J: Nachhaltigkeitsmanagement
- Wahlpflichtblock K: Personal und Organisation

Beschreibung der Wahlpflichtblöcke Betriebswirtschaftslehre (B-WPB)

Wahlpflichtblock A: International Management

Ein Großteil der Unternehmen ist auf seinen Absatzmärkten, bei der Erstellung der eigenen Produkte und Services und auch auf seinen Beschaffungs- und Dienstleistungsmärkten im internationalen Umfeld tätig. Entsprechend groß ist die Bedeutung der strategischen und internationalen Unternehmensführung. Der Fokus liegt auf dem interkulturelles Management, Marketingstrategien in verschiedenen Ländern und Kulturkreisen, den potentiellen Auswirkungen von wirtschaftlichen und politischen Veränderungen auf unterschiedliche Regionen und den Konzepten und Theorien der Internationalisierung. Zudem werden Kenntnisse in einer zweiten Fremdsprache erworben.

Die Durchführung des Schwerpunktthemas (Wahlpflichtblock) erfolgt mit einem Grundlagenfach im 3. Semester sowie jeweils 2 Spezialisierungsfächern (Modulen) im 4. und 5. Semester.

MoNr.	Module mit Lehrveranstaltungen	LVF	V	SWS	mögliche MoP	LP*	SEM
ZFS1	Zweite Fremdsprache 1				sP od. mP od. PR	5	3
ZFS1-01	Zweite Fremdsprache 1	VL	P	1			
ZFS1-02	Übung zur zweiten Fremdsprache 1	UE	P	1			
MMM	Marketingmanagement				sP od. mP od. PA	5	4
MMM-01	Marketingplanung und -management	VL	P	2			
MMM-02	Übung zu Marketingplanung und -management	UE	P	1			
ZFS2	Zweite Fremdsprache 2				sP od. mP od. PA	5	4
ZFS2-01	Zweite Fremdsprache 2	VL	P	1			
ZFS2-02	Übung zur zweiten Fremdsprache 2	UE	P	1			
IVK	Internationales Vertriebs- und Kommunikationsmanagement				sP od. mP od. PA	5	5
IVK-01	Internationales Vertriebs- und Kommunikationsmanagement	VL	P	2			
IVK-02	Internationales Produktmanagement im Marketing/Vertrieb	VL	P	2			
IWP	Internationale Wirtschaftspolitik				sP od. mP od. PA	5	5
IWP-01	Internationale Wirtschaftszusammenhänge und -politik	VL	P	2			
IWP-02	Internationale Wirtschaftszusammenhänge und -politik	VL	P	2			

ZFS1 Zweite Fremdsprache 1	
Modulnummer	ZFS1
Themenbereich	Wahlpflichtblock B-WPB-A: International Management
Semester	3. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Carsten Bartsch
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	2 SWS: VL (1 SWS) & UE (1 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 52h BL / 98h SS
LP (ECTS)	5
MoP / LN	R
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: keine Vorkenntnisse notwendig
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden verfügen über erste grundlegende Sprachkenntnisse einer der Wahlpflichtfremdsprachen. Spanisch: Die Studierenden verfügen über erste grundlegende Kenntnisse der spanischen Sprache. Sie sind dazu in der Lage einfachen und deutlichen strukturierten Gesprächen zu folgen, diese zu verstehen und sich zu daran beteiligen. Darüber hinaus haben sie Kenntnisse spanischer Grundgrammatik und können allgemeine Inhalte sowohl schriftlich als mündlich wiedergeben. Chinesisch (Mandarin): Die Studierenden verfügen über einen einfachen Basiswortschatz und haben erste aktive und passive grundlegende Kenntnisse der chinesischen Grammatik. Sie sind dazu in der Lage einfache Sätze zu bilden und erste Kommunikation zu führen. Die Studierenden kennen den theoretischen Aufbau und Funktionsweise der chinesischen Schrift und beherrschen erste grundlegende Schriftzeichen. Das Modul bildet jeweils die Grundlage für das Modul „Zweite Fremdsprache 2“.
Internationaler Bezug	Möglichkeit der Ausweitung des persönlichen Handlungsraums im internationalen Management durch anwendungsorientiertes Erlernen einer zweiten Fremdsprache.
Modulinhalt / LVA	ZFS1-01 Zweite Fremdsprache 1
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Im Rahmen der Lehrveranstaltung Zweite Fremdsprache 1 werden grundlegende Sprachkenntnisse einer weiteren Fremdsprache vermittelt. Hierzu gehören: - Chinesisch (Mandarin) - Spanisch

	Im Rahmen der Wahlpflichtveranstaltung Spanisch werden folgende Inhalte vermittelt: - Grundwortschatz Alltagssituationen - Grammatik (Verben, Substantive, Adjektive, Syntax, ser & estar) - Zeiten (Presente, Imperfecto, Futuro) - Landeskunde Spanien & Lateinamerika Im Rahmen der Wahlpflichtveranstaltung Chinesisch (Mandarin) werden folgende Inhalte vermittelt: - Grundwortschatz Alltagssituationen - Phonetik - Grammatik (Grundkenntnisse Syntax, Fragepartikel, Mehrzahl) - Erste Schriftzeichen - Landeskunde China
Modulinhalt / LVA	ZFS1-02 Übung zur zweiten Fremdsprache 1
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Im Rahmen der UE werden die behandelten theoretischen Kenntnisse anhand von Übungsaufgaben angewendet und zusätzlich gefestigt. Ziel ist es eine erste Sprachkompetenz zu vermitteln und auszubauen. Ein Schwerpunkt liegt daher auf der mündlichen Kommunikation.
Literatur	Eine Literatureingrenzung wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen je nach gewählter Fremdsprache vorgenommen.
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

MMM Marketingmanagement	
Modulnummer	MMM
Themenbereich	Wahlpflichtblock B-WPB-D: Technischer Vertrieb und Marketing
Semester	4. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Steffen Hermann
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (4 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	180h: 64h BL / 116h SSt
LP (ECTS)	6
MoP / LN	sP oder PR
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: Modul ORG sollte absolviert sein.
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden sind in der Lage theoretische Kenntnisse in konzeptionellen Marketingstrategien umzusetzen und zu planen, das Marketingkonzept eines Unternehmens im Rahmen eines Marketingaudits zu analysieren und zu bewerten. Ein besonderes Augenmerk wird dabei auf den stringenten Prozess der Marketingplanung und die Elemente eines Marketingplans sowie -audits gelegt. Die Studierenden kennen somit ausgewählte Marketing-Entscheidungssituationen und sind in der Lage, diese mit Hilfe von geeigneten Methoden zu lösen. Sie haben grundlegende Kenntnisse von Marketingkonzepten und beherrschen essenzielle Methoden und Techniken der strategischen und operativen Marketingplanung sowie des Produktmanagements. Darüber hinaus verfügen sie über Kenntnisse von Wertbildung und Preisstellung. Die Studierenden kennen die Relevanz der Marketingforschung als Informationsgrundlage für das Marketing. Sie verfügen über grundlegende Methodenkompetenz sowohl im Bereich der Marketingforschung und -analyse als auch der Marktforschung und -analyse in unterschiedlichen Sektoren. Die Studierenden haben rechnerische und analytische Problemlösungsfähigkeiten und können quantitative und qualitative Lösungsansätze anwenden. Die Studierenden haben grundlegende Kenntnisse der psychologischen, sozialpsychologischen und soziologischen Konsumentenverhaltensforschung sowie zugehöriger Anwendungsbereiche. Sie kennen die Methoden beeinflussender Kommunikation und sind in der Lage zu Planung, Realisierung und Kontrolle von Maßnahmen integrierter Marketing-Kommunikation. Besonders wird in diesem Rahmen neben angelsächsischen Marketingkonzepten auch der Einfluss der Digitalisierung auf das Marketingmanagement thematisiert. Dies beeinflusst neben den operativen Marketingfragstellungen (z.B. Distributions-/ Kommunikationskanäle im Rahmen des E-Commerce und Online-Marketing) auch strategische Fragestellungen (z.B. digitale Geschäftsmodelle). Studierende sind durch dieses Modul somit in der Lage, die Implikationen der Digitalisierung als

	strategische und operative Gestaltungsoptionen wahrzunehmen und anzuwenden.
Internationaler Bezug	Marktorientierte Unternehmensführung im Spannungsfeld von Kundenbedürfnissen und Wettbewerbern auf internationalen Märkten.
Modulinhalt / LVA	MMM-01 Marketingplanung und -management
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Der Kurs „Marketingmanagement“ geht davon aus, dass ein Marketingkonzept während des Konzeptions-Prozesses Gestalt annimmt, da im Rahmen der Entwicklung eines Marketingplans Fragen auftreten, sowie Synergien und Probleme identifiziert werden. Kursinhalt ist es, diesen Prozess zu vertiefen, damit verbundene ausgewählte Werttreiber, Ressourcen und Herausforderungen sichtbar zu machen und mittels etablierter Methoden Lösungen zu entwickeln. Zudem werden anhand von Artikeln aktuelle Trends mit Bezug zum Marketing Management aufgezeigt und deren Implikationen für die theoretischen Konzepte gemeinsam reflektiert. Begleitende z.T. englischsprachige Fallstudien dienen zur Anwendung, Festigung und Vertiefung des Erlernten. Die Vorlesung folgt in Ihrer Struktur einerseits dem wertorientierten Marketingmanagement-Prozess nach angelsächsischer Philosophie und zudem der typischen Gliederung und Inhalte eines vollständigen Marketingplans bzw. -audits in der Praxis. Zentrale Kursinhalte: - Entwicklungsperspektiven des Marketing - Modernes Marketingverständnis des Relationship Marketing - Wertorientierung im Marketing - Wertorientierter Marketingprozess - Marketing Myopia - Kundenbedürfnisorientierte Marktdefinition - Marketingplanung und -audit - Kernelemente eines Marketingplans - Marktdefinition - Marktanalyse & strukturelle Segmentierung - Marktforschungsprozess - SOR Modell - Marketing / Sales Funnel - Bedürfnisorientierte und Lebensstilsegmentierung - Personaerstellung - Positionierungsanalysen - Marketingziele (ökonomisch, markterfolgsbezogen, vorökonomisch / potentialbezogen) - Marketingstrategie mit den Schwerpunkten Marktbearbeitungs- und kundenwertorientierte Strategie (STP-Konzept) und Positionierungskonzeption - Value Proposition und Claim - Wertorientierte Marketing Mix Planung (4 bzw. 7P) - Einsatz von Marketingtechnologie (Martech) für Online / Digital Marketing, Customer Insight Analyse & Automatisierung - Konzepte und Instrumente des Relationship Marketing (CRM) und Customer Experience Management (CXM) sowie Voice of the customer (VoC) - Marketing Budgetierung - Marketing Controlling und Cockpits / Dashboards

Modulinhalt / LVA	MMM-02 Übung zu Marketingplanung und -management
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	In der Übung zur Vorlesung Marketingplanung und -management erarbeiten die Studierenden anhand der vorgestellten deduktiven Struktur, Konzepte und Methoden einen vollständigen Marketingplan für ein fiktives Unternehmen oder führen die Analyse eines bestehenden Marketingkonzeptes eines realen Unternehmens, bzw. einer/s Marke / Produktes im Sinne eines Marketingaudits durch. Die Erarbeitung erfolgt dabei semesterbegleitend schrittweise v.a. in Gruppenarbeit und Einsatz von etablierten Methoden und Instrumenten, die der Ausarbeitung, Analyse und Darstellung der Inhalte des Marketingplans bzw. -konzepts dienen. Das Angebot von Tutorial-Sessions in jeder Übung gibt Gelegenheit zur Einholung von formativen Feedback für den eigenen Case sowie zur Beantwortung von Fragen. Die Vorgehensweise ermöglicht den Studierenden am Fallbeispiel die Detail-Fragestellungen bei der Entwicklung eines Marketingplans selbst zu erkennen, sowie die Zusammenhänge, Synergien und Probleme in diesem Prozess zu erfahren, zu nutzen und zu lösen. Durch die eigenerarbeitete Vertiefung der Marketingplanung entwickeln die Studierenden besondere Anwendungskompetenzen und erkennen Werttreiber, benötigte Ressourcen und Informationen für die Marketingplanung sowie die Herausforderungen ihrer Beschaffung mittels strategischer und operativer Methoden.
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Aaker, D.A.; Kumar, V.; Day, G.S. (2023): Marketing Research, 8th. Edition, (Wiley & Sons) New York et al. - Blackwell, R.D.; Miniard, P.W.; Engel, J.F. (2017): Consumer Behavior, 10th Ed., (Cengage Learning Services) Orlando. - Foscht, T.; Swoboda, B. (2017): Käuferverhalten, Grundlagen – Perspektiven – Anwendungen. 6. Aufl., (Springer Gabler) Wiesbaden. - Homburg, C. (2020): Marketingmanagement. Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung, 7. Aufl. (Springer Gabler) Wiesbaden. - Kotler, P.; Keller, K. L.; Opresnik, M. O. (2023): Marketing-Management. Konzepte – Instrumente – Unternehmensfallstudien, 15. Aufl., Pearson. - Nagl, A. (2017): Der Marketingplan. Die 10 Gebote des erfolgreichen Marketing, 2. Aufl., Beck Verlag. - Meffert, H., Burmann, C., Kirchgeorg, M. (2023): Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 15. Aufl., (Springer Gabler) Wiesbaden. - Solomon (2019): Consumer Behavior: a European Perspektive, Pearson. - Tomczak, T.; Reinecke, S.; Gollnhofer, J. (2023): Marketingplanung. Einführung in die marktorientierte Unternehmens- und Geschäftsfeldplanung, 8. Aufl., Springer Gabler, Wiesbaden.

Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	BA (WING)
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

ZFS2 Zweite Fremdsprache 2	
Modulnummer	ZFS2
Themenbereich	Wahlpflichtblock B-WPB-A: International Management
Semester	4. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Carsten Bartsch
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	2 SWS: VL (1 SWS) & UE (1 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 52h BL / 98h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	R
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: Modul ZFS1 sollte absolviert sein.
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden verfügen über vertiefte Fähigkeiten in einer der Wahlpflichtsprachen, insbesondere im Hörverständnis, Schreiben und Lesen. Klausuraufgaben können schriftlich beantwortet werden. Gleichzeitig wird damit auf ein mögliches Auslandssemester im entsprechenden Sprachraum vorbereitet.
Internationaler Bezug	Möglichkeit der Ausweitung des persönlichen Handlungsraums im internationalen Management durch anwendungsorientiertes Erlernen einer zweiten Fremdsprache.
Modulinhalt / LVA	ZFS2-01 Zweite Fremdsprache 2
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Aufbauend auf das Modul „Zweite Fremdsprache 1“ werden die erworbenen Kenntnisse in der jeweiligen Sprache zusätzlich vertieft und gefestigt. Dabei soll sowohl der mündliche als auch der schriftliche Umgang mit der jeweiligen Sprache ausgebaut werden und auf eine wissenschaftliche sowie berufliche Auseinandersetzung mit den jeweiligen Herkunftsländern der Sprache vorbereiten. Die bereits vorhandene Grammatik wird schrittweise fortgeführt. Neben Alltagssituation werden zudem insbesondere Themenbereiche aus dem betrieblichen Umfeld in die Kommunikationskompetenzen integriert. Diese umfassen z.B. die Felder Personalführung und Human Resources, Werbung, Vertrieb & Marketing sowie Finanzwesen und Buchhaltung. Darüber hinaus werden im Rahmen der LVA Landesspezifische Besonderheiten im Hinblick auf Wirtschaftsstrukturen und Wirtschaftskultur thematisiert, sodass die Studierenden neben umfassenden Sprachkompetenzen zusätzlich für interkulturelle Details sensibilisiert werden. Spanisch: Das Modul bereitet auf den DELE (Diplomas de Espanol como Lengua Extranjera) Niveau B2 vor. Chinesisch (Mandarin): Das Modul bereitet auf den TOCFL (Test of Chinese As A Foreign Language) Level 3 / B1 GeR vor.

Modulinhalt / LVA	ZFS2-02 Übung zur Zweiten Fremdsprache 2
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Im Rahmen der UE werden die behandelten theoretischen Kenntnisse anhand von Übungsaufgaben angewendet und zusätzlich gefestigt. Erfahrungen und Fragestellungen aus dem betrieblichen Umfeld der Studierenden können als Fallbeispiele in den Unterricht einbezogen und anhand der erlernten theoretischen Zusammenhänge analysiert werden. Ziel ist es die Sprachkompetenz im Wirtschaftsbereich zu verbessern. Die Schwerpunkte liegen daher auf Hörverständnis, Schreiben und Lesen diesem Bereich.
Literatur	Eine Literatureingrenzung wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen je nach gewählter Fremdsprache vorgenommen.
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

IVK Internationales Vertriebs- und Kommunikationsmanagement	
Modulnummer	IVK
IVK Themenbereich	Wahlpflichtblock B-WPB-A: International Management
Semester	5. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Steffen Hermann
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (4 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	180h: 64h BL / 116h SSt
LP (ECTS)	6
MoP / LN	sP
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: Grundlagenmodule sowie Modul MMM sollten absolviert sein.
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden sind in der Lage, die Verknüpfungen und Anforderungen von Produktmanagement (d.h. Recht, Betriebswirtschaft und Technik) sowie Vertrieb zu erkennen und darzustellen (vermitteln), insbesondere im Hinblick auf die zumeist eher generalistischen Anforderungspotentiale von KMU. Sie beherrschen das Organisations- und Prozessmanagement inkl. des Erstellens einschlägiger Verfahrensanweisungen sowie die Vorgaben von Qualitätsmanagement, Risiko- und Compliancemanagement, aber auch die wesentlichen Soft-Skills für das erfolgreiche Leiten der Abteilungen und das unternehmensinterne sowie –externe Kommunizieren (mit Kunden) in einem internationalen Kontext. Die Studierenden kennen die Grundlagen der internationalen Produktmanagements und sind dazu in der Lage entsprechende Methoden und Strategien im Marketing und Vertrieb globaler Unternehmen anzuwenden.
Internationaler Bezug	Angewandte Kenntnisse, in einem internationalen Rahmen kommunizieren und Produkte und Dienstleistungen vertreiben zu können.
Modulinhalt / LVA	IVK-01 Internationales Vertriebs- und Kommunikationsmanagement
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Die Pflichtveranstaltung „Internationales Vertriebs- und Kommunikationsmanagement“ konzentriert sich auf die Vermarktung in Form von Werbekampagnen und Vertriebskanälen, die ein Unternehmen anstoßen muss, um die Vermarktung vorzubereiten und effizient durchzuführen. Hierzu gehören folgende Teilbereiche: - Globale Markenführung

	- Definitionen, Brandingmethoden und -entscheidungen, Wettbewerbsvorteile durch Globale Markenführung - Kommunikationsmix - Definitionen, Begriffe - Entscheidungen im Kommunikationsmix - Entscheidungen im Rahmen des operativen Kampagnen- und Mediendesigns - Medienmix - Operative Gestaltung einzelner Medien und Briefing von Werbeagenturen Werbeerfolgskontrolle - Die mehrstufige Kommunikation im modernen, internationalen Marketing - Definitionen, Begriffe - Referenzen, Multiplikatoren und Peers - Verschiedene Arten von Communities - Markteintrittsstrategien und Bestimmung der Vertriebskanäle - Entwicklung einer Vertriebsstrategie auf Basis der Gesamtstrategie - Entscheidungen auf dem Weg zur Regionalstrategie - Formen der vertrieblichen Markteintrittsstrategie
Modulinhalt / LVA	IVK-02 Internationales Produktmanagement im Marketing/Vertrieb
LVF	VL
Verbindlichkeit	Wahlpflicht
Inhalt	Diese Wahlpflichtveranstaltung konzentriert sich auf die Grundlagen des internationalen Produktmanagements im Marketing und Vertrieb. Dabei soll vor allem das strategische, umfassende Produktmanagement im Rahmen eines globalen Marktes betrachtet werden. Hierzu werden folgende Aspekte thematisiert: - Strategisches Produktmanagement - Bestimmung der strategischen Rahmenbedingungen - Ansätze zur Bestimmung von Kernkompetenzen und Innovationsfeldern - Programm- und Sortimentsentscheidungen - Übersicht: Zusammenführen von Roadmaps, Kompetenzfeldentwicklung, Produktlinienentscheidungen und Marktsegmentierung - Roadmap - Ableitung von Marktsegmenten - Strategische Programmentscheidungen - Operatives Produktmanagement
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Regier, S., Schunk, H., Könecke, T.: Marken und Medien, Wiesbaden 2016 - Heun, T.: Werbung, Wiesbaden 2017 - Müller, M: Internationale Marketingstrategien, Wiesbaden 2016

	- Esch, F.-R., Strategie und Technik der Markenführung, 9. Auflage, München 2018 - Leimeister, J.M., Krcmar, H., Möslin, K., Ohly, S.: Innovieren im demografischen Wandel, 2. Auflage, Wiesbaden 2016 - Nerdinger, F.W., Wilke, P., Stracke, S., Drews, U.: Innovation und Personalarbeit im demografischen Wandel, Wiesbaden 2016 - Reinheimer, S.: Cloud Computing, Wiesbaden 2018 - Fasel, D., Meier, A.: Big Data, Wiesbaden, 2016 - Ertel, W.: Grundkurs künstliche Intelligenz, 4. Auflage, Wiesbaden 2016 - Baran, Engin: Employer Branding, Wiesbaden 2018 - Bühler, P., Schlaich, P., Sinner, D.: Webdesign, Springer 2017 - Walter, B., Kremmel, D.: Employer Brand Management, Wiesbaden, 2016 - Cheverton, P., Key Account Management: Tools and Techniques for Achieving Profitable Key Supplier Status, 6. Auflage, London 2015 - Schmuhl, C.: Gemeinsames Europäisches Kaufrecht, Wiesbaden 2016 - Granig, P., Hartlieb, E., Lingenhel, D.: Geschäftsmodellinnovationen, Wiesbaden, 2016 - Winkelmann, P., Marketing und Vertrieb: Fundamente für die Marktorientierte Unternehmensführung, 8. Auflage, München 2013 - Winkelmann, P., Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung. Die Instrumente des integrierten Kundenmanagements (CRM), 5. Auflage, München 2012 - Binckebanck, L., Elste, R.: Digitalisierung im Vertrieb, Wiesbaden 2016 - Abolhassen, F.: Was treibt die Digitalisierung, Wiesbaden 2016 - Voigt, P., von dem Bussche, A.: EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO), Berlin 2018 - Homburg, C.: Marketingmanagement, 6. Aufl., Gabler Wiesbaden 2017 - Homburg, C.: Übungsbuch Marketingmanagement, 2. Aufl., Gabler Wiesbaden 2017 - Rennhak, C., Opresnik, M., O.: Marketing Grundlagen, Berlin 2016 - Hauschka, Moosmayer, Lösler Corporate Compliance, Handbuch der Haftungsvermeidung im Unternehmen, § 17: Compliance-Organisation in den Bereichen Marketing und Sales, 3. Auflage, 2016 - Buth, Hermanns, Restrukturierung, Sanierung, Insolvenz, Kapitel: Ansätze zur Restrukturierung / Sanierung in Einkauf / in Vertrieb, 4. Auflage 2022
Sonstige Informationen	
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	WING (BA)
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

IWP Internationale Wirtschaftspolitik	
Modulnummer	IWP
Themenbereich	Wahlpflichtblock B-WPB-A: International Management
Semester	4. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Oliver Schlick
Dozent/en	Prof. Dr. Oliver Schlick
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (4 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	180h: 64h BL / 116h SSt
LP (ECTS)	6
MoP / LN	sP
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: Module VWL und SOM sollten absolviert sein.
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden haben grundlegende Kenntnisse über die Funktionsweise der Weltwirtschaft und werden zur eigenständigen Analyse und Beurteilung wirtschaftlicher und wirtschaftspolitischer Entwicklungen und Entscheidungen befähigt. Die Studierenden verfügen über Faktenwissen hinsichtlich weltwirtschaftlicher Zusammenhänge (inter- u. intrakontinentales Wohlstandsgefälle, unterschiedliche Lebens-, Arbeits- und Produktionsbedingungen, kulturelle Besonderheiten). Sie erkennen die Ursachen für weltwirtschaftliche Ungleichgewichte und entwickeln ein Verständnis für die Interdependenzen internationalen Handelns. Sie erlangen die Fähigkeit, Probleme wie bspw. Interessenkonflikte nicht nur zu erkennen, sondern auch zu analysieren und Lösungsansätze zu diskutieren. Die Studierenden erhalten einen Überblick über die Träger, Ziele und Mittel der internationalen Wirtschaftspolitik und gewinnen Einsichten in Möglichkeiten und Grenzen (welt-) wirtschaftspolitischer Gestaltung angesichts sich wandelnder globaler Herausforderungen. Sie erkennen die Komplexität der weltwirtschaftlichen Verflechtungen und entwickeln ein Verständnis für internationale Wirkungszusammenhänge. Sie erlangen die Fähigkeit, Probleme wie bspw. Interessenkonflikte nicht nur zu erkennen, sondern auch zu analysieren und Lösungsansätze zu diskutieren.
Internationaler Bezug	Grundlegendes Verständnis über internationale Aspekte und Effekte der Wirtschaftspolitik als Rahmenbedingungen für das internationale Management.
Modulinhalt / LVA	IWP-01 Internationale Wirtschaftszusammenhänge und -politik
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Die Analyse der internationalen Wirtschaftszusammenhänge und -politik kann als ein Teilgebiet der VWL betrachtet werden. Diese Veranstaltung beschäftigt sich mit den politischen und wirtschaftlichen Außenbeziehungen und deren Auswirkungen auf Güter-, Arbeits- und Finanzmärkte. In diesem Zusammenhang bietet die Veranstaltung eine Einführung in die Außenwirtschaftstheorie zum besseren Verständnis der Rolle von

	außenwirtschaftlichen Beziehungen für den Wohlstand moderner Volkswirtschaften. In diesem Zusammenhang wird auch ein Einblick in die Bedeutung von Währungsräumen , Wechselkurssysteme und Wirtschafts- und Währungsunionen gegeben. Dabei geht es insbesondere um die Frage, weshalb die regionale ökonomische Integration als das Herzstück der Europäischen Union bezeichnet wird. Insbesondere werden die Grundlagen für die Beurteilung und Diskussion der realwirtschaftlichen Integration (Freihandelszone, Zollunion, Binnenmarkt) sowie monetären Integration (Währungsraum, Geld- und Fiskalpolitik in der Währungsunion) geschaffen..
Modulinhalt / LVA	IWP-02 Internationale Wirtschaftszusammenhänge und –politik
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Im Rahmen der UE werden die in der VL behandelten theoretischen Kenntnisse anhand von Übungsaufgaben angewendet und zusätzlich gefestigt.
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Blanchard, O., Illing, G., 2021, Makroökonomie, Pearson Verlag. - Krugman, P., Obstfeld, M. , Melitz, M. 2019, Internationale Wirtschaft – Theorie und Politik der Außenwirtschaft, Pearson Verlag. - Krugman, P., Wells, R., 2017, Volkswirtschaftslehre, Schäffer Poeschel Verlag. - Mankiw, N. Gregory, Taylor, Mark P.. 2021, Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Schäffer Poeschel Verlag.
Sonstige Informationen	
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	BA (WING)
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

Wahlpflichtblock C: Business Analyst

Zunehmend werden Unternehmen auf der Basis von Kennzahlen und Business Analytics geführt. Dazu gehören die Methoden des an finanziellen Zahlen orientierten Controlling und der strategischen Planung ebenso wie die Verwendung moderner, IT-gestützter Analysetools und datenbasierter Echtzeitanalysen. Der Schwerpunkt enthält Businessplanung, Steuerung, Reporting und Analyse ebenso wie die Einführung in die IT-gestützten Analysetools und die wichtigsten Verfahren und Methoden zu Anwendungssystemen und Datenbanken.

Die Durchführung des Schwerpunktthemas (Wahlpflichtblock) erfolgt mit einem Grundlagenfach im 3. Semester sowie jeweils 2 Spezialisierungsfächern (Modulen) im 4. und 5. Semester.

MoNr.	Module mit Lehrveranstaltungen	LVF	V	SWS	mögliche MoP	LP*	SEM
GSOC	Grundlagen des strategischen und operativen Controlling				sP od. mP od. PR	5	3
GSOC-01	Grundlagen des Controlling	VL	P	1			
GSOC-02	Übung Planung und Steuerung	UE	P	1			
DB1	Marketingmanagement				sP od. mP od. PA	5	4
DB1-01	Datenbanksysteme	VL	P	2			
DB1-02	Datenbankübungen	UE	P	1			
BIS	Betriebliche Anwendungssysteme				sP od. mP od. PA	5	4
BIS-01	Betriebliche Anwendungssysteme	VL	P	1			
BIS-02	Übung zu Betriebliche Anwendungssysteme	UE	P	1			
EBI	Einführung in die Business Intelligence				sP od. mP od. PA	5	5
EBI-01	Einführung in die Business Intelligence	VL	P	2			
EBI-02	Übung Business Intelligence	VL	P	2			
BPL	Businessplanung				sP od. mP od. PA	5	5
BPL-01	Aufbau und Bewertung von Businessplänen						
BPL-02	Businessplan-Übung	VL	P	2			

GSOC Grundlagen des strategischen und operativen Controllings	
Modulnummer	GSOC
Themenbereich	Wahlpflichtblock B-WPB-C: Business Analyst
Semester	5. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Jost Jacoby
Dozent/en	Prof. Dr. Jost Jacoby
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 64h BL / 86h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP od. HA od. PA od. PR
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: keine
Lernergebnisse des Moduls	Den Studierenden wird in diesem Modul das Grundwissen über Kostenmanagementsysteme vermittelt. Dabei spielt die zielgerichtete Beeinflussung der Gestaltungselemente des Kostenmanagements (Kostenniveau, Kostenverlauf und Kostenstruktur) eine wesentliche Rolle.
Internationaler Bezug	
Modulinhalt / LVA	GSOC-01 Grundlagen strategischen und operativen Controllings
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	Im Rahmen der LVA werden folgende Kenntnisse vermittelt: • Kostenmanagement als ganzheitlicher Ansatz • Kurzfristige/Langfristige Entscheidungsrechnungen • Methoden und Konzepte des Kostenmanagements (Erfahrungskurvenkonzept, Zielkostenrechnung, Prozesskostenrechnung, statische und dynamische Lebenszykluskostenrechnung, Zero Base Budgeting, Gemeinkostenwertanalyse) • Entwicklung, Planung, Analyse, Auswahl und Einbindung von Kennzahlen und Kennzahlensysteme • Kostenberichtswesen und -kontrolle
Modulinhalt / LVA	GSOC-02 Grundlagen strategischen und operativen Controllings
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	Im Rahmen der UE werden die in der VL behandelten theoretischen Kenntnisse anhand von Übungsaufgaben angewendet und zusätzlich gefestigt. Frage- und Problemstellungen aus dem betrieblichen Umfeld der Studierenden können als Fallbeispiele in den Unterricht einbezogen und anhand der erlernten Modulinhalte diskutiert, bearbeitet und ausgewertet werden.
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Behringer, Stefan: Controlling, Wiesbaden 2018 - Erk, Willibald: Strategisches Controlling, Wiesbaden 2018 - Joos, Thomas: Controlling, Kostenrechnung und Kostemanagement, 5. Auflage, Wiesbaden 2015

	- Amann, Klaus/ Petzold, Jürgen: Management und Controlling, Wiesbaden 2014 - Lachnit, Laurenz/ Müller, Stefan: Unternehmenscontrolling, 2. Auflage, Wiesbaden 2012 - Weber, Jürgen, Sshäffer Utz: Einführung in das Controlling, 17. Auflage, Stuttgart 2022
Sonstige Informationen	
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	WING (BA)
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

DB1 Datenbanken	
Modulnummer	DB1
Themenbereich	Wahlpflichtblock B-WPB-C: Business Analyst
Semester	4. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Sabine Rathmayer
Dozent/en	Prof. Dr. Sabine Rathmayer, weitere externe Dozenten nach Bedarf
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 60h BL / 90h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP od. mP od. PR
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: Grundlegende Kenntnisse der Wirtschaftsinformatik wie aus Modul WI1.
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden sollen ein Grundverständnis für die Aufgaben und Rollen von Datenbanksystemen in heutigen komplexen Informationssystemen haben. Des weiteren sollen sie Kenntnisse und Erfahrungen für den Entwurf und die Realisierung von Datenbanken erlangen. Dies gilt insbesondere bei unzureichender Vorgabe und unterschiedlichem Verständnis von Anforderungen. Es wird die Fähigkeit zum praktischen Umgang mit Datenbanksystemen unter Einsatz von SQL vermittelt.
Modulinhalt / LVA	DB1-01 Datenbanksysteme
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	• Was sind Datenbanken? • Relationale Datenbanken • Datenbankentwurfsprozess • Relationaler Datenbankentwurf • Konzeptioneller Entwurf • Grundlagen SQL • Relationale Algebra und Tupelkalkül • Transaktionen, Integrität und Trigger • Sichten und Zugriffskontrolle • Dateiorganisation und Indizes • Ausblick auf DB2
Modulinhalt / LVA	DB1-02 Übungen zu Datenbanken 1
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	Im Rahmen der UE werden die in der VL behandelten theoretischen Kenntnisse anhand von Übungsaufgaben angewendet und zusätzlich gefestigt.
Literatur	Eine abschließende Literaturliste wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Marco Emrich: Datenbanken & SQL für Einsteiger: Datenbankdesign und MySQL in der Praxis, Webmasters Press, 2016. - G. Vossen: Datenmodelle, Datenbanksprachen und Datenbank-Management-Systeme. Addison-Wesley, 2008. - Th. Härder, E. Rahm: Datenbanksysteme: Konzepte und Techniken der Implementierung. Springer, 2001. - A. Heuer, G. Saake: Datenbanken - Konzepte und Sprachen. MITP-Verlag, Bonn, 2018.

Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	WING (BA) / WINFO (BA)
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

BIS Betriebliche Anwendungssysteme	
Modulnummer	BIS
Themenbereich	Wahlpflichtblock B-WPB-C: Business Analyst
Semester	4. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Sabine Rathmayer
Dozent/en	Prof. Dr. Sabine Rathmayer, Jürgen Löhle, weitere externe Dozenten nach Bedarf
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 60h BL / 90h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP od. mP od. PR
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: Grundlegende Kenntnisse der Betriebswirtschaft sowie aus den Modulen WII, WIM
Lernergebnisse des Moduls	Business Information Systems zur Planung und Steuerung betrieblicher Ressourcen (ERP-Systeme) kommen in heutigen Unternehmen in nahezu allen Funktionsbereichen zum Einsatz, um die effiziente Abwicklung unterschiedlichster Geschäftsvorfälle und -prozesse umfassend zu unterstützen. Die Studierenden sollen über umfängliche theoretische Kenntnisse zur Auswahl, Einführung und unternehmensweiten Betrieb von ERP-Systemen verfügen. Technische Aspekte, organisatorische Anforderungen und die systemgestützte Integration von Geschäftsprozessen und Funktionsbereichen werden betrachtet. Praktische Anwendungen und die Integration mit anderen betriebswirtschaftlichen Anwendungen sind ebenfalls enthalten.
Internationaler Bezug	Betrachtung von Organisationsgestaltung in einem internationalen Kontext, d.h. vor dem Hintergrund interkulturell-diverser Organisationen.
Verbindlichkeit	Wahlpflicht (FDSC od. FBIS od. FECO od. FMCL)
Modulinhalt / LVA	BIS -01 Betriebliche Anwendungssysteme
LVF	VL
Inhalt	• Begriffe und Grundlagen • Systemarchitekturen für ERP • Auswahl von ERP-Systemen • Einführung von ERP-Systemen • Anpassung von ERP-Systemen • Betrieb/ Wartung/ Administration von ERP • Cloud-basierte ERP-Systeme
Modulinhalt / LVA	BIS -02 Übung zu Betriebliche Anwendungssysteme
LVF	UE
Inhalt	Im Rahmen der UE werden die in der VL behandelten theoretischen Kenntnisse anhand von Übungsaufgaben angewendet und zusätzlich gefestigt.
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Klaus-Dieter Gronwald, Integrierte Business-Informationssysteme: ERP, SCM, CRM, BI, Big Data Analytics – Prozesssimulation, Rollenspiel, Serious Gaming, Springer Vieweg 2020 - Norbert Gronau, Enterprise Resource Planning: Architektur, Funktionen und Management von ERP-Systemen, De Gruyter Oldenbourg; 2021

Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	BA (WING)/BA (WINFO)
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

EBI Einführung in Business Intelligence (und Datawarehouse)	
Modulnummer	EBI
Themenbereich	Wahlpflichtblock B-WPB-C: Business Analyst
Semester	5. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Jianmin Chen
Dozent/en	Prof. Dr. Jianmin Chen, Stephan Schiffner, weitere externe Dozenten nach Bedarf
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 60h BL / 90h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP od. mP od. PR
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine Inhaltlich: Grundlagenmodule Informatik
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden sollen: • die Grundkompetenz in BI erlangen; • die Fähigkeit haben, aus "Rohdaten" aussagekräftigen Informationen zu generieren; • in der Lage sein, optimale Berichte in einem (auch für das Management) ansprechendem Design aufzubauen; • Methoden zur Qualitätsanalyse kennen und Konzepte zur Qualitätsoptimierung entwickeln können; • komplexe Systemarchitekturen in Konzept, Aufbau und Entwicklung verstehen; • einen sicheren BI-Betrieb mitaufsetzen können; • BI-Systeme bzw. Komponenten auf dem aktuellen Markt einordnen und bewerten können; • in der Lage sein, in BI-Projekten mitzuarbeiten.
Modulinhalt / LVA	EBI-01 Einführung in die Business Intelligence
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Grundlagen Business Intelligence - Begriffsbestimmung - Unternehmensumfeld - BI als integrierter Gesamtansatz Datenbereitstellung und -modellierung - Data-Warehouse-Konzept - Detaillierung ODS-erweiterter Data Warehouses (ETL, Meta Data) - Modellierung multidimensionaler Datenräume (Star-Schema, Snowflake) Informationsgenerierung und -distribution - Informationsgenerierung: Analysesysteme (OLAP, Reporting) - Informationsdistribution - Informationszugriff: BI-Portale Entwicklung und Betrieb integrierter BI-Lösungen - Sequentielle und iterative Vorgehensmodelle - Business Intelligence — Vorgehensmodell - Makro-Ebene - Mikro-Ebene - Qualitätssicherung - Betrieb Praktische Anwendungen - Case Study

Modulinhalt / LVA	EBI-02 Übungen zur Business Intelligence
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	Im Rahmen der UE werden die in der VL behandelten theoretischen Kenntnisse anhand von Übungsaufgaben angewendet und zusätzlich gefestigt.
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Kemper, Hans-Georg; Mehanna, Walid; Baars, Henning: Business Intelligence - Grundlagen und praktische Anwendungen: Eine Einführung in die IT-basierte Managementunterstützung, 4. Auflage, Springer Verlag 2020 - Schön, Dietmar: Planung und Reporting. Grundlagen, Business Intelligence, Mobile BI und und Big Data Analytics, 2. Auflage, Wiesbaden 2018
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	WING (BA), WINFO (BA)
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

BPL Businessplanung	
Modulnummer	BPL
Themenbereich	Wahlpflichtblock B-WPB-C: Business Analyst
Semester	5. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Jost Jacoby
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 60h BL / 90h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	HA
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: Grundlagenmodule WiWi, REW, KLC
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden verstehen den Weg vom Geschäftsmodell über die Maßnahmen- und Ressourcenplanung bis zur Finanzplanung. Sie sind in der Lage, einen einfachen Businessplan aufzustellen, zu bewerten und zu optimieren.
Modulinhalt / LVA	BPL-01 Aufbau und Bewertung von Businessplänen
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	In der Veranstaltung werden grundlegende Kenntnisse zu folgenden Themen vermittelt - Zweck und Adressaten der Businessplanung - Geschäftsmodellentwicklung - Marketing- und Vertriebsplanung - Realisierungsplanung: Prozesse, Strukturen, Ressourcen - Umsatz-, Kosten- und Gewinnplanung - Investitions- und Cash Flow-Planung - Finanzierungs- und Bilanzplanung - Sensitivitäts- und Risikoanalyse - Unternehmensbewertung Diese Inhalte werden im Rahmen von Fallstudien und Beispielaufgaben von den Studierenden angewendet und geübt. Die Studierenden erstellen im Verlauf der Veranstaltung einen beispielhaften Businessplan, wobei ein angemessener Detaillierungsgrad durch entsprechende Vorgaben sichergestellt wird.
Modulinhalt / LVA	BPL-02 Businessplan-Übung
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	Im Rahmen der UE werden die in der VL behandelten theoretischen Kenntnisse anhand von Übungsaufgaben angewendet und zusätzlich gefestigt.
Literatur	Eine abschließende Literaturliste wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Nagl, A.: Der Businessplan, Geschäftspläne professionell erstellen Springer, 2015 - Schwetje, G.; Vaseghi, S.: The Business Plan, How to win you Investors' Confidence Springer, 2007

	- Singler, Axel: Businessplan, 5. Auflage, Haufe Lexware 2018 - Osterwalder, A.; Pigneur, Y.: Business Model Generation, Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer Campus, 2011 - Voigt, Kai-Ingo/ Buliga, Oana/ Michl, Kathrin: Business Model Pioneers, Springer 2017 - Rusnjak, A.: Entrepreneurial Business Modeling Springer, 2014
Sonstige Informationen	
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	WING (BA), WINFO (BA)
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

Wahlpflichtblock D: Technischer Vertrieb und Marketing

Für jedes Unternehmen unerlässlich ist ein fundiertes Know-how zur Marketing und Vertrieb. Definierte Zielgruppen sollen über alle Online- und Offline-Kanäle hinweg möglichst effektiv angesprochen werden. Wichtig ist dafür eine enge Verzahnung von Marketing und Vertrieb. Denn erst ein gut ausgearbeiteter Vertriebsplan ermöglicht den potentiell erfolgreichen Marktzugang. Es wird vermittelt, wie es gelingt, sich von anderen Unternehmen, Marken oder Dienstleistungen abzuheben und am Ende die Aufmerksamkeit der jeweiligen Zielgruppe zu erhalten. Auch der Zeitverlauf spielt eine wichtige Rolle, denn die Markteinführung eines Produktes wird anders geplant als eine Auffrischkampagne. Zudem müssen psychosoziale Aspekte beachtet werden, da Firmen in der Lage sein sollten, sich in ihre Kund*innen hineinzusetzen und Kundenwünsche zu erkennen.

Die Durchführung des Schwerpunktthemas (Wahlpflichtblock) erfolgt mit einem Grundlagenfach im 3. Semester sowie jeweils 2 Spezialisierungsfächern (Modulen) im 4. und 5. Semester.

MoNr.	Module mit Lehrveranstaltungen	LVF	V	SWS	mögliche MoP	LP*	SEM
PLM	Produkt Lifecycle Management				sP od. mP od. PR	5	3
PLM-01	Produkt Lifecycle Management	VL	P	1			
PLM-02	Übung zum Produkt Lifecycle Management	UE	P	1			
MIF	Material- und Informationsflusssysteme				sP od. mP od. PA	5	4
MIF-01	Material- und Informationsflusssysteme	VL	P	2			
MIF-02	Übung zu Material- und Informationsflusssystemen	UE	P	1			
MMM	Marketingmanagement				sP od. mP od. PA	5	4
MMM-01	Marketingplanung und -management	VL	P	1			
MMM-02	Übung zu Marketingplanung und -management	UE	P	1			
IVK	Internationales Vertriebs- und Kommunikationsmanagement				sP od. mP od. PA	5	5
IVK-01	Internationales Vertriebs- und Kommunikationsmanagement	VL	P	2			
IVK-02	Internationales Produktmanagement im Marketing/Vertrieb	VL	P	2			
PIM	Produkt- und Innovationsmanagement				sP od. mP od. PA	5	5
PIM-01	Grundlagen des Produkt- und Innovationsmanagement						
PIM-02	Übungen zu Produkt- und Innovationsmanagement	VL	P	2			

PLM Product Lifecycle Management	
Modulnummer	PLM
Themenbereich	Wahlpflichtblock B-WPB-D: Technischer Vertrieb und Marketing
Semester	3. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Matthias Pfeffer
Dozent/en	Prof. Dr. Steffen Herrmann / Dr. Josef Heißenhuber
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 64h BL / 86h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP od. mP. od. PA
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: keine
Lernergebnisse des Moduls	Das Modul "Product Lifecycle Management" bietet den Studierenden einen umfassenden Einblick in die Konzepte, Methoden und Werkzeuge des Product Lifecycle Managements. Es vermittelt ein Verständnis für den gesamten Lebenszyklus eines Produkts, von der Konzeption und Entwicklung über die Produktion und Vermarktung bis hin zur Entsorgung oder Wiederverwertung. Der Kurs legt einen Schwerpunkt auf die effektive Nutzung von PLM-Systemen zur Verbesserung der Produktentwicklung und des Produktmanagements. Der Kurs wird durch Vorlesungen und Übungen mit praktischen Anwendungen strukturiert. Die Vorlesungen vermitteln die theoretischen Grundlagen des PLM, während die Übungen den Studierenden ermöglichen, das erlernte Wissen anhand von praktischen Aufgaben anzuwenden. Darüber hinaus werden Fallstudien aus der Industrie diskutiert, um den Studierenden Einblicke in reale PLM-Szenarien zu geben. Eine praktische Umsetzung eines PLM-Systems in einem simulierten Unternehmenskontext rundet das Modul ab. Haupt-Lernziele sind im Einzelnen: - Verständnis des Product Lifecycle Managements als ganzheitlichen Ansatz für das Management von Produkten über ihren gesamten Lebenszyklus hinweg. - Kenntnis der verschiedenen Phasen des Produktlebenszyklus und ihrer spezifischen Anforderungen. - Fähigkeit zur Anwendung von PLM-Methoden und -Werkzeugen in verschiedenen Bereichen wie Produktentwicklung, Produktionsplanung, Qualitätssicherung und Supply Chain Management. - Kenntnis der wichtigsten PLM-Systeme auf dem Markt und deren Funktionen. Fähigkeit zur Auswahl und Implementierung eines geeigneten PLM-Systems in einem Unternehmenskontext.
Internationaler Bezug	
Modulinhalt / LVA	PLM-01 Product Lifecycle Management
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Die Vorlesungen vermitteln die theoretischen Grundlagen des PLM. Kerninhalte sind im Einzelnen: - Einführung in das Product Lifecycle Management: - o Definition und Ziele des PLM

	○ Bedeutung des PLM ○ Herausforderungen und Trends im PLM ○ Produktlebenszyklus & -phasen - PLM Aufgaben entlang der Phasen des Produktlebenszyklus: ○ Konzeption und Ideenfindung ○ Produktentwicklung und Konstruktion ○ Produktionsplanung und -steuerung ○ Marketing und Vertrieb ○ Service und Wartung ○ Entsorgung und Recycling - PLM-Methoden und -Werkzeuge: ○ Produktstruktur- und Stücklistenmanagement ○ Änderungsmanagement ○ Variantenmanagement ○ Dokumentenmanagement ○ Qualitätsmanagement ○ Projektmanagement - PLM-Systeme: ○ Überblick über führende PLM-Systeme auf dem Markt ○ Funktionen und Einsatzbereiche von PLM-Systemen - Auswahlkriterien und Implementierungsstrategien für PLM-Systeme
Modulinhalt / LVA	PLM-02 Übung zu Product Lifecycle Management
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Die Übung soll den Studierenden ermöglichen, das in der Vorlesung erlernte Wissen anhand von praktischen Aufgaben anzuwenden. Darüber hinaus werden Fallstudien aus der Industrie diskutiert, um den Studierenden Einblicke in reale PLM-Szenarien zu geben. Eine praktische Umsetzung eines PLM-Systems in einem simulierten Unternehmenskontext rundet das Modul ab. Im Rahmen der UE werden praktische Anwendungen des PLM auf Basis der in der Vorlesung vermittelten theoretischen Konzepte, Methoden und Instrumente v.a. fallbasiert eingeübt. Dies umfasst v.a.: - Fallstudien und Anwendungsbeispiele aus der Industrie - Praktische Übungen zur Anwendung von PLM-Methoden und -Werkzeugen - Praktische Umsetzung eines PLM-Systems in einem simulierten Unternehmenskontext
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Herbst, S., Hoffmann, A. (2018): Product Lifecycle Management (PLM) mit Siemens Teamcenter: Grundlagen, Anwendung und Best Practices, Hanser. - Kirchner, E. (2020): Werkzeuge und Methoden der Produktentwicklung. Von der Idee zum erfolgreichen Produkt, SpringerVieweg. - Stoesser, Klaus, R. (2019): Prozessoptimierung für produzierende Unternehmen, 2. Aufl., SpringerGabler. - Peschke, F. (2017): Product Lifecycle Management (PLM): Kundennutzen durch integriertes Prozessmanagement. Pocket Power, Hanser. - Schlingermann, G. (2017): IT-Risiken in der vernetzten Produktion, Wiesbaden. - Stark, J. (2022): Product Lifecycle Management (Volume 1). 21st Century Paradigm for Product Realisation, 5th Ed., Springer - Vahs, D; Brem, A. (2023); Innovationsmanagement: Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung, 6. Aufl, SchäfferPoeschel.

	- Wördenweber, B., Eggert, M., Größer, A. (2020): Technologie- und Innovationsmanagement im Unternehmen, 4. Aufl., SpringerVieweg.
Sonstige Informationen	
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	WING (BA), MB (BA)
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

MIF Material- und Informationsflusssysteme	
Modulnummer	MIF
Themenbereich	Wahlpflichtblock B-WPB-D: Technischer Vertrieb und Marketing
Semester	4. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Matthias Pfeffer
Dozent/en	Prof. Dr. Matthias Pfeffer / Dipl.-Ing. Kim Häring / Dipl.-Ing. Matthias Miesbeck / u.a.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 64h BL / 86h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: Modul LMW sollte absolviert sein.
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden kennen das Unternehmen mit seinen Produkten, den dazu nötigen Herstellungs- und Ablaufprozessen, dem Material- und Informationsfluss sowie seinem Unternehmensumfeld, Märkten (Kunden, Lieferanten) und seiner Organisation und sind in der Lage diese zu begreifen.
Internationaler Bezug	
Modulinhalt / LVA	MIF-01 Material- und Informationsflusssysteme
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	Im Rahmen der LVA werden folgende Kenntnisse vermittelt: - Materialfluss ○ Abgrenzung und Definition ○ Materialflusssysteme ▪ Technologie / Technik ▪ Verpackungssysteme ▪ Fördersysteme ▪ Lagersysteme ▪ Stückgutsortiersysteme ▪ Kommissioniersysteme und -strategien ▪ Umschlag und Handhabungssysteme ○ Planung und Realisierung von Materialflusssystemen ▪ Vorgehen und Optimierung ▪ Lagerstrategien ▪ Lagerplatzvergabestrategie - Informationsfluss ○ Informationsflüsse in Logistiksystemen ○ Informations- und Kommunikationssysteme ▪ Anwendungssysteme (ERP, diverse Logistiksysteme) ▪ Technologie-orientierte Systeme (Barcode, RFID, EDI) ○ Informationsfluss entlang der Kette

Modulinhalt / LVA	MIF-02 Übung zu Material- und Informationsflusssystemen
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	Die UE dient der Wiederholung und praktischen Anwendung der erworbenen theoretischen Kenntnisse. Die Wiederholung und Anwendung erfolgt anhand von Übungsaufgaben und Fallstudien. Darüber hinaus können Frage- und Problemstellungen aus dem betrieblichen Umfeld der Studierenden als zusätzliche Fallbeispiele in den Unterricht einbezogen und anhand der erlernten Modulinhalte diskutiert, bearbeitet und ausgewertet werden. ○ Planung und Berechnung von Lagersystemen ○ Vergleich und Bewertung von Lager- und Kommissioniersystemen ○ Berechnung von Kommissionierzeiten ○ Erstellen von Transportmatrizen ○ Erstellen von Prozessabläufen ○ Berechnung von Wegzeiten ○ Erstellen von Sankey Diagrammen
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Michael ten Hompel, Thorsten Schmidt, Johannes Dregger: Materialflusssysteme – Förder- und Lagertechnik, 4. Auflage, Springer-VDI, 2018 - Heinrich Martin: Transport- und Lagerlogistik – Planung, Aufbau und Steuerung von Transport- und Lagersystemen, vieweg, 2004 - Heinrich, Martin: Transport- und Lagerlogistik – Systematik, Planung und Wirtschaftlichkeit, 10. Auflage, Wiesbaden 2016 - Dieter Arnold, Kai Furmans: Materialfluss in Logistiksystemen, 6. Auflage, Springer-VDI 2010 - Wannenwetsch, Helmut: Integrierte Materialwirtschaft, Logistik und Beschaffung, 5. Auflage, Berlin 2014 - Reinhard Koether (Hrsg.): Taschenbuch der Logistik, Hanser, 2011 - Schönsleben, Paul: Integrales Logistikmanagement, 7. Auflage, Berlin 2016 - Jochen Ihme: Logistik im Automobilbau, Hanser, 2006 - Klug, Florian: Logistikmanagement in der Automobilindustrie, 2. Auflage, Springer 2018 - Hans-Christian Pfohl: Logistiksysteme, 9. Auflage, Springer 2018 - Christof Schulte: Logistik, 7. Auflage, München 2016 - Richard Varenkamp, Herbert Kotzab: Logistikwissen kompakt, 8. Auflage, Berlin 2017 - Otto-Ernst Heiserich, Klaus Helbig, Werner Ullmann: Logistik, Gabler, 2011 - Dickmann, P.: Schlanker Materialfluss: mit Lean Production, Kanban und Innovationen, 3. Auflage, VDI Springer 2015 - Arnold, D.: Materialfluss in Logistiksystemen, VDI, 2009 - Werner, Hartmut: Supply Chain Management-Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling, 6. Auflage, Wiesbaden 2017

	- Brunner, F.: Japanische Erfolgskonzepte: KAIZEN, KVP, Lean Production Management, Total Productive Maintenance Shopfloor Management, Toyota Production Management, GD³ - Lean Development, 4. Auflage, München 2017 - Ohno, T.: Das Toyota Produktionssystem, 3. Auflage, Campus, 2013 - Erlach, K.: Wertstromdesign – Der Weg zur schlanken Fabrik, Springer, 2010. - Habenicht, Detlef: Verkettungsarten im Wertstrom schlanker Unternehmen. Analyse, Algorithmen und Auswirkungen auf Leistung, Durchlaufzeiten und Bestände, Springer 2017 - Klevers, T.: Wertstrom-Management: Mehr Leistung und Flexibilität für Unternehmen - Abläufe optimieren - Kosten senken - Wettbewerbsfähigkeit steigern, Campus, 2013.
Sonstige Informationen	
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	BA (WING)
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

MMM Marketingmanagement	
Modulnummer	MMM
Themenbereich	Wahlpflichtblock B-WPB-D: Technischer Vertrieb und Marketing
Semester	4. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Steffen Hermann
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (4 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	180h: 64h BL / 116h SSt
LP (ECTS)	6
MoP / LN	sP oder PR
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: Modul ORG sollte absolviert sein.
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden sind in der Lage theoretische Kenntnisse in konzeptionellen Marketingstrategien umzusetzen und zu planen, das Marketingkonzept eines Unternehmens im Rahmen eines Marketingaudits zu analysieren und zu bewerten. Ein besonderes Augenmerk wird dabei auf den stringenten Prozess der Marketingplanung und die Elemente eines Marketingplans sowie -audits gelegt. Die Studierenden kennen somit ausgewählte Marketing-Entscheidungssituationen und sind in der Lage, diese mit Hilfe von geeigneten Methoden zu lösen. Sie haben grundlegende Kenntnisse von Marketingkonzepten und beherrschen essenzielle Methoden und Techniken der strategischen und operativen Marketingplanung sowie des Produktmanagements. Darüber hinaus verfügen sie über Kenntnisse von Wertbildung und Preisstellung. Die Studierenden kennen die Relevanz der Marketingforschung als Informationsgrundlage für das Marketing. Sie verfügen über grundlegende Methodenkompetenz sowohl im Bereich der Marketingforschung und -analyse als auch der Marktforschung und -analyse in unterschiedlichen Sektoren. Die Studierenden haben rechnerische und analytische Problemlösungsfähigkeiten und können quantitative und qualitative Lösungsansätze anwenden. Die Studierenden haben grundlegende Kenntnisse der psychologischen, sozialpsychologischen und soziologischen Konsumentenverhaltensforschung sowie zugehöriger Anwendungsbereiche. Sie kennen die Methoden beeinflussender Kommunikation und sind in der Lage zu Planung, Realisierung und Kontrolle von Maßnahmen integrierter Marketing-Kommunikation. Besonders wird in diesem Rahmen neben angelsächsischen Marketingkonzepten auch der Einfluss der Digitalisierung auf das Marketingmanagement thematisiert. Dies beeinflusst neben den operativen Marketingfragstellungen (z.B. Distributions-/ Kommunikationskanäle im Rahmen des E-Commerce und Online-Marketing) auch strategische Fragestellungen (z.B. digitale Geschäftsmodelle). Studierende sind durch dieses Modul somit in der Lage, die Implikationen der Digitalisierung als strategische und operative Gestaltungsoptionen wahrzunehmen und anzuwenden.

Internationaler Bezug	Marktorientierte Unternehmensführung im Spannungsfeld von Kundenbedürfnissen und Wettbewerbern auf internationalen Märkten.
Modulinhalt / LVA	MMM-01 Marketingplanung und -management
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Der Kurs „Marketingmanagement“ geht davon aus, dass ein Marketingkonzept während des Konzeptions-Prozesses Gestalt annimmt, da im Rahmen der Entwicklung eines Marketingplans Fragen auftreten, sowie Synergien und Probleme identifiziert werden. Kursinhalt ist es, diesen Prozess zu vertiefen, damit verbundene ausgewählte Werttreiber, Ressourcen und Herausforderungen sichtbar zu machen und mittels etablierter Methoden Lösungen zu entwickeln. Zudem werden anhand von Artikeln aktuelle Trends mit Bezug zum Marketing Management aufgezeigt und deren Implikationen für die theoretischen Konzepte gemeinsam reflektiert. Begleitende z.T. englischsprachige Fallstudien dienen zur Anwendung, Festigung und Vertiefung des Erlernten. Die Vorlesung folgt in Ihrer Struktur einerseits dem wertorientierten Marketingmanagement-Prozess nach angelsächsischer Philosophie und zudem der typischen Gliederung und Inhalte eines vollständigen Marketingplans bzw. -audits in der Praxis. Zentrale Kursinhalte: - Entwicklungsperspektiven des Marketing - Modernes Marketingverständnis des Relationship Marketing - Wertorientierung im Marketing - Wertorientierter Marketingprozess - Marketing Myopia - Kundenbedürfnisorientierte Marktdefinition - Marketingplanung und -audit - Kernelemente eines Marketingplans - Marktdefinition - Marktanalyse & strukturelle Segmentierung - Marktforschungsprozess - SOR Modell - Marketing / Sales Funnel - Bedürfnisorientierte und Lebensstylsegmentierung - Personaerstellung - Positionierungsanalysen - Marketingziele (ökonomisch, markterfolgsbezogen, vorökonomisch / potentialbezogen) - Marketingstrategie mit den Schwerpunkten Marktbearbeitungs- und kundenwertorientierte Strategie (STP-Konzept) und Positionierungskonzeption - Value Proposition und Claim - Wertorientierte Marketing Mix Planung (4 bzw. 7P) - Einsatz von Marketingtechnologie (Martech) für Online / Digital Marketing, Customer Insight Analyse & Automatisierung - Konzepte und Instrumente des Relationship Marketing (CRM) und Customer Experience Management (CXM) sowie Voice of the customer (VoC) - Marketing Budgetierung - Marketing Controlling und Cockpits / Dashboards

Modulinhalt / LVA	MMM-02 Übung zu Marketingplanung und -management
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	In der Übung zur Vorlesung Marketingplanung und -management erarbeiten die Studierenden anhand der vorgestellten deduktiven Struktur, Konzepte und Methoden einen vollständigen Marketingplan für ein fiktives Unternehmen oder führen die Analyse eines bestehenden Marketingkonzeptes eines realen Unternehmens, bzw. einer/s Marke / Produktes im Sinne eines Marketingaudits durch. Die Erarbeitung erfolgt dabei semesterbegleitend schrittweise v.a. in Gruppenarbeit und Einsatz von etablierten Methoden und Instrumenten, die der Ausarbeitung, Analyse und Darstellung der Inhalte des Marketingplans bzw. -konzepts dienen. Das Angebot von Tutorial-Sessions in jeder Übung gibt Gelegenheit zur Einholung von formativen Feedback für den eigenen Case sowie zur Beantwortung von Fragen. Die Vorgehensweise ermöglicht den Studierenden am Fallbeispiel die Detail-Fragestellungen bei der Entwicklung eines Marketingplans selbst zu erkennen, sowie die Zusammenhänge, Synergien und Probleme in diesem Prozess zu erfahren, zu nutzen und zu lösen. Durch die eigenerarbeitete Vertiefung der Marketingplanung entwickeln die Studierenden besondere Anwendungskompetenzen und erkennen Werttreiber, benötigte Ressourcen und Informationen für die Marketingplanung sowie die Herausforderungen ihrer Beschaffung mittels strategischer und operativer Methoden.
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Aaker, D.A.; Kumar, V.; Day, G.S. (2023): Marketing Research, 8th. Edition, (Wiley & Sons) New York et al. - Blackwell, R.D.; Miniard, P.W.; Engel, J.F. (2017): Consumer Behavior, 10th Ed., (Cengage Learning Services) Orlando. - Foscht, T.; Swoboda, B. (2017): Käuferverhalten, Grundlagen – Perspektiven – Anwendungen. 6. Aufl., (Springer Gabler) Wiesbaden. - Homburg, C. (2020): Marketingmanagement. Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung, 7. Aufl. (Springer Gabler) Wiesbaden. - Kotler, P.; Keller, K. L.; Opresnik, M. O. (2023): Marketing-Management. Konzepte – Instrumente – Unternehmensfallstudien, 15. Aufl., Pearson. - Nagl, A. (2017): Der Marketingplan. Die 10 Gebote des erfolgreichen Marketing, 2. Aufl., Beck Verlag. - Meffert, H., Burmann, C., Kirchgeorg, M. (2023): Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 15. Aufl., (Springer Gabler) Wiesbaden. - Solomon (2019): Consumer Behavior: a European Perspective, Pearson. - Tomczak, T.; Reinecke, S.; Gollnhofer, J. (2023): Marketingplanung. Einführung in die marktorientierte Unternehmens- und Geschäftsfeldplanung, 8. Aufl., Springer Gabler, Wiesbaden.

Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	BA (WING)
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

IVK Internationales Vertriebs- und Kommunikationsmanagement	
Modulnummer	IVK
IVK Themenbereich	Wahlpflichtblock B-WPB-A: International Management
Semester	5. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Steffen Hermann
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (4 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	180h: 64h BL / 116h SSt
LP (ECTS)	6
MoP / LN	sP
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: Grundlagenmodule sowie Modul MMM sollten absolviert sein.
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden sind in der Lage, die Verknüpfungen und Anforderungen von Produktmanagement (d.h. Recht, Betriebswirtschaft und Technik) sowie Vertrieb zu erkennen und darzustellen (vermitteln), insbesondere im Hinblick auf die zumeist eher generalistischen Anforderungspotentiale von KMU. Sie beherrschen das Organisations- und Prozessmanagement inkl. des Erstellens einschlägiger Verfahrensanweisungen sowie die Vorgaben von Qualitätsmanagement, Risiko- und Compliancemanagement, aber auch die wesentlichen Soft-Skills für das erfolgreiche Leiten der Abteilungen und das unternehmensinterne sowie –externe Kommunizieren (mit Kunden) in einem internationalen Kontext. Die Studierenden kennen die Grundlagen der internationalen Produktmanagements und sind dazu in der Lage entsprechende Methoden und Strategien im Marketing und Vertrieb globaler Unternehmen anzuwenden.
Internationaler Bezug	Angewandte Kenntnisse, in einem internationalen Rahmen kommunizieren und Produkte und Dienstleistungen vertreiben zu können.
Modulinhalt / LVA	IVK-01 Internationales Vertriebs- und Kommunikationsmanagement
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Die Pflichtveranstaltung „Internationales Vertriebs- und Kommunikationsmanagement“ konzentriert sich auf die Vermarktung in Form von Werbekampagnen und Vertriebskanälen, die ein Unternehmen anstoßen muss, um die Vermarktung vorzubereiten und effizient durchzuführen. Hierzu gehören folgende Teilbereiche: - Globale Markenführung

	- Definitionen, Brandingmethoden und -entscheidungen, Wettbewerbsvorteile durch Globale Markenführung - Kommunikationsmix - Definitionen, Begriffe - Entscheidungen im Kommunikationsmix - Entscheidungen im Rahmen des operativen Kampagnen- und Mediendesigns - Medienmix - Operative Gestaltung einzelner Medien und Briefing von Werbeagenturen Werbeerfolgskontrolle - Die mehrstufige Kommunikation im modernen, internationalen Marketing - Definitionen, Begriffe - Referenzen, Multiplikatoren und Peers - Verschiedene Arten von Communities - Markteintrittsstrategien und Bestimmung der Vertriebskanäle - Entwicklung einer Vertriebsstrategie auf Basis der Gesamtstrategie - Entscheidungen auf dem Weg zur Regionalstrategie - Formen der vertrieblichen Markteintrittsstrategie
Modulinhalt / LVA	IVK-02 Internationales Produktmanagement im Marketing/Vertrieb
LVF	VL
Verbindlichkeit	Wahlpflicht
Inhalt	Diese Wahlpflichtveranstaltung konzentriert sich auf die Grundlagen des internationalen Produktmanagements im Marketing und Vertrieb. Dabei soll vor allem das strategische, umfassende Produktmanagement im Rahmen eines globalen Marktes betrachtet werden. Hierzu werden folgende Aspekte thematisiert: - Strategisches Produktmanagement - Bestimmung der strategischen Rahmenbedingungen - Ansätze zur Bestimmung von Kernkompetenzen und Innovationsfeldern - Programm- und Sortimentsentscheidungen - Übersicht: Zusammenführen von Roadmaps, Kompetenzfeldentwicklung, Produktlinienentscheidungen und Marktsegmentierung - Roadmap - Ableitung von Marktsegmenten - Strategische Programmentscheidungen - Operatives Produktmanagement
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Regier, S., Schunk, H., Könecke, T.: Marken und Medien, Wiesbaden 2016 - Heun, T.: Werbung, Wiesbaden 2017 - Müller, M: Internationale Marketingstrategien, Wiesbaden 2016

	- Esch, F.-R., Strategie und Technik der Markenführung, 9. Auflage, München 2018 - Leimeister, J.M., Krcmar, H., Möslin, K., Ohly, S.: Innovieren im demografischen Wandel, 2. Auflage, Wiesbaden 2016 - Nerdinger, F.W., Wilke, P., Stracke, S., Drews, U.: Innovation und Personalarbeit im demografischen Wandel, Wiesbaden 2016 - Reinheimer, S.: Cloud Computing, Wiesbaden 2018 - Fasel, D., Meier, A.: Big Data, Wiesbaden, 2016 - Ertel, W.: Grundkurs künstliche Intelligenz, 4. Auflage, Wiesbaden 2016 - Baran, Engin: Employer Branding, Wiesbaden 2018 - Bühler, P., Schlaich, P., Sinner, D.: Webdesign, Springer 2017 - Walter, B., Kremmel, D.: Employer Brand Management, Wiesbaden, 2016 - Cheverton, P., Key Account Management: Tools and Techniques for Achieving Profitable Key Supplier Status, 6. Auflage, London 2015 - Schmuhl, C.: Gemeinsames Europäisches Kaufrecht, Wiesbaden 2016 - Granig, P., Hartlieb, E., Lingenhel, D.: Geschäftsmodellinnovationen, Wiesbaden, 2016 - Winkelmann, P., Marketing und Vertrieb: Fundamente für die Marktorientierte Unternehmensführung, 8. Auflage, München 2013 - Winkelmann, P., Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung. Die Instrumente des integrierten Kundenmanagements (CRM), 5. Auflage, München 2012 - Binckebanck, L., Elste, R.: Digitalisierung im Vertrieb, Wiesbaden 2016 - Abolhassen, F.: Was treibt die Digitalisierung, Wiesbaden 2016 - Voigt, P., von dem Bussche, A.: EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO), Berlin 2018 - Homburg, C.: Marketingmanagement, 6. Aufl., Gabler Wiesbaden 2017 - Homburg, C.: Übungsbuch Marketingmanagement, 2. Aufl., Gabler Wiesbaden 2017 - Rennhak, C., Opresnik, M., O.: Marketing Grundlagen, Berlin 2016 - Hauschka, Moosmayer, Lösler Corporate Compliance, Handbuch der Haftungsvermeidung im Unternehmen, § 17: Compliance-Organisation in den Bereichen Marketing und Sales, 3. Auflage, 2016 - Buth, Hermanns, Restrukturierung, Sanierung, Insolvenz, Kapitel: Ansätze zur Restrukturierung / Sanierung in Einkauf / in Vertrieb, 4. Auflage 2022
Sonstige Informationen	
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	WING (BA)
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

PIM Produkt- und Innovationsmanagement	
Modulnummer	PIM
Themenbereich	Wahlpflichtblock B-WPB-D: Technischer Vertrieb und Marketing
Semester	5. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. S. Hermann
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 60h BL / 90h SS
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: keine
Lernergebnisse des Moduls	Im Rahmen der LV erlernen die Studierenden die Rolle, Aufgaben und Schnittstellen des Produktmanagements, sowie der zentralen strategischen und operativen produkt- und programmpolitischen Entscheidungen entlang des Produktlebenszyklus und diese anhand praktischer Beispiele anwenden. Sie werden mit der Bedeutung, den Determinanten, Strategien und Prozessen des Innovationsmanagements vertraut und können Innovationstypen und -intensitäten selbst einstufen. Sie vertiefen den operativen Innovationsprozess und durchlaufen diesen anhand eines praktischen Beispiels unter Anwendung etablierter Methoden und Instrumente durch alle Phasen. Dabei erlernen sie auch die Anwendbarkeit sequenzieller vs. agiler Frameworks und die Besonderheiten der Geschäftsmodellinnovation anhand etablierter Konzepte.
Internationaler Bezug	
Modulinhalt / LVA	PIM-01 Grundlagen des Produkt- und Innovationsmanagement
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	In dieser Lehrveranstaltung wird der zunehmend wettbewerbsentscheidende Innovationsfokus mit einer langfristigen, strategischen Sichtweise des Produktmanagement verknüpft werden. Grundlage ist der strategische Managementprozess als Roadmap eines Unternehmens mit dem Produkt- und Innovationsmanagement als strategische Querschnittsfunktion. Schwerpunkt liegt neben den Grundlagen des Produkt- und Innovationsmanagements auf dem operativen Innovationsprozess für Produkt- oder Geschäftsmodellinnovationen, sowie der Gegenüberstellung der Eignung sequenzieller vs. agiler Ansätze, Methoden und Instrumente. Kerninhalte sind im Einzelnen u.a.: - Produktmanagement als Rolle des Unternehmers im Unternehmen und strategische und operative Querschnittsaufgabe (Analyse, Strategie, Implementierung, Controlling) - Produktsegmentierung - Produkt- und Programmpolitische Herausforderungen und Entscheidungen entlang des Produktlebenszyklus - Innovationsmanagement als strategische Querschnittsaufgabe (Analyse, Strategie, Implementierung, Controlling)

	- Zentrale Determinanten der Innovationsstrategie und -erfolgs (z.B. Ressourcen, Kompetenzen, Wettbewerb, Strategische Ziele) - Innovationsintensitäten und -typen - Abgrenzung von zentralen Begrifflichkeiten: Invention - Innovation - skalierbares Geschäftsmodell - Innovationsquellen - Operativer Innovationsprozess (sequenziell vs. agil) - o Ideengewinnung inkl. Kreativitätstechniken - o Ideenprüfung (Qualitativ und wirtschaftlich) - o Ideenrealisation (Prototyping & Tests) - o Markteinführung (Strategie & Marketing Mix) - o Agile Ansätze, insbesondere Design Thinking - Bedeutung von Geschäftsmodellinnovationen - Prozesse der Geschäftsmodellinnovationen - Business Modell Canvas - Blue Ocean Methoden & Tools
Modulinhalt / LVA	PIM-02 Übungen zu Produkt- und Innovationsmanagement
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	Im Rahmen der Übung werden folgende Kenntnisse und Anwendungsfähigkeiten aufbauend auf den in der Vorlesung vermittelten theoretischen Konzepten, Methoden und Instrumente durch praktische, fallbasierte Übungen in ihrer Anwendung vermittelt: - Produkt- und programmpolitische Entscheidungen entlang des Produktlebenszyklus - Durchführung von Produktsegmentierungen - Einstufung von Innovationstypen und -intensitäten mittels Typologien und Bewertungsmodellen - Durchlaufen eines kompletten operativen Innovationsprozesses: - o Durchführen der Ideenfindung mittels verschiedener Methoden, u. a. Kreativitätstechniken - o Durchführen der Ideenbewertung (Vorselektion, Detailbewertung, Wirtschaftlichkeitsprüfung) - o Durchführen der Ideenrealisation mittels Tests und Rapid Prototyping - o Konzeption der Markteinführung (Wahl der Markteintrittsstrategie, Konzeption des Marketing Mix für die Einführungsphase) - Einbezug des "Design Thinking" Ansatzes als agiler Framework für die nutzerzentrierte Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen - Nutzung von Frameworks und Methoden für die Geschäftsmodellinnovation wie den Business Model Canvass und Blue Ocean Grid Analyse, Wertkurve u. a.
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Aumayr, K. (2019): Erfolgreiches Produktmanagement. Toolbox für das erfolgreiche Produktmanagement und Produktmarketing 5. Auflage, SpringerGabler. - Hauschildt / Salomo / Schultz / Kock (2023): Innovationsmanagement, 7. Aufl., Vahlen. - Herrmann/ Huber (2013): Produktmanagement. Grundlagen – Methoden – Beispiele, 3. Auflage, SpringerGabler. - Hoffmann (Hrsg.) (2023): Digitales Produktmanagement. Methoden – Instrumente – Praxisbeispiele, 2. Aufl., SpringerGabler.

	- Schallmo, D. (2018): Geschäftsmodelle erfolgreich entwickeln und implementieren. Mit Aufgaben, Kontrollfragen und Templates, SpringerGabler. - Scholz, U. et al. (2018): Praxishandbuch Nachhaltige Produktentwicklung. Ein Leitfaden mit Tipps zur Entwicklung und Vermarktung nachhaltiger Produkte, SpringerGabler. - Vahs, D; Brem, A. (2023); Innovationsmanagement: Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung, 6. Aufl, SchäfferPoeschel. - Wobser, G. (2022): Agiles Innovationsmanagement. Dilemmata überwinden, Ambidextrie beherrschen und mit Innovationen erfolgreich sein, SpringerGabler.
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

Wahlpflichtblock G: Wirtschaftsprüfung und Steuern

Für jedes Unternehmen unerlässlich ist ein fundiertes Know-how zur Marketing und Vertrieb. Definierte Zielgruppen sollen über alle Online- und Offline-Kanäle hinweg möglichst effektiv angesprochen werden. Wichtig ist dafür eine enge Verzahnung von Marketing und Vertrieb. Denn erst ein gut ausgearbeiteter Vertriebsplan ermöglicht den potentiell erfolgreichen Marktzugang. Es wird vermittelt, wie es gelingt, sich von anderen Unternehmen, Marken oder Dienstleistungen abzuheben und am Ende die Aufmerksamkeit der jeweiligen Zielgruppe zu erhalten. Auch der Zeitverlauf spielt eine wichtige Rolle, denn die Markteinführung eines Produktes wird anders geplant als eine Auffrischkampagne. Zudem müssen psychosoziale Aspekte beachtet werden, da Firmen in der Lage sein sollten, sich in ihre Kund*innen hineinzusetzen und Kundenwünsche zu erkennen.

Die Durchführung des Schwerpunktthemas (Wahlpflichtblock) erfolgt mit einem Grundlagenfach im 3. Semester sowie jeweils 2 Spezialisierungsfächern (Modulen) im 4. und 5. Semester.

MoNr.	Module mit Lehrveranstaltungen	LVF	V	SWS	mögliche MoP	LP*	SEM
WPW	Audit Methods (wirtschaftliches Prüfungswesen)				sP od. mP od. PR	5	3
WPW-01	Grundlagen des wirtschaftlichen Prüfungswesens	VL	P	1			
WPW-02	Übung zum wirtschaftlichen Prüfungswesen	UE	P	1			
GIR	International Accounting (Grundlagen der Internationalen Rechnungslegung)				sP od. mP od. PA	5	4
GIR-01	Grundlagen internationaler Rechnungslegung	VL	P	2			
GIR-02	Übungen zu Grundlagen internationaler Rechnungslegung	UE	P	1			
GKR	Group Accounting (Grundlagen der Konzernrechnungslegung)				sP od. mP od. PA	5	4
GKR-01	Grundlagen Konzernrechnungslegung	VL	P	1			
GKR-02	Übung zu Grundlagen Konzernrechnungslegung	UE	P	1			
GEB	Grundzüge der Ertragsbesteuerung				sP od. mP od. PA	5	5
GEB-01	Grundzüge der Ertragsbesteuerung	VL	P	2			
GEB-02	Übung zu Grundzüge der Ertragsbesteuerung	VL	P	2			
GUB	Grundzüge der Umsatzbesteuerung				sP od. mP od. PA	5	5
GUB-01	Grundzüge der Umsatzbesteuerung						
GUB-02	Übungen zu Grundzüge der Umsatzbesteuerung	VL	P	2			

Wahlpflichtblock B-WPB-G: Wirtschaftsprüfung und Steuern

WPW Audit Methods (wirtschaftliches Prüfungswesen)	
Modulnummer	WPW
Themenbereich	Wahlpflichtblock B-WPB-G: Wirtschaftsprüfung und Steuern
Semester	3. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Florian Egger
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 64h BL / 86h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	HA, MoP oder mdl. Prüfung
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: Module WIW, WIM und BLB sollten absolviert sein
Lernergebnisse des Moduls	Nach dem erfolgreichen Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, die konzeptionellen Grundlagen sowie die möglichen Methoden und Ansätze der Wirtschaftsprüfung zu erklären und zu beurteilen
Modulinhalt / LVA	WPW-01 Grundlagen des wirtschaftlichen Prüfungswesen
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Folgende Inhalte werden vermittelt: - Begründung der Notwendigkeit der Wirtschaftsprüfung - Behandlung nationaler und internationaler Regeln und Richtlinien sowie die berufsrechtlichen Rahmenbedingungen und die Organisation des Berufsstands der Wirtschaftsprüfer und die entsprechenden Berufsgrundsätze - Darstellung der Konzeption und Durchführung einer (Konzern-) Abschlussprüfung anhand eines Fallbeispiels - Digitale Prüfungsmethoden und –ansätze
Modulinhalt / LVA	WPW-01 Übung zum wirtschaftlichen Prüfungswesen
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Im Rahmen der UE werden die in der VL behandelten theoretischen Kenntnisse anhand von Übungsaufgaben angewendet und zusätzlich gefestigt.
Literatur	Eine abschließende Literatúrauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - IDW Prüfungsstandards in der jeweils aktuellen Fassung - IDW, PS visuell, 2. Aufl., Düsseldorf 2018. - Marten, K.-U./ Quick, R./ Ruhke, K., Wirtschaftsprüfung – Grundlagen des betriebswirtschaftlichen Prüfungswesens nach nationalen und internationalen Normen, 5. Aufl., Stuttgart 2015.

	- NWB Gesetzesredaktion: Wichtige Steuergesetze mit Durchführungsverordnungen, (jeweils jährlich aktualisierte Auflage)
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

GIR International Accounting (Grundlagen der Internationale Rechnungslegung)	
Modulnummer	GIR
Themenbereich	Wahlpflichtblock B-WPB-G: Wirtschaftsprüfung und Steuern
Semester	3. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Florian Egger
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 64h BL / 86h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	HA, MoP oder mdl. Prüfung
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: Module WIW, WIM und BLB sollten absolviert sein
Lernergebnisse des Moduls	Nach dem erfolgreichen Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, die konzeptionellen Grundlagen der internationalen Rechnungslegung zu erklären und zu beurteilen
Modulinhalt / LVA	GIR-01 Grundlagen internationaler Rechnungslegung
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	- Zielsetzung dieses Kurses ist die Vermittlung wesentlicher Inhalte der externen Unternehmensrechnung nach den Rechnungslegungsvorschriften der International Financial Reporting Standards (IFRS) und anderer Elemente der externen Unternehmensberichterstattung. - Die IFRS erweisen sich weltweit und insbesondere auch in Deutschland immer mehr als das dominante Normensystem der externen Rechnungslegung. So sind seit 2005 grundsätzlich alle kapitalmarktorientierten Unternehmen verpflichtet, ihre Konzernabschlüsse nach den IFRS zu erstellen und auch für Einzelabschlüsse sowie für Abschlüsse von nicht-kapitalmarktorientierten Unternehmen haben die IFRS erheblich an Bedeutung gewonnen. Aufbauend auf vermittelten Kenntnissen über die institutionellen und konzeptionellen Grundlagen der IFRS liegt der Schwerpunkt des Kurses auf der Vermittlung der wesentlichen Regelungen zum Ansatz, Ausweis und zur Bewertung von Sachverhalten im Abschluss und deren Anwendung auf konkrete Praxisfälle. Dabei werden die wesentlichen Unterschiede zur Rechnungslegung nach Handelsgesetzbuch (HGB) aufgezeigt.
Modulinhalt / LVA	GIR-02 Übung zu Grundlagen internationaler Rechnungslegung
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht

Inhalt	Im Rahmen der UE werden die in der VL behandelten theoretischen Kenntnisse anhand von Übungsaufgaben angewendet und zusätzlich gefestigt.
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Pellens, B./ Fülbier, R. U./ Gassen, J./ Sellhorn, T., Internationale Rechnungslegung, 11. Aufl. Stuttgart 2021. - Buchholz, R., Internationale Rechnungslegung, 16. Aufl. 2023. - KPMG (Hrsg.), IFRS visuell, Stuttgart, 9. Aufl. 2021.
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

GKR Group Accounting (Grundlagen der Konzernrechnungslegung)	
Modulnummer	GKR
Themenbereich	Wahlpflichtblock B-WPB-G: Wirtschaftsprüfung und Steuern
Semester	3. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Florian Egger
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 64h BL / 86h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	HA, MoP oder mdl. Prüfung
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: Module WIW, WIM und BLB sollten absolviert sein
Lernergebnisse des Moduls	Nach dem erfolgreichen Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, die konzeptionellen Grundlagen sowie die möglichen Methoden und Ansätze der Konzernrechnungslegung zu erklären und zu beurteilen
Modulinhalt / LVA	GKR-01 Grundlagen Konzernrechnungslegung
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	- Zielsetzung dieses Kurses ist die Vermittlung der wesentlichen Inhalte und Funktionen der Normierung der Konzernabschlusserstellung nach HGB und IFRS sowie grundlegender Elemente der Konzernsteuerung. - Im Anschluss an eine Einführung in die Notwendigkeit und Bedeutung von Konzernabschlüssen, deren normative Grundlagen sowie den zugrunde liegenden theoretischen Konzeptionen setzt sich der Kurs mit den Grundsätzen der Konzernrechnungslegung auseinander. Hierauf und auf den im Kurs Grundlagen der Bilanzierung vermittelten Kenntnissen aufbauend werden den Studierenden die wesentlichen Normen zur Konzernabschlusserstellung sowohl nach HGB als auch nach IFRS vermittelt. Zentrale Themenbereiche stellen hierbei die Pflicht zur Konzernrechnungslegung, die Abgrenzung des Konsolidierungskreises, die Vorbereitung der Konzernabschlusserstellung, die Methoden der Kapitalkonsolidierung, die Funktionsweise der Schulden-, Zwischenerfolgs- und GuV-Konsolidierung sowie die Behandlung latenter Steuern dar. Neben den Regelungen zur Erstellung der Konzernbilanz und -GuV werden die Studierenden auch mit den Vorschriften zum Konzernanhang und zur Lageberichterstattung sowie den Prüfungs- und Publizitätsnormen vertraut gemacht. - Aufgrund der zunehmenden Globalisierung der Unternehmensberichterstattung liegt ein weiterer Schwerpunkt des Kurses auf den Besonderheiten der internationalen Konzernabschlusserstellung sowie den daraus resultierenden aktuellen Herausforderungen an die Konzernrechnungslegung

Modulinhalt / LVA	GKR-02 Übung Grundlagen Konzernrechnungslegung
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Im Rahmen der UE werden die in der VL behandelten theoretischen Kenntnisse anhand von Übungsaufgaben angewendet und zusätzlich gefestigt.
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Baetge, J./ Kirsch, H.-J., Konzernbilanzen, 14. Aufl. Düsseldorf 2021. - Küting, K./ Weber, C.-P., Der Konzernabschluss – Praxis der Rechnungslegung nach HGB und IFRS, 14. Aufl. Stuttgart 2018. - Scherrer, G., Konzernrechnungslegung nach HGB: Eine anwendungsorientierte Darstellung mit zahlreichen Beispielen, 3. Aufl. München 2012.
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

GEB Grundzüge der Ertragsbesteuerung	
Modulnummer	GEB
Themenbereich	Wahlpflichtblock B-WPB-G: Wirtschaftsprüfung und Steuern
Semester	3. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Florian Egger
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 64h BL / 86h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	HA, MoP oder mdl. Prüfung
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: Module WIW, WIM und BLB sollten absolviert sein
Lernergebnisse des Moduls	Nach dem erfolgreichen Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, die konzeptionellen Grundlagen der Ertragssteuern zu erklären und zu beurteilen
Modulinhalt / LVA	GEB-01 Grundzüge der Ertragsbesteuerung
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	- In der Veranstaltung werden die steuerrechtlichen Grundlagen der Einkommen-, Körperschaft- und Gewerbesteuer vermittelt. - Einen weiteren Schwerpunkt der Veranstaltung bilden die steuerlichen Auswirkungen bei der Gründung und Beendigung von Unternehmungen..
Modulinhalt / LVA	GEB-02 Übung zu Grundzüge der Ertragsbesteuerung
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Im Rahmen der UE werden die in der VL behandelten theoretischen Kenntnisse anhand von Übungsaufgaben angewendet und zusätzlich gefestigt.
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Niemeier, G./ Schnitter, G., Einkommensteuer (grüne Reihe), 24. Aufl. 2018. - Hottmann, J./ Beckers, M., Einkommensteuer (Grundzüge des Steuerrechts), 24. Aufl. 2021 - Maier, H./ Gunsenheimer, G., Lehrbuch Einkommensteuer (Steuerfachkurs), 28. Aufl. 2022.
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.

Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

GUB Grundzüge der Umsatzbesteuerung	
Modulnummer	GUB
Themenbereich	Wahlpflichtblock B-WPB-G: Wirtschaftsprüfung und Steuern
Semester	3. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Florian Egger
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 64h BL / 86h SS
LP (ECTS)	5
MoP / LN	HA, MoP oder mdl. Prüfung
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: Module WIW, WIM und BLB sollten absolviert sein
Lernergebnisse des Moduls	Nach dem erfolgreichen Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, die konzeptionellen Grundlagen der Umsatzsteuern und des Verfahrensrechts zu erklären und zu beurteilen
Modulinhalt / LVA	GUB-01 Grundzüge der Umsatzbesteuerung
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	- In der Veranstaltung werden die steuerrechtlichen Grundlagen der Umsatzsteuer vermittelt. - Einen weiteren Schwerpunkt der Veranstaltung bilden die Grundzüge des Verfahrensrechts.
Modulinhalt / LVA	GUB- 02 Übung zu Grundzüge der Umsatzbesteuerung
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht
Inhalt	Im Rahmen der UE werden die in der VL behandelten theoretischen Kenntnisse anhand von Übungsaufgaben angewendet und zusätzlich gefestigt.
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Bader, J./ Meisner, G. Umsatzsteuerrecht visualisiert, 4. Aufl. 2022. - Kurz, D./ / Meisner, G. Umsatzsteuerrecht (Finanz und Steuern), 20. Aufl. 2022.
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

Wahlpflichtblock H: Online Marketing

In diesem Studienschwerpunkt werden zukunftsorientierte digitale Geschäftsmodelle, agile Innovationsfähigkeit, Datennutzung, Kundenzentrierung, moderne Markenführung und die systematische Orchestrierung der Online Kanäle und Instrumente als entscheidende Stellschrauben einer langfristig erfolgreichen Unternehmensentwicklung vermittelt. Weitere Themen sind die Grundlagen der Markenführung sowie die Besonderheiten des digitalen Branding. Das Verständnis für das Online-Verhalten der Konsumenten bietet im Customer Experience Management die Möglichkeit, das Unternehmen kundenzentriert auszurichten. Als entscheidende Informations- und Datenbasis für digitale Marketingentscheidungen wird vermittelt, Marketingforschung zu konzipieren, die technischen und konzeptionellen Grundlagen der Big Data Analytics sowie Data Science im Marketing einzusetzen. Zudem die strategische Planung und operative Umsetzung eines digitalen Marketingkonzeptes, die Steuerung der Digitalen Marketinginstrumente und Kanäle, - wie Social Media, Influencer-, Suchmaschinen-Marketing etc. – bis hin zur Kontrolle ihrer Wirksamkeit durch Erfolgsmessung / Marketing Analytics und ihrer Automatisierungsmöglichkeiten.

MoNr.	Module mit Lehrveranstaltungen	LVF	V	SWS	mögliche MoP	LP*	SEM
MUS	Marktorientierte Unternehmensstrategie und digitale Innovation				sP od. mP od. PR	5	3
MUS-01	Adaptive Marketing Strategien in einer transformativen Welt	VL	P	1			
MUS-02	Grundlagen & Übung digitale Innovation	UE	P	1			
MFDK	Markenführung im digitalen Kontext				sP od. mP od. PA	5	4
MFDK-01	Grundlagen der Markenführung	VL	P	2			
MFDK-02	Spezifika und Übung des digitalen Markenmanagements	UE	P	1			
CEM	Digitales Konsumentenverhalten und Customer Experience Management				sP od. mP od. PA	5	4
CEM-01	Digitales Konsumentenverhalten	VL	P	1			
CEM-02	Übung des digitalen Customer Experience Management	UE	P	1			
MDS	Marketingforschung, Big Data Analytics & Data Science				sP od. mP od. PA	5	5
MDS-01	Grundlagen der Marktforschung und Big Data Analytics	VL	P	2			
MDS-02	Übung zu angewandter Marktforschung und Data Science im Marketing	VL	P	2			
MOM	Methoden, Instrumente und Kanäle des Online-Marketing				sP od. mP od. PA	5	5
OM-01	Grundlagen von Online-Marketing Methoden, Kanälen & Instrumenten						
OM-02	Übung zu Instrumentalplanung und -einsatz im Online-Marketing	VL	P	2			

MUS Marktorientierte Unternehmensstrategie und digitale Innovation	
Modulnummer	MUS
Themenbereich	Wahlpflichtblock B-WPB-H: Digitales Marketing
Semester	3. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. C. Bartsch
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 60h BL / 90h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: keine
Lernergebnisse des Moduls	Im Rahmen der LV erlernen die Studierenden folgende Kenntnisse und Fähigkeiten sowie diese anhand praktischer Beispiele anzuwenden: - Marketing als unternehmerische Teilstrategie mit einem besonderen Fokus auf digitale Aspekte - Strategie in gesättigten Märkten sowie den strategischen Umgang mit Microsegmenten - Die Bedeutung von Innovation für das Marketing, insbes. (digitale) Innovation in den Bereichen Geschäftsmodelle, Kanäle, Produkte und Dienstleistungen - Ansätze des Innovationsmanagement (markt-/ressourcenorientiert, radikal, disruptiv) - Die Bedeutung von Organisation und Ökosystemen für die unternehmerische Innovation - Agile Innovationsansätze (z.B. Co-Creation, Design Thinking, Scrum) - Strategisches Marketing Controlling in einem digitalen Kontext
Internationaler Bezug	
Modulinhalt / LVA	MUS-01 Marktorientierte Unternehmensstrategie und digitale Innovation
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	In dieser Lehrveranstaltung werden die Grundlagen für die gesamte Vertiefung gelegt. Es werden dabei die besonderen Entscheidungstatbestände und Einflüsse digitaler Faktoren (Kanäle, Geschäftsmodelle, Produkte, Dienstleistungen) auf die Marketingstrategie beleuchtet. Ein Kernbereich stellt dabei die Verbindung von Strategie und Innovation in den heutzutage üblichen gesättigten Märkten mit immer kleineren, individuell adressierbaren Kundensegmenten dar. Daher sind sowohl strategische, als auch organisationale und operative Ansätze der Innovation ein weiterer Themenschwerpunkt der Lehrveranstaltung.
Modulinhalt / LVA	MUS-02 Übung zu Marktorientierte Unternehmensstrategie und digitale Innovation
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	Im Rahmen der Übung werden die konzeptionellen Inhalte der Lehrveranstaltung durch Fallstudien, Gruppenprojekte und -präsentationen

	aus einer unternehmenspraktischen Perspektive angewandt. Dadurch sollen die Studierenden eine praktische Anwendungskompetenz auf Basis ihres erlernten theoretischen Wissens und der erlernten Fähigkeiten erwerben.
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Kingsnorth, S.: Digital Marketing Strategy, 2. Edition, Kogan Page, 2019. - Kreutzer, R. T.: Studienwissen kompakt: Online Marketing, 2., überarbeitete Auflage Springer Gabler Verlag, 2019 - Vahs, D.; Brem, A.: Innovationsmanagement: Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung, 5., überarbeitete Auflage, Schäffer-Poeschl, 2015. - Weiber, R.; Pohl, A.: Innovation und Marketing, Kohlhammer Edition Marketing; 2016.
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

MFDK Markenführung im digitalen Kontext	
Modulnummer	MDK
Themenbereich	Wahlpflichtblock B-WPB-H: Digitales Marketing
Semester	4. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. S. Hermann
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 60h BL / 90h SS
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: keine
Lernergebnisse des Moduls	Im Rahmen der LV erlernen die Studierenden folgende Kenntnisse und Fähigkeiten und verstehen sowie anhand praktischer Beispiele anzuwenden: - Die Grundlagen der Wirkung von Marken & Markenpsychologie, Markenstrategie, Markenarchitektur, Markenidentität, Positionierung und Value Proposition Design, Markenwert und –controlling, Markenkommunikation - Markenführung im digitalen Kontext von hybriden & rein digitalen Marken, Spezifika der digitalen Markenführung, besondere Methoden der digitalen Markenführung wie Story Telling, virale Strategien, Real Time Marketing, digitale Kommunikationskanäle
Internationaler Bezug	
Modulinhalt / LVA	MFDK-01 Grundlagen der Markenführung
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	In dieser Lehrveranstaltung werden die psychologisch fundierten Markenwirkungen mit einer langfristigen, strategischen Sichtweise der Markenführung verknüpft. Grundlage ist der strategische Markenführungs- & Positionierungsprozess als Roadmap des Markenmanagements mit der Verbindung der internen mit der externen Perspektive im Sinne der identitätsorientierten Markenführung. Diese Sichtweise einer zielgruppengetriebenen Markenführung ist somit auch als Rahmen für das Branding im digitalen Kontext anwendbar.
Modulinhalt / LVA	MFDK-02 Spezifika und Übung des digitalen Markenmanagements
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	Im Rahmen der Übung werden folgende Kenntnisse und Anwendungsfähigkeiten vermittelt: - Hybride & digitale Marken - Besonderheiten des digitalen Brandings - Story Telling als spezifische Methode - Viral Markenstrategien - Real Time Marketing - Digitale Kanäle der Markenkommunikation

Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Esch, F.R.: Strategie und Technik der Markenführung, 2017 - Burmann, C. et al.: Identitätsbasierte Markenführung, 2018 - Schmidt, H.J.: Markenführung, 2015 - Aaker, D.: Marken erfolgreich gestalten: Die 20 wichtigsten Grundsätze der Markenführung, 2015 - Kreutzer, R. T.: Digitale Markenführung: Digital Branding im Zeitalter des digitalen Darwinismus, 2017 - Misof, G & Schwarz, M.: Innovatives Brand Management: Wie Sie Marken in digitalen Zeiten organisieren, führen und optimieren, 2017
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

CEM Digitales Konsumentenverhalten und Customer Experience Management	
Modulnummer	CEM
Themenbereich	Wahlpflichtblock B-WPB-H: Digitales Marketing
Semester	4. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. S. Hermann
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 60h BL / 90h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: keine
Lernergebnisse des Moduls	Im Rahmen der LV erlernen die Studierenden folgende Kenntnisse und Fähigkeiten und verstehen sowie anhand praktischer Beispiele anzuwenden: - Die psychologischen Grundlagen des Konsumentenverhaltens insbesondere von Such-, Informationsverarbeitungs-, Lern- und Kaufprozessen (Pre-, Intra-, Post Purchase), deren besonderen Entwicklungen und Ausprägungen im Online Verhalten (E- & M-Commerce u.a.) sowie die daraus abzuleitenden Anforderungen für die Ausgestaltung der Customer Journey und der darin vorhandenen digitalen Touchpoints. - Diese Grundlagen dienen als Basis zur weiteren Vermittlung der Konzepte und Methoden des (digitalen) Customer Experience Managements, um Unternehmen systematisch kundenzentriert auszurichten. Dabei kommen u.a. Ansätze und Methoden der bedürfnis- und wertbasierten Kundenklassifikation, der Analyse der Kundeninteraktionen mittels Kundenfeedback-Ansätzen (VoC) genauso zum Einsatz wie Personae zur Vertiefung des Kundenverständnisses, Customer Journey Mapping und kontinuierliche Verbesserungsprozesse.
Internationaler Bezug	
Modulinhalt / LVA	CEM-01 Digitales Konsumentenverhalten
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	In dieser Lehrveranstaltung werden die psychologischen Grundlagen des Konsumentenverhaltens insbesondere von Such-, Informationsverarbeitungs-, Lern- und Kaufprozessen (Pre-, Intra-, Post Purchase), deren besonderen Entwicklungen und Ausprägungen im Online Verhalten sowie die daraus abzuleitenden Anforderungen für die Ausgestaltung der Customer Journey und der darin vorhandenen digitalen Touchpoints vermittelt.
Modulinhalt / LVA	CEM-02 Übung des digitalen Customer Experience Managements
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	Im Rahmen der Übung werden folgende Kenntnisse und Anwendungsfähigkeiten vermittelt:

	- Konzepte und Methoden des (digitalen) Customer Experience Managements - Bedürfnis- und wertbasierte Kundensegmentierung - Entwicklung von Buyer / User Personae - Analyse der Kundeninteraktionen - Customer Journey Mapping - Touchpoint Management - Kundenfeedback-Ansätze (VoC) - Arten und Einsatz von Kundenfeedback - kontinuierliche Verbesserungsprozesse - Softwaresysteme zum Kundenfeedbackmanagement
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Hoffmann, S., Akbar, P.: Konsumentenverhalten. Konsumenten verstehen – Marketingmaßnahmen gestalten, 2019 - Foscht, T. et al.: Käuferverhalten. Grundlagen - Perspektiven – Anwendungen, 2017 - Ternès T., Towers, I. et al.: Konsumentenverhalten im Zeitalter der Digitalisierung: Trends: E-Commerce, M-Commerce und Connected Retail, 2015 - Pitters, J., Kastlunger, B.: Kunden im Netz: Die Psychologie des digitalen Konsumentenverhaltens, 2020 - Tiffert, A.: Customer Experience Management in der Praxis: Grundlagen – Zusammenhänge – Umsetzung, 2019 - Schulte, S., Schwarz, T.: Leitfaden Customer Experience, 2019 - Brunner, M.: Customer Journey 4.0: Wie Sie die Customer Journey Map erstellen und die Customer Experience verbessern, 2019 - Rusnjak, A., Schallmo, D. (Hrsg.): Customer Experience im Zeitalter des Kunden: Best Practices, Lessons Learned und Forschungsergebnisse - Stephan Bingemer und Martin Ohlwein: Mit Customer Experience Management die Digitalisierung meistern, 2021
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

MDS Marketingforschung, Big Data Analytics & Data Science	
Modulnummer	MDS
Themenbereich	Wahlpflichtblock B-WPB-H: Digitales Marketing
Semester	5. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. S. Hermann
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 60h BL / 90h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: keine
Lernergebnisse des Moduls	Im Rahmen der LV erlernen die Studierenden folgende Kenntnisse und Fähigkeiten verstehen sowie anhand praktischer Beispiele anzuwenden: - Rolle von Informationen & Daten im Marketingprozess - Rolle der Marktforschung als Funktion - Prozess der (klassischen) Marktforschung - Methoden der Datenerhebung - Primär v.s. Sekundärforschung - Datenformen: Strukturierte & unstrukturiert - Analyseverfahren: Strukturbestätigend & -entdeckend - Data Mining - Einsatzgebiete der Big Data Analytics - Technische Grundlagen der Big Data Analytics - Data Assets & Data Products - Prozess(e) & Modelle der Big Data Analytics - Analyseverfahren: Deskriptiv, Diagnostisch, Prognostisch, Preskriptiv - Methoden der Data Science - Machine Learning & Künstliche Intelligenz
Internationaler Bezug	
Modulinhalt / LVA	MDS-01 Grundlagen der Marktforschung & Big Data Analytics
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	In dieser Lehrveranstaltung werden die Grundlagen, Anwendungsgebiete, Voraussetzungen & Methoden der klassischen Marktforschung denen der Big Data Analytics gegenübergestellt und verglichen. Die Basis hierfür stellen die jeweiligen Prozesse, Modelle, Datenformen, Auswertungsverfahren und technischen Grundlagen dar. Die Umsetzung der erlernten Grundlagen erfolgt projektbasiert im Rahmen der Übung.
Modulinhalt / LVA	MDS-02 Übung zu angewandter Marktforschung & Data Science im Marketing
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	Im Rahmen der Übung werden folgende Kenntnisse und Anwendungsfähigkeiten vermittelt: - Auswahl des geeigneten Verfahrens zur Datengewinnung und –verwendung

	- Hypothesengenerierung - Entwicklung von Forschungsmodellen & Erhebungsinstrumenten - Operationalisierung von Variablen - Datenerhebung - Data Modelling - Datenanalyse - Datenverwendung
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen: - Raab, G; Unger, A. et al.: Methoden der Marketing-Forschung: Grundlagen und Praxisbeispiele, 2018 - Kuß, A. et al.: Marktforschung: Datenerhebung und Datenanalyse, 2018 - Gansser, O; Krol, B.: Moderne Methoden der Marktforschung: Kunden besser verstehen, 2017 - Keller, B. et al.: Zukunft der Marktforschung: Entwicklungschancen in Zeiten von Social Media und Big Data, 2015 - Bernhard Keller, Hans-Werner Klein, et al.: Marktforschung für die Smart Data World: Chancen, Herausforderungen und Grenzen, 2020 - D'Onofrio, S.; Meier, A.: Big Data Analytics: Grundlagen, Fallbeispiele und Nutzungspotenziale, 2021 - Oettinger, M.: Data Science: Eine praxisorientierte Einführung im Umfeld von Machine Learning, künstlicher Intelligenz und Big Data, 2020
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

Methoden, Instrumente und Kanäle des Online-Marketing	
Modulnummer	MOM
Themenbereich	Wahlpflichtblock B-WPB-H: Digitales Marketing
Semester	5. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. S. Hermann
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 60h BL / 90h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: keine
Lernergebnisse des Moduls	Im Rahmen der LV erlernen die Studierenden folgende Kenntnisse und Fähigkeiten sowie anhand praktischer Beispiele anzuwenden: - Digitale Geschäftsmodelle & Markenpositionierung als Ausgangsbasis - Grundlagen der Online-Marketing Methoden, Kanäle & Instrumenten - Veränderung der Marketingphilosophie vom Push zum Pull-Ansatz - Zusammenwirken von Owned, Paid & Earned Media - Strategische Planung im Online Marketing ausgehend von Markenpositionierung & Zielgruppendefinition - Mobile Marketing - Content Marketing - Kanalübergreifende Planung des Online Marketing Funnel - Instrumentalplanung und -einsatz im Online-Marketing
Internationaler Bezug	
Modulinhalt / LVA	MOM-01 Grundlagen der Methoden, Kanäle & Instrumente des Online-Marketing
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	In dieser Lehrveranstaltung werden die Veränderungen der Marketingphilosophie z.B. vom Push zum Pull ausgehend von einem digitalen Geschäftsmodell und Markenpositionierung mit einem Planungsprozess für die strategische und instrumentelle Ausgestaltung eines digitalen Marketingplans verbunden. Basis ist dafür ein Planungsprozess als Roadmap für ein Online Marketing Cockpit bzw. den digitalen Marketingplan. Die spezifische Ausgestaltung des Digitalen Marketingplans, insbesondere der Instrumentalplanung und –gestaltung erfolgt dann im Rahmen der Übung.
Modulinhalt / LVA	MOM-02 Übung zu Instrumentalplanung und -einsatz im Online-Marketing
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	Im Rahmen der Übung werden folgende Kenntnisse und Anwendungsfähigkeiten vermittelt: - Priorisierung der Kanäle - Websiteplanung

	- Search Engine Marketing (SEM) – SEO & SEA - Contentauswahl & -erstellung - Email-Marketing - Social Media & Influencer Marketing - Display / Banner Werbung - (Re-)Targeting - Affiliate Marketing - Conversion Optimisation (CRO) - Online Marketing Analytics & Controlling - Automatisierung im Online Marketing
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Kreutzer, R. T.: Studienwissen kompakt: Online Marketing, 2., überarbeitete Auflage Springer Gabler Verlag, 2019 - Kreutzer, R. T.: Praxisorientiertes Online-Marketing, 2018 - Lammenett, E.: Praxiswissen Online-Marketing., 7. überarbeitete Auflage Springer Gabler Verlag, 2019 - Lammenett, E.: Online-Marketing-Konzeption, 2019 - Sens, B.: Das Online-Marketing-Cockpit. 8 Phasen einer erfolgreichen Online-Marketing-Strategie, 1. Auflage, Springer Gabler Verlag, 2019
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

Wahlpflichtblock I: Finance and Risk Management

Der Wahlpflichtblock dient der Vermittlung fundierter analytischer Kenntnisse der Finanzmärkte, der Bewertung von Finanzinstrumenten und der Messung und Steuerung von Risiken mit dem Ziel, komplexe Finanzentscheidungen treffen zu können. Dieses Wissen wird ergänzt durch die Unternehmensfinanzierung und -Bewertung im Rahmen des Corporate Financial Managements.

MoNr.	Module mit Lehrveranstaltungen	LVF	V	SWS	mögliche MoP	LP*	SEM
BEFI	Behavioral Finance				sP od. mP od. PR	5	3
BEFI-01	Grundlagen der Behavioral Finance	VL	P	1			
BEFI-02	Übung zu Behavioral Finance	UE	P	1			
FIRM	Finanzinstrumente und Risikomanagement				sP od. mP od. PA	5	4
FIRM-01	Finanzinstrumente und Risikomanagement	VL	P	2			
FIRM-02	Übung zu Finanzinstrumente und Risikomanagement	UE	P	1			
AFDS	Analyse von Finanzdaten und Data Science				sP od. mP od. PA	5	4
AFDS-01	Grundlagen der Analyse von Finanzdaten	VL	P	1			
AFDS-02	Angewandte Finanzanalyse und Data Science	UE	P	1			
AMGT	Asset Management				sP od. mP od. PA	5	5
AMGT-01	Grundlagen des Asset Management	VL	P	2			
AMGT-02	Übung zu Asset Management	VL	P	2			
CFM	Corporate Financial Management				sP od. mP od. PA	5	5
CFM-01	Grundlagen des Corporate Financial Management						
CFM-02	Übung zu Corporate Financial Management	VL	P	2			

BEFI Behavioral Finance	
Modulnummer	B1I50
Themenbereich	Wahlpflichtblock B-WPB-I: Finance & Risk Management
Semester	4. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Christian Schmitt
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 60h BL / 90h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: Grundlagenmodul IFZ
Lernergebnisse des Moduls	Ziel der Vorlesung ist es, den Studierenden ein tiefes Verständnis für die Verhaltensaspekte von Investoren und deren Auswirkungen auf die Finanzmärkte zu vermitteln. Die Studierenden sollen in der Lage sein, die verschiedenen kognitiven Verzerrungen und heuristischen Urteilsbildungsprozesse zu erkennen, die zu irrationalen Anlageentscheidungen führen können. Darüber hinaus sollen die Studierenden die verschiedenen Kapitalmarktanomalien und die Prospect Theory verstehen und in der Lage sein, spekulative Blasen zu erkennen. Schließlich sollen die Studierenden auch ein Verständnis dafür entwickeln, wie Verhaltensaspekte die Entscheidungen von Unternehmen beeinflussen und wie diese Entscheidungen sich auf den Wert des Unternehmens auswirken können. Am Ende des Moduls sollen die Studierenden in der Lage sein, fundierte Entscheidungen im Bereich der Behavioral Finance zu treffen und ein tiefes Verständnis dafür haben, wie psychologische Faktoren die Entscheidungen von Anlegern und Unternehmen beeinflussen können
Internationaler Bezug	
Modulinhalt / LVA	BEFI-01 Grundlagen der Behavioral Finance
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	Im Rahmen der Lehrveranstaltung werden die wichtigsten Konzepte der Behavioral Finance vorgestellt und diskutiert, einschließlich der folgenden Themen: ▪ Ein Überblick über das Modell der zwei Systeme nach Kahneman im menschlichen Gehirn und wie dieses Modell das Entscheidungsverhalten von Anlegern beeinflusst. ▪ Untersuchung der verschiedenen kognitiven Verzerrungen und heuristischen Urteilsbildungsprozesse, die zu irrationalen Anlageentscheidungen führen können. ▪ Analyse der verschiedenen Methoden zur Bewertung von Unsicherheit, einschließlich der Bedeutung von Wahrscheinlichkeiten und Unsicherheitsbereichen. ▪ Die Rolle der Zeit in der Ökonomie: Eine Untersuchung der verschiedenen Konzepte von Zeitpräferenzen und deren Auswirkungen auf Anlageentscheidungen. ▪ Die Prospect Theory und ihre Konsequenzen ▪ Spekulationsblasen an Finanzmärkten

	▪ Kapitalmarktanomalien: Eine Untersuchung der verschiedenen Kapitalmarktanomalien, die nicht durch die klassische Finanztheorie erklärt werden können. ▪ Behavioral Corporate Finance: Eine Analyse, wie Verhaltensaspekte die Entscheidungen von Unternehmen beeinflussen und wie diese Entscheidungen sich auf den Wert des Unternehmens auswirken können.
Modulinhalt / LVA	BEFI-02 Übung zu Behavioral Finance
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	Im Rahmen der UE werden die in der VL behandelten theoretischen Kenntnisse anhand von Übungsaufgaben angewendet und zusätzlich vertieft.
Literatur	Eine abschließende Literaturliste wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen: ▪ Daniel Kahneman (2012): Schnelles Denken, langsames Denken ▪ Rolf Daxhammer / Mate Facsar (2018): Behavioral Finance ▪ Edward Cartwright (2018): Behavioral Economics ▪ Hanno Beck (2014): Behavioral Economics: Eine Einführung ▪ Richard Thaler (2010): Nudge: Wie man kluge Entscheidungen anstößt
Sonstige Informationen	
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

FIRM Finanzinstrumente und Risikomanagement	
Modulnummer	B1151
Themenbereich	Wahlpflichtblock B-WPB-I: Finance & Risk Management
Semester	3. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Christian Schmitt
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 60h BL / 90h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: Grundlagenmodul IFZ
Lernergebnisse des Moduls	Ziel der Vorlesung ist es, den Studierenden ein umfassendes Verständnis der verschiedenen Finanzinstrumente und deren Anwendung im Risikomanagement zu vermitteln. Die Studierenden sollen in der Lage sein, die verschiedenen Finanzinstrumente und ihre Eigenschaften zu identifizieren, ihre Anwendungen zu verstehen und die Risiken zu bewerten, die mit ihrer Verwendung verbunden sind. Darüber hinaus sollen die Studierenden in der Lage sein, effektive Risikomanagementstrategien zu entwickeln und umzusetzen, um das Risiko in Unternehmen zu reduzieren.
Internationaler Bezug	
Modulinhalt / LVA	FIRM-01 Grundlagen der Finanzinstrumente und Risikomanagement
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	Das Modul "Finanzinstrumente & Risikomanagement" befasst sich mit der grundlegenden Theorie und Praxis von Finanzinstrumenten und deren Verwendung im Risikomanagement von Unternehmen. Ziel des Moduls ist es, den Studierenden ein tiefgreifendes Verständnis für Finanzinstrumente und deren Anwendung im Risikomanagement zu vermitteln. In der Vorlesung werden die folgenden Themen behandelt: • Grundlagen der Finanzinstrumente: Überblick über verschiedene Finanzinstrumente wie Aktien, Anleihen, Optionen, Futures und Swaps. Erläuterung der Eigenschaften und Merkmale dieser Instrumente sowie ihrer Funktionsweise. • Finanzielle Derivate: Grundlagen und Funktionsweise von Finanzderivaten wie Optionen, Futures und Swaps. Erklärung der Grundlagen, Risiken und Anwendungen dieser Instrumente im Risikomanagement von Unternehmen. • Hedging-Strategien: Untersuchung verschiedener Hedging-Strategien, einschließlich Cashflow-Hedging, Wertpapier-Hedging und strategischer Hedging-Methoden. • Bewertung von Finanzinstrumenten: Analyse der Methoden zur Bewertung von Finanzinstrumenten, einschließlich der Bewertung von Aktien, Anleihen und Derivaten und ihrer Anwendungen im Risikomanagement.

Modulinhalt / LVA	FIRM-02 Übung zu Finanzinstrumente und Risikomanagement
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	Im Rahmen der UE werden die in der VL behandelten theoretischen Kenntnisse anhand von Übungsaufgaben angewendet und zusätzlich vertieft.
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen: ▪ Hull, J.C. (2023): Optionen, Futures und andere Derivate, 11. Auflage. ▪ Steiner, M./ Bruns, C.: Wertpapiermanagement, 11. Auflage. ▪ Albrecht, P./Maurer, R. (2016): Investment- und Risikomanagement, 4. Auflage. ▪ Bloss, M. (2020): Financial Engineering. ▪ Bossert, T. (2017): Derivate im Portfoliomanagement ▪ Bruns/Meyer-Bullerdiek (2013): Professionelles Portfoliomanagement, 5. Auflage.
Sonstige Informationen	
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

AFDS Analyse von Finanzdaten und Data Science	
Modulnummer	B1152
Themenbereich	Wahlpflichtblock B-WPB-I: Finance & Risk Management
Semester	5. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Christian Schmitt
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 60h BL / 90h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	HA
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: Grundlagenmodul IFZ
Lernergebnisse des Moduls	Im Rahmen der LV sammeln die Studierenden praktische Erfahrung im Umgang mit statistischen Datenanalysen im Finanzbereich. Hierzu erlernen sie das in R zur Verfügung stehende Basisinstrumentarium und sind in der Lage, dies R-Infrastruktur durch Eigenrecherche zu erweitern und anschließend einzusetzen. Sie können grundlegende Konzepte aus den Modulen des Wahlpflichtblocks, insbesondere die statistischen und finanzwirtschaftlichen Methoden umsetzen und kritisch hinterfragen.
Internationaler Bezug	
Modulinhalt / LVA	AFDS-01 Grundlagen der Analyse von Finanzdaten und Data Science
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	In dieser Lehrveranstaltung werden die Grundlagenkenntnisse der statistischen und finanzwirtschaftlichen Methoden vermittelt. Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls: ▪ die Grundlagen und Grundbegriffe quantitativer Datenanalyse beschreiben, ▪ Methoden der deskriptiven und induktiven Statistik auswählen und anwenden, ▪ die Ergebnisse statistischer Methoden interpretieren, ▪ Datensätze für (finanz-)ökonometrische Untersuchungen importieren, aufbereiten, transformieren und exportieren ▪ Regressionsanalysen durchführen, diagnostizieren und den Regressionsoutput interpretieren, ▪ eine empirisch quantitative wissenschaftliche Arbeit durchführen und verfassen ▪ die Statistik-Software R zur Datenanalyse (insb. von Finanzdaten) verwenden.
Modulinhalt / LVA	AFDS-02 Übung zur Analyse von Finanzdaten und Data Science
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	Im Rahmen der Übung werden die erworbenen Fachkenntnisse in R implementiert, interpretiert und kritisch hinterfragt. Die Studierenden werden dadurch in die Lage versetzt, die statistischen und finanzwirtschaftlichen Methoden zu implementieren und kritisch zu hinterfragen.

Literatur	Eine abschließende Literatúrauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen: ▪ Gehrke, M. (2022): Angewandte empirische Methoden in Finance & Accounting ▪ Ismay, C. / Kim, A. (2017): ModernDive – An Introduction to Statistical and Data Sciences via R ▪ Sauer, S. (2019): Moderne Datenanalyse mit R – Daten einlesen, aufbereiten, visualisieren und kommunizieren. ▪ Wickham, H. & Grolemund, G. (2017): R für Data Science
Sonstige Informationen	
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

AMGT Asset Management	
Modulnummer	B1I53
Themenbereich	Wahlpflichtblock B-WPB-I: Finance & Risk Management
Semester	5. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Christian Schmitt
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 60h BL / 90h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	SP od. Mp od PA
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: Grundlagenmodul IFZ
Lernergebnisse des Moduls	Ziel der Vorlesung ist es, den Studierenden ein tiefes Verständnis für das Asset Management und die verschiedenen Techniken zur Verwaltung von Portfolios zu vermitteln. Die Studierenden sollen in der Lage sein, die verschiedenen Assetklassen zu verstehen und zu analysieren, Portfolios effektiv zu konstruieren und zu verwalten sowie die Performance und das Risiko von Portfolios zu bewerten. Darüber hinaus sollen die Studierenden auch ein Verständnis für die verschiedenen technologischen Entwicklungen im Asset Management haben und in der Lage sein, ihre Auswirkungen auf die Branche zu bewerten. Am Ende des Moduls sollen die Studierenden in der Lage sein, ein Portfolio effektiv zu konstruieren und zu verwalten, Rendite-Risiko-Profile zu erstellen und die Performance von Portfolios zu analysieren. Sie sollen auch ein Verständnis dafür haben, wie verschiedene Assetklassen funktionieren und wie Technologie die Asset-Management-Industrie beeinflusst.
Internationaler Bezug	
Modulinhalt / LVA	AMGT 01 Grundlagen des Asset Management
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	Die Vorlesung "Asset Management" beschäftigt sich mit der Verwaltung von Anlageportfolios und der Optimierung von Rendite und Risiko. Ziel des Moduls ist es, den Studierenden ein tiefes Verständnis dafür zu vermitteln, wie traditionelle und alternative Assetklassen funktionieren, wie Portfolios konstruiert und verwaltet werden und wie die Performance analysiert wird. In der Vorlesung werden die folgenden Themen behandelt: ▪ Einführung in die verschiedenen traditionellen und alternativen Assetklassen wie Aktien, Anleihen, Hedge Fonds, Immobilien und Rohstoffe sowie Cryptoassets und deren Eigenschaften und Risiken. ▪ Mathematische und statistische Grundlagen: Eine Einführung in die mathematischen und statistischen Grundlagen des Asset Managements, einschließlich der Methoden zur Ermittlung des Value-at-Risk. ▪ Grundlagen der Portfoliotheorie: Eine Untersuchung der Portfoliotheorie und wie sie genutzt werden kann, um Portfolios zu optimieren und Rendite-Risiko-Profile zu erstellen.

	▪ Portfoliomanagement: Eine Analyse, wie Portfolios effektiv verwaltet werden können, einschließlich der Asset-Allokation, der Diversifikation, der Risikokontrolle und der Portfoliokonstruktion. ▪ Performanceanalyse: Eine Untersuchung der verschiedenen Methoden zur Bewertung der Performance von Portfolios, einschließlich Risikobereinigung und Vergleich mit Benchmarks. ▪ Untersuchung der Methodik von verschiedenen Indizes, die zur Messung von Markttrenditen verwendet werden können, sowie eine Diskussion über die Effektivität von aktivem und passivem Management. ▪ Analyse der verschiedenen technologischen Entwicklungen im Asset Management, einschließlich der Rolle von Robo Advisors und anderen FinTech-Lösungen.
Modulinhalt / LVA	AMGT-02 Übung zum Asset Management
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	Im Rahmen der UE werden die in der VL behandelten theoretischen Kenntnisse anhand von Übungsaufgaben angewendet und zusätzlich vertieft.
Literatur	Eine abschließende Literatúrauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen: ▪ Albrecht, P./Maurer, R. (2016): Investment- und Risikomanagement, 4. Auflage. ▪ Bruns/Meyer-Bullerdiek (2013): Professionelles Portfoliomanagement, 5. Auflage. ▪ Franzen, D./Schäfer, K. (2018): Assetmanagement ▪ Grüner, A./Gutknecht, D. (2022): Investments ▪ Steiner, M./ Bruns, C.: Wertpapiermanagement, 11. Auflage
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

CFM Corporate Financial Management	
Modulnummer	B1154
Themenbereich	Wahlpflichtblock B-WPB-I: Finance & Risk Management
Semester	5. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Christian Schmitt
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 60h BL / 90h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: Grundlagenmodul IFZ
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden werden am Ende des Moduls in der Lage sein, Finanzstrategien zu entwickeln, um die Ziele des Unternehmens zu erreichen, die Kapitalstruktur des Unternehmens zu optimieren, verschiedene Finanzinstrumente und Quellen zu bewerten und Risiken zu managen. Sie werden auch in der Lage sein, Finanzberichte zu interpretieren und zu analysieren, um Entscheidungen zu treffen, die das Unternehmensergebnis maximieren.
Internationaler Bezug	
Modulinhalt / LVA	CFM-01 Grundlagen des Corporate Financial Management
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	Die Studierenden erlernen im Rahmen der Lehrveranstaltung: ▪ die Philosophie und Methodik des Shareholder Value Managements zu skizzieren, ▪ das Shareholder Value Management kritisch zu würdigen, ▪ Finanzberichte zu lesen, Kennzahlen zu berechnen und zu interpretieren, ▪ Agency-Probleme in der Finanzierung zu identifizieren und Lösungswege zu erörtern, ▪ die grundlegenden Prinzipien der Unternehmensfinanzierung zu erklären, ▪ klassische Corporate Finance Instrumente (wie etwa Private Equity, IPO, Anleihen, Mezzanine) zu evaluieren, ▪ die Kapitalstruktur- und Dividendenpolitik zu beurteilen, ▪ das Risikomanagement von Unternehmen zu beurteilen.
Modulinhalt / LVA	CFM-02 Übung zu Corporate Financial Management
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	Im Rahmen der UE werden die in der VL behandelten theoretischen Kenntnisse anhand von Übungsaufgaben angewendet und zusätzlich vertieft.
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen: ▪ Berk, J./ DeMarzo, P. (2021): Grundlagen der Finanzwirtschaft, 5. Aufl., München.

	▪ Brealey, R.A./ Myers, S.C./ Allen, F (2022): Principles of Corporate Finance, 14. Aufl., New York. ▪ Copeland, T.E./ Weston, J.F./ Shastri, K. (2014): Financial Theory, 4. Aufl., New York. ▪ Pape, U. (2018): Grundlagen der Finanzierung und Investition, 5. Auflage, Berlin. ▪ Perridon, L./ Steiner, M./ Rathgeber, A.W. (2022): Finanzwirtschaft der Unternehmung, 18. Aufl., München.
Sonstige Informationen	
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

Wahlpflichtblock J: Nachhaltigkeitsmanagement

Aufgrund der aktuellen Entwicklungen ökologischer, gesellschaftlicher und politischer Natur steigen auch die Anforderungen an Unternehmen, ihre Unternehmensführung nach Nachhaltigkeitsprinzipien auszurichten.

Daraus ergeben sich weitreichende unternehmerische Chancen mit nachhaltigen Produkten und Geschäftsmodellen auf ein sich veränderndes Konsumverhalten einzugehen oder den umweltschonenden Umbau wichtiger Wirtschaftsbereiche, wie z.B. der Energieversorgung und der Mobilität, voranzutreiben.

MoNr.	Module mit Lehrveranstaltungen	LVF	V	SWS	mögliche MoP	LP*	SEM
GNEU	Grundlagen der Nachhaltigen Entwicklung und Unternehmensverantwortung				sP od. mP od. PR	5	3
GNEU-01	Ansätze der Nachhaltigen Entwicklung und Unternehmensverantwortung	VL	P	1			
GNEU-02	Übung zur Nachhaltigen Entwicklung und Unternehmensverantwortung	UE	P	1			
NUW	Nachhaltige Unternehmensführung und Wertschöpfung				sP od. mP od. PA	5	4
NUW-01	Nachhaltige Unternehmensführung und ihre Umsetzung in den betrieblichen Leistungsbereichen	VL	P	2			
NUW-02	Übung zur Nachhaltigen Unternehmensführung und Wertschöpfung	UE	P	1			
NIRN	Nationale und internationale Rahmenbedingungen der Nachhaltigkeit und ordnungsgemäße Unternehmensführung				sP od. mP od. PA	5	4
NIRN-01	Nationale und internationale Rahmenbedingungen der Nachhaltigkeit und deren Umsetzung in Corporate Governance & Compliance	VL	P	1			
NIRN-02	Übung zu nationalen und internationalen Rahmenbedingungen der Nachhaltigkeit und deren Umsetzung in Corporate Governance & Compliance	UE	P	1			
NBKR	Nachhaltigkeitsbewertung, -kommunikation und –reporting				sP od. mP od. PA	5	5
NBKR-01	Nachhaltigkeitsbewertung, -kommunikation und –reporting	VL	P	2			
NBKR-02	Übung zu Nachhaltigkeitsbewertung, -kommunikation und –reporting	VL	P	2			
NUTG	Nachhaltige Unternehmenstransformation und Geschäftsmodellinnovation				sP od. mP od. PA	5	5
NUTG-01	Nachhaltige Unternehmenstransformation und Geschäftsmodellinnovation						
NUTG-02	Übung zu Nachhaltiger Unternehmenstransformation und Geschäftsmodellinnovation	VL	P	2			

GNEU Grundlagen der Nachhaltigen Entwicklung und Unternehmensverantwortung	
Modulnummer	GNEU
Themenbereich	W-WPB-J: Nachhaltigkeitsmanagement
Semester	3. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. S. Hermann
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 60h BL / 90h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: keine
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden besitzen einen Überblick über die Konzepte der Nachhaltigen Entwicklung, der Unternehmerischen Nachhaltigkeit und der Unternehmensethik und damit über die Unternehmensverantwortung insgesamt und beherrschen die entsprechenden Grundbegriffe. Sie kennen die Bedeutung und Stellhebel der Unternehmensverantwortung für eine nachhaltige Gesellschaftsentwicklung. Sie kennen wichtige Ansätze zur Umsetzung und Implementierung in Unternehmen und sind in der Lage, grundlegende nachhaltigkeits- und verantwortungsbezogene Problemstellungen zu erkennen, zuzuordnen und zu analysieren.
Internationaler Bezug	
Modulinhalt / LVA	GNEU-01 Ansätze der Nachhaltigen Entwicklung und Unternehmensverantwortung
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	In dieser Lehrveranstaltung werden folgende Inhalte vermittelt: - Leitbild der Nachhaltigen Entwicklung, die 17 UN Sustainable Development Goals (SDGs) und der UN Global Compact als Leitbilder - Rolle der Wirtschaft und Unternehmen für eine nachhaltige Entwicklung sowie Natur und Umwelt aus betriebswirtschaftlicher Sicht - Nachhaltige Politik- und Gesellschaftsmodelle – Suffizienz- und Effizienzansatz, u.a. Ansatz der Kreislaufwirtschaft (Circular Economy) - Ausgewählte Ansätze der Unternehmensverantwortung / Corporate Social Responsibility (CSR) wie z.B. Shared Value von M. Porter - Zentrale Konzepte der Unternehmensethik
Modulinhalt / LVA	GNEU-02 Übung zur Nachhaltigen Entwicklung und Unternehmensverantwortung
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	Im Rahmen der Übung werden folgende Kenntnisse und Anwendungsfähigkeiten vermittelt:

	- Ableiten von spezifischen nationalen, regionalen und organisationspezifischen Zielsetzungen aus den SDGs und/oder des UN Global Compact - Anwendung der Unternehmerischen Nachhaltigkeit – Ableitung Betriebswirtschaftlicher Zielsetzungen und potenzielle Zielkonflikte und -synergien – u.a. an Fallbeispielen - Anwendung der Funktionen, Organisation und Basis-Instrumente des Betrieblichen Nachhaltigkeitsmanagements, spezifisch Umwelt- und Sozialmanagement - Anwendung unternehmensethischer Konzepte anhand konkreter Fallbeispiele
Literatur	Eine abschließende Literatúrauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Herlyn, E., Lévy-Tödter, M. (Hrsg.) (2020): Die Agenda 2030 als Magisches Vieleck der Nachhaltigkeit. Systemische Perspektiven, SpringerGabler - Roorda, N. (2021): Grundlagen der nachhaltigen Entwicklung. ISBN 978-3-662-62867-6 - Göpel, M. (2020): Unsere Welt neu Denken. Eine Einladung, ISBN 978-3-550-20079-3 - Mainzer, K. (2023): Zukunft durch nachhaltige Innovation, SpringerGabler - Butzer-Strothmann, A; Ahlers, F. (2020): Integrierte nachhaltige Unternehmensführung, SpringerGabler - Schmidt, M. (2016): Reichweite und Grenzen unternehmerischer Verantwortung - Perspektiven für eine werteorientierte Organisationsentwicklung und Führung, ISBN 978-3-658-13638-3 - Göbel, E. (2017): Unternehmensethik: Grundlagen und praktische Umsetzung, ISBN-10: 3825287106 - Crane, A.; Matten, D. (2019): Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization, ISBN-10: 0198810075
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

NUW Nachhaltige Unternehmensführung und Wertschöpfung	
Modulnummer	NUW
Themenbereich	W-WPB-J: Nachhaltigkeitsmanagement
Semester	4. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. S. Hermann
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 60h BL / 90h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: keine
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden besitzen einen Überblick über die Einflussfaktoren, Ebenen, Bereiche und Steuerungsmöglichkeiten der nachhaltigen Unternehmensführung. Sie kennen den nachhaltigen Strategieprozess und die spezifischen Herausforderungen und Potenziale der nachhaltigen Management-, Wertschöpfungs- und Unterstützungsprozesse in den Betrieblichen Leistungsbereichen. Sie lernen entsprechende integrierte strategische und operative Managementinstrumente kennen und anwenden.
Internationaler Bezug	
Modulinhalt / LVA	NUW-01 Nachhaltige Unternehmensführung und ihre Umsetzung in den betrieblichen Leistungsbereichen
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	In dieser Lehrveranstaltung werden folgende Inhalte vermittelt: - Ganzheitliche Sicht auf Unternehmen und ihre Wechselwirkung mit der Unternehmensumwelt - Bedeutung und Inhalte des Normativen, strategischen und operativen Managements im Nachhaltigkeitskontext - Prozess und Managementinstrumente der nachhaltigen Unternehmensstrategie - Nachhaltige Wertschöpfung und Unterstützungsfunktionen in den Betrieblichen Leistungsbereichen: Controlling, HR, F&E, Supply

	Chain Management (SCM: Lieferkette, Produktion, Distribution/Logistik), Marketing/Sales - Operative Managementinstrumente des Nachhaltigkeitsmanagements
Modulinhalt / LVA	NUW-02 Übung zur Nachhaltigen Unternehmensführung und Wertschöpfung
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	Im Rahmen der Übung werden folgende Kenntnisse und Anwendungsfähigkeiten vermittelt: - Systematische, methodengestützte Entwicklung einer unternehmerischen Nachhaltigkeitsstrategie - Anwendung der strategischen Instrumente des Betrieblichen Nachhaltigkeitsmanagements, spezifisch Umwelt- und Sozialmanagement - Anwendung der operativen Instrumente des Betrieblichen Nachhaltigkeitsmanagements in den einzelnen betrieblichen Leistungsbereichen: Controlling, HR, F&E, SCM, Marketing & Vertrieb
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Schreyögg, G. et al. (2020): Management. Grundlagen der Unternehmensführung, SpringerGabler - Butzer-Strothmann, A; Ahlers, F. (2020): Integrierte nachhaltige Unternehmensführung, SpringerGabler - Tokarski, K. O. et al. (Hrsg.) (2018): Nachhaltige Unternehmensführung. Herausforderungen und Beispiele aus der Praxis, SpringerGabler - Gadatsch, A. et al. (2018): Nachhaltiges Wirtschaften im digitalen Zeitalter. Innovation - Steuerung – Compliance, SpringerGabler - Sailer, U. (2022): Nachhaltigkeitscontrolling. So werden Unternehmen nachhaltig gesteuert, 4. Aufl, utb Verlag - Gordon, G. Nelke, A. (2016): CSR und nachhaltige Innovation. SpringerGabler - Neßler, C.; Bartelt, K. (2013): Die Bedeutung eines nachhaltigen SCM für die Umsetzung von CSR in der Unternehmensstrategie, EUL Verlag - Braungart, M., McDonough, W. (2014): Cradle to Cradle. Einfach intelligent produzieren, PIPER Verlag - Müller, M.; Siakala, S. (2021): Nachhaltiges Lieferkettenmanagement, Von der Strategie zur Umsetzung. DeGruyter, Oldenbourg - Felder, R. (2021): Nachhaltigkeit und HR, Haufe Verlag - Biermann, B.; Erne, R. (2020): Nachhaltiges Produktmanagement, SpringerGabler - Guido Grunwald, Jürgen Schwill (2022): Nachhaltigkeitsmarketing. Grundlagen – Gestaltungsoptionen – Umsetzung, Schaeffer-Poeschel Verlag

Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

NIRN Nationale und internationale Rahmenbedingungen der Nachhaltigkeit und ordnungsgemäße Unternehmensführung	
Modulnummer	NIRN
Themenbereich	W-WPB-J: Nachhaltigkeitsmanagement
Semester	4. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. S. Hermann
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 60h BL / 90h SS
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: keine
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden lernen den für Unternehmerische Nachhaltigkeit relevanten rechtlichen Ordnungsrahmen auf nationaler (Deutschland) wie internationaler Ebene kennen und die Gültigkeit der Rechtsnormen und Kodizes je nach Unternehmenstyp und -größe einzuordnen, sowie entsprechende betriebliche Implementierungserfordernisse abzuleiten. Sie kennen die Bedeutung, Aufgaben, Systeme und Prozesse einer ordnungsgemäßen Unternehmensführung im Sinne einer guten Corporate Governance, unterstützt durch Compliance Management Systeme.
Internationaler Bezug	
Modulinhalt / LVA	NIRN-01 Nationale und internationale Rahmenbedingungen der Nachhaltigkeit und deren Umsetzung in Corporate Governance & Compliance
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	In dieser Lehrveranstaltung werden folgende Inhalte vermittelt: - Nationale und internationale regulatorische Rahmenbedingungen (Rechtsnormen) der Nachhaltigkeit: DE, EU, Übersee (z.B. Berichts- & Sorgfaltspflichten je nach Unternehmensart- und -größe) - Relevante Rechtsnormen z.B. LKSG (Lieferkettensorgfaltspflicht Gesetz - Lieferkettengesetz), CO2 Emissionsreporting

	- Verpflichtungen nach erfolgter Zertifizierung z.B. nach DIN ISO 26.000 - Grundlagen, Prozesse und Methoden der Corporate Governance (ordnungsgemäße Unternehmensführung): Normen, Kodizes & Leitbilder/Selbstverpflichtungen, Funktionen. - Grundlagen, Funktionen, Prozesse und Methoden der Compliance (Sicherung der rechts- und normgemäßen Unternehmensabläufe): Funktionen, Prozesse, Risikomanagement, Frühwarnsysteme
Modulinhalt / LVA	NIRN-02 Übung zu nationalen und internationalen Rahmenbedingungen der Nachhaltigkeit und deren Umsetzung in Corporate Governance & Compliance
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	Im Rahmen der Übung werden folgende Kenntnisse und Anwendungsfähigkeiten vermittelt: - Feststellen der Gültigkeit der Rechtsnormen und Kodizes in Abhängigkeit der Branche und weiterer Unternehmensmerkmale (Typ, Größe etc.) - Identifikation, Zuordnung und Ableiten von Implementierungserfordernissen auf normativer, strategischer und operativer Ebene - Analyse von Fallbeispielen guter / schlechter Governance und Compliance zur Identifikation von Kontrolllücken
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Welge, M.; Eulerich, M. (2021): Corporate-Governance-Management. Theorie und Praxis der guten Unternehmensführung, 3. Aufl., - Gadatsch, A. et al. (2018): Nachhaltiges Wirtschaften im digitalen Zeitalter. Innovation - Steuerung – Compliance, SpringerGabler - Sailer, U. (2022): Nachhaltigkeitscontrolling. So werden Unternehmen nachhaltig gesteuert, 4. Aufl, utb Verlag - Mittwoch, A.C. (2022): Nachhaltigkeit und Unternehmensrecht, Mohr Siebeck Verlag - Fischer / Amort et al. (Hrsg.) (2023): Nachhaltigkeit und Recht. <u>Fachmedien Recht und Wirtschaft in Deutscher Fachverlag GmbH</u> - Walden, D., Depping, A. (Hrsg.) (2015): CSR und Recht. Juristische Aspekte nachhaltiger Unternehmensführung erkennen und verstehen, SpringerGabler - <u>Zeisel</u>, S. (2021): Lieferkettengesetz. Sorgfaltspflichten in der Supply Chain verstehen und umsetzen, SpringerGabler essentials - Hein, (2016): Erfolg im Compliance Management. Konfliktfelder erkennen und bewältigen: Arbeits- und organisationspsychologische Anregungen, SpringerGabler - <u>Wieland</u>, J. et al. (Hrsg.) (2020): Handbuch Compliance-Management. Konzeptionelle Grundlagen, praktische Erfolgsfaktoren, globale Herausforderungen, ESV Verlag

Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

NKR Nachhaltigkeitsbewertung, -kommunikation und -reporting	
Modulnummer	NKR
Themenbereich	W-WPB-J: Nachhaltigkeitsmanagement
Semester	5. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. S. Hermann
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 60h BL / 90h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: keine
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden lernen die Grundlagen, Zielgruppen, Anforderungen und Standards der unternehmerischen Nachhaltigkeitskommunikation, -bewertung und -reporting kennen und anwenden. Sie verstehen die erforderlichen Informationsgrundlagen, kennen die relevanten KPIs sowie die Methoden und Instrumente zur Datenerhebung bzw. -auswertung wie z.B. den GRI Standard, Umweltbilanzen und Zertifizierungsanforderungen im Rahmen von Nachhaltigkeitsaudit wie z.B. der DIN ISO 26.000.
Internationaler Bezug	
Modulinhalt / LVA	NKR-01 Nachhaltigkeitscontrolling mit KPIs und Zertifizierung, marktgerichtete Nachhaltigkeitskommunikation und Nachhaltigkeitsreporting
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	In dieser Lehrveranstaltung werden folgende Inhalte vermittelt: - Grundlagen, Zielgruppen und Anforderungen der unternehmerischen Nachhaltigkeitskommunikation und –bewertung (Glaubwürdigkeit, Transparenz, KPIs, Datenerfassung) - Nachhaltigkeitsbewertung nach dem ESG*-Ansatz im Finanzmarkt - Zertifizierungsverfahren / Audits z.B. nach DIN ISO 26.000, SA 8000, EMAS*, DIN ISO 14.001 - Reportingstandards und –prozess u.a. nach internationalem GRI-Standard (Global Reporting Initiative)

	- Kennzahlen und Messgrößen im ökonomischen, ökologischen und sozialen Bereich - Struktur, Inhalte und Erstellungsprozess von Umweltbilanzen (auf Unternehmens-, Standort-, Betriebs- oder Produktebene) - Struktur, Inhalte und Erstellungsprozess von Sozialbilanzen
Modulinhalt / LVA	NKR-02 Übung zu Nachhaltigkeitscontrolling mit KPIs und Zertifizierung, marktgerichtete Nachhaltigkeitskommunikation und Nachhaltigkeitsreporting
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	Im Rahmen der Übung werden folgende Kenntnisse und Anwendungsfähigkeiten vermittelt: - Auswahl und Priorisierung unternehmensspezifischer Nachhaltigkeits-Kennzahlen - Spezifikation von Unternehmerischen Nachhaltigkeitszielen auf Basis der KPIs - Analyse und Konzeption von Nachhaltigkeitsberichten, Umwelt- und Sozialbilanzen - Analyse und Konzeption von stakeholderspezifischer Nachhaltigkeitskommunikation
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Stibbe, R. (2020): CSR-Erfolgssteuerung: Den Reformprozess verstehen, Reporting und Risikomanagement effizient gestalten, SpringerGabler - Frese, M.; Colsmann, B. (2017): Nachhaltigkeitsreporting für Finanzdienstleister, SpringerGabler - Fifka, F. (2015): CSR und Reporting. Nachhaltigkeits- und CSR-Berichterstattung verstehen und erfolgreich umsetzen, SpringerGabler - Henze, J.; Thies, B. (2014): Stakeholder-Management und Nachhaltigkeits-Reporting, SpringerGabler - Wellbrock, W. et. Al. (2020): Nachhaltigkeitscontrolling: Instrumente und Kennzahlen für die strategische und operative Unternehmensführung, SpringerGabler essentials - Brugger, F. (2010): Nachhaltigkeit in der Unternehmenskommunikation: Bedeutung, Charakteristika und Herausforderungen; SpringerGabler - Kleinfeld, A.; Martens, A. (2014): DIN ISO 26000 - Gesellschaftliche Verantwortung erfolgreich umsetzen. Beispiele, Strategien, Lösungen, Beuth Verlage - Schwaderlapp, R. (2015): Umweltmanagementsysteme in der Praxis, DeGruyter
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.

Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

NUG Nachhaltige Unternehmenstransformation und Geschäftsmodellinnovation	
Modulnummer	NUG
Themenbereich	W-WPB-J: Nachhaltigkeitsmanagement
Semester	5. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. S. Hermann
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 60h BL / 90h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: keine
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden vertiefen ihre Kenntnisse in Typen und Ausrichtungen Unternehmerischer Nachhaltigkeitsstrategien und die Herausforderungen und Stellhebel ihrer Umsetzung in bestehenden und neuen Organisationen (Startups). Sie lernen die Instrumente der Organisationsentwicklung zur nachhaltigkeitsorientierten Transformation bestehender Unternehmen kennen und einzusetzen. Sie verstehen die Schlüsselemente nachhaltiger Geschäftsmodelle und kennen die Methoden zur Entwicklung innovativer, nachhaltiger und zukunftsfähiger Geschäfts- und Unternehmenskonzepte.
Internationaler Bezug	
Modulinhalt / LVA	NUG-01 Stufen, Strategien und Instrumente zur Nachhaltigen Unternehmenstransformation und Geschäftsmodellinnovation
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	In dieser Lehrveranstaltung werden folgende Inhalte vermittelt: - Typen und Ausrichtungen Unternehmerischer Nachhaltigkeitsstrategien (proaktiv, reaktiv, offensiv, defensiv, innen- vs. außengerichtet) und deren Implikationen - Entwicklungsstufen von traditionellen Unternehmen hin zu Nachhaltigkeit und deren Implementierung

	- Nachhaltige Unternehmenstransformation (Change Management) – organisationale Transformationsstufen und -methoden - Grundlagen der Geschäftsmodellentwicklung und -innovation - Unternehmerischer Erfolg durch Nachhaltige Geschäftsmodelle - Methoden wie z.B. Sustainable Business Model Canvas oder Triple Layered Business Model Canvas - Nachhaltige Geschäftsmodellinnovationen
Modulinhalt / LVA	NUG-02 Übung zu Stufen, Strategien und Instrumente zur Nachhaltigen Unternehmenstransformation und Geschäftsmodellinnovationen
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	Im Rahmen der Übung werden folgende Kenntnisse und Anwendungsfähigkeiten vermittelt: - Identifikation und Herleitung Unternehmerischer Nachhaltigkeitsstrategien sowie der Erfolgsfaktoren für ihre Implementierung - Definition von Programmen zur stufenweisen Nachhaltigkeitstransformation bestehender Unternehmen - Anwenden von Methoden zur nachhaltigkeitsorientierten Organisations- und Personalentwicklung - Analyse und Entwicklung nachhaltiger Geschäftsmodelle unter Einsatz agiler Methoden
Literatur	Eine abschließende Literatúrauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen - Bernd Hinrichs (2021): Nachhaltigkeit als Unternehmensstrategie. Roadmap für nachhaltiges Wirtschaften und Innovation, Haufe Verlag - Binder, U. (2013): Nachhaltige Unternehmensführung: Radikale Strategien für intelligentes, zukunftsfähiges Wirtschaften, Haufe Verlag - <u>Gminder</u>, C. (2006): Nachhaltigkeitsstrategien systemisch umsetzen. Exploration der Organisationsaufstellung als Managementmethode, DUV - <u>Englert</u>, M. <u>Ternès</u>, A. (Hrsg.) (2019): Nachhaltiges Management. Nachhaltigkeit als exzellenten Managementansatz entwickeln - Nidumolu et. al. (2009): In fünf Schritten zum nachhaltigen Unternehmen, in: HBM, Dezember 2009, S. 51-62 - Barret, R. (2015): Werteorientierte Unternehmensführung: Cultural Transformation Tools für Performance und Profit, SpringerGabler - Keller, K. (2018): Nachhaltige Personal- und Organisationsentwicklung, SpringerGabler essentials - Oestereich, B. (2019): Agile Organisationsentwicklung: Handbuch zum Aufbau anpassungsfähiger Organisationen, Vahlen Verlag - <u>Glauner</u>, F. (2016): Zukunftsfähige Geschäftsmodelle und Werte, Strategieentwicklung und Unternehmensführung in disruptiven Märkten, SpringerGabler - Nagel, A., Bozem, K. (2017): Business Modelling 4.0. Leitfaden zur Geschäftsmodell-Entwicklung, SpringerGabler

	- Ahrend, K.-M. (2016): Geschäftsmodell Nachhaltigkeit. Ökologische und soziale Innovationen als unternehmerische Chance, SpringerGabler
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

Wahlpflichtblock K: Personal und Organisation

Der Schwerpunkt hat zum Ziel, die Studierenden auf die vielfältigen Aufgabenfelder in den Bereichen Personalmanagement und Organisationsentwicklung vorzubereiten, die in einer globalen und digitalen Arbeitswelt eine immer größere Bedeutung gewinnen. Unternehmen stehen vor der Herausforderung, einerseits ihre qualifizierten MitarbeiterInnen zu finden, zu fördern und langfristig zu binden und andererseits ihre organisatorischen Strategien, Strukturen und Systeme an die dynamischen Rahmenbedingungen anzupassen. Ein weiterer Fokus liegt auf der Entwicklung von Führungs- und Kommunikationskompetenzen. Erfolgreiche Personal- und Organisationsmanager sollen auch in der Lage sein, Mitarbeiter und Teams zu motivieren, Konflikte zu lösen und Veränderungsprozesse zu managen. Der Schwerpunkt bietet sowohl theoretische Kenntnisse als auch praktische Fähigkeiten in den Bereichen Human Resource Management, Arbeitsrecht, Organizational Behavior und Personalentwicklung, Organisationsdesign und -entwicklung sowie Personalmarketing und Recruiting. Studierende sollen erlerntes Wissen in realen Szenarien anwenden.

MoNr.	Module mit Lehrveranstaltungen	LVF	V	SWS	mögliche MoP	LP*	SEM
OBP	Organisational Behavior und Personalentwicklung				sP od. mP od. PR	5	3
OBP-01	Bedeutung und Ansätze von Organisational Behavior und Personalentwicklung	VL	P	1			
OBP-02	Übung zu Bedeutung und Ansätze von Organisational Behavior und Personalentwicklung	UE	P	1			
GAR	Grundlagen des Arbeitsrechts				sP od. mP od. PA	5	4
GAR-01	Grundlagen des Arbeitsrechts	VL	P	1			
GAR-02	Übung zu den Grundlagen des Arbeitsrechts	UE	P	1			
HRM	Human Resource Management				sP od. mP od. PA	5	4
HRM-01	Bedeutung des Human Resource Managements	VL	P	1			
HRM-02	Übung zum Human Resource Management	UE	P	1			
ODE	Organisationsdesign und Organisationsentwicklung				sP od. mP od. PA	5	5
ODE-01	Bedeutung und Ansätze des Organisationsdesigns und Organisationsentwicklung	VL	P	1			
ODE-02	Übung zu den Ansätzen des Organisationsdesigns und Organisationsentwicklung	UE	P	1			
PMR	Personalmarketing und Recruiting				sP od. mP od. PA	5	5
PMR-01	Bedeutung und Ansätze des Personalmarketing, des Recruitings und Employer Branding	VL	P	1			
PMR-02	Übung zu Bedeutung und Ansätzen des Personalmarketing, des Recruitings und Employer Branding	UE	P	1			

Organisational Behavior und Personalentwicklung	
Modulnummer	OBP
Themenbereich	W-WPB-K: Personal und Organisation
Semester	3. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. S. Lackner
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 60h BL / 90h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: keine
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden kennen die wissenschaftlichen Grundlagen der Personalentwicklung und die normativen Voraussetzungen systematischer Personalentwicklung. Sie verfügen über vertieftes Fachwissen und Kenntnisse der zentralen Themen des Fachgebiets Organizational Behavior (z.B. Teamarbeit, Kommunikation und Konflikte in Organisationen; Motivation; Arbeitszufriedenheit, Stress und Work-Life-Balance). Sie besitzen einen Überblick über die wesentlichen Elemente und Instrumente der Bildung, Förderung und Organisationsentwicklung und verstehen die Zusammenhänge und sind in der Lage, individuell und im Team konkrete Problemstellungen zu bearbeiten, eigenständig Lösungen zu entwickeln und die Ergebnisse im Plenum zu präsentieren.
Internationaler Bezug	
Modulinhalt / LVA	OBP-01 Bedeutung und Ansätze von Organizational Behavior und Personalentwicklung
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	In dieser Lehrveranstaltung werden folgende Inhalte vermittelt: - Einführung in das Organizational Behavior: Definition und Bedeutung des organisatorischen Verhaltens. Geschichte und Entwicklung des Forschungsfeldes - Definition und Auswirkungen von individuellem Verhalten: Persönlichkeit und ihre Auswirkungen auf das Verhalten am Arbeitsplatz. Motivationstheorien und ihre Anwendung auf die Arbeitsmoral und Produktivität. Wahrnehmung und Entscheidungsfindung in Organisationen. Emotionen und Stimmung am Arbeitsplatz - Definition und Auswirkungen von Team- oder Gruppenverhalten: Gruppendynamik und -entwicklung. Teamarbeit und Effektivität von Arbeitsgruppen. Führung und Führungsstile in Gruppen. Konfliktmanagement und -lösung - Kommunikation und zwischenmenschliche Beziehungen: Interpersonale Kommunikation und ihre Bedeutung für die Zusammenarbeit. Effektive Kommunikationstechniken und Konfliktlösung und Verhandlungsfähigkeiten

	- Einführung in das Konzept der Personalentwicklung: Methoden und Instrumente der Personalentwicklung. Bedeutung und Nutzen von Investitionen in die Entwicklung von Mitarbeitern. Es werden verschiedene Ansätze und Modelle der Personalentwicklung vorgestellt, darunter formale Schulungen, Coaching, Mentoring, Job-Rotation und E-Learning. - Phasen des Personalentwicklungsprozesses. Durchführung von Bedarfsanalysen, um die Entwicklungsbedürfnisse der Mitarbeiter zu identifizieren. Methoden zur Gestaltung von Entwicklungsprogrammen. Auswahl von Inhalten, der Festlegung von Lernzielen und der Evaluierung von Programmen. - Rolle von Führungskräften und Personalabteilungen bei der Umsetzung von Personalentwicklungsmaßnahmen: Verfahren zur Förderung einer Lernkultur in Organisationen sowie zur Unterstützung der Mitarbeiter bei ihrer individuellen Entwicklung - Aktuelle Trends und Herausforderungen in der Personalentwicklung diskutiert: Lebenslanges Lernen, digitale Kompetenzen, Diversität und Inklusion sowie die Auswirkungen der Globalisierung auf die Personalentwicklung.
Modulinhalt / LVA	OBP-02 Übung zu Bedeutung und Ansätze von Organizational Behavior und Personalentwicklung
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	Im Rahmen der Übung werden folgende Kenntnisse und Anwendungsfähigkeiten vermittelt: - Anwendung des erlernten Wissens aus den Bereichen Personalentwicklung auf konkrete Praxissituationen - Anwendung der Methoden und Instrumente der Personalentwicklung – u.a. an Fallbeispielen - Anwendung der Aspekte aus dem Bereich Organizational Behavior – im konkreten Kommunikationsübungen, Konfliktlösungen im Team und bei Individuen
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Berthel, J.; Becker, F. G.: Personal-Management, 12. Aufl. Stuttgart 2022 - Böckermann, R.: Personalwirtschaft: Lehr- und Übungsbuch für HRM, 8. Auflage Stuttgart 2021 - Hersey, P.; Blanchard, K. H.; Johnson, D. E.: Management of Organizational Behavior, 10th Edition London 2012 - Holtbrügge D.: Personalmanagement, 8. Aufl. Berlin 2022 - Olfert, K.: Personalwirtschaft, 17. Aufl. Herne 2019 - Robbins, S.; Judge, T.: Organizational Behavior, 19th Edition Essex 2023 - Rosenberger, B.: Modernes Personalmanagement: Strategisch – operativ – systemisch, 2. Aufl. Wiesbaden 2017 - Rowold, J.: Human Resource Management, 2. Aufl. Berlin 2015

	- Stock-Homburg, R.; Groß, M.: Personalmanagement: Theorien – Konzepte – Instrumente, 4. Aufl. Wiesbaden 2019
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

GAR Grundlagen des Arbeitsrechts	
Modulnummer	GAR
Themenbereich	W-WPB-K: Personal und Organisation
Semester	5. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. S. Lackner
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 60h BL / 90h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: keine
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden haben einen umfassenden Überblick über die grundlegenden rechtlichen Aspekte, die das Arbeitsverhältnis zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer regeln. Dazu gehören Gesetze, Verordnungen und andere rechtliche Bestimmungen, die die Beziehungen zwischen Arbeitgebern und Arbeitnehmern regeln. Sie sind in der Lage, die wesentlichen rechtlichen Prinzipien des Arbeitsrechts zu verstehen, arbeitsrechtliche Probleme zu identifizieren und mögliche Lösungsansätze zu entwickeln.
Internationaler Bezug	
Modulinhalt / LVA	GAR-01 Grundlagen des Arbeitsrechts
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	In dieser Lehrveranstaltung werden folgende Inhalte vermittelt: Individuelles Arbeitsrecht: Die Vorlesungsinhalte zum Thema individuelles Arbeitsrecht bieten einen umfassenden Überblick über die rechtlichen Rahmenbedingungen, Rechte und Pflichten sowohl für Arbeitnehmer als auch Arbeitgeber. Das individuelle Arbeitsrecht regelt die Beziehungen zwischen einzelnen Arbeitnehmern und ihren Arbeitgebern und bildet somit eine wichtige Grundlage für das Arbeitsverhältnis. - Einführung in das individuelle Arbeitsrecht: Definitionen und Grundlagen des individuellen Arbeitsrechts. Rechtsquellen und Gesetze im Arbeitsrecht. Bedeutung und Ziele des individuellen Arbeitsrechts - Rechte und Pflichten aus dem Arbeitsvertrag: Wesentliche Bestandteile eines Arbeitsvertrags, Formvorschriften und Schriftlichkeitsgebot - Arbeitszeitgestaltung und Vergütung: Regelungen zur Arbeitszeitgestaltung (Überstunden, Schichtarbeit und Ruhezeiten) und zur Vergütung (Mindestlohn und Lohnfortzahlung im Krankheitsfall). Urlaub und Erholungsphasen - Leistungsstörungen im Arbeitsverhältnis: Arbeitsunfähigkeit und Entgeltfortzahlung im Krankheitsfall. Abmahnung, Kündigung und Aufhebungsvertrag. Rechtliche Grundlagen bei Vertragsverletzungen

	- Beendigung des Arbeitsverhältnisses: Kündigungsfristen und -gründe. Kündigungsschutz und Entlassungen. Abfindung und Zeugnisanspruch Kollektives Arbeitsrecht: Die Vorlesungsinhalte zum Thema kollektives Arbeitsrecht bieten einen umfassenden Überblick über die rechtlichen Rahmenbedingungen, die die Beziehung zwischen Arbeitgebern und Arbeitnehmern auf kollektiver Ebene regeln. - Einführung in das kollektive Arbeitsrecht: Definitionen und Grundlagen des kollektiven Arbeitsrechts. Rechtsquellen und Gesetze im Arbeitsrecht. Bedeutung und Ziele des kollektiven Arbeitsrechts - Funktionen und Aufgaben von Gewerkschaften und Arbeitnehmervertretungen: Rechte und Pflichten von Gewerkschaften und Arbeitnehmervertretungen. Organisationsstrukturen und Mitgliedschaft in Gewerkschaften - Ablauf und Verfahren von Tarifverhandlungen sowie Inhalte von Tarifverträgen: Arbeitszeit, Lohnhöhe, Urlaub, Kündigungsschutz. Rechtliche Wirkungen von Tarifverträgen - Mitbestimmungsrechte der Arbeitnehmer: Betriebsräte und Personalvertretungen. Mitbestimmung bei personellen, sozialen und wirtschaftlichen Angelegenheiten. Rechte und Befugnisse der Arbeitnehmervertretungen - Voraussetzungen und Grenzen des Arbeitskampfrechts: Streikrecht und Aussperrung. Zulässigkeit von Arbeitskampfmaßnahmen. Schlichtungs- und Schiedsverfahren - Europäisches und internationales Arbeitsrecht: Einfluss des EU-Rechts auf das kollektive Arbeitsrecht. Internationale Arbeitsstandards und ihre Umsetzung
Modulinhalt / LVA	GAR-02 Übung zu den Grundlagen des Arbeitsrechts
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	Im Rahmen der Übung werden folgende Kenntnisse und Anwendungsfähigkeiten vermittelt: - Anwendung des erlernten juristischen Wissens anhand von Praxisfällen - Anhand von Fallbeispielen werden arbeitsrechtliche Problematiken beurteilt und gelöst. - Durchführung von Change Management-Prozessen anhand von konkreten Praxisbeispielen und Fällen - Anwendung von Veränderungsprozessen und deren Umgang
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Brox, H.; Rütters, B.; Hensler, M.: Arbeitsrecht, 20. Auflage, Stuttgart 2020 - Dütz, W.; Thüsing, G.: Arbeitsrecht, 27. Auflage, München 2022

	- Hromadka, W.; Maschmann, F.: Arbeitsrecht, Band 1: Individualarbeitsrecht, 7. Auflage, Berlin 2018 - Hromadka, W.; Maschmann, F.: Arbeitsrecht, Band 2: Kollektivarbeitsrecht + Arbeitsstreitigkeiten, 8. Auflage, Berlin 2020 - Waltermann, R.: Arbeitsrecht, 20. Auflage, München 2021
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

HRM Human Resource Management	
Modulnummer	HRM
Themenbereich	W-WPB-K: Personal und Organisation
Semester	5. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. S. Lackner
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 60h BL / 90h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: keine
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden haben grundlegendes Wissen über die Aufgaben und Arbeitsfelder des Human Resource Managements. Sie kennen die Bedeutung des Human Resource Managements für den nachhaltigen Unternehmenserfolg. Sie verfügen über vertieftes Fachwissen und Kenntnisse der zentralen Themen des Fachgebiets Human Resource Management (z.B. Personalauswahl, Personalentwicklung, Personalbeurteilung, Personalvergütung). Sie kennen und verstehen, welchen Einfluss externe und interne Rahmenbedingungen auf die Ausgestaltung des Human Resource Management haben.
Internationaler Bezug	
Modulinhalt / LVA	HRM-01 Bedeutung des Human Resource Managements
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	In dieser Lehrveranstaltung werden folgende Inhalte vermittelt: - Einführung in das Human Resource Management: Definitionen, Ziele und Bedeutung des Human Resource Managements für Unternehmen und Organisationen. Akteure und Anforderungen im Human Resource Management. Entwicklung des Human Resource Managements und die Rolle von HRM in Unternehmen. - Personalplanung: Die Personalplanung befasst sich mit der Ermittlung des zukünftigen Personalbedarfs einer Organisation. Instrumente wie Arbeitsplatzanalyse, Arbeitsplatzbeschreibung und -bewertung helfen dabei, den Personalbedarf zu ermitteln und die Anforderungen an die einzelnen Positionen festzulegen. - Personal-Controlling: Personal-Controlling ist ein Teilbereich des Controllings, der sich mit der Steuerung und Überwachung von Personalarbeit in Unternehmen befasst. Es umfasst verschiedene Instrumente, Methoden und Prozesse, die darauf abzielen, die Personalressourcen effektiv einzusetzen und den Beitrag des Personalbereichs zur Erreichung der Unternehmensziele zu optimieren. - Personal-Beurteilungen: Instrumente und Prozesse zur Bewertung und Verbesserung der Leistung der Mitarbeiter. Dazu gehören Leistungsbeurteilungen, Zielvereinbarungen, Feedbackgespräche, 360-Grad-Feedback, Leistungsanreize und Bonussysteme.

	- Vergütungs- und Benefits-Systeme: Diese Instrumente beinhalten die Gestaltung von Gehaltsstrukturen, Bonussystemen, Prämien, Zusatzleistungen, Sozialleistungen und betrieblicher Altersvorsorge. - Personalinformationssysteme (HRIS): HRIS sind IT-Systeme, die zur Verwaltung von Mitarbeiterdaten und -prozessen eingesetzt werden. Sie ermöglichen die automatisierte Verwaltung von Personalakten, die Erfassung von Arbeitszeitdaten, die Durchführung von Leistungsbeurteilungen, etc. - Talentmanagement: Instrumente des Talentmanagements dienen dazu, hochqualifizierte Mitarbeiter zu identifizieren, zu entwickeln und zu halten.
Modulinhalt / LVA	HRM-02 Übung zum Human Resource Management
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	Im Rahmen der Übung werden folgende Kenntnisse und Anwendungsfähigkeiten vermittelt: - Anwendung des erworbenen Wissens auf praktische Problemstellungen des Human Resource Managements - Anwendung der zugrundeliegenden Theorien und Konzepte anhand von konkreten Praxisbeispielen und Fällen - Anwendung der zentralen Gestaltungsfelder des Human Resource Managements
Literatur	Eine abschließende Literaturliste wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Bartscher, T.; Nissen, R.: Personalmanagement, 2. Aufl. Hallbergmoos 2017 - Berthel, J. ; Becker, F. G.: Personal-Management, 12. Aufl. Stuttgart 2022 - Böckermann, R.: Personalwirtschaft: Lehr- und Übungsbuch für HRM, 8. Auflage Stuttgart 2021 - Holtbrügge D.: Personalmanagement, 8. Aufl. Berlin 2022 - Olfert, K.: Personalwirtschaft, 17. Aufl. Herne 2019 - Rosenberger, B.: Modernes Personalmanagement: Strategisch – operativ – systemisch, 2. Aufl. Wiesbaden 2017 - Rowold, J.: Human Resource Management, 2. Aufl. Berlin 2015 - Stock-Homburg, R.; Groß, M.: Personalmanagement: Theorien – Konzepte – Instrumente, 4. Aufl. Wiesbaden 2019
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

ODE Organisationsdesign und Organisationsentwicklung	
Modulnummer	ODE
Themenbereich	W-WPB-K: Personal und Organisation
Semester	5. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. S. Lackner
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 60h BL / 90h SSt
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: keine
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden haben ein integratives Verständnis von Organisationsdesign und -entwicklung. Sie kennen die wichtigsten Ansätze zur Integration von Individuum und Organisation. Sie verstehen die Entwicklungen der modernen Arbeitswelt (New Work, Agiles Arbeiten, etc.) und können diese einordnen und anwenden. Sie verstehen die Vorgehensweise und die Instrumente im Rahmen des Change Managements. Sie denken in übergeordneten Zusammenhängen und können eigene Schlüsse hinsichtlich verschiedener Konzepte der Organisationsentwicklung und moderner Arbeitswelten
Internationaler Bezug	
Modulinhalt / LVA	ODE-01 Bedeutung und Ansätze des Organisationsdesigns und Organisationsentwicklung
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	In dieser Lehrveranstaltung werden folgende Inhalte vermittelt: - Einführung in das Organisationsdesign: Definitionen, Ziele und Bedeutung des Organisationsdesigns für Unternehmen und Organisationen. - Organisationsveränderung: Untersuchung von Methoden und Ansätzen zur erfolgreichen Durchführung von organisatorischen Veränderungen. Analyse der Herausforderungen und Widerstände bei Veränderungsprozessen sowie Strategien zur Überwindung dieser Hindernisse (Change Management & Projektmanagement) - Organisationsprozesse: Untersuchung der Prozesse, die in einer Organisation vorhanden sind, einschließlich Kommunikation, Entscheidungsfindung, Koordination und Kontrolle. Bewertung der Effektivität dieser Prozesse und mögliche Verbesserungen. - Berücksichtigung der Besonderheiten und Herausforderungen von neuen Methoden des Organisationsdesigns. (Agilität, Scrum, New Work, Business Model Canvas, etc.) - Organisationsperformance: Betrachtung der Faktoren, die die Leistung einer Organisation beeinflussen, wie z.B. Struktur, Prozesse, Kultur, Führung und Mitarbeiterengagement.

	Untersuchung von Kennzahlen und Methoden zur Messung und Bewertung der Organisationsperformance.
Modulinhalt / LVA	ODE-02 Übung zu den Ansätzen des Organisationsdesigns und Organisationsentwicklung
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	Im Rahmen der Übung werden folgende Kenntnisse und Anwendungsfähigkeiten vermittelt: - Anwendung des erworbenen Wissens im Bereich Organisationsdesign und -entwicklung auf konkrete Praxissituationen - Durchführung von Change Management-Prozessen anhand von konkreten Praxisbeispielen und Fällen - Anwendung von Veränderungsprozessen und deren Umgang
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Frese, E.; Graumann, M.; Talaulicar, T.; Theuvsen, L.: Grundlagen der Organisation, 11. Aufl. Wiesbaden 2019 - Kieser, A.; Ebers, M.: Organisationstheorien, 8. Aufl. Stuttgart 2019 - Kotter, J. P.; Akhtar, V.; Guota, G.: Change, Weinheim 2022 - Lauer, T.: Change Management – Grundlagen und Erfolgsfaktoren, 3. Aufl. Berlin 2019 - Schreyögg, G.; Geiger, D.: Organisation, 6. Aufl. Wiesbaden 2016 - Schulte-Zurhausen, M.: Organisation, 6. Aufl. München 2013 - Schiersmann, C. & Thiel, H.: Organisationsentwicklung – Prinzipien und Strategien von Veränderungsprozessen. 5. Aufl. Wiesbaden 2016
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

PMR Personalmarketing und Recruiting	
Modulnummer	PMR
Themenbereich	W-WPB-K: Personal und Organisation
Semester	4. Semester
Dauer	1 Semester
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. S. Lackner
Dozent/en	N.N.
Häufigkeit d. Angebots	Jedes Studienjahr
LVF / SWS	4 SWS: VL (2 SWS) & UE (2 SWS)
Arbeitsaufwand (WL)	150h: 60h BL / 90h SS
LP (ECTS)	5
MoP / LN	sP
Teilnahmeempfehlung	Formal: keine; Inhaltlich: keine
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden kennen die modernen Instrumente des Personalmarketings und Recruitings und können diese einordnen und anwenden. Sie verstehen die Bedeutung von Employer Branding sowie die Vorgehensweise zum Aufbau einer Arbeitgebermarke. Sie kennen die Ursachen- und Wirkungszusammenhänge der einzelnen Instrumente und Prozesse. Sie verfügen über ein vertieftes Verständnis hinsichtlich der Zusammenhänge von Markt- und Unternehmensgeschehnissen (Arbeitsmarkt, Mitarbeiterbedürfnisse und Arbeitgeberattraktivität). Sie verstehen die Bedeutung von Unternehmenskultur und -werten für die Attraktivität eines Arbeitgebers.
Internationaler Bezug	
Modulinhalt / LVA	PMR-01 Bedeutung und Ansätze des Personalmarketing, des Recruitings und Employer Branding
LVF	VL
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	In dieser Lehrveranstaltung werden folgende Inhalte vermittelt: - Einführung in das Personalmarketing: Definitionen, Ziele und Bedeutung des Personalmarketings für Unternehmen und Organisationen. - Employer Branding: Untersuchung der Strategien und Maßnahmen, um eine attraktive Arbeitgebermarke aufzubauen und zu positionieren. Betrachtung von Aspekten wie Unternehmenskultur, Image und Zielgruppenanalyse. - Personalbeschaffung: Untersuchung der verschiedenen Kanäle und Methoden zur Rekrutierung neuer Mitarbeiter, wie z.B. Stellenanzeigen, Online-Jobportale, Personalvermittlung, Social Media und Employer Branding-Kampagnen. Analyse der Effektivität und Effizienz dieser Rekrutierungsmethoden. - Personalgewinnung: Untersuchung der verschiedenen Techniken und Instrumente zur Auswahl und Gewinnung geeigneter Kandidaten, wie z.B. Bewerbungsprozesse, Vorstellungsgespräche, Assessment Center und Auswahlverfahren. Bewertung der Güte und Genauigkeit dieser Auswahlverfahren. - Personalbindung: Untersuchung von Strategien und Maßnahmen zur langfristigen Bindung von Mitarbeitern an das Unternehmen. Betrachtung von Aspekten wie Mitarbeiterentwicklung,

	Karriereplanung, Work-Life-Balance, Vergütungssysteme, Mitarbeiterengagement und Mitarbeiterzufriedenheit. - Employer Value Proposition (EVP): Analyse der verschiedenen Elemente, die das attraktive Angebot eines Arbeitgebers für potenzielle Mitarbeiter ausmachen. Untersuchung von Faktoren wie Arbeitsbedingungen, Entwicklungsmöglichkeiten, Unternehmenskultur, Unterstützung und Belohnungssysteme.
Modulinhalt / LVA	PMR-02 Übung zu Bedeutung und Ansätzen des Personalmarketing, des Recruitings und Employer Branding
LVF	UE
Verbindlichkeit	Pflicht im Rahmen des gewählten Schwerpunktes
Inhalt	Im Rahmen der Übung werden folgende Kenntnisse und Anwendungsfähigkeiten vermittelt: - Anwendung des erlernten Wissens aus den Bereichen Personalmarketing und Recruiting auf konkrete Praxissituationen - Anwendung der Methoden und Instrumente des Personalmarketings und Employer Branding anhand von konkreten Beispielen und Fallstudien. - Anwendung der Aspekte aus dem Bereich Unternehmenskultur und -werte
Literatur	Eine abschließende Literaturlauswahl wird durch den jeweiligen Dozenten vorgenommen. - Bartscher, T.; Nissen, R.: Personalmanagement, 2. Aufl. Hallbergmoos 2017 - Berthel, J. ; Becker, F. G.: Personal-Management, 12. Aufl. Stuttgart 2022 - Böckermann, R.: Personalwirtschaft: Lehr- und Übungsbuch für HRM, 8. Auflage Stuttgart 2021 - Holtbrügge D.: Personalmanagement, 8. Aufl. Berlin 2022 - Kanning, U. P.: Personalmarketing, Employer Branding und Mitarbeiterbindung, Berlin 2017 - Olfert, K.: Personalwirtschaft, 17. Aufl. Herne 2019 - Rosenberger, B.: Modernes Personalmanagement: Strategisch – operativ – systemisch, 2. Aufl. Wiesbaden 2017 - Rowold, J.: Human Resource Management, 2. Aufl. Berlin 2015 - Stock-Homburg, R.; Groß, M.: Personalmanagement: Theorien – Konzepte – Instrumente, 4. Aufl. Wiesbaden 2019
Sonstige Informationen	Arbeiten in Kleingruppen können einen Teil der Kontaktzeit ausmachen.
Voraussetzung Vergabe von LP	Bestandene MoP.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Modulnote ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulleistung(en). Die Gesamtnote der Bachelor-Prüfung ist das gewogene arithmetische Mittel der Modulnoten und der Note der Abschlussprüfung. Die Gewichtung entspricht dabei in der Regel dem Anteil der LP (ECTS) an der Gesamtzahl von 210.

Index

Anrechnung.....	8	Praxisorientierte Lehrveranstaltung.....	12
Anwendungsorientierte Spezialisierung 10,		Projektarbeit.....	7, 15
83		Prüfungsordnung.....	8
Bachelorthesis.....	10, 102	Referat.....	7, 14
Fachliche Spezialisierung	10, 54	Regelstudienzeit	8
Grundlagenstudium	10, 16	Schriftliche Prüfungen	7
Hausarbeit.....	7, 14	Selbststudium	13
Klausurarbeiten	14	Seminar	7, 12
Kolloquium	13	Sommersemester	8
Kurzreferat	7, 14	Sprachkurs	12
Leistungspunkte	8	Studienprojekt.....	13
LMS, Lernmanagementsystem.....	13	Übung.....	12
Modulprüfung	14	Vorlesung	12
Mündliche Prüfungen.....	7	Vorlesungs- und Prüfungszeitraum.....	8
Mündliche Prüfungsleistung	14	Wiederholung.....	8
Nachschreibetermin.....	8	Wintersemester.....	8
Präsentation.....	7, 15	Zulassungsvoraussetzung.....	8