Übersicht Programme und Module im Vertiefungsstudium Bachelor BW SS 09

Pro- gramm	Marketing I	Unternehmens- führung II	Controlling & Finanzen III	Finanzdienst- leistungen IV	Industrie/ Handel/ Logistik V	Steuerbera- tung/Wirt- schaftsprüfung VI	International Business and Management VII	Freie Module (kein Programm) VIII
Modul 1	Marketing- kommunikation	Personal- management	Strategisches Controlling	Bankwirtschaft	Produktions- management Nur im SS	Bilanzen II	Comparative Management	Wirtschafts- informatik
Modul 2	Kommunika- tionsmanage-ment Nicht im SS09	Operative Management- systeme und Personal-entwicklung		Private/ Corporate Banking	Material- wirtschaft und Produktions- logistik Nicht im SS 09	Bilanzen I	Internat. Trade and Finance	Öffentliches und Europarecht
Modul 3	Public Relations/ Journalismus	Projektmgt., Organisation, Org. Behavior	M&A/ Beteiligungs- management	Wertpapier- management	Materialfluss <i>Nur WS</i>	Steuer- beratung I <i>Nur im W</i> S	International Corporate Strategy <i>Nur im W</i> S	Image & Publicity
Modul 4	Marketing Research <i>Nur im W</i> S	Strategisches Controlling	Risiko- und Sanierungs- management	Assetklasse Real Estate	Logistik- management Nicht im SS 09	Steuer- Beratung II Nur im SS	International Human Resource Management <i>Nur im SS</i>	Automobil-wirtschaft Import aus Geilsingen
Modul 5	International Marketing Operations Nur im SS	Rechtliche Aspekte der Unternehmens- führung	Unternehmens- finanzierung	Immobilien- development und Facility Management	Supply Chain Management	Wirtschafts- prüfung I <i>Nur im</i> SS		Weltwirtschaft Import aus VWL. Teil 1 Beginn SS 09, ab SS10 in jedem Semester. Teil 2 Beginn WS09/10, ab WS10/11 jedes Semester
Modul 6	Marketing- management	Entrepreneurship	Internationale Finanzmärkte	Versicherungs- wirtschaft	Industrie- und Handels- marketing	Wirtschafts- prüfung II <i>Nur im W</i> S		Non Profit Ökonomik und – Management Import aus VWL. Teil 1 ab SS10 jedes Semester Teil 2 ab WS09/10, ab WS10/11 jedes Semester
Modul 7	Industrie- und Handels-marketing		Internat. Trade and Finance	Angewandte Finanzmarkt-analyse Import aus VWL, ab WS09/10. Ab WS 10/11 jedes Semester	Handels- management			

Modulbeschreibung

Code:	Modulbezeichnung:
VI.1.1.	Marketingkommunikation

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module:	Nachgelagerte Module:
keine	keine

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Ramme					
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jedes Semester			
Zulassungsvoraussetzungen: ECTS-Punkte: Zulassung zum Hauptstudium 8			sws:		

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur, 60 Minuten	50%
Referat	50%

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:

Das Modul gibt einen umfassenden Überblick über die Below-the-Line-Instrumente in der Marketingkommunikation und deren Anwendung. Der Begriff Below-the-Line wird für Instrumente verwendet, die nicht zur klassischen Marketingkommunikation wie Werbung, PR und persönlicher Verkauf zählen.

Das Modul soll die Studierenden mit den wichtigsten Entscheidungsproblemen, -methoden und -instrumenten im Below-the-Line-Marketing vertraut machen und sie in die Lage versetzen, Erfolg versprechende Lösungsansätze zu entwickeln und diese argumentativ zu vertreten. Dazu sind eine kritische Auseinandersetzung mit theoretischen Konzepten sowie die Fähigkeit erforderlich, gesamtwirtschaftliche und gesellschaftliche Bezüge der zukünftigen Tätigkeit zu erkennen und zu berücksichtigen.

Um beide Ziele erreichen zu können, besteht das Modul aus stärker wissenschaftlich orientierten Vorlesungen mit ergänzenden Vorträgen von Praktikern sowie aus einem Marketingprojekt, bei dem die Studierenden eine Aufgabenstellung aus einem Unternehmen bearbeiten.

Modulelemente:	Dozent/in:
VI.1.1.1 Branded Entertainment	DiplBetriebsw. Andreas Waldner
VI.1.1.2 Direktmarketing	DiplÖk. Margret Bägel-Witte
VI.1.1.3 Marketingprojekt	DiplBetriebsw. Andreas Waldner

Code:	Titel des Modulelements:
VI.1.1.1.	Branded Entertainment

Organisation

		Status: Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte: SWS: 2			Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 50 Stunden,	mit der folgende	en Aufteilung:	
Vorlesung: 45 %	Vor-/Nachbere	itung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 0 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

Branded Entertainment ist ein Kommunikationsinstrument, das unter Einbeziehung von Medienformaten (vom Kinofilm bis zum Kurzfilm im Internet) Kommunikationsziele wie Image, Bekanntheit und Emotionalisierung realisiert. Die Studenten erfahren, welche Bedeutung das Instrurment im Rahmen des Below-the-Line-Marketing inne hat. In der Vorlesung wird darauf eingegangen, dass sich Below-the-Line-Marketing zu einer Kommunikationsdisziplin entwickelt hat, die sich unter Einbeziehung von Themen (z.B. Sport, Kultur, Filmkunst..) in einem Beziehungsdreieck (sog. Magisches Dreieck) zwischen Werbetreibendem, Medien und Ereignissen abspielt. Die Effekte können dabei weit über die der klassischen Instrumente hinausgehen.

- Marketing-Kommunikation
- Below-the-Line-Kommunikation
- Sponsoring
- Eventmarketing
- Branded Entertainment/Product Placement

Lehr-/Lernmethoden:

Interaktives Lehrgespräch, Vorträge von Gastreferenten aus der Praxis, umfangreiche praktische Beispiele, Verwendung eines Skriptes (Download im Internet), Übungsaufgaben in Gruppenarbeit in Form von kurzen Fallstudien und anschließender Präsentation zur Förderung der Teamarbeit und der im Marketing sehr wichtigen Fähigkeit, Gedanken und Ideen zu präsentieren

Literatur/Lehrmaterial:

Iris Ramme, Andreas Waldner, Dominic Franchi, Dennis Köhler: Product Placement Monitor 2008 – Wirkung und Chancen, Nürtingen 2008

Jean-Marc Lehu; Branded Entertainment, Kogan Page 2007

Manfred Bruhn: Sponsoring. Systematische Planung und integrativer Einsatz Gabler, 4. Auf. 2002

Oliver Nickel: Eventmarketing, Verlag Vahlen, 2006

Besonderes:

Code:	Titel des Modulelements:
VI.1.1.2.	Direktmarketing

Organisation

Dozent/in: DiplÖk. Margret Bägel-Witte		Status: Lehrbeauftragte	
ECTS-Punkte: 2	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 50 Stunden,	mit der folgend	en Aufteilung:	_
Vorlesung: 45 %	Vor-/Nachbere 55 %	itung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 0 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

- Grundlagen des Direktmarketing
- Rechtliche Aspekte
- · Werbemittel im Direktmarketing
- Aktivierungstechniken
- Werbeträger im Direktmarketing
- Ziele und Strategien im Direktmarketing
- Database
- Erfolgsrechnung
- E-Commerce
- Internationale Aspekte im Direktmarketing

Lehr-/Lernmethoden:

Interaktives Lehrgespräch, Vorträge von Gastreferenten aus der Praxis, umfangreiche praktische Beispiele, Verwendung eines Skriptes (Download im Internet), Übungsaufgaben in Gruppenarbeit in Form von kurzen Fallstudien und anschließender Präsentation zur Förderung der Teamarbeit und der im Marketing sehr wichtigen Fähigkeit, Gedanken und Ideen zu präsentieren

Literatur/Lehrmaterial:

Heinrich Holland: Direktmarketing. Vahlen-Verlag, 2. Aufl. 2004.

Besonderes:

Code:	Titel des Modulelements:
VI.1.1.3.	Marketingprojekt

Organisation

Dozent/in: DiplBetriebsw. Andreas Waldner		Status: Lehrbeauftragter			
ECTS-Punkte: SWS: 2			Sprache: deutsch		
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 100 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:					
Vorlesung: Vor-/Nachbere 15 %		eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 60 %		

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

Anwendung der Marketingkommunikationsinstrumente in einem konkreten Praxisfall, dabei Schwerpunkt auf Eventmarketing, Product Placement, Sponsoring, Direktmarketing. Abhängig vom konkreten Praxisfall kann dies die Planung und Organisation eines Events sein, die Entwicklung eines Product Placement oder Sponsoring Konzeptes oder aber auch die Erarbeitung einer Direktmarketingaktion angefangen von der Zielgruppendefinition über die Gestaltung eines Werbemittels bis zur Analyse des Erfolges.

Lehr-/Lernmethoden:

Diese Veranstaltung ist keine Vorlesung im herkömmlichen Sinne, sondern ein Projekt, in dem theoretisches Wissen in der Praxis angewendet wird. Dabei wird eine in einem Briefing von einem Unternehmen formulierte konkrete Aufgabenstellung in Teamarbeit von den Studierenden erledigt. Hierzu werden schriftliche Arbeiten angefertigt sowie Präsentationen mit PowerPoint Unterstützung erstellt. Die Präsentation erfolgt vor Vertretern der Praxis.

Literatur/Lehrmaterial:

Projektbriefing des Unternehmens sowie auf die Fragestellung bezogene Literatur, die von den Studierenden im Selbststudium zu recherchieren ist.

Besonderes:

Projektarbeit für ein Unternehmen

Modulbeschreibung

Code:	Modulbezeichnung:
VI.1.3.	Public Relations/Journalismus

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module:	Nachgelagerte Module:
keine	keine

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Otte			
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jedes Semest	er
Zulassungsvoraussetzungen: Zulassung zum Hauptstudium	ECTS-Punkte:		sws:

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur, 60 Minuten	60 %
Referat	40 %

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:

Die Lehrveranstaltungen geben einen Überblick über die theoretischen Ansätze und den Prozess der strategischen Planung von Unternehmenskommunikation mit einem Schwerpunkt auf Journalismus und Public Relations. Die Studierenden lernen, wie ein Unternehmen zielgruppengerecht mit den einzelnen Stakeholdern Kunden, Mitarbeiter, Medien, Shareholder und Gesellschaft kommuniziert.

Modulelemente:	Dozent/in:
VI.1.3.1 Unternehmenskommunikation	Prof. Otte
VI.1.3.2 Journalismus	Christoph Dahl
VI.1.3.3 Public Relations	Prof. Otte

Code:	Titel des Modulelements:
VI.1.3.1.	Unternehmenskommunikation

Organisation

Dozent/in: Kraus		Status: Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte: 2	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 45 %	Vor-/Nachbere	itung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 0 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

- Theoretischen Ansätze der Unternehmenskommunikation
- Prozess der strategischen Planung und Optimierung von Unternehmenskommunikation
- Probleme bei der praktischen Umsetzung der Kommunikation
- Interne PR (Stakeholder Mitarbeiter)
- Kunden-PR (Stakeholder Kunden)
- Media Relations (Stakeholder Medien)
- Investor Relations (Stakeholder Kapitalgeber)
- Public Affairs (Stakeholder Gesellschaft)

Vorlesung mit Diskussion ergänzt durch Gastvorträge aus der Praxis

Literatur/Lehrmaterial:

Claudia Mast, Simone Huck, Monika Hubbard: Unternehmenskommunikation. Ein Leitfaden. UTB, Stuttgart; 2. Auflage 2006

Besonderes:

Gastvorträge

Code:	Titel des Modulelements:
VI.1.3.2.	Journalismus

Organisation

Dozent/in: Dahl		Status: Lehrbeauftragter		
ECTS-Punkte:	sws:		Sprache: deutsch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Vorlesung: 30 %	Vor-/Nachbere	itung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 20 %	

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

- Struktur der journalistischen Massenmedien
- Akteure im Kommunikationsfeld Massenmedien
- Aufgaben und Möglichkeiten des Medienkommunikators
- Mittel und Formen der Medienkommunikation

Lehr-/Lernmethoden:

Vorlesung mit Diskussion ergänzt durch Gastvorträge aus der Praxis, Schreiben Zeitungsoder Zeitschriftenartikeln (bewertete Gruppenarbeit)

Literatur/Lehrmaterial:

Stephan Ruß-Mohl: Journalismus. Das Hand- und Lehrbuch. Frankfurter Allgemeine Buch; 2003

Besonderes:

Gastvorträge

Code:	Titel des Modulelements:
VI.1.3.3	Public Relations

Organisation

Dozent/in: Dahl		Status: Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte:	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 30 %	Vor-/Nachbere 50 %	itung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 20 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

- Systematisierung und Grundlagen
- Dualität von Theorie und Praxis
- Systeme und/oder Akteure
- Marketing und/oder Public Relations
- Bedingungen und Folgen öffentlicher Beziehungen

Lehr-/Lernmethoden:

Vorlesung mit Diskussion ergänzt durch Gastvorträge aus der Praxis, Schreiben von Pressemeldungen, Organisation von Pressekonferenzen, etc. (bewertete Gruppenarbeit)

Literatur/Lehrmaterial:

Röttger, Ulrike: Theorien der Public Relations. Grundlagen und Perspektiven der PR-

Forschung 2004

Michael Kunczik: Public Relations. Konzepte und Theorien. Utb; 4. Auflage 2002

Besonderes:

Gastvorträge

Modulbeschreibung

Code:	Modulbezeichnung:
VI.1.4.	Marketing Research

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module:	Nachgelagerte Module:	
-	-	

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Ramme			
Modulart: Wahlpflichtfach Turnus: jährlich nur im WS			
Zulassungsvoraussetzungen: ECTS-Punkte: 2ulassung zum Hauptstudium 8			sws: 6

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Written Exam, 60 minutes	50%
Paper/Presentation	50%

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:

This module is designed as introductory course in marketing research. The students will learn about marketing research from a supplier's and buyer's point of view. In their later career, they may not be the generator of market research - but they will most certainly be a user of market research results. This course will provide the students with the requisite knowledge and skills to either conduct their own market research (primary research) or to competently evaluate the research results of others (secondary research).

Modulelemente:	Dozent/in:	
VI.1.4.1 Basics of Marketing Research	Prof. Dr. Ramme	
VI.1.4.2 Project Marketing Research	DiplÖk. Margret Bägel-Witte	

Code:	Titel des Modulelements:
VI.1.4.1	Basics of Marketing Research

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Ramme		Status: Professorin	
ECTS-Punkte: SWS: 4			Sprache: englisch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 100 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: Vor-/Nachbere 60 %		itung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 15 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

Through this course the students will be exposed to the powers and limitations of empirical research methods. The course provides an introductory knowledge of marketing research including problem definition, research design, sampling, data collection, data analysis with SPSS, write up, and presentation.

Lehr-/Lernmethoden:

Lecture with discussion, short group assignments in order to foster team work activities, guest speakers from companies in order to link theory and practice, guest lectures from our international partner universities to get an international approach to marketing research

Literatur/Lehrmaterial:

- Shao, Alan; Zhou, Kevin: Marketing Research: An Aid to Decision Making, Atomic Dog, 3rd edition, 2006
- McDaniel Jr., Carl, and Roger Gates: Marketing Research Essentials, Wiley, 6th edition, 2007

Besonderes:

Guest speakers from companies and our international partner universities are invited The number of participating students is 25 maximum

Code:	Titel des Modulelements:
VI.1.4.2	Project Marketing Research

Organisation

Dozent/in: DiplÖk. Margret-Bägel-Witte		Status: Lehrbeauftragte	
ECTS-Punkte: 4	sws:		Sprache: englisch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 100 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 25 %	Vor-/Nachbere	itung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 60 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

To fully benefit from a marketing research course, the students have the opportunity to apply concepts, techniques, and skills covered in the classroom to a real world setting. The students will work in teams on a real life case delivered by a company. The steps undertaken in this vein encompass the development of research objectives, use of secondary data, development of qualitative and/or quantitative research, collection of data, data analysis, and conclusions.

Lehr-/Lernmethoden:

Team work on a real life case delivered by a company guided and monitored by the teacher. Output is a presentation and a written report on the findings of the marketing research. The students present the findings in front of the client. The objective of this course is applying marketing research theories to a real life example, supporting the ability to work in a team, and improving presentations skills which are very important in marketing research as in the later career complicated methods of analysis are often communicated to managers who do not have the time to get an in-depth insight into the material.

Literatur/Lehrmaterial:

- Shao, Alan; Zhou, Kevin: Marketing Research: An Aid to Decision Making, Atomic Dog, 3rd edition, 2006
- McDaniel Jr., Carl, and Roger Gates: Marketing Research Essentials, Wiley, 6th edition, 2007
- Briefing material from the company

Besonderes:

The USP of this course is the application of marketing research theory to a real life setting. The number of participating students is 25 maximum.

Depending on the nature of the project (e.g. conducting interviews in Germany) and the objectives and goals of the company the presentations and papers might be delivered in the German language. In that case a good command in the German language would be necessary.

Modulbeschreibung

Code:	Modulbezeichnung:
VI.1.5.	International Marketing Operations

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module: "Comparative Management" highly	Nachgelagerte Module: keine
recommended as pre- or co-requisites	

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Ramme				
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jährlich		
Zulassungsvoraussetzungen: ECTS-Punkte: Zulassung zum Hauptstudium 8			sws:	

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur, 60 Minuten	20%
Referat	80%

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:

The field of international marketing is becoming more and more important. It is constantly being cross-fertilized by perspectives from many different disciplines. This module will provide a comprehensive, lively, contemporary and practical introduction to international marketing and will cover the diversity of global values, popular culture, lifestyles and industries and their role and relationship in formulating marketing strategies in detail.

The global orientation will be accomplished by the academic input from the teachers and by the multicultural nature of the project having students from different cultures who are working together for two intensive weeks. The students will learn how to cope with challenges in the global marketplace, as well as the implications and problems of carrying out business strategies and tactics in different countries.

The objectives of the course are to develop the following skills: working in intercultural teams, working for a real life client, working under time pressure, making presentations, writing academic papers with a practical approach, understanding how a company in a foreign country operates.

Modulelemente:	Dozent/in:
VI.1.5.1 International Marketing Operations	Prof. Dr. Ramme

Code:	Titel des Modulelements:
VI.1.5.1.	International Marketing Operations

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Iris Ramme		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 8	sws:		Sprache: englisch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 200 Stunden	ı, mit der folgen	den Aufteilung:	
Vorlesung: 40 %	Vor-/Nachbere	itung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 35 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

International marketing theories with varying focus depending on the nature of the project.

Lehr-/Lernmethoden:

This class will be carried out as an Intensive Program together with our partner universities and will have a very practical/operational approach. The practical approach can be either achieved

- by collaborating with a business partner who is interested in internationalizing its business and thus working on a real-life marketing case in intercultural teams or
- by working on a marketing simulation game together with students from other countries or
- by working on an international research project or
- by visiting several companies in different countries and analyzing their applications of theories and techniques which will take a multi-national approach to the discussion of global marketing theory.

The focus of this class is applying theory of global marketing combined with hands-on experience with different cultures, companies and countries.

Literatur/Lehrmaterial:

- Masaaki Kotabe, Kristiaan Helsen: Global Marketing Management, John Wiley & Sons Inc: 3rd ed. 2005
- Presentations of the companies and/or case descriptions of the companies

Besonderes:

The practical application with either company visits, marketing simulations or working for a real life company as well as the multi-cultural teams is the USP for this module. If it is not possible e.g. due to financial restrictions to arrange for face-to-face meetings the project will be carried out virtually (web-conferencing, e-mail, Skype, etc.).

The number of participants from our university is restricted to 5 to 15 students depending on the number of international partners involved.

Modulbeschreibung

Code:	Modulbezeichnung:
VI.1.6.	Marketingmanagement

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module:	Nachgelagerte Module:
keine	keine

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Ramme			
Modulart: Turnus: jedes Semester			
Zulassungsvoraussetzungen: Zulassung zum Hauptstudium	ECTS-Punkte: 8		sws:

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur, 60 Minuten	80%
Referat	20%

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:

Das Modul gibt einen umfassenden Überblick über das Marketingmanagement mit Schwerpunkten in Marketingplanung, Konsumentenverhalten und Markenmanagement. Das Modul soll die Studierenden mit den wichtigsten Entscheidungsproblemen, -methoden und - instrumenten im Marketing vertraut machen und sie in die Lage versetzen, Erfolg versprechende Lösungsansätze zu entwickeln und diese argumentativ zu vertreten.

Das Modul besteht aus wissenschaftlich orientierten Vorlesungen mit ergänzenden Vorträgen von Praktikern sowie aus kleineren Fallstudien, die die Studierenden im Rahmen von Hausarbeiten bearbeiten.

Modulelemente:	Dozent/in:
VI.1.6.1 Marketingplanung	DiplÖk. Margret Bägel-Witte
VI.1.6.2 Markenmanagement	DiplBetriebsw. (FH) Michael Keller
VI.1.6.3 Konsumentenverhalten	DiplBetriebsw. (FH) Anke Schramm

Code:	Titel des Modulelements:
VI.1.6.1.	Marketingplanung

Organisation

Dozent/in: DiplÖk. Margret Bägel-Witte		Status: Lehrbeauftragte	
ECTS-Punkte:	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 75 Stunden,	mit der folgende	n Aufteilung:	
Vorlesung: 40 %	Vor-/Nachbereit	tung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 20 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

Der Marketingplan ist das bedeutsamste Steuerungsinstrument im Marketing. Um das Marketing-Mix effizient einzusetzen, müssen das Umfeld und die Ausgangssituation analysiert (Marktforschung) und Strategie und Ziele (Marketingkonzeption) dargelegt werden. Ein Marketingplan stellt alle Informationen zusammen und ist der Fahrplan für die Implementierung des Marketing-Mix. Themen wie Budgetplanung, Mediaplanung, Einsatz von Agenturen gehören ebenso zum Repertoire der Lehrveranstaltung wie Einsatz von SWOT-Analysen oder Entwicklung von Marketingstrategien.

Lehr-/Lernmethoden:

Interaktives Lehrgespräch, Vorträge von Gastreferenten aus der Praxis, umfangreiche praktische Beispiele, Verwendung eines Skriptes (Download im Internet), Übungsaufgaben in Gruppenarbeit in Form von kurzen Fallstudien und anschließender Präsentation zur Förderung der Teamarbeit und der im Marketing sehr wichtigen Fähigkeit, Gedanken und Ideen zu präsentieren

Literatur/Lehrmaterial:

- Jochen Becker: Marketing-Konzeption: Grundlagen des zielstrategischen und operativen Marketing-Managements. Verlag: Vahlen; 8. Auflage 2006.
- Philip Kotler, Kevin Lane Keller: Marketing Management. Verlag: Prentice Hall International; 12. Auflage 2005
- Iris Ramme: Marketing. Verlag: Schäffer-Poeschel, 2. Auflage 2004

Besonderes:

Code:	Titel des Modulelements:
VI.1.6.2.	Markenmanagement

Organisation

Dozent/in: DiplBetriebsw. (FH) Michael Keller		Status: Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte: 2,5	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 62,5 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 45 %	Vor-/Nachbere	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 10 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

Die Marke ist für viele Unternehmen der wichtigste Wertschöpfer. Dies gilt insbesondere bei wachsendem Verdrängungswettbewerb und zunehmend austauschbaren Produkten bei sich gleichzeitig differenzierenden Konsumentenbedürfnissen. Markenmanagement gehört daher zu den strategisch wichtigen Aufgaben im Marketing. Strategien und Techniken zum effektiven und effizienten Markenmanagement stehen im Mittelpunkt dieser Lehrveranstaltung. Dabei werden Themen wie identitätsorientierte Markenführung, Markenevolutionsstrategien, Markenkannibalisierung, persönlichkeitsorientiertes Markenmanagement, Profilierung von Marken mit Sponsoring und Events, Dehnung von Marken, Bildung von Markenallianzen, Führung von Markenportfolios, Markenbewertung und Markencontrolling behandelt. Dabei wird viel Wert auf Praxisbeispiele gelegt.

Lehr-/Lernmethoden:

Interaktives Lehrgespräch, Vorträge von Gastreferenten aus der Praxis, umfangreiche praktische Beispiele, Verwendung eines Skriptes (Download im Internet), Übungsaufgaben in Gruppenarbeit in Form von kurzen Fallstudien und anschließender Präsentation zur Förderung der Teamarbeit und der im Marketing sehr wichtigen Fähigkeit, Gedanken und Ideen zu präsentieren.

Literatur/Lehrmaterial:

- Franz-Rudolf Esch: Strategie und Technik der Markenführung. Verlag: Vahlen 2008.
- Heribert Meffert, Christoph Burmann, Martin Koers: Markenmanagement, Verlag: Gabler;
 2. Auflage 2005.

Besonderes:

Code:	Titel des Modulelements:
VI.1.6.3.	Konsumentenverhalten

Organisation

Dozent/in: DiplBetriebsw. Anke Schramm		Status: Lehrbeauftragte		
ECTS-Punkte: 2,5	sws:		Sprache: deutsch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 62,5 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Vorlesung: Vor-/Nachbere 45 %		eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 10 %	

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

Professionelles Marketing muss die Reaktionen der Zielgruppen berücksichtigen. Dazu ist es erforderlich, Erkenntnisse über menschliches Verhalten zu haben. Diese Lehrveranstaltung ist eine Einführung in die wissenschaftlichen Grundlagen des Verhaltens von Zielpersonen des Marketing, insbesondere in das Verhalten der Verbraucher (Konsumenten). Psychische Determinanten des Konsumentenverhaltens wie aktivierende und kognitive Prozesse sowie Entscheidungsverhalten der Konsumenten sind Bestandteile der Vorlesung. Ferner wird auf Umweltdeterminanten des Konsumentenverhaltens (Erfahrungs- und Medienumwelt der Konsumenten) Bezug genommen. Neben theoretischen Ansätzen wird viel Wert auf die Vermittlung von empirischen Ergebnissen der Konsumentenforschung gelegt.

Lehr-/Lernmethoden:

Interaktives Lehrgespräch, Vorträge von Gastreferenten aus der Praxis, umfangreiche praktische Beispiele, Verwendung eines Skriptes (Download im Internet), Übungsaufgaben in Gruppenarbeit in Form von kurzen Fallstudien und anschließender Präsentation zur Förderung der Teamarbeit und der im Marketing sehr wichtigen Fähigkeit, Gedanken und Ideen zu präsentieren

Literatur/Lehrmaterial:

- Werner Kroeber-Riel, Peter Weinberg: Konsumentenverhalten. Verlag: Vahlen, 8. Auflage 2003.
- Volker Trommsdorff: Konsumentenverhalten. Verlag: Kohlhammer; 6. Auflage 2004

Besonderes:

Modulbeschreibung

Code:	Modulbezeichnung:
VI.5.6.	IHL-6: Industrie- und Handelsmarketing

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module:	Nachgelagerte Module:
Keine	Handelsmanagement

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Lerchenmüller			
Modulart: Turnus: jedes Semester			
Zulassungsvoraussetzungen: Zulassung zum Hauptstudium	ECTS-Punkte: 8		sws:

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur, 60 Minuten	70 %
Referat	30 %

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:

- Vermittlung der Grundlagen des Industrie- und Handelsmarketing
- Überblick über das Marketing von Industrie- und Handelsunternehmen
- Verständnis der Konflikte zwischen Hersteller- und Handelsmarketing
- Einblick in die Entwicklung von Marketingnetzwerken zwischen Industrie und Handel
- Fähigkeit zur Ableitung kooperativer Formen des Marketing durch Industrieunternehmen und Handelsunternehmen
- Verständnis der Entwicklung von Betriebsformen im Handel und ihrer Bedeutung als Absatzwege für Hersteller
- Überblick über Formen und Besonderheiten des Investitionsgütermarketing im Vergleich zum Konsumgütermarketing

Modulelemente:	Dozent/in:
Grundlagen des Industrie- und Handelsmarketing	Lerchenmüller
Netzwerkmarketing	Lerchenmüller
Investitionsgütermarketing	Pfander

Code:	Titel des Modulelements:
VI.5.6.1.	Grundlagen des Industrie- und Handelsmarketing

Organisation

Dozent/in: Lerchenmüller		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 3	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte (3) x 25 = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: Vor-/Nachberg 50 % 20 %		eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 30 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

- Marketing von Industrieunternehmen
- Marketing von Handelsunternehmen
- Analytisches und aktionsorientiertes Marketing
- Beschaffungs- und Absatzmarketing
- Ziele und Strategien des Hersteller- und des Handels-Marketing
- Instrumente im Hersteller- und im Handelsmarketing
- Phasen und Organisation des Marketing
- Begriffe der Betriebsform und der Vertriebsschiene
- Bedeutung von Betriebsformen im Handel
- Informationsbeschaffung für Betriebsformenentwicklung
- Methodik der Entwicklung und Variation von Betriebsformen

Lehr-/Lernmethoden:

Zur Herstellung einer Wissensbasis werden im Vorlesungsstil insbesondere die Ziele, Strategien und Instrumente des Hersteller- sowie des Handelsmarketing vermittelt. Die Studierenden werden mittels interaktiver Lehrgespräche in den Lernprozess eingebunden. Zur Erhöhung des Anwendungsbezugs werden die theoretischen Inhalte durch praktische Beispiele veranschaulicht. Vorlesungsbegleitend soll seitens der Studierenden die einschlägige Grundlagenliteratur erschlossen werden.

Als Spezialthematik wird auf die Betriebsformenentwicklung im Handel eingegangen, da die Betriebsformen als Absatzwege der Hersteller auch für diese von besonderer Bedeutung sind. Die Lerninhalte werden zur Schaffung einer ausreichenden Wissensbasis zunächst im Vorlesungsstil dargelegt. Darauf aufbauend erarbeiten die Studierenden in Gruppenarbeit eine Fallstudie zur Betriebsformenentwicklung. Die Ergebnisse werden vor dem Plenum präsentiert und in diesem diskutiert. Durch Einbezug weiterer Case Studies aus der Praxis wird verdeutlicht, mit welchen Methoden verschiedene Handelsunternehmen die Aufgabe der Betriebsformenentwicklung angehen und welche konkreten Betriebsformen daraus resultieren.

Literatur/Lehrmaterial:

Zum Herstellermarketing: Kotler; Nieschlag/Dichtl/Hörschgen; Meffert; Weis, Marketing, jeweils neueste Auflagen

Zum Handelsmarketing: Hansen; Müller-Hagedorn; Theis, jeweils neueste Auflagen Zur Betriebsformenentwicklung: Brauer, W., Die Betriebsformen im stationären Einzelhandel als Marke, München 1996

Unterlagen aus Handelsunternehmen

Einschlägige Fachzeitschriften

Besonderes:

Fallweise Vorträge von Gastreferenten/innen

Empirische Kurzstudien zu Betriebsformen in der Handelspraxis durch die Teilnehmer/innen Exkursionen

Code:	Titel des Modulelements:
VI.5.6.2.	Netzwerkmarketing

Organisation

Dozent/in: Lerchenmüller		Status: Professor	
ECTS-Punkte:	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte (3) x 25 = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: Vor-/Nachbereitung/Sel 20 %		eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 30 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

- Franchising als Kooperationskonzept im Handel
- Prinzip und funktionale Struktur des Franchising
- Marketing in Franchisesystemen
- Organisation in Franchisesystemen
- Controlling in Franchisesystemen
- Bewertung von Franchisesystemen
- Ziele/Interessen der Industrieunternehmen bei der Marketinggestaltung
- Ziele/Interessen der Handelsunternehmen bei der Marketinggestaltung
- Konflikte zwischen Industrie und Handel bei den marketingpolitischen Instrumenten.
- Kooperative Ziele/Interessen von Industrie und Handel bei der Marketinggestaltung
- Kooperationen in der Leistungssubstanzpolitik (Kooperative Produktentwicklung, Category Management)
- Kooperationen in der Transferleistungspolitik (Space Management)
- Kooperationen in der Entgeltpolitik
- Kooperationen in der Kommunikationspolitik (Cooperative Promotion)
- Kooperationen beim Marketing Mix

Lehr-/Lernmethoden:

Grundlagen zu Franchisesystemen werden im Vorlesungsstil vermittelt. Beispiele aus der Praxis stellen die Anwendungsorientierung sicher. Teils als Vorbereitung auf Präsenzveranstaltungen, teils innerhalb dieser ist von den Studierenden im Rahmen einer Fallstudie ein Konzept für ein Franchisehandbuch zu erarbeiten. Die Ergebnisse der Kleingruppen werden von diesen präsentiert, im Plenum diskutiert und seitens des Lehrenden im Hinblick auf ihre Realitätsnähe bewertet.

Auf der Basis der Vorlesung "Hersteller- und Handelsmarketing" erarbeiten die Studierenden zur Erhöhung der Teamfähigkeit in Kleingruppen die Konflikte, welche wegen unterschiedlicher Ziele zwischen den Marketingkonzepten von Herstellern und Handelsunternehmen auftreten können. Dazu nutzen die Studierenden neben der Literatur vor allem Homepages und Geschäftsberichte von Produktions- und Handelsunternehmen. Die Gruppenergebnisse werden vor dem Plenum präsentiert. Durch vom Lehrenden angebotene Beispiele aus der Praxis werden die erkannten Konfliktgefahren anwendungsnah operationalisiert.

Anhand der Literatur sowie veröffentlichter Praxisbeispiele stellen die Studierenden in Gruppenarbeit mögliche Kooperationen zusammen, durch welche die Konflikte zwischen Hersteller- und Handelsmarketing überwunden werden können. Zur Verbesserung der Vortragstechnik präsentieren die Gruppen ihre Ergebnisse vor dem Plenum. Der Lehrende kommentiert die Resultate und liefert ergänzende Case studies. In Gastvorträgen werden realisierte Kooperationen vorgestellt, die vom Lehrenden in den Zusammenhang der Kooperationstheorie eingeordnet werden. Dabei wird vor allem auf aktuelle kooperative Konzepte wie Category Management, Space Management und Cooperative Product Introduction/Promotion eingegangen.

Literatur/Lehrmaterial:

Laurent, M., Vertikale Kooperationen zwischen Industrie und Handel, Frankfurt 1996 Schmickler/Rudolph, Erfolgreiche ECR-Kooperationen. Vertikales Marketing zwischen Industrie und Handel, Neuwied 2002

Steffenhagen, Konflikt und Kooperation in Absatzkanälen

Aktuelle Fallstudien der Akademischen Partnerschaft ECR Deutschland zu erfolgreichen Marketingkooperationen zwischen Industrie und Handel

Auswertung der Marketingaktivitäten von Herstellern und Handelsunternehmen anhand von Homepages und Geschäftsberichten

Besonderes:

Fallweise Vorträge von Gastreferenten/innen

Exkursionen

Diskussionsveranstaltungen mit kooperierenden Unternehmen aus dem Industrie- und Handelssektor

Code:	Titel des Modulelements:
VI.5.6.3.	Investitionsgütermarketing

Organisation

Dozent/in: Pfander		Status: Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte: 2	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte (2) x 25 = 50 Stund	en, mit der folg	genden Aufteilung:	
Vorlesung: 60 %	Vor-/Nachbere	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 20 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

Marketing von Unternehmen der Investitionsgüterindustrie

hierbei insbesondere Fokus auf:

- Ausgestaltung und Gewichtung des Marketingsmix unter Berücksichtigung der Besonderheiten der Capital Goods in der Abgrenzung zum Konsumgütermarketing
- Schwerpunkte der praktischen Marketingaktivitäten
- Begriffe des Investitionsgütermarketing
- Instrumente des Investitionsgütermarketing
- Strategie-Alternativen der Hersteller in der Investitionsgüterindustrie
- Besonderheiten im Käuferverhalten
- Schwerpunkte im Beschaffungsverhalten für Capital Goods in Abhängigkeit von der Unternehmensform der beschaffenden Unternehmen
- Besondere Fragen der Produktpolitik
- Besondere Fragen der Entgeltpolitik
- Besondere Fragen der Distributionspolitik
- Besondere Fragen der Kommunikationspolitik

Lehr-/Lernmethoden:

Unter starker Einbeziehung des Praxisbezuges werden relevante Themen im Wesentlichen im interaktiven Vorlesungsstil erarbeitet.

Ergänzend sind Einzel- oder Gruppenarbeiten möglich, die je nach Themenstellung im Plenum besprochen werden können.

Literatur/Lehrmaterial:

- Skript
- Godefroid: Business-to-Business-Marketing
- Backhaus: Investitionsgütermarketing
- Nieschlag/Dichtl/Hörschgen: Marketing

jeweils neueste Auflagen

Besonderes:

Sehr ausgeprägter Praxisbezug der Vorlesung

In der Regel wird zur Mitte des Semesters eine Exkursion zu einem Unternehmen der Investitionsgüterindustrie angeboten.

Modulbeschreibung

Code:	Modulbezeichnung:
VI.2.1.	UF 1 Personalmanagement

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module:	Nachgelagerte Module: UF 2
	01 2

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Cyrus Achouri			
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jedes Semester	
Zulassungsvoraussetzungen: ECTS-Punkte: 8			sws: 6

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur 90 min.	100 %

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:

Die grundlegenden theoretischen Inhalte und Lösungsmodelle werden durch Vortrag eingeführt, ergänzt und vertieft um zahlreiche praktische Anwendungen und Fallbeispiele, deren Diskussion in Kleingruppen und im Plenum eine Überprüfung des Lernerfolges (Fachund Methodenkompetenz) ermöglicht.

Modulelemente:	Dozent/in:
VI.2.1.1 Personalcontrolling, Personalentwicklung, Personalführung	Prof. Dr. Cyrus Achouri

Code:	Titel des Modulelements:
VI.2.1.1.	Personalentwicklung, Personalcontrolling, Personalführung

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Cyrus Achouri		Status: Professor	
ECTS-Punkte:	sws : 6		Sprache: deutsch
Workload: 8 ECTS-Punkte x 25 = 200 Stunde	en, mit der folge	enden Aufteilung:	
Vorlesung: 50 %	Vor-/Nachbere	itung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit: 30 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

- A) Personalentwicklung/Performance Management/Personalcontrolling
 - 1. Performance Management Prozess
 - a. Mitarbeitergespräch
 - b. Aufwärtsbeurteilung
 - c. Balanced Score Card (als Instrument im Personalcontrolling)
 - i. Kennzahlenableitung für HR
 - 2. Feedback als Instrument der Personalentwicklung
 - 3. Coaching als Instrument der Personalentwicklung
 - a. Qualitätskriterien und Prozessphasen
 - b. Zertifizierung und Evaluation
 - c. Beratungsansätze für Coaching (PA, TA, Sys, NLP)
- B) Personalführung
 - 1. Führung und Ethik
 - a. Individuelle Werte (Religion, Ethik, Moral)
 - b. Unternehmenswerte
 - c. Gesellschaftswerte (Demographie, Teilzeit, Empowerment)
 - 2. Mitarbeitermotivation
 - 3. Menschenbilder (Taylor/Maslow/McGregor/Schein)
 - 4. Führungsstile (Tannenbaum/Hersey/Blake/Reddin/House)
 - 5. Führungstechniken
 - a. MbE
 - b. MbD
 - c. MbO
 - d. Zielvereinbarungsprozess
 - 6. Systemische Führung
 - 7. (Die ersten 100 Tage der Führung)
 - 8. (Managementpräsentationen)

Lehr-/Lernmethoden:

Die grundlegenden theoretischen Inhalte und Lösungsmodelle werden durch Vortrag eingeführt, ergänzt und vertieft um zahlreiche praktische Anwendungen und Fallbeispiele, deren Diskussion in Kleingruppen und im Plenum eine Überprüfung des Lernerfolges (Fachund Methodenkompetenz) ermöglicht.

Literatur/Lehrmaterial:

Vorlesungsbegleitend:

• Cyrus Achouri: Systemic Leadership. Oldenbourg, 2009

Vorausgesetztes Grundwissen:

• Cyrus Achouri: Recruiting und Placement. Methoden und Instrumente der

Personalauswahl und -platzierung. Wiesbaden, Gabler 2007

Zusätzlich zur Vertiefung:

Personalentwicklung:

• Michael Krämer: Grundlagen und Praxis der Personalentwicklung. UTB, 2007

Personalführung:

- Jürgen Weibler, Personalführung, Vahlen, 2001
- Fredmund Malik: Führen, Leisten, Leben. Campus, 2006

Überblick:

Christian Scholz: Personalmanagement. Vahlen, 2000

Modulbeschreibung

Code:	Modulbezeichnung:
VI.2.2.	UF 2 Internationales Personalmanagement

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module:	Nachgelagerte Module:
UF 1	

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Cyrus Achouri			
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jedes Semester	
Zulassungsvoraussetzungen: ECTS-Punkte: 8			sws:

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur 90 min.	70% Interkulturelles Management, 30%
	Unternehmenskultur

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:

Es wird dringend empfohlen, das Modul UF1 vorher besucht zu haben. Das Modul UF2 kann ggf. in englischer Sprache gehalten werden, ebenso werden englische Fallstudien in den Gruppenarbeiten verwendet.

Die grundlegenden theoretischen Inhalte und Lösungsmodelle werden durch Vortrag eingeführt, ergänzt und vertieft um zahlreiche praktische Anwendungen und Fallbeispiele, deren Diskussion in Kleingruppen und im Plenum eine Überprüfung des Lernerfolges (Fachund Methodenkompetenz) ermöglicht.

Modulelemente:	Dozent/in:
VI 2.2.1: Interkulturelles Personalmanagement	Prof. Dr. Cyrus Achouri
VI.2.2.2: Unternehmenskultur, Wissens- und Skillmanagement	Prof. Jörg. Mildenberger

Code:	Titel des Modulelements:
VI. 2.2.1.	Interkulturelles Personalmanagement

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Cyrus Achouri		Status: Professor	
ECTS-Punkte:	sws:		Sprache: deutsch oder englisch
Workload: 6 ECTS-Punkte x 25 = 150 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		genden Aufteilung:	
Vorlesung: 40 %	Vor-/Nachber	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 30 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

Das Modul soll die Studierenden in die Lage versetzen, das erlernte Grundwissen im Human Resources Management (insbesondere aus dem Modul "Unternehmensführung 1" (UF1)) auf Herausforderungen anzuwenden, wie sie eine globalisierte Wirtschaftswelt mit international tätigen Unternehmen stellt. Durch Fallstudien und Präsentationen werden die Studierenden an die selbständige Erarbeitung von Lösungsstrategien herangeführt. Thematische Inhalte sind unter anderem:

- Adaption von Führungsstilen und Führungstechniken auf internationales Umfeld, Erarbeitung von Führungsstrategien unter Berücksichtigung von Unternehmensund Landeskulturen
- Kultur, Entscheidungs- und Internationalisierungsstrategien
- Strategische Leitbilder für Manager
- Einführung in anthropologische Grundlagen, Culture Bound/ Culture Free Theory
- Verständnis für kulturelle Unterschiede anhand verschiedener Kulturdimensionsmodelle
- Entwicklungsmodelle im internationalen Management
- Unternehmenskultur und -verhalten

Lehr-/Lernmethoden:

Die grundlegenden theoretischen Inhalte und Lösungsmodelle werden durch Vortrag eingeführt, ergänzt und vertieft um zahlreiche praktische Anwendungen und Fallbeispiele, deren Diskussion in Kleingruppen und im Plenum eine Überprüfung des Lernerfolges (Fachund Methodenkompetenz) ermöglicht.

Literatur/Lehrmaterial:

Achouri, C.: Systemic Leadership. Oldenbourg, 2009

Hofstede, G.: Lokales Denken, Globales Handeln. DTV, 2006

Bergemann, N./Sourisseaux, A. (Hrsg.): Interkulturelles Management. Springer, 2002 Cyrus Achouri, Modern Systemic Leadership, Publicis/Wiley, 2010

Code:	Titel des Modulelements:
VI.2.2.2.	Unternehmenskultur, Wissens- und Skillmanagement

Organisation

Dozent/in: Prof. Jörg Mildenberger		Status: Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte: 2	sws:		Sprache: deutsch
Workload: 2 ECTS-Punkte x 25 = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: Ca. 45 %	Ca. 45 % (eitung/Selbststudium: Einzelrecherchen punktfindung)	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit Ca. 10% (Gruppenarbeit ist Vorlesungsbestandteil)

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

- Unternehmenskultur: Begriff, Wesen, Ebenen, Ausprägungen, Messbarkeit, Beeinflussbarkeit
- Einführung in Wissensmanagement: Begriff, Wesen, Kommunikative und technische Ansätze, Interkulturelle Unterschiede, Möglichkeiten und erfolgreiche Ansätze
- Skillmanagement: Ansatz der Intangible assets, strategiegeleitete Wissensbilanz, Skillinventorys, Prozess einer skillbasierten Personalentwicklung
- Verständnis für die Verbindung o. g. Vorlesungsinhalte untereinander und mit den weiteren Bausteinen der Unternehmensführung / Managementlehre herstellen/vertiefen.
- Reflektion von diversen Ansätzen zu einer bewussten Kulturveränderung

Lehr-/Lernmethoden:

Auf der Basis eines Lehrskriptes werden die grundlegenden Inhalte in Form eines interaktiven Lehrgesprächs erarbeitet. Das Verständnis wird durch die Bearbeitung und Diskussion zahlreicher Fallbeispiele und Praxisfälle vertieft, bei denen auch PC-gestützte Simulationen zum Einsatz kommen. Eine nachhaltige Sicherung des Lernerfolges wird durch den Einsatz von Kleingruppenarbeiten angestrebt, die eigenständige Recherchen und die Präsentation der Ergebnisse im Plenum umfassen.

Literatur/Lehrmaterial

- Generell gilt das Vorlesungsskript als Grundgerüst der Vorlesung
- Wikipedia und Dokumentation eigener Recherchen über Google und Fachinformationsdienste
- Vertiefende Lektüre zu Unternehmenskultur:
 - Edgar H. Schein (1995) Unternehmenskultur, Ein Handbuch für Führungskräfte;
 Frankfurt a. Main, New York, Campus Verlag
 - Sonja Sackmann (2002) Unternehmenskultur, Erkennen, Entwickeln, Verändern;
 Neuwied Kriftel, Luchterhand Verlag
 - Klaus Doppler & Christoph Lauterburg (2000) Change Management, Den Unternehmenswandel gestalten; Frankfurt a. Main, Campus Verlag
- Vertiefende Lektüre zu Wissensmanagement:
 - Karl Eric Sveiby (1997) The new Organizational Wealth: Managing and Measuring

Intangible Assets, San Francisco, Berret-Koehler Verlag

 Vertiefende Lektüre zu Skillmanagement:
 G. Probst, S.Raub, K. Romhardt (1997) Wissen managen - wie Unternehmen ihre wertvollste Ressource optimal nutzen, Wiesbaden, Gabler Verlag

Modulbeschreibung

Code:	Modulbezeichnung:
VI.2.3.	Projektmanagement, Organisation& Organizational Behavior

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module:	Nachgelagerte Module:
Strategisches Management (IV.4.1.)	keine

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Jürgen Bruck			
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jedes Semester	
Zulassungsvoraussetzungen: keine	<u> </u>		sws:

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur, 120 min	100 %

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:

Das Modul vermittelt zentrales Know-how in drei wichtigen Feldern der Unternehmensführung: Organisation, Organizational Behavior und Projektmanagement. Es soll die Teilnehmer in die Lage versetzen, das diesbezügliche Know-how nicht nur zu internalisieren, sondern im späteren betrieblichen Kontext auch problemorientiert einzusetzen.

Durch die Verbindung der Themengebiete Organisation/Projektmanagement auf der einen Seite und Organizational Behavior (Verhalten in Organisationen) auf der anderen Seite wird bewusst eine Verbindung zwischen den sog. "harten" und "weichen" Erfolgsfaktoren eines Unternehmens hergestellt. Das Modul soll – neben der Vermittlung der spezifischen Fachkenntnisse – das Verständnis dafür fördern, dass es sich bei der Beschäftigung mit organisatorischen Strukturen und dem Verhalten von Menschen in Organisationen um zwei Seiten einer Medaille handelt und dass nachhaltiger unternehmerischer Erfolg nur durch die gleichzeitige Befassung mit beiden Aspekten möglich ist.

Modulelemente:	Dozent/in:
VI.2.3.1. Organisation und Organizational Behavior	Prof. Dr. Jürgen Bruck
VI.2.3.2. Grundlagen und Techniken des Projektmanagements	Prof. Dr. Bernt Högsdal

Code:	Titel des Modulelements:
VI.2.3.1.	Organisation und Organizational Behavior

Organisation

Dozent/in: Dr. Jürgen Bruck		Status: Professor					
ECTS-Punkte: 4	sws:		Sprache: deutsch				
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 100 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:							
Vor-/Nachberg Ca. 40 % Ca. 60 %		eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit Ca. 5% (Vorlesungsbestandteil)				

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

- Verständnis für die Verbindung der Vorlesungsinhalte mit den weiteren Bausteinen der Unternehmensführung / Managementlehre vertiefen.
- Verständnis dafür vertiefen, dass die Themenfelder der Strukturierung von Unternehmen (Organisation) und der Beschäftigung mit dem Verhalten von Menschen in diesen Organisationen (Organizational Behavior) enge Interdependenzen aufweisen und daher – entgegen häufiger Praxis - zusammen behandelt werden müssen.
- Organisationslehre:
 - o Organisationstheorien und ihre Bedeutung für die Organisationsgestaltung
 - o Bausteine der Organisation als Grundlagen der Gestaltung
 - Klassische Organisationskonzepte
 - Neuere Organisationskonzepte (Prozess-, Teamorganisation, Kooperationen, Lean Management, Iernenden Organisation)
 - Organisationswandel
- Organizational Behavior:
 - o Individualebene (u.a. Fähigkeiten und Lernen, Werte und Einstellungen, Wahrnehmung, Emotionen, Motivation; Erfassung der Gesamtpersönlichkeit)
 - Gruppenebene: Arbeitsverhalten in Arbeitsgruppen (u.a. Rahmenbedingungen, Gruppenentstehung, Ressourcen der Gruppenmitglieder, Gruppenstruktur, Gruppenprozesse inkl. Konflikten und Verhandlungen)

Lehr-/Lernmethoden:

Auf Basis eines *Skriptes*, welches immer wieder Raum für offene *Diskussionen* lässt, werden die zentralen Lernziele situationsgerecht entweder durch Vortrag oder, was die Regel darstellt, in Form eines *interaktiven Lehrgesprächs* erarbeitet. Hierdurch erhält der Dozent eine *Rückkopplung über den erzielten Lernerfolg*. Durch gezieltes *Durchbrechen der tradierten Grenze zwischen harten und weichen Erfolgsfaktoren* werden die Studierenden bewusst zum *Hinterfragen bestehender Denkmuster* angeregt. Die Inhalte werden durch eine Vielzahl von *praktischen Beispielen* angereichert, Fallstudien werden in der Gruppe diskutiert, um das Verständnis für die praktische Relevanz der Inhalte zu vertiefen.

Literatur/Lehrmaterial:

- Vorlesungsskript ("Grundgerüst" der Vorlesung)
- Jung, Rüdiger; Bruck, Jürgen; Quarg, Sabine: Allgemeine Managementlehre Lehrbuch für die angewandte Unternehmens- und Personalführung, 2. Aufl., Berlin 2007, S. 358 ff.
- Stephen P. Robbins: Organisation der Unternehmung (engl.: Organizational Behavior), 9. Aufl., Pearson Education Deutschland, München 2001
- Wolfgang Staehle: Management, 8. Auflage, Vahlen, München 1999, S. 149 ff.

Bes	on	dei	es:

Code:	Titel des Modulelements:
VI.2.3.2.	Projektmanagement

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Bernt Högsdal		Status: Lehrbeauftragter					
ECTS-Punkte: 4	sws : 3		Sprache: deutsch				
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 100 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:							
Vorlesung: Ca. 40 % Vor-/Nachbe Ca. 60 %		eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit Ca. 20 % (Vorlesungsbestandteil)				

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

- Einführung und Grundlagen des Projektmanagements
- Projektstrukturpläne
- Lastenhefte/Pflichtenhefte
- Methoden der Zeitplanung
- Kosten- und Finanzplanung, Risikoanalyse
- Projektsteuerung und Projekt-Controlling
- Zusammenarbeit im und am Projekt
- Durchgehende Fallstudie "Rocket Star"

Lehr-/Lernmethoden:

Die grundlegenden Inhalte werden zunächst jeweils in Vortragsform eingeführt und durch Fallbeispiele vertieft. Deren Diskussion gibt dem Dozenten Hinweise auf etwaige Verständnisprobleme bei den Studierenden. Als zentrales Element zur Absicherung eines nachhaltigen Lernerfolges kommen verschiedene Kleingruppenarbeiten zur Anwendung, die in der Bearbeitung einer Projektarbeit, der EDV-gestützten Fallstudie "Rocket Star", münden (Simulationsmodell "TOPSIM - Project Management").

Literatur/Lehrmaterial:

- Vorlesungsskript "Grundlagen und Methoden des Projektmanagements"
- Teilnehmerhandbuch des Planspiels "TOPSIM Project Management"

Besonderes:

- Vorlesung wird als Blockveranstaltung durchgeführt.
- Bestandteil der Vorlesung ist die EDV-gestützte Simulation eines Projektes in Gruppen.

Code:	Modulbezeichnung:
VI. 2.4.	Strategisches Controlling

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module:	Nachgelagerte Module:
Controlling	keine

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Thomas Barth			
Modulart: Pflichtfach		Turnus: jedes Semeste	ər
Zulassungsvoraussetzungen: keine	ECTS-Punkte:		sws:

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur, 60 Min	70 %
Referat	30 %

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:

Die Einbettung des strategischen Denkens in das Controlling-System ist Gegenstand des Moduls "Strategisches Controlling". Dabei werden Controllinginstrumente vorgestellt, die eine strategische Steuerung des Unternehmens ermöglichen. Die strategische Steuerung des Unternehmens ist zukunfts- und risikoorientiert ausgerichtet. Die Herausforderungen des dynamischen Wettbewerbs der Unternehmen im Globalisierungszeitalter, spektakuläre Unternehmenskrisen und gesetzliche Anforderungen machen eine strategische Unternehmensführung zur Sicherstellung des längerfristigen Unternehmenserfolgs notwendig. Praxisrelevante und aktuelle Beispiele werden fortlaufend integriert. Durch die Anwendung der erlernten Instrumente in den Fallstudien soll eine Reflektion und Vertiefung und Verdeutlichung der Inhalte stattfinden.

Des Weiteren erhalten die Studierenden vertiefte Einblicke in das wertorientierte Controlling. Hierbei werden insbesondere der Unternehmenswert, die verschiedenen Techniken der wertorientierten Unternehmensführung sowie aktuelle Steuerungs- und Anreizsysteme diskutiert und anhand von Praxisbeispielen vertieft. Das Thema Wertsteigerungsmanagement und die Möglichkeiten der betrieblichen Umsetzung runden das Thema wertorientiertes Controlling ab.

Modulelemente:	Dozent/in:
VI.3.2.1. (entspricht VI.2.4.1):	Dr. Steffen Scheurer
Strategische Controllinginstrumente	
VI.3.2.2. (entspricht VI.2.4.2):	Dr. Steffen Scheurer
Referat Strategisches Controlling	

Code:	Titel des Modulelements:
VI. 2.4.1.	Strategische Controllinginstrumente

Organisation

Dozent/in: Dr. Steffen Scheurer		Status: Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte:	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 150 Stunden	, mit der folgen	den Aufteilung:	
Vorlesung: Ca. 40 %	Vor-/Nachbere	itung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit Ca.30 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

- Grundlagen des strategischen Controlling
- Unternehmens- und Umfeldanalyse
- Steuerung von Strategien
- Wertorientiertes Controlling
- Strategische Kontrolle
- Strategische Frühaufklärung
- Performance Measurement
- Strategisches Controlling und Strategische Unternehmensführung

Lehr-/Lernmethoden:

Auf Basis eines Vorlesungsskriptes werden die Lerninhalte zunächst in Vortragsform, meist als interaktives Lehrgespräch, erarbeitet. Durch den gezielten Einsatz praktischer Beispiele und Fallbeispiele wird das Verständnis für die praktische Relevanz der Lerninhalte gefördert, im Rahmen der damit verbundenen Diskussion kann der Lernerfolg überprüft werden, was auch ein ggf. notwendiges "Nachjustieren" umfasst. Die Nachhaltigkeit des Lernerfolgs wird durch die Bearbeitung von Fallstudien in Gruppen (außerhalb der Vorlesung) verstärkt. Die Ergebnisse und Lösungen dieser Gruppenarbeit werden im Plenum vorgestellt und diskutiert.

Literatur/Lehrmaterial:

- Vorlesungsskript ("Grundgerüst" der Vorlesung)
- Bea, F.X.; Scheurer, S.; Hesselmann, S,: Projektmanagement, Stuttgart 2008:
- Baum, Georg; Coenenberg, Adolf; Günther, Thomas: Strategisches Controlling,
 3. Auflage, Stuttgart 2004
- Schneider, Dietram: Unternehmensführung und strategisches Controlling, 4. Auflage, Darmstadt 2005

Besonderes:

Code:	Titel des Modulelements:
VI.2.4.2.	Referat Strategisches Controlling

Organisation

		Status: Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte: 2	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: Vor-/Nachbere 20 %		itung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 80 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

Erstellung einer Seminararbeit und Durchführung einer Präsentation zu aktuellen Themen aus dem strategischen Controlling. Die Themen der Referate werden jeweils zu Beginn des Semesters ausgegeben.

Lehr-/Lernmethoden:

Die Veranstaltung wird durch Referate der Studierenden abgehalten. Die Referate bauen inhaltlich aufeinander auf und decken das Lehrgebiet ab. Darüber hinaus werden vom Dozenten theoretische Grundlagen und Praxisbeispiele zum besseren Verständnis ergänzt.

Literatur/Lehrmaterial:

• In Abhängigkeit von den jeweils ausgegebenen Themen werden zu Semesterbeginn auch die wichtigsten Literaturquellen benannt.

Besonderes:

Code:	Modulbezeichnung:
VI.2.	UF 2 Operative Managementsysteme und Personalentwicklung

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module:	Nachgelagerte Module:
UF 1 dringend als Vorwissen empfohlen!	

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Cyrus Achouri			
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jedes Semester	
Zulassungsvoraussetzungen: ECTS-Punkte: 8			sws:

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur 90 min.	70% Interkulturelles Management, 30%
	Unternehmenskultur

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:

Es wird dringend empfohlen, zur erfolgreichen Teilnahme am Modul UF 2 vorher Modul UF 1 besucht zu haben, da die Kenntnisse darauf aufbauen und sonst keine sinnvolle Teilnahme möglich ist! Das Modul UF2 kann ggf. in englischer Sprache gehalten werden, ebenso werden englische Fallstudien in den Gruppenarbeiten verwendet.

Die grundlegenden theoretischen Inhalte und Lösungsmodelle werden durch Vortrag eingeführt, ergänzt und vertieft um zahlreiche praktische Anwendungen und Fallbeispiele, deren Diskussion in Kleingruppen und im Plenum eine Überprüfung des Lernerfolges (Fachund Methodenkompetenz) ermöglicht.

Modulelemente:	Dozent/in:
VI 2.2.1: Interkulturelles Personalmanagement	Prof. Dr. Cyrus Achouri
VI.2.2.2: Unternehmenskultur, Wissens- und Skillmanagement	Prof. Jörg. Mildenberger

Code:	Titel des Modulelements:
VI. 2.2.1.	Interkulturelles Personalmanagement

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Cyrus Achouri		Status: Professor	
ECTS-Punkte:	sws:		Sprache: deutsch oder englisch
Workload: 6 ECTS-Punkte x 25 = 150 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 40 %	Vor-/Nachbere	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 30 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

Das Modul soll die Studierenden in die Lage versetzen, das erlernte Grundwissen im Human Resources Management (insbesondere aus dem Modul "Unternehmensführung 1" (UF1)) auf Herausforderungen anzuwenden, wie sie eine globalisierte Wirtschaftswelt mit international tätigen Unternehmen stellt. Durch Fallstudien und Präsentationen werden die Studierenden an die selbständige Erarbeitung von Lösungsstrategien herangeführt. Thematische Inhalte sind unter anderem:

- Adaption von Führungsstilen und Führungstechniken auf internationales Umfeld, Erarbeitung von Führungsstrategien unter Berücksichtigung von Unternehmensund Landeskulturen
- Kultur, Entscheidungs- und Internationalisierungsstrategien
- Strategische Leitbilder für Manager
- Einführung in anthropologische Grundlagen, Culture Bound/ Culture Free Theory
- Verständnis für kulturelle Unterschiede anhand verschiedener Kulturdimensionsmodelle
- Entwicklungsmodelle im internationalen Management
- Unternehmenskultur und –verhalten

Lehr-/Lernmethoden:

Die grundlegenden theoretischen Inhalte und Lösungsmodelle werden durch Vortrag eingeführt, ergänzt und vertieft um zahlreiche praktische Anwendungen und Fallbeispiele, deren Diskussion in Kleingruppen und im Plenum eine Überprüfung des Lernerfolges (Fachund Methodenkompetenz) ermöglicht.

Literatur/Lehrmaterial:

Achouri, C.: Systemic Leadership. Oldenbourg, 2009

Hofstede, G.: Lokales Denken, Globales Handeln. DTV, 2006

Bergemann, N./Sourisseaux, A. (Hrsg.): Interkulturelles Management. Springer, 2002

Code:	Titel des Modulelements:
VI.2.2.2.	Unternehmenskultur, Wissens- und Skillmanagement

Organisation

Dozent/in: Prof. Jörg Mildenberger		Status: Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte: 2	sws:		Sprache: deutsch
Workload: 2 ECTS-Punkte x 25 = 50 Stunde	e∩, mit der folge	enden Aufteilung:	
Vorlesung: Ca. 45 %	Ca. 45 % (eitung/Selbststudium: Einzelrecherchen punktfindung)	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit Ca. 10% (Gruppenarbeit ist Vorlesungsbestandteil)

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

- Unternehmenskultur: Begriff, Wesen, Ebenen, Ausprägungen, Messbarkeit, Beeinflussbarkeit
- Einführung in Wissensmanagement: Begriff, Wesen, Kommunikative und technische Ansätze, Interkulturelle Unterschiede, Möglichkeiten und erfolgreiche Ansätze
- Skillmanagement: Ansatz der Intangible assets, strategiegeleitete Wissensbilanz, Skillinventorys, Prozess einer skillbasierten Personalentwicklung
- Verständnis für die Verbindung o. g. Vorlesungsinhalte untereinander und mit den weiteren Bausteinen der Unternehmensführung / Managementlehre herstellen/vertiefen.
- Reflektion von diversen Ansätzen zu einer bewussten Kulturveränderung

Lehr-/Lernmethoden:

Auf der Basis eines Lehrskriptes werden die grundlegenden Inhalte in Form eines interaktiven Lehrgesprächs erarbeitet. Das Verständnis wird durch die Bearbeitung und Diskussion zahlreicher Fallbeispiele und Praxisfälle vertieft, bei denen auch PC-gestützte Simulationen zum Einsatz kommen. Eine nachhaltige Sicherung des Lernerfolges wird durch den Einsatz von Kleingruppenarbeiten angestrebt, die eigenständige Recherchen und die Präsentation der Ergebnisse im Plenum umfassen.

Literatur/Lehrmaterial:

- Generell gilt das Vorlesungsskript als Grundgerüst der Vorlesung
- Wikipedia und Dokumentation eigener Recherchen über Google und Fachinformationsdienste
- Vertiefende Lektüre zu Unternehmenskultur:
 - Edgar H. Schein (1995) Unternehmenskultur, Ein Handbuch für Führungskräfte;
 Frankfurt a. Main, New York, Campus Verlag
 - Sonja Sackmann (2002) Unternehmenskultur, Erkennen, Entwickeln, Verändern;
 Neuwied Kriftel, Luchterhand Verlag
 - Klaus Doppler & Christoph Lauterburg (2000) Change Management, Den Unternehmenswandel gestalten; Frankfurt a. Main, Campus Verlag
- Vertiefende Lektüre zu Wissensmanagement:
 - Karl Eric Sveiby (1997) The new Organizational Wealth: Managing and Measuring

Intangible Assets, San Francisco, Berret-Koehler Verlag

 Vertiefende Lektüre zu Skillmanagement:
 G. Probst, S.Raub, K. Romhardt (1997) Wissen managen - wie Unternehmen ihre wertvollste Ressource optimal nutzen, Wiesbaden, Gabler Verlag

Code:	Modulbezeichnung:
VI.2.5.	Rechtliche Aspekte der Unternehmensführung

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module: Wirtschaftsrecht I (II.5.)	Nachgelagerte Module: keine
Wirtschaftsrecht II (III.5.)	
Arbeitsrecht (III.2.2.)	

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Peter Förschler			
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jedes Semester	
Zulassungsvoraussetzungen: keine	ECTS-Punkte:		sws:

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur 90 Minuten	100%

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:

Das Modul vermittelt praktische Kenntnisse in drei rechtlich relevanten Bereichen der Unternehmensführung: Forderungsmanagement, Vertragsgestaltung und internationale Vertragsbeziehungen. Die Teilnehmer sollen in der Lage sein, offene Forderungen mit allen zur Verfügung stehenden außergerichtlichen und gerichtlichen Möglichkeiten zu realisieren, Vertragsbedingungen rechtlich wirksam zu formulieren und im internationalen Zivilrechtsverkehr die relevanten Regeln in der konkreten Rechtsbeziehung anzuwenden.

Das Modul ist streng anwendungsbezogen. Die fachlichen Kenntnisse werden sogleich in praktische Anwendung umgesetzt, die es den Teilnehmern ermöglicht, die erworbenen Fähigkeiten ohne weiteres im Unternehmen umzusetzen.

Modulelemente:	Dozent/in:
VI.2.5.1. Forderungsmanagement in Unternehmen, Zivilprozess und Insolvenz	Prof. Dr. Peter Förschler
VI.2.5.2. Vertragsgestaltung im international agierenden Unternehmen	Rechtsanwalt Dr. Till Mahler

Code:	Titel des Modulelements:
VI.2.5.1.	Forderungsmanagement in Unternehmen, Zivilprozess und Insolvenz

Organisation

Dozent/in: Dr. Peter Förschler		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 5	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: Ca. 45 % Ca. 45 %		eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit Ca. 10 % (Vorlesungsbe- standteil)

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

Vermittlung praxisorientierter Kenntnisse und Fähigkeiten im Bereich der Realisierung von Außenständen und Methoden zur Bewältigung von Konflikten mit Geschäftspartnern unter Einbeziehung sowohl praxisüblicher als auch moderner Methoden.

- I. Außergerichtliches Forderungsmanagement
 - Fälligkeit, Verzug, Verjährung, Schuldanerkenntnis
 - Inkassounternehmen, Rechtsanwalt und Factoring
- II. Außergerichtliche Verhaltensweisen
 - Stundung, Vergleich, notarielle Unterwerfung
- III. Außergerichtliches Konfliktmanagement
 - Mediation, Streitschlichtung und Schiedsgerichtsbarkeit
- IV. Unternehmen vor Gericht
 - Gerichtliches Mahnverfahren
 - Klageverfahren nach der ZPO
- V. Zwangsvollstreckung
- VI. Insolvenz

Lehr-/Lernmethoden:

Auf der Basis eines Vorlesungsskriptes werden die grundlegenden Lerninhalte zunächst entweder in Vortragsform eingeführt oder, sofern möglich, durch ein interaktives Lehrgespräch gemeinsam erarbeitet. Dabei stehen nicht theoretische Aspekte, sondern die lösungsorientierte praktische Anwendung der Rechtsgrundlagen im Fokus. Die Nachhaltigkeit des Lernerfolges wird durch den gezielten Einsatz weiterer Lernmethoden sichergestellt. Hierzu gehören Rollenspiele, die Diskussion von Fallbeispielen, der Einsatz von DVD-Lehrfilmen, Gastreferenten aus der Praxis sowie eine Exkursion an das Mahngericht Stuttgart und das Amtsgericht Göppingen

Literatur/Lehrmaterial:

- Vorlesungsskript
- Förschler, Peter: Der Zivilprozess, Lehrbuch für die Praxis anhand eines Aktenfalls, 6.

Aufl. Stuttgart 2004 - Förschler, Peter: Privat- und Prozessrecht, Bad Wörishofen, 2007

Besonderes:

- Exkursionen an das Mahngericht Stuttgart und Amtsgericht Göppingen
 Gastreferenten aus der Praxis

Code:	Titel des Modulelements:
VI.2.5.2.	Vertragsgestaltung im international agierenden Unternehmen

Organisation

Dozent/in: Rechtsanwalt Dr. Till Mahler		Status: Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte: 3	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: Vor-/Nachberg Ca. 50%		eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit Ca. 30% (Vorlesungsbe- standteil)

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

Vertiefte Kenntnisse in der Vertragsgestaltung, Erkennen von Problemlagen, Vermeidung von Konflikten durch vorausschauende Vertragsgestaltung, Erweiterung der Vertragsgestaltung in den internationalen Bereich hinein, Grundkenntnisse der gegenseitigen Beeinflussung von nationalem und ausländischem Zivilrecht sowie Verständnis für die Wirkungsweise von Kollisionsrecht, dadurch Verknüpfung mit den Inhalten des Moduls 1:

- I. Vertragsabschluss
 - Vertragsverhandlungen
 - Zustandekommen von Verträgen
 - Stellvertretung
- II. Privatautonomie und Rechtswahlfreiheit
 - Grenzen: Verbraucherschutz und Recht der Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB)
- III. Inhaltliche Regelungen am Beispiel von AGB
 - Preise und Zahlungsbedingungen
 - Lieferzeit
 - Kosten und Gefahr / Internationale Lieferklauseln (Incoterms)
 - Gewährleistungsklauseln
 - Qualitätssicherung
 - Vertragsstrafen und pauschalierter Schadensersatz
 - Haftungsausschlussklauseln
 - Eigentumsvorbehaltsklauseln
 - Forderungsabtretung
 - Geheimhaltung
 - Rechtswahl und Gerichtsstand/Schiedsklauseln
- IV. Formale Aspekte
 - Einbeziehung von AGB in Verträge
 - Abwehrklauseln
 - Schriftformklauseln
 - Musterverträge
- V. Nationales Recht, internationales Einheitsprivatrecht und nationales Kollisionsrecht
- VI. Grundlagen des deutschen internationalen Privatrechts (IPR)

- Bestimmung des Vertragsstatuts durch Rechtswahl
- Folgen fehlender Rechtswahl

VII. UN-Kaufrecht (CISG)

- Räumlicher und gegenständlicher Anwendungsbereich
- Parteivereinbarung
- Vertragsschluss nach UN-Kaufrecht und Einbeziehung von AGB
- Käufer- und Verkäuferpflichten nach UN-Kaufrecht in Vergleich zum BGB/HGB

VIII. Ausgewählte Aspekte internationaler Vertragsverhältnisse

IX. Dispute Resolution im internationalen Handelsverkehr

Lehr-/Lernmethoden:

Auf der Basis eines Vorlesungsskriptes werden die grundlegenden Lerninhalte zunächst entweder in Vortragsform eingeführt oder, sofern möglich, durch ein interaktives Lehrgespräch gemeinsam erarbeitet. Dabei stehen nicht theoretische Aspekte, sondern die lösungsorientierte praktische Anwendung der Rechtsgrundlagen im Fokus. Die Nachhaltigkeit des Lernerfolges wird durch den gezielten Einsatz weiterer Lernmethoden sichergestellt. Hierzu gehören Rollenspiele, die Diskussion von Fallbeispielen sowie der Einsatz von DVD-Lehrfilmen.

Literatur/Lehrmaterial:

- Vorlesungsskript
- Förschler, Peter; Privat- und Prozessrecht, Bad Wörishofen 2007
- Steckler, Brunhilde; Pepels, Werner (Hrsg.): Handbuch für Rechtsfragen im Unternehmen, Band I: Marketingrecht, Herne/Berlin 2002, Band II: Einkaufsrecht, Herne/Berlin 2002
- Mehrings, Jos: Grundlagen des Wirtschaftsprivatrechts, Pearson Studium, München 2006
- Junker, Abbo; Kamanabrou, Sudabeh: Vertragsgestaltung, 2. Auflage München 2007

Modulbeschreibung

Code:	Modulbezeichnung:
VI.2.6.	Entrepreneurship

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module:	Nachgelagerte Module:

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Jörg S. Heinzelmann			
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jedes Semester	
Zulassungsvoraussetzungen: keine	ECTS-Punkte:		sws:

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
K60 (Klausur 60 min.)	50 %
Hausarbeit und Referat (Businessplan)	50 %

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:

Das Modul vermittelt das zur Gründung eines Unternehmens und für eine Unternehmensübernahme erforderliche Know-how und ermöglicht die Einschätzung der Erfolgsaussichten eines solchen Vorhabens. Die Teilnehmer Iernen Erfolgsfaktoren und Formen sowie Chancen und Risiken einer Gründung bzw. Nachfolge kennen. Sie Iernen die notwendigen und sinnvollen Inhalte eines Businessplans kennen und üben dessen Erstellung anhand eines eigenen (realen oder fiktiven) Gründungs- oder Nachfolgeprojektes. Außerdem zeigt das Modul die Chancen und Risiken der selbständigen unternehmerischen Tätigkeit auf und ermöglicht den Teilnehmern eine realistische Selbsteinschätzung bzgl. ihrer persönlichen gründungsbezogenen Potenziale.

Modulelemente:	Dozent/in:
VI 2.6.1 Unternehmensgründung u. Nachfolge	Dr. Roland Raff
VI 2.6.2 Case Study Gründung / Nachfolge	Dr. Roland Raff
VI 2.6.3 Businessplan-Erstellung (Team-Arb.)	Dr. Roland Raff

Code:	Titel des Modulelements:
VI 2.6.1	Unternehmensgründung und Nachfolge (Vorlesung)

Organisation

Dozent/in: Dr. Roland Raff		Status: Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte:	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Puntke x 25 = 100 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: Vor-/Nachbere 68 %		eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 0 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

- Erfolgsfaktoren für Gründer und Nachfolger
- Formen der Gründung/Nachfolge
- Chancen und Risiken in der Selbständigkeit
- Ziele, Adressaten und Inhalte eines Businessplans
- Neugründung eines Unternehmens
 - persönliche, betriebswirtschaftliche und rechtliche Grundlagen zur Unternehmensgründung
 - o Marketing für junge Unternehmen
 - o Finanzierung
- Übernahme von Unternehmen (Nachfolge)
 - o Matching-Prozess
 - Unternehmensbewertung
 - o Finanzierung
- Förderinstrumente der öffentlichen Hand
- Alternative Finanzierungsmöglichkeiten (Venture Capital, Private Equity, Business Angels)

Lehr-/Lernmethoden:

Die Veranstaltung legt die inhaltlichen Grundlagen für die in den beiden nachstehenden Veranstaltungen folgende praktische Anwendung dieser Inhalte. Folgerichtig stellen die Vortragsform und das interaktive Lehrgespräch unter Nutzung praktischer Beispiele die zentralen Lehrmethoden dar. Diese werden ergänzt durch den Einsatz von Lehrfilmen.

Literatur/Lehrmaterial:

- Skript / Folien zur Vorlesung
- Ludolph, F., Lichtenberg, S.: Der Businessplan. München, 2001
- Klandt, H.: Gründungsmanagement: Der integrierte Unternehmensplan. 2. Aufl. München, 2006
- Felden, B., Klaus, A.: Unternehmensnachfolge. Stuttgart 2003

weitere Literaturhinweise erfolgen in der Veranstaltung

Besonderes:

Eventuell Präsentation/Vortrag eines Gründers

Code:	Titel des Modulelements:
VI 2.6.2	Case Study Gründung / Nachfolge

Organisation

Dozent/in: Dr. Roland Raff		Status: Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte: 2	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: Vor-/Nachberg 42 % 58 %		eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 0 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

Die Teilnehmer vertiefen das in Modulelement VI 2.6.1 gelernte anhand realer Fälle von Gründungen und/oder Nachfolgen. Reale Fälle werden beschrieben und diskutiert. Dabei werden sowohl gemachte Fehler als auch Erfolgsfaktoren der Gründungen/Nachfolgen deutlich. Bzgl. der in den Cases erkennbaren Fehler werden Verbesserungsmöglichkeiten erarbeitet.

Lehr-/Lernmethoden:

Im Mittelpunkt steht die intensive Bearbeitung realer Fallbeispiele, die in Kleingruppen und im Plenum analysiert und diskutiert werden. Die Vortragsform kommt allein bei der Einführung der Fälle zur Anwendung. Die Effizienz der Diskussionen und die Nachhaltigkeit des Lernerfolgs wird durch eine Vor- und Nachbereitung der Inhalte durch die Studierenden im Selbststudium bzw. durch Kleingruppenarbeit sichergestellt.

Literatur/Lehrmaterial:

- Skript / Folien zur Vorlesung
- Ludolph, F., Lichtenberg, S.: Der Businessplan. München, 2001
- Klandt, H.: Gründungsmanagement: Der integrierte Unternehmensplan. 2. Aufl. München, 2006
- Felden, B., Klaus, A.: Unternehmensnachfolge. Stuttgart 2003

weitere Literaturhinweise erfolgen in der Veranstaltung

Besonderes:

Eventuell Präsentation/Vortrag eines Gründers

Code:	Titel des Modulelements:
VI 2.6.3	Businessplan-Erstellung (Team-Arb.)

Organisation

Dozent/in: Dr. Roland Raff		Status: Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte: 2	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Puntke x 25 = 50 Stunden,	mit der folgende	en Aufteilung:	
Vorlesung: 21 %	Vor-/Nachbere	itung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 79 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

Die Teilnehmer erstellen in Teams von ca. 3-5 Studierenden einen Businessplan für eine eigene reale oder fiktive Gründungsidee. Damit werden die Inhalte aus den Modulelementen VI 2.6.1. und VI 2.6.2. praktisch angewandt.

Lehr-/Lernmethoden:

Zentrale Lehrmethode ist die Projektarbeit. Die Studierenden erstellen in Kleingruppenarbeit auf der Basis ihres in den vorangegangenen Veranstaltungen erworbenen Know-hows eigenständig (bei Bedarf mit Unterstützung des Dozenten) einen vollständigen Businessplan und präsentieren diesen im Plenum. Durch das alle drei Veranstaltungen umfassende integrative Lernkonzept "kennen und verstehen – unter Anleitung üben – eigenständig anwenden" wird ein optimaler und nachhaltiger Lernerfolg unter Stärkung der Fach-, Methoden- und Sozialkompetenz erzielt.

Literatur/Lehrmaterial:

- Skript / Folien zur Vorlesung
- Ludolph, F., Lichtenberg, S.: Der Businessplan. München, 2001
- Klandt, H.: Gründungsmanagement: Der integrierte Unternehmensplan. 2. Aufl. München, 2006
- Felden, B., Klaus, A.: Unternehmensnachfolge. Stuttgart 2003

weitere Literaturhinweise erfolgen in der Veranstaltung

Besonderes:

Der Businessplan inkl. der Präsentation gehen mit 50 % in die Gesamtnote des Moduls ein (individuelle Bewertung des Beitrages zur Gruppenleistung).

Code:	Modulbezeichnung:
VI. 2.4.	Strategisches Controlling

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module:	Nachgelagerte Module:
Controlling	keine

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Thomas Barth				
Modulart: Pflichtfach		Turnus: jedes Semester		
Zulassungsvoraussetzungen: keine	ECTS-Punkte:		sws:	

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur, 60 Min	70 %
Referat	30 %

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:

Die Einbettung des strategischen Denkens in das Controlling-System ist Gegenstand des Moduls "Strategisches Controlling". Dabei werden Controllinginstrumente vorgestellt, die eine strategische Steuerung des Unternehmens ermöglichen. Die strategische Steuerung des Unternehmens ist zukunfts- und risikoorientiert ausgerichtet. Die Herausforderungen des dynamischen Wettbewerbs der Unternehmen im Globalisierungszeitalter, spektakuläre Unternehmenskrisen und gesetzliche Anforderungen machen eine strategische Unternehmensführung zur Sicherstellung des längerfristigen Unternehmenserfolgs notwendig. Praxisrelevante und aktuelle Beispiele werden fortlaufend integriert. Durch die Anwendung der erlernten Instrumente in den Fallstudien soll eine Reflektion und Vertiefung und Verdeutlichung der Inhalte stattfinden.

Des Weiteren erhalten die Studierenden vertiefte Einblicke in das wertorientierte Controlling. Hierbei werden insbesondere der Unternehmenswert, die verschiedenen Techniken der wertorientierten Unternehmensführung sowie aktuelle Steuerungs- und Anreizsysteme diskutiert und anhand von Praxisbeispielen vertieft. Das Thema Wertsteigerungsmanagement und die Möglichkeiten der betrieblichen Umsetzung runden das Thema wertorientiertes Controlling ab.

Modulelemente:	Dozent/in:
VI.3.2.1. (entspricht VI.2.4.1):	Dr. Steffen Scheurer
Strategische Controllinginstrumente	
VI.3.2.2. (entspricht VI.2.4.2):	Dr. Steffen Scheurer
Referat Strategisches Controlling	

Code:	Titel des Modulelements:
VI. 2.4.1.	Strategische Controllinginstrumente

Organisation

Dozent/in: Dr. Steffen Scheurer		Status: Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte:	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 150 Stunden	, mit der folgen	den Aufteilung:	
Vorlesung: Ca. 40 %	Vor-/Nachbere Ca. 30 %	itung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit Ca.30 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

- Grundlagen des strategischen Controlling
- Unternehmens- und Umfeldanalyse
- Steuerung von Strategien
- Wertorientiertes Controlling
- Strategische Kontrolle
- Strategische Frühaufklärung
- Performance Measurement
- Strategisches Controlling und Strategische Unternehmensführung

Lehr-/Lernmethoden:

Auf Basis eines Vorlesungsskriptes werden die Lerninhalte zunächst in Vortragsform, meist als interaktives Lehrgespräch, erarbeitet. Durch den gezielten Einsatz praktischer Beispiele und Fallbeispiele wird das Verständnis für die praktische Relevanz der Lerninhalte gefördert, im Rahmen der damit verbundenen Diskussion kann der Lernerfolg überprüft werden, was auch ein ggf. notwendiges "Nachjustieren" umfasst. Die Nachhaltigkeit des Lernerfolgs wird durch die Bearbeitung von Fallstudien in Gruppen (außerhalb der Vorlesung) verstärkt. Die Ergebnisse und Lösungen dieser Gruppenarbeit werden im Plenum vorgestellt und diskutiert.

Literatur/Lehrmaterial:

- Vorlesungsskript ("Grundgerüst" der Vorlesung)
- Bea, F.X.; Scheurer, S.; Hesselmann, S,: Projektmanagement, Stuttgart 2008:
- Baum, Georg; Coenenberg, Adolf; Günther, Thomas: Strategisches Controlling,
 3. Auflage, Stuttgart 2004
- Schneider, Dietram: Unternehmensführung und strategisches Controlling, 4. Auflage, Darmstadt 2005

Besonderes:

Code:	Titel des Modulelements:
VI.2.4.2.	Referat Strategisches Controlling

Organisation

Dozent/in: Dr. Steffen Scheurer		Status: Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte: 2	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 50 Stunden,	mit der folgend	den Aufteilung:	
Vorlesung: 0 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 20 %		Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 80 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

Erstellung einer Seminararbeit und Durchführung einer Präsentation zu aktuellen Themen aus dem strategischen Controlling. Die Themen der Referate werden jeweils zu Beginn des Semesters ausgegeben.

Lehr-/Lernmethoden:

Die Veranstaltung wird durch Referate der Studierenden abgehalten. Die Referate bauen inhaltlich aufeinander auf und decken das Lehrgebiet ab. Darüber hinaus werden vom Dozenten theoretische Grundlagen und Praxisbeispiele zum besseren Verständnis ergänzt.

Literatur/Lehrmaterial:

• In Abhängigkeit von den jeweils ausgegebenen Themen werden zu Semesterbeginn auch die wichtigsten Literaturquellen benannt.

Besonderes:

Code:	Modulbezeichnung:
VI.3.1.	Operatives Controlling

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module:	Nachgelagerte Module:
Internes Rechnungswesen, Controlling	keine

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Thomas Barth			
Modulart: Turnus: jedes Semester		er	
Zulassungsvoraussetzungen: Zulassung zum Hauptstudium	ECTS-Punkte:		sws:

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur, 60 Minuten	80 %
Referat	20 %

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:

Ziel des Lehrmoduls ist es, den Studierenden einen Überblick über die sich in den vergangenen Jahren stark gewandelten theoretischen Konzepte des Controlling, über die organisatorische Einordnung des Controlling in das Unternehmen sowie über die Vielfalt der Controllinginstrumente bei der Koordination der Führungsfunktion zu vermitteln. Hierbei werden vor allem Aufgaben des Controlling im Bereich der Planung/ Budgetierung und Informationsversorgung diskutiert. Daneben wird ein grundlegendes Controllingverständnis aufgebaut, das zum Aufgreifen und Bearbeiten von Problemstellungen der betrieblichen Praxis - unabhängig von Branche und betrieblichem Funktionsbereich – notwendig ist. Darüber hinaus werden den Studierenden Kenntnisse über die wichtigsten operativen Controllinginstrumente in den verschiedenen funktionalen Bereichen vermittelt. Neben der Theorie werden Kenntnisse in den wichtigsten operativen Controllinginstrumenten vermittelt. Hierbei werden die Grenzplankostenrechnung, die relative Einzelkostenrechnung, die Prozesskostenrechnung, das Target Costing und das Life Cycle Costing vorgestellt und anhand von Fallstudien vertieft. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, die operativen Controllinginstrumente zur Lösung betriebswirtschaftlicher Problemstellungen einzusetzen. Des Weiteren lernen die Studierenden die Konzepte zum Aufbau der notwendigen Berichtssysteme kennen und können derartige Systeme in aktuellen EDV-Systemen konzipieren und die Umsetzung kritisch begleiten. Besonderer Wert wird auf die Fähigkeit zum Arbeiten mit Business-Intelligence-Werkzeuge gelegt. Hierbei wird Semesterweise abwechselnd die Anwendung im SAP und dem Corporate Planner anhand von Fallstudien erarbeitet und präsentiert.

Modulelement	e:	Dozent/in:
VI.3.1.1 Grundla	agen des Controlling	Prof. Dr. Thomas Barth
VI.3.1.2	Entscheidungsorientiertes Rechnungswesen	Prof. Dr. Thomas Barth
VI.3.1.3	Controlling-Tool Corporate Planner	Prof. Dr. Ulrich Sailer

Code:	Titel des Modulelements:
VI.3.1.1.	Grundlagen des Controlling
V1.0.1.1.	Crundiagen des Centrelling

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Barth		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 2	sws:		Sprache: deutsch
Workload: 2 ECTS-Punkte x 25 = 50 Stunde	n, mit der folge	nden Aufteilung:	
Vorlesung: Eintragung 40 %	Vor-/Nachbere Eintragung	eitung/Selbststudium: 40 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit Eintragung 20 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

- 1. Controlling aus funktionaler Sicht
- 2. Controlling aus institutionaler Sicht
- 3. Planungs- und Kontrollfunktion des Controlling
- 4. Budgetierung (Traditionelle, Better Budgeting, Beyond Budgeting)
- 5. Informationsversorgungsfunktion des Controlling
- 6. Kennzahlen im Controlling
- 7. Controlling in verschiedenen Funktionsbereichen (Produktion, Vertrieb, Logistik, etc.)

Lehr-/Lernmethoden:

Die theoretischen Ansätze und Lösungstechniken werden anhand eines interaktiven Lehrgesprächs vermittelt und durch eine Vielzahl an praktischen Beispielen vertieft. Daneben werden in Kleingruppen größere Fallstudien erarbeitet, deren Ergebnisse präsentiert und diskutiert werden. Hierdurch soll das ganzheitliche Denken gefördert werden. Zu mehreren Spezialthemen werden Referenten aus der Praxis eingeladen, die die praktische Umsetzung der vermittelten Theorien darstellen.

Literatur/Lehrmaterial:

- Barth, D.; Barth, T.: Controlling, 2. Auflage, München 2008
- Barth, D.; Barth, T.: Kosten- und Erfolgsrechnung für Industrie und Handel, Stuttgart 2006
- Horváth, P.: Controlling. 9 Auflage, München 2004.
- Küpper, H.-U.: Controlling, 4. Auflage, Stuttgart 2005.
- Trossmann, E.; Werkmeister, C.; Baumeister, A.: Managementfallstudien im Controlling, München 2003

Besonderes:

Code:	Titel des Modulelements:
VI.3.1.2.	Entscheidungsorientiertes Rechnungswesen

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Barth		Status: Professor	
ECTS-Punkte:	sws:		Sprache: deutsch
Workload: 4 ECTS-Punkte x 25 = 100 Stund	en, mit der folg	enden Aufteilung:	
Vorlesung: Eintragung 40 %	Vor-/Nachbere Eintragung	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit Eintragung 20 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

- 1. Entscheidungsorientiertes Rechnungswesen und entscheidungsorientierter Kostenbegriff basierend auf den theoretischen Aussagen nach Riebel
- 2. Grenzplankostenrechnung nach Kilger
- 3. Relative Einzelkostenrechnung nach Riebel
- 4. Prozesskostenrechnung
- 5. Target Costing nach Horváth
- 6. Kuppelkalkulation
- 7. Fixkostenmanagement

Lehr-/Lernmethoden:

Die theoretischen Ansätze und Lösungstechniken werden anhand eines interaktiven Lehrgesprächs vermittelt und durch zahlreiche Übungsaufgaben aus dem unternehmerischen Alltag verdeutlicht. Daneben werden in Kleingruppen größere Fallstudien erarbeitet, deren Ergebnisse präsentiert und diskutiert werden. Hierdurch haben die Studierenden die Möglichkeit ihren Lernerfolg zu reflektieren und offen Fragen zu klären. Zu einzelnen Themen werden Praxisvorträge von erfahrenen Praktikern gehalten. Hierdurch wird die Praxisrelevanz der gelehrten Lösungstechniken veranschaulicht.

Literatur/Lehrmaterial:

- Barth, D.; Barth, T.: Controlling, 2. Auflage, München 2008
- Barth, D.; Barth, T.: Kosten- und Erfolgsrechnung für Industrie und Handel, Stuttgart 2006
- Däumler, K.-D.; Grabe, J.: Kostenrechnung 3, Plankostenrechnung, 7. Auflage, Berlin/Herne 2004
- Freidank, C.-C.: Kostenrechnung, 7. Auflage, München, Wien 2001
- Michel, R.; Torspecken, H.-D.; Jandt, J.: Neuere Formen der Kostenrechnung mit Prozesskostenrechnung. Kostenrechnung II, 4. Auflage, München, Wien 1998
- Riebel, P: Einzelkosten- und Deckungsbeitragsrechnung. Grundfragen einer marktund entscheidungsorientierten Unternehmensrechnung, 7. Auflage, Wiesbaden 1994
- Haberstock, L.: Kostenrechnung II, 8. Auflage, Berlin 1999
- Kilger, W., Vikas, K.; Pampel, J.: Flexible Plankosten- und

Deckungsbeitragsrechnung, 8. Auflage, Stuttgart 2007 Trossmann, E.; Werkmeister, C.; Baumeister, A.: Managementfallstudien im Controlling, München 2003

Besonderes:			

Code:	Titel des Modulelements:
VI.3.1.3.	Controlling-Tool Corporate Planner
V1.3.1.3.	Controlling-1001 Corporate Flamilier

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Ulrich Sailer		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 3	sws:		Sprache: deutsch
Workload: 3 ECTS-Punkte x 25 = 75 Stunde	e∩, mit der folge	enden Aufteilung:	
Vorlesung: 20 %	Vor-/Nachbere	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 40 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

- Grundkonzepte von Planungs- und Berichtsystemen
- Darstellung von Informationen
- Umsetzung der Unternehmensplanung

Lehr-/Lernmethoden:

Die theoretischen Grundlagen werden meist in Form eines interaktiven Lehrgesprächs vermittelt. Daneben werden anhand von praktischen Beispielen die Konzepte verdeutlicht. Die praxisorientierte Anwendung findet anhand von Fallstudien unter Nutzung eines speziellen Softwareprogramms (Corporate Planner) statt. Die Ergebnisse werden in Kleingruppen erarbeitet. Dadurch können alternative Lösungswege diskutiert und bewertet werden.

Literatur/Lehrmaterial:

- Foliensammlung zur Vorlesung
- Zugang zum Controlling-Tool Corporate Planner
- Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben

Besonderes:

Die Studierenden werden in die grundlegende Nutzung der Software eingewiesen, so dass sie selbständig das erlernte Wissen aus dem Controlling und dem Rechnungswesen anwenden können.

0 - 1 -	And the Harmonian Community
Code:	Modulbezeichnung:
VI.3.3.	Mergers & Acquisitions/ Beteiligungsmanagement

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module:	Nachgelagerte Module:
I.2 Externes Rechnungswesen	-
III.1 Betriebliche Finanzwirtschaft	

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Ulrich Sailer			
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jedes Semest	er
Zulassungsvoraussetzungen: Zulassung zum Vertiefungs- studium	ECTS-Punkte: 8		sws:

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur, 60 Minuten	70 %
Referat	30 %

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:

Die Studierenden können das Instrumentarium der dynamischen Investitionsrechnung und der Portfolio- und der Kapitalmarkttheorie nutzen, um komplexe Investitionsentscheidungen zu treffen. Auf dieser Basis können sie ein optimales Portfolio aufbauen, sowohl in Form institutioneller Anleger als auch für die private Kapitalanlage.

Als besondere Form der Investition werden Mergers & Acquisitions behandelt. Die Studierenden kennen die grundlegenden Vorgehensweisen und Schwierigkeiten beim Kauf und Zusammenschluss von Unternehmen. Sie sind zudem befähigt, Unternehmen zu bewerten. Insbesondere stehen hierbei das Management von Venture Capital- und Private Equity-Gesellschaften im Vordergrund. Die Studierenden wissen, wie Beteiligungsobjekte ausgewählt, gesteuert und erfolgreich veräußert werden.

Daneben müssen auch die meisten großen Unternehmen ein umfangreiches Beteiligungsportfolio steuern. Die Studierenden kennen die grundlegenden Methoden und Instrumente des internationalen Beteiligungscontrollings.

Modulelemente:	Dozent/in:
VI.3.3.1 Mergers & Acquisitions	Prof. Dr. Ulrich Sailer
VI.3.3.2 Venture Capital-Management	Dipl. Kaufmann Matthias Helfrich
VI.3.3.3 Beteiligungscontrolling	Prof. Dr. Thomas Barth

Code:	Titel des Modulelements:
VI.3.3.1	Mergers & Acquisitions

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Ulrich Sailer		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 3	sws : 2		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 75, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 30 %	Vor-/Nachbere	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 30 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

- 1. Grundlagen des Investitionsmanagements
- 2. Dynamische Investitionsrechnung: Kapitalwert und interner Zinsfuß
- 3. Grundlagen der Portfolio- und Kapitalmarkttheorie
- 4. Grundlagen der Mergers & Acquisitions
- 5. Planung und Steuerung von M&A
- 6. Due Diligence
- 7. Methoden der Unternehmensbewertung

Lehr-/Lernmethoden:

Vorlesung und mit umfangreichen Übungen zu Investitionsentscheidungen, zum Aufbau sinnvoller Portfolios, der Durchführung von M&A's sowie der Unternehmensbewertung. Den Studierenden wird ein Skript zur Verfügung gestellt, in dem wichtige Inhalte zur Vorlesung dokumentiert und zahlreiche Übungsaufgaben enthalten sind. Die Lösung der Aufgaben erfolgt teilweise unter Verwendung von Microsoft-Excel. Die Aufgaben werden teils im Unterricht, teils auch im Selbststudium erarbeitet. Komplexere Aufgabenstellungen werden vorwiegend in Gruppen ausgearbeitet, damit unterschiedliche Betrachtungs- und Vorgehensweisen erkannt und getestet werden. Das gleiche gilt für die Diskussion und Beurteilung von historischen Unternehmenszusammenschlüssen aus der Praxis.

Literatur/Lehrmaterial:

Den Studierenden wird ein umfangreiches Skript samt Übungsaufgaben zur Verfügung gestellt. Darüber hinaus werden für die Case Study notwendige Unterlagen bereitgestellt.

Kruschwitz, L.: Investitionsrechnung, 10. Auflage, München/ Wien 2005

Schäfer, H.: Unternehmensinvestitionen – Grundzüge in Theorie und Management, 2. Auflage, Heidelberg 2005

Peemöller, V. (Hrsg.): Praxishandbuch Unternehmensbewertung, 3. Auflage, Herne/ Berlin 2004

Jansen. S.: Mergers & Acquisitions: Unternehmensakquisitionen und –kooperationen, 4. Auflage, Wiesbaden 2001

Besonderes:

Anhand konkreter Investitionsrechnungen wird der Umgang mit Microsoft-Excel geübt. Die Beurteilung von Unternehmenszusammenschlüssen und der Unternehmensbewertung erfolgt anhand von Beispielen aus der Praxis.

Beschreibung für Modulelement

Code:	Titel des Modulelements:
VI.3.3.2	Venture Capital-Management

Organisation

Dozent/in: Dipl. Kaufmann Matthias Helfrich		Status: Lehrbeauftragter, Vorstand	
ECTS-Punkte: 2	sws: 2		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 50, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 20 %	Vor-/Nachberg	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 60 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

- 1. Definition bzw. Grundlagen zu Venture Capital und Venture Capital-Gesellschaften
- 2. Finanzierungstheoretische Einordnung von VC
- 3. Unterscheidung Venture Capital und Private Equity
- 4. Struktur und Geschäftsmodell einer Venture Capital-Gesellschaft
- 5. Geschäftsplanung junger Unternehmen für potentielle Investoren
- 6. Prüfung der Beteiligungsvoraussetzung (u.a. Due Diligence) bei zukünftigen Portfoliounternehmen
- 7. Beteiligungsvertrag und rechtliche Besonderheiten

Lehr-/Lernmethoden:

Vorlesung, um das Geschäftsmodell Venture Capital und damit zusammenhängende Besonderheiten, wie das Zusammenwirken Investoren, Venture Capital-Gesellschaft und Portfoliounternehmen verstehen zu können. Wissen und Verständnis für die Geschäftsplanung jungen Unternehmen werden vermittelt und in Gruppenarbeit zusammengefasst. Ablauf bei der Beteiligungsprüfung sowie damit zusammenhängende Prüfkriterien (Due Diligence) werden besprochen und in Teamarbeit "nachgebildet". Wesentliche bei Beteiligungsabschluss vertraglich festgelegte Inhalte werden aufgezeigt und verdeutlichen die Incentivierungs- und Sanktionsmechanismen des Geschäftsmodells Venture Capital.

Literatur/Lehrmaterial:

Den Studierenden wird eine umfangreiche Präsentation zur Verfügung gestellt. Darüber hinaus werden für die Case Studies notwendige Unterlagen bereitgestellt.

Schefczyk, M.: Finanzieren mit Venture Capital, Stuttgart 2000

Jugel, S.: Private Equity Investments – Praxis des Beteiligungsmanagements, 2. Auflage, Wiesbaden 2008

Leopold/Frommann/Kühr: Private Equity/Venture Capital – Eigenkapital für innovative Unternehmer, 2. Auflage, München 2003

Pankotsch, F.: Kapitalbeteiligungsgesellschaften und ihre Portfoliounternehmen, Wiesbaden 2005
Grabenwarter/Weidig: Exposed to the J-Curve, Understanding and Managing Private Equity Fund Investments, London 2006
Besonderes:

Code:	Titel des Modulelements:
VI.3.3.3	Beteiligungscontrolling

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Thomas Barth		Status: Professor	
ECTS-Punkte:	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 75, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 30 %	Vor-/Nachbere	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 30 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

- 1. Einordnung des Beteiligungscontrolling in das Controlling
- 2. Grundlagen der Konzernrechnungslegung nach IFRS/HGB
- 3. Ziele und Funktion des Beteiligungscontrolling
- 4. Organisatorische Aufgaben
- 5. Verrechnungspreise
- 6. Kennzahlen zur Steuerung von Beteiligungen

Lehr-/Lernmethoden:

Die Vorlesung baut auf einem umfangreichen Skript auf, das die wichtigsten Inhalte der Vorlesung dokumentiert und Übungsaufgaben bereitstellt. Die Bearbeitung von Fallstudien und Übungsaufgaben werden teils im Rahmen der Vorlesung, teils im Selbststudium erarbeitet.

Literatur/Lehrmaterial:

Den Studierenden wird ein umfangreiches Skript samt Übungsaufgaben zur Verfügung gestellt. Darüber hinaus werden für die Case Study notwendige Unterlagen bereitgestellt.

Burger, A.; Ulbrich, P.: Beteiligungscontrolling, München 2005

Krupp, A.D.: Beteiligungscontrolling: Kompakt, München 2007

Küting, K.; Weber, C.-P.: Der Konzernabschluss, Praxis der Konzernrechnungslegung nach HGB und IFRS, 11. Auflage, Stuttgart 2008

Wurl, H.-D.: Industrielles Beteiligungscontrolling, Stuttgart 2003

R۵	50	nd	e٢	ec.	

Code:	Modulbezeichnung:
VI.3.4.	Risiko- und Sanierungsmanagement

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module: I.2 Externes Rechnungswesen	Nachgelagerte Module:
III.1 Betriebliche Finanzwirtschaft	

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Ulrich Sailer			
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jedes Semest	er
Zulassungsvoraussetzungen: Zulassung zum Vertiefungs- studium	ECTS-Punkte: 8		sws:

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur, 90 Minuten	100%

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:

Die Studierenden erkennen Risiken in Unternehmen, sie können diese bewerten und steuern. Sie wissen, wie Unternehmen ein Risikomanagementsystem aufbauen und operativ umsetzen. Ebenfalls können sie die wesentlichen Methoden der internen Revision, als eine wesentliche Basis des Risikomanagements, umsetzen. Schließich wissen die Studierenden wie Unternehmen, die sich in existenziellen Krisen befinden, erfolgreich eine Sanierung bewältigen. Sie können Krisen analysieren und Sanierungskonzepte erstellen. Als Ergebnis vermögen die Studierenden Unternehmen so zu steuern, dass unerwünschte Risiken vermieden werden.

Modulelemente:	Dozent/in:	
VI.3.4.1 Risikomanagement	Dipl. Betriebswirt Thomas Berger	
VI.3.4.2 Internal Audit	Dipl. Kaufmann Bernd Peter CIA	
VI.3.4.3 Sanierungsmanagement	Betriebswirt IHK Thomas Blank-Träger	

Code:	Titel des Modulelements:
VI.3.4.1	Risikomanagement

Organisation

Dozent/in: Dipl. Betriebswirt Thomas Berg	ger	Status: Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte: 3	sws : 2		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 75, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 30 %	Vor-/Nachbere	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 30 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

- 1. Aufbau und Implementierung eines Risikomanagement-Systems
- 2. Nutzen und Vorgehensweise bei der Risikoaggregation
- 3. Innovative Risikobewältigung als Kosten- und Erfolgsfaktor
- 4. Organisation des Risikomanagements
- 5. Ausbau des Risikomanagements zu einem integrierten Frühaufklärungssystem
- 6. Risikomanagement und Rating
- 7. Bedeutung von traditionellen und innovativen Risikokennzahlen
- 8. Weiterentwicklung des Risikomanagement zu einem integrierten Unternehmenssteuerungssystem

Lehr-/Lernmethoden:

Im Rahmen der als Seminar gehaltenen Vorlesungen wird anhand von wissenschaftlichen Methoden, praktischen Arbeitsweisen und Beispielen aus dem unternehmerischem Alltag theoretisches Wissen erworben und anhand von Fallbeispielen praxisbezogen angewandt und vertieft. Die Wissensvermittlung wird durch Darstellung der Unterstützung des Risikomanagement-Prozesses durch IT-Lösungen – wie sie auch in Unternehmen ihren Einsatz finden – begleitet.

Literatur/Lehrmaterial:

Risikomanagement

Dr. Werner Gleißner / Günter Meier (Hrsg.), Wertorientiertes Risikomanagement für Industrie und Handel, Gabler Verlag Wiesbaden, 2001

Dr. Werner Gleißner, Risikomanagement im Unternehmen, Kognos-Verlag 2000-2005 Dörner/ Horvath/ Kagermann (Hrsg.), Praxis des Risikomanagement, Schaeffer-Poeschel, 2003

Rating

Dr. Werner Gleißner/ Dr. Karsten Füser, Leitfaden Rating, 2. Auflage mit CD-ROM, Verlag Vahlen München 2003

Achleitner/ Everling, Handbuch Ratingpraxis, Gabler-Verlag 2004

Unternehmenssteuerung
Dr. Werner Gleißner, FutureValue – 12 Module für eine wertorientierte, strategische Unternehmensführung, Gabler Verlag Wiesbaden 2004
Onternenmensiumung, Gabier Venag Wiesbaden 2004
Besonderes:

Beschreibung für Modulelement

_	ode:	Titel des Modulelements:
V	′I.3.4.2	Internal Audit

Organisation

Dozent/in: DiplKfm. Bernd Peter, CIA		Status: Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte:	sws : 2		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 75 Stunden, mit der folgend		len Aufteilung:	
Vorlesung: 30 %	Vor-/Nachbere	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 30 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

- 1. Corporate Governance
- 2. Interne Revision als im Unternehmensfunktion
- 3. COSO-Modell der Internen Kontrolle
- 4. Dolose Handlungen
- 5. Qualitätsmanagement der Internen Revision

Lehr-/Lernmethoden:

Der Vortrag findet meist in Form eines interaktiven Lehrgesprächs statt. Die theoretischen Grundlagen werden durch zahlreiche Praxisbeispiele verdeutlicht. Anhand von Übungsaufgaben, die in Kleingruppen erarbeitet werden, werden die Themen vertieft. Zur praxisorientierten Darstellung wird anhand einer in der Praxis verwendeten Prüfungs-Software die Vorgehensweise anhand eines konkreten Beispiels aufgezeigt.

Literatur/Lehrmaterial:

- Arbeitskreis "Externe und Interne Überwachung der Unternehmung" der Schmalenbach-Gesellschaft für Betriebswirtschaft e.V.: Auswirkungen des KonTraG auf die Unternehmensüberwachung: KonTraG und Vorstand - KonTraG und Interne Revision - KonTraG und Aufsichtsrat - KonTraG und Wirtschaftsprüfer
- Bodenmann, Jan Marc: Unternehmenssteuerung und -überwachung: Beitrag von Risikomanagement, interner und externer Revision zu einer effektiven Corporate Governance, 2004
- Deutsches Institut f. Interne Revision e.V. (Hrsg): Die Interne Revision: Bestandsaufnahme und Entwicklungsperspektiven, Berlin 2005
- Förschle, Gerhart (Hrsg.): Wirtschaftsprüfung und interne Revision, Heidelberg 2004
- Hunecke, Jörg: Interne Beratung durch die Interne Revision: Herausforderung und Chance für den Berufsstand der Internen Revisoren, 2005
- Knapp, Eckhard: Interne Revision und Corporate Governance: Aufgaben und Entwicklungen für die Überwachung, Berlin 2005
- Küting, Karlheinz (Hrsg.): Saarbrücker Handbuch der Betriebswirtschaftlichen Beratung; Berlin 2004
- Lück, Wolfgang (Hrsg.): Zentrale Tätigkeitsbereiche der Internen Revision : aktuelle und zukünftige Schwerpunkte erfolgreicher Revisionsarbeit, Berlin 2006
- Lück, Wolfgang: Lexikon der Internen Revision, München 2001
- Steffelbauer-Meuche, Gisela: Qualitätsmanagement in der Internen Revision, 2004

Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft Nürtingen
Besonderes:

Code:	Titel des Modulelements:
VI.3.4.3	Sanierungsmanagement

Organisation

Dozent/in: Betriebswirt IHK Thomas Blank-Träger		Status: Lehrbeauftragter					
ECTS-Punkte: 2	sws:		Sprache: deutsch				
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:							
Vorlesung: 50 %	Vor-/Nachbere	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 20 %				

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

- 1. Krise (Definition, Arten, Ursachen)
- 2. Insolvenzeröffnungsgründe
- 3. Unternehmerrisiko und Krisenindikatoren
- 4. Risiken und Vorsichtsmaßnahmen des Beraters
- 5. Eigenkapitalersatzrecht, Grundzüge des Anfechtungsrechts
- 6. Sanierung außerhalb der Insolvenz (Sanierungskonzepte, finanzwirtschaftliche Sanierung, leistungswirtschaftliche Sanierung)
- 7. Sanierung nach der Insolvenzordnung (Vor- und Nachteile des Insolvenzverfahrens, übertragende Sanierung, Insolvenzplanverfahren)

Lehr-/Lernmethoden:

Im Rahmen der Vorlesung werden die theoretischen Wissensgrundlagen geschaffen, um Handlungsweisen rund um Krise und Sanierung zu erkennen und anhand praktischer Beispiele aus Insolvenzverfahren anzuwenden.

Literatur/Lehrmaterial:

- Schmidt/Uhlenbruck: Die GmbH in Krise, Sanierung und Insolvenz, 4. Auflage 2009
- Obermüller: Insolvenzrecht in der Bankpraxis, 7. Auflage 2007
- Braun: Kommentar zur Insolvenzordnung, 3. Auflage 2007
- Smid/Rattunde: Der Insolvenzplan, 2. Auflage 2005

Besonderes:			

Modulbeschreibung

Code:	Modulbezeichnung:
VI.3.5.	Unternehmensfinanzierung

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module: 1.2 Externes Rechnungswesen	Nachgelagerte Module:
III.1 Betriebliche Finanzwirtschaft	

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Uwe Stehr			
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jedes Semester	
Zulassungsvoraussetzungen: ECTS-Punkte: Zulassung zum Vertiefungs- studium			sws:

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur, 60 Minuten	70 %
Referat	30 %

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:

In den Veranstaltungen werden aufbauend auf der Bilanzanalyse Möglichkeiten und Kriterien zur Optimierung der Finanzierungsstruktur von Unternehmen erarbeitet. Dazu werden studentenseitig Kurzvorträge zu einzelnen Bilanz- und Bonitätsanalysemethoden erstellt und gemeinsam anwendungsorientiert diskutiert. Die Studierenden lernen dabei nicht nur Jahresabschlüsse kritisch zu Hinterfragen sondern auch Finanzberatung (Corporate Finance / Rating Advisory) aktiv zu begleiten.

Die Veranstaltungen orientieren sich dabei vornehmlich an Diskussionen mit den Studierenden, so wird ein ganzheitlicheres, vernetztes Denken sowie konstruktives und problemorientiertes Handeln bei Entscheidungsalternativen im Finanzbereich gefördert. An Hand von Fallstudien (Einzel- und Gruppenarbeit) erhalten die Studierenden praxisorientierte Übung sowie Erfahrungen zum Einsatz der Analysemethoden und Finanzierungsalternativen im Unternehmen.

Referatsleistungen zu den Grundzügen des IFRS runden das Thema ab.

Modulelemente:	Dozent/in:
VI.3.5.1 (Vorlesung)	Prof. Dr. Uwe Stehr
VI.3.5.2 (Übung/Fallstudien)	Dr. Ines Miller
VI.3.5.3 (Grundzüge IFRS)	Prof. Dr. Thomas Barth

Code:	Titel des Modulelements:
VI.3.5.1	Unternehmensfinanzierung

Organisation

Dozent/in: Dr. Uwe Stehr		Status: Professor			
ECTS-Punkte: SWS: 4			Sprache: deutsch		
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 125 h., mit der folgenden Aufteilung :					
Vorlesung: 40 %	Vor-/Nachbere	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 20 %		

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

Qualitative und quantitative Bilanzanalysemethoden

Liquiditätsmanagement

Debitorenmanagement

Finanzierungsalternativen und deren spezifische Risiken

Lehr-/Lernmethoden:

- Vortrag, meist in Form eines interaktiven Lehrgesprächs
- Studentische Kurzvorträge mit ausführlicher Diskussion
- Vertiefung des Stoffs anhand von Fallbeispielen
- Bilanzanalysetool (MS Excel) wird zur Verfügung gestellt

Literatur/Lehrmaterial:

Wikipedia.com und Google.com und Handelsblatt

Stefan Behringer, Cash-flow und Unternehmensbeurteilung, E. Schmidt Verlag, 7. Aufl. 2001, Berlin

Leopold A. Bernstein / John J. Wild, Analysis of Financial Statements, McGraw-Hill, 5th ed. 2000, New York, NY

Karl Born, Bilanzanalyse international, Schäffer-Poeschel, 2. Aufl. 2001, Stuttgart

Adolf G. Coenenberg, Jahresabschluß und Jahresabschlußanalyse, Verlag Moderne Industrie, 18. Aufl. 2001, Landsberg/Lech

Karsten Füser, Intelligentes Scoring und Rating, Gabler, 1. Aufl. 2001, Wiesbaden

Karlheinz Küting / Claus-Peter Weber, Die Bilanzanalyse, Schäffer-Poeschel, 5. Aufl. 2000, Stuttgart

Volker H. Peemoller, Bilanzanalyse und Bilanzpolitik, Gabler, 3. Aufl. 2003, Wiesbaden Andreas Dahmen / Philipp Jacobi/Peter Roßbach, *Corporate Banking*, Bankakademie-Verl,

Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft Nürtingen

1. Aufl. 2001, Frankfurt

Jochen Drukarczyk, Finanzierung, Lucius & Lucius, 8. Aufl. 1999, Stuttgart

Bernd Fahrholz, Neue Formen der Unternehmensfinanzierung, Beck, 1998, München

Christian Garhammer, Grundlagen der Finanzierungspraxis, Gabler, 2. Aufl. 1998, Wiesbaden

Alan C. Shapiro/Sheldon D. Balbirer, *Modern Corporate Finance*, Prentice Hall, 2000, Upper Saddle River, NJ

Heinz J. Hockmann / Friedrich Thießen (Hrsg.) *Investment Banking*, Schäfer Poeschel, 2002, Stuttgart

Und weitere Spezialliteratur zu den jeweiligen Kapiteln

Besonderes:

Ein umfangreicher Katalog an Übungsfragen (zur vertieften Be- und Erarbeitung des Stoffes durch die Studierenden in Einzel- oder Gruppenarbeit) wird zur Verfügung gestellt.

In der Veranstaltung werden regelmäßig externe Referenten in Form von Praktikervorträgen eingebunden.

Ein Skript paßt nicht in den methodischen Ansatz dieser Veranstaltung!

Für die Studierenden anderer Fakultäten besteht die Möglichkeit, das Modul zu besuchen, ohne die Übungsleistung (siehe **VI.3.6.2** und **VI.3.6.3**) zu erbringen. Die SWS-Anzahl verringert sich dadurch auf 4 und die ECTS auf 6.

Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft Nürtingen

Beschreibung für Modulelement

Code:	Titel des Modulelements:
VI.3.5.2	Übungen / Fallstudien zur Bilanz- und Finanzierungsanalyse

Organisation

Dozent/in: Dr. Ines Miller		Status: Lehrbeauftragte		
ECTS-Punkte: SWS: 2			Sprache: deutsch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 50 h , mit der folgenden Aufteilung:				
Vorlesung: 10 %	Vor-/Nachber	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 60 %	

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

- Im Rahmen der Übungen wird ein Jahresabschluß eines börsennotierten Unternehmens gemeinsam und projektionsbezogen analysiert.
- Finanzierungsinstrumente werden in Bezug auf ihre Bilanzwirkung untersucht

Lehr-/Lernmethoden:

Die Veranstaltung lebt durch den konkreten Praxisbezug und der praktischen Umsetzung zu einer eigenständigen Bilanzanalyse durch den Studenten. Weiterhin werden Kurzreferate zu Finanzprodukten in Form von "Finanzsteckbriefen" gehalten.

Literatur/Lehrmaterial:

In Abhängigkeit von den jeweils ausgegebenen Themen werden zu Semesterbeginn auch die wichtigsten Literaturquellen (siehe dazu auch VI.3.5.1) benannt.

Besonderes:

Stand: SS 2009

Code: VI.3.5.3	Titel des Modulelements: Referat: Grundzüge der Internationalen Rechnungslegung nach IFRS für
	Controlling und Finanzmanagement

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Thomas Barth		Status: Professor		
ECTS-Punkte: 2	sws:		Sprache: deutsch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 50 h , mit der folgenden Aufteilung:				
Vorlesung: 10 %	Vor-/Nachbero	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 80 %	

Ausgestaltung des Modulelements

			• -
Lern	iin	ha	ltΔ.

Erstellung einer Seminararbeit und Durchführung einer Präsentation zu aktuellen Themen auf dem Gebiet der internationalen Rechnungslegung nach IFRS. Die Themen der Referate werden jeweils zu Beginn des Semesters ausgegeben

Lehr-/Lernmethoden:

Die Veranstaltung wird durch Referate der Studierenden abgehalten. Die Referate bauen inhaltlich aufeinander auf und decken das Lehrgebiet ab. Darüber hinaus werden vom Dozenten theoretische Grundlagen und Praxisbeispiele zum besseren Verständnis ergänzt.

Literatur/Lehrmaterial:

In Abhängigkeit von den jeweils ausgegebenen Themen werden zu Semesterbeginn auch die wichtigsten Literaturquellen benannt.

Besonderes	;
------------	---

Modulbeschreibung

Code:	Modulbezeichnung:
VI.3.6.	Internationale Finanzmärkte

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module: 1.2 Externes Rechnungswesen	Nachgelagerte Module:
III.1 Betriebliche Finanzwirtschaft	

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Uwe Stehr			
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jedes Semester	
Zulassungsvoraussetzungen: ECTS-Punkte: 8 Studium			sws:

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur, 60 Minuten	75 %
Referat	25 %

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:

In den Veranstaltungen werden aufbauend auf den spezifischen Marktgegebenheiten Möglichkeiten und Kriterien zur Analyse von Finanzmarktpreisen erarbeitet. Im Mittelpunkt stehen daher die Marktinterdependenzen und Risiken sowie der Informationsgehalt von Preisen. Dazu werden studentenseitig Kurzvorträge erstellt und gemeinsam anwendungsorientiert diskutiert. Die Studierenden lernen dabei nicht nur die Dynamik der Finanzmärkte zu Verstehen und kritisch zu Hinterfragen sondern auch aktiv handelnd zu begleiten.

Die Veranstaltungen orientieren sich dabei vornehmlich an Diskussionen mit den Studierenden, so wird ein ganzheitlicheres, vernetztes Denken sowie konstruktives und problemorientiertes Handeln bei Entscheidungsalternativen im Finanzbereich gefördert.

An Hand von Fallstudien (Einzel- und Gruppenarbeit) erhalten die Studierenden praxisorientierte Übung sowie Erfahrungen zum Einsatz von Finanzinstrumenten bei Anlage oder Finanzierung, vertieft durch studentische Referate zu ausgewählten Finanzprodukten.

Modulelemente:	Dozent/in:
VI.3.6.1 (Internationale Finanzmärkte)	Prof. Dr. Uwe Stehr
VI.3.6.2 (Übungen / Fallstudien zum	Bert Stahlmann, Commerzbank AG
Alternativer Risk Transfer))	

Code:	Titel des Modulelements:
VI.3.6.1	Internationale Finanzmärkte

Organisation

Dozent/in: Dr. Uwe Stehr		Status: Professor		
ECTS-Punkte:	sws:		Sprache: deutsch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 150 h., mit der folgenden Aufteilung :				
Vorlesung: 40 %	Vor-/Nachber	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 20 %	

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

Finanzmärkte und Einfluß der Rahmenbedingungen auf die Preisfindung Finanzmarktinnovationen und Handelsstrategien Preisstellung (Zins) und Informationsgehalt Konzepte von Risiken und deren Messung Leistungsfähigkeit von Prognosen

Lehr-/Lernmethoden:

- Vortrag, meist in Form eines interaktiven Lehrgesprächs
- Studentische Kurzvorträge mit ausführlicher Diskussion
- Vertiefung des Stoffs anhand von Fallbeispielen
- Die Studenten bearbeiten eigenständig oder in Gruppen vorgegebene Fallstudien und tragen die Ergebnisse / Lösungen vor Praktikern vor.

Literatur/Lehrmaterial:

Barrons "Dictionary of Finance and Investment Terms"

Rolf Beike / Johannes Schlütz, Finanznachrichten lesen – verstehen – nutzen, Schäffer Poeschel

Hans E. Büschgen, Internationales Finanzmanagement, Knapp Verlag, 3. Aufl. 1997, Frankfurt a.M.

Jeff Madura, Financial Markets and Institutions, South-Western College Publishing, 5th ed. 2001, Cincinnati, Ohio

Richard A. Brealey/Stewart C. Myers, Principles of Corporate Finance, McGraw-Hill, 6th ed. 2000, Boston.

BIZ-Quartalsberichte und ausgewählte Zeitungsartikel / Handelsblatt

Wikipedia.com und Google.com und Grundlagen in MS-Excel

weitere Spezialliteratur zu den jeweiligen Kapiteln...

Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft Nürtingen

Besonderes:

Ein umfangreicher Katalog an Übungsfragen (zur vertieften Be- und Erarbeitung des Stoffes durch die Studierenden in Einzel- oder Gruppenarbeit) wird zur Verfügung gestellt.

In der Veranstaltung werden regelmäßig externe Referenten in Form von Praktikervorträgen eingebunden.

In Zusammenarbeit mit Praktiker werden Case Studies im Rahmen der Übungen durchgeführt.

Ein Skript paßt nicht in den methodischen Ansatz dieser Veranstaltung!

Für die Studierenden anderer Fakultäten besteht die Möglichkeit, das Modul zu besuchen, ohne die Übungsleistung (siehe **VI.3.6.2**) zu erbringen. Die SWS-Anzahl verringert sich dadurch auf 4 und die ECTS auf 6.

Code:	Titel des Modulelements:
VI.3.6.2	Internationale Finanzmärkte und Alternativer Risiko Transfer

Organisation

Dozent/in: Bert Stahlmann		Status: Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte: 3	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 75 h., mit der folgenden Aufteilung :			
Vorlesung: 35 %	Vor-/Nachbere	itung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 40 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

Konvergenz von Finanz- und Versicherungsmärkten

Wissen, dass Risiko- und Kapitalmanagement miteinander verknüpft sind

Das Konzept der Gesamtrisikokosten erläutern können und die Schlüsselfaktoren für die Risikokosten der Firma kennen

Nach risiko-/renditebezogen Kriterien zwischen traditionellem und alternativem Risikotransfer unterscheiden können

Mit wichtigen Aspekten der Behandlung von ART Produkten im Rechnungswesen vertraut sein

Lehr-/Lernmethoden:

- Vortrag, meist in Form eines interaktiven Lehrgesprächs
- Vertiefung des Stoffs anhand von Fallbeispielen aus der Praxis
- Einsatz von Visualisierungstechniken (Beamer)
- Die Studenten bearbeiten (ausserhalb der Vorlesung) eigenständig in Gruppen vorgegebene Fallstudien und tragen die Ergebnisse / Lösungen innerhalb der Vorlesung vor.
- Die Studenten erarbeiten eigenständig sogenannte "Finanzsteckbriefe" zu ausgewählten Produkten und stellen diese in Referatform vor.

Literatur/Lehrmaterial:

Vorlesungsskript ("Grundgerüst" der Vorlesung)

Bruno Brühwiler / Bert H. Stahlmann / Henner D. Gottschling (Hrsg.) Innovative Risikofinanzierung - Neue Wege im Risk Management Verlag Dr. Th. Gabler GmbH, Wiesbaden, 1999

Christopher L. Culp: The Art of Risk Management, Wiley Finance, New York 2002

Wikipedia.com und Google.com und Grundlagen in MS-Excel

Besonderes:

Die Veranstaltung erhält ihren besonderen Reiz und Praxisbezug aus der ausgewiesenen und andauernden Expertentätigkeit des Referenten im Fachgebiet.

Modulbeschreibung

Code:	Modulbezeichnung:
VI.3.7. / VI.7.2.	International Trade and Finance

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module:	Nachgelagerte Module:
Vertiefungsstudiumszulassung	

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Stehr				
Modulart: Wahl-Pflichtfach		Turnus: jedes Semester		
Zulassungsvoraussetzungen: Englisch in Wort und Schrift	ECTS-Punkte:		sws:	

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur, 60 min. written exam,	75 %
Presentation on Case studies	25 %

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:

This class will prepare future internationally active managers & MNC executives in understanding the risks and opportunities of doing business across national borders if not globally. Lectures – styled exclusively in discussions with students - will acquaint them with the basics principles & interdependencies of the complex International Economic System. Students will learn to appreciate and argue the potentials of International Trade as important provider of economic growth & national prosperity as well as threats, e.g., requesting national adjustments and transitions due to increased competition. The discussion on protectionism and of the welfare effects will summarize the essentials for the international students. Furthermore students will be introduced to the basic principles of the International Monetary System and thus will gain insights into Exchange Rates, determination and volatility as well as Country Risk. Here the aim is to enable the students understanding and applying different techniques in hedging and thus minimizing risks involved in International Trade and Finance. Finally, the students will receive a sound foundation in weighting up respective advantages, costs, and risks in international trade and financing affairs, thus being able to assess and provide certain prudent strategies including hedges from risks occurring in international business affairs.

Modulelemente:	Dozent/in:
VI.3.7.1 / VI.7.2.1 (Lecture)	Prof. Dr. Uwe Stehr
VI.3.7.2 / VI.7.2.2 (Cases in Trade Finance)	Werner. C. Fick, Dresdner Bank AG

Code:	Titel des Modulelements:
VI.3.7.1 /	International Trade & Finance
VI.7.2.1	

Organisation

Dozent/in: Dr. Uwe Stehr		Status: Professor	
ECTS-Punkte:	sws:		Sprache: englisch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 150 h , mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 40 %	Vor-/Nachbere	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 20 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

This class will be instructed in the English language and comprises broadly three important aspects of the current international economic system. **First**, International Trade and Investments (causes and consequences), **second**, Exchange Rate Determination and international capital mobility, and **third**, different answers in international payment methods, trade and financing instruments as ways to mitigate the possible international risks involved.

- 1. The International Economic Environment
- 2. The Balance of Payments
- 3. International Trade Theory
- 4. Protectionism and Removal of Trade Barriers
- 5. Foreign Direct Investment
- 6. The Role of International Organizations
- 7. The International Monetary System
 Exchange Rate Determination
- 8. The International Finance Environment

Political Risk

Finance and Risk Mitigation Techniques in International Trade

Lehr-/Lernmethoden:

The course runs primarily as a lecture with thorough discussions, and occasional other media. In separate exercises (VI.3.7.2 / VI.7.2.2) students will work independently on Case Studies in International Trade and Finance

Literatur/Lehrmaterial:

Paul R. Krugman/Maurice Obstfeld, *International Economics. Theory and Policy*, Addison-Wesley, current ed.,

Dominick Salvatore, International Economics. John Wiley, current ed.,

Alan C. Shapiro, Multinational Financial Management. Prentice-Hall, current ed.,

And any of several other textbooks on international economics and trade (many of which are available in the HfWU-library).

Handelsblatt, Google and Wikipedia

Further texts will be explicitly recommended at the beginning of lectures.

Besonderes:

This course will make regular use of guest lecturers from practitioners and HfWU partner universities. There will be no Skript provided as it does not correspond with the aim and style of the lecture but there is a lengthy questionnaire for students exercises.

Code:	Titel des Modulelements:	
VI.3.7.2 /	Finance and Risk Mitigation Techniques in International Trade	l
VI.7.2.2		

Organisation

Dozent/in: Werner C. Fick		Status: Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte:	sws:		Sprache: englisch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 75 h , mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 30 %	Vor-/Nachbere	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 50 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

This class will be instructed in the English language and will introduce to the different Risks and Mitigation techniques in International Trade Finance and Investments, covering the following subjects:

- 1. Current Trends in International Trade
- 2. The Trade Cycle
- 3. Total Risk and Risk Management
- 4. Methods of Payment
- 5. Short Term Financing
- 6. Structured Trade Finance

Lehr-/Lernmethoden:

The practitioners presentation will guide though out the lecture and the in depths discussions on current affairs in trade finance. Students will work as well independently on Case Studies in International Trade and Finance. Furthermore they will prepare presentations to several aspects in trade finance in form of a "Finanzsteckbrief".

Literatur/Lehrmaterial:

Handelsblatt, Google and Wikipedia

Paul R. Krugman / Maurice Obstfeld, *International Economics. Theory and Policy*, Addison-Wesley, current ed.,

Dominick Salvatore, International Economics. John Wiley, current ed.,

Alan C. Shapiro, Multinational Financial Management. Prentice-Hall, current ed.,

And any of several other textbooks on international economics and trade (many of which are available in the HfWU-library).

Further texts will be explicitly recommended at the beginning of lectures.

Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft Nürtingen

Modulbeschreibung

Code:	Modulbezeichnung:
1/1 4 4	
VI.4.1.	Bankwirtschaft

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module:	Nachgelagerte Module:

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Graf			
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jedes Semester	
Zulassungsvoraussetzungen: Zulassung zum Hauptstudium	ECTS-Punkte:		sws:

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur, 120 Minuten	100 %

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:

Die Studierenden werden mit den zentralen Feldern des strategischen Bankmanagements, mit der rendite- und risikofokussierten Steuerung einer Bank sowie mit den (aufsichts-) rechtlichen Rahmenbedingungen vertraut gemacht und erlernen Lösungsansätze mit dem Ziel der Sicherung nachhaltiger Wettbewerbs- und Existenzfähigkeit.

Modulelemente:	Dozent/in:
Strategisches Bankmanagement	Prof. Dr. Graf
Gesamtbanksteuerung	DiplBetriebswirt Braunstein
Bankrecht / Bankaufsichtsrecht	Prof. Dr. Gabius

Code:	Titel des Modulelements:
VI.4.1.1.	Strategisches Bankmanagement

Organisation

Dozent: Dr. Graf		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 2,5	sws : 2		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 62,5, mit der folgenden Aufte		eilung:	
Vorlesung: 50%	Vor-/Nachbere	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 10%

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

Vor dem Hintergrund permanenten Strukturwandels und unter dem Aspekt nachhaltiger Existenzsicherung erlangen die Studierenden umfassende Kenntnisse über die Bedeutung der Entwicklung einer Unternehmenskultur sowie über die Entwicklung von zielführenden Vertriebs-, Risiko-, Qualitäts- und Wissensstrategien deren Zusammenspiel im Target Management abgebildet wird.

Lehr-/Lernmethoden:

Seminaristische Lehrveranstaltung Fachgespräche und Dialog mit den Studierenden

Literatur/Lehrmaterial:

v. Köppen, J., Bankpolitik und Bankstrategie Maier, K.M., Risikomanagement im Immobilien- und Finanzwesen Becker/Peppmeier, Bankbetriebslehre Bullinger/Lott, Target Management

Code:	Titel des Modulelements:
VI.4.1.2.	Gesamtbanksteuerung

Organisation

		Status: Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte: 3	sws : 2		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 75, mit der folgenden Aufteile		ung:	
Vorlesung: 45%	Vor-/Nachbere	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit

	10,0	1070
Ausgestaltung des Modul	elements	
Lerninhalte:		
Die Studierenden werden vertraut gemacht mit den Prämissen und Instrumenten der Bankplanung im Hinblick auf die Zielsysteme, Maßnahmen und Prozesse und erlernen den Umgang mit und den zielführenden Einsatz von Instrumenten der Rendite-, Risiko- und Liquiditätsplanung.		
Lehr-/Lernmethoden:		
Seminaristische Lehrveranstal	ltung	
Literatur/Lehrmaterial:		
Skript		
Ergänzende Literaturangaben	in der Veranstaltung	
Besonderes:		

Code:	Titel des Modulelements:
VI.4.1.3.	Bankrecht / Bankaufsichtsrecht

Organisation

Dozent: Dr. Gabius		Status: Professorin	
ECTS-Punkte: 2,5	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 62,5, mit der	folgenden Aufte	eilung:	
Vorlesung: 50%	Vor-/Nachber	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 10%

Ausgestaltung des Modulelements

*	Bankvertragsrecht / Girovertrag / Geschäftsbesorgungsvertrag

- * Bank AGB (Bankgeheimnis/-auskunft, Rechnungsabschlüsse/Gebühren, ...) * Zahlungsverkehr, e-banking, Kartenverkehr, Auslandsverkehr (Akkreditive,
- ...) * Wertpapierrecht * Ausgewählte Fragen des Kapitalmarktrechts

Lehr-/Lernmethoden:

Lerninhalte:

Seminaristische Lehrveranstaltung

Literatur/Lehrmaterial:

Derleder/Kneps/Bamberger: Handbuch zum deutschen/europäischen Bankrecht

Assmann/Schütze: Handbuch des Kapitalanlagerechts Schimanski/Bunte/Lwowski: Bankrechtshandbuch

Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft Nürtingen

Modulbeschreibung

Code:	Modulbezeichnung:
VI.4.2.	Private and Corporate Banking

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module:	Nachgelagerte Module:

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Graf			
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jedes Semest	er
Zulassungsvoraussetzungen: Zulassung zum Hauptstudium	ECTS-Punkte:		sws:

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur 120 Minuten	100%

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:

Die Studierenden erlangen umfassende Kenntnisse über die Veränderungen von Markteigenschaften und die Erklärungskomponenten finanzwirtschaftlichen Verhaltens, und erlangen das notwendige theoretische Basiswissen zur Entwicklung zielführender standardisierter und individueller Problemlösungskonzepte auf der Basis vorhandener Rendite-Risiko-Profile im Unternehmensgeschäft wie im Private Wealth Management.

Modulelemente:	Dozent/in:
Private Banking	Prof. Dr. Graf
Corporate Banking	Dr. Biegert
Initial Public Offering	Prof. Dr. Graf

Stand: SS 2009

Code:	Titel des Modulelements:
VI.4.2.1.	Private Banking / Private Wealth Management

Organisation

Dozent: Prof. Dr. Graf		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 3	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 75, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 45%	Vor-/Nachbere	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 10%

Ausgestaltung des Modulelements

			• .
 rn	in	ha	lte:

Philosophie, Kernleistungen, strukturierte Problemlösungsmodelle (auf Basis des Financial Planning), Profilierungs- und Qualitätsstrategien im Private Wealth Management unter dem Aspekt des Primats der (sich permanent verändernden) Markterwartungen und der rechtlichen Rahmenbedingungen.

Lehr-/Lernmethoden:

Seminaristische Lehrveranstaltung Fachgespräche / Dialog mit den Studierenden

Literatur/Lehrmaterial:

Tilmes, R., Financial Planning im Private Banking Swoboda, K.C. Retail Banking und Private Banking Schaubach, P., Family Office im Private Wealth Management Betsch/von Hoven/Krupp Handbuch Privatkundengeschäft

Code:	Titel des Modulelements:
VI.4.2.2.	Corporate Banking

Organisation

Dozent: DiplBetr.wirt Dr. Biegert		Status: Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte: 2,5	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 62,5, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 50%	Vor-/Nachbere	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 10%

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

Unternehmensanalyse und Begleitung eines Unternehmens in dessen verschiedenen Lebensphasen, Fragen strategischer Finanzierungsentscheidungen und des zielführenden Einsatzes der vielfältig verfügbaren Finanzierungsinstrumente.

Lehr-/Lernmethoden:

Seminaristische Lehrveranstaltung Fachgespräche / Dialog mit den Studierenden

Literatur/Lehrmaterial:

Biegert/Gönner, Die Bilanzanalyse in der Firmenkundenberatung, DG-Verlag, 5. völlig überarb. Auflage, Wiesbaden 2006

Braun Dr., Rating-Leitfaden für den Mittelstand, Kognos-Verlag, Augsburg 2002. Ohlmeyer/Gördel, Das Kreditgeschäft der Kreditgenossenschaften, DG-Verlag, Wiesbaden 1999

Schneck, Prof. Dr., Alternative Finanzierungsformen, Willey-Verlag 2006 Schmoll, Firmenkunden aktiv und erfolgreich Betreuen, Gabler-Verlag 2003 Sperber, Prof. Dr., Wirtschaft verstehen, Schäffer-Poeschel Verlag, 2. Auflage 2007

Code:	Titel des Modulelements:
VI.4.2.3.	IPO (Initial Public Offering)

Organisation

Dozent: Prof. Dr. Graf		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 2,5	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 62,5, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 50%	Vor-/Nachbere	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 10%

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

Abbildung eines Börsenganges unter den Aspekten der dem zugrundeliegenden Motivation, der zu erfüllenden Voraussetzungen, um Börsenreife zu erlangen, der möglichen Notierungsstrategien, des Projektcharakters eines Börsenganges mit klar definierten Verantwortlichkeiten und der zu erstellenden Dokumente und Verträge.

Lehr-/Lernmethoden:

Seminaristische Lehrveranstaltung Fachgespräche / Dialog mit Studierenden

Literatur/Lehrmaterial:

Deutsche Börse Group, Ihr Weg an die Börse Deutsche Börse AG, Praxishandbuch Börsengang WirtzSalzer, IPO-Management Achleitner Handbuch Investmentbanking

Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft Nürtingen

Modulbeschreibung

Code:	Modulbezeichnung:
VI.4.3.	Wertpapiermanagement

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module:	Nachgelagerte Module:
Studiengang IF 1. Semester	
Bondmanagement und –analyse	

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Graf				
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jedes Semest	er	
Zulassungsvoraussetzungen: Zulassung zum Hauptstudium	ECTS-Punkte:		sws:	

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur 120 Minuten	100%

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:

Die Studierenden lernen, im Rahmen der Vermögensstrukturoptimierung und -absicherung fundierte Entscheidungen zum Einsatz der Assetklasse Aktien sowie derivater Finanzprodukte zu treffen und das dazu notwendige Instrumentarium zielführend einzusetzen.

Modulelemente:	Dozent/in:
Aktienanalyse / Aktienmanagement	Prof. Dr. Maier
Derivatemanagement	Prof. Dr. Steinbrenner

Code:	Titel des Modulelements:
VI.4.3.1.	Aktienanalyse / Aktienmanagement

Organisation

Dozent: Prof. Dr. Maier		Status: Professor	
ECTS-Punkte:	sws : 3		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 100, mit der f	olgenden Auftei	ilung:	
Vorlesung: 30%	Vor-/Nachbere	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 10%

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

Die Studierenden sind in der Lage, fundierte Entscheidungen im Rahmen der Assetklasse Aktien zu treffen. Sie können die Aktien im Rahmen der Vermögensbildung einordnen, sie kennen die unterschiedlichen Strukturen wichtiger internationaler Kapitalmärkte, sind vertraut mit den Stärken und Schwächen der Analysemethoden und beherrschen die wichtigen Strategien des Risikomanagements bei Aktienprotfeuilles.

- 1. Aktie als Finanzierungsinstrument und Anlageform
- 2. Aktienmärkte
 - a. Internationale Kassa- und Terminmärkte
 - b. Aktien- und Volatilitätsindizes
- 3. Aktienanalyse
 - a. Fundamentalanalyse
 - b. Charttechnische Analyse
 - c. Behavioral Finance
- 4. Management von Aktienportfolios
 - a. Optimale Selektion eines Aktienportfolios
 - b. Risikomanagement mit derivaten Finanztiteln
- 5. "Förderung der Aktie" (DAI)

Lehr-/Lernmethoden:

Seminaristischer Unterricht 40%, Fallstudien, 30%, Marktanalysen 20%

Literatur/Lehrmaterial:

Albrecht, P., Maurer, R.: Investment- Risikomanagement, Stuttgart Goldberg, J., von Nitzsch, R.: Behavioral Finance, München

Perridon, L., Steiner M.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, München

Steriner M, Bruns, Ch.: Werrtpapiermanagement

Besonderes:			

Code:	Titel des Modulelements:
VI.4.3.2.	Derivatemanagement

Organisation

Dozent: Dr. Steinbrenner		Status: Professor	
ECTS-Punkte:	sws : 3		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 100, mit der f	olgenden Auftei	ilung:	
Vorlesung: 30%	Vor-/Nachbere	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 10%

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

Die Studierenden erkennen derivate Instrumente, die in vielen Finanzprodukten versteckt sind. Sie können unbedingte Termingeschäfte, Swaps und Standard-Optionen – auch als Elemente von strukturierten Produkten – bewerten und über die Sensitivitätsanalyse zur Generierung optionaler Risikostrukturen nutzen.

- 1. Finanzderivate Definition Arten Einteilung
- 2. Swaps Derivate auf der Basis von Festzinsbindung und variabler Verzinsung im Asset- und Libability-Management
- 3. Unbedingte Termin geschäfte
 - Aktien- und Index-Futures zur Performance-Maximierung und zur Absicherung im Asset-Management
 - Der Einsatz von Zinsfutures und Zins-Forwards im Asset- und Libability-Management
 - Devisen-Termingeschäfte zur Absicherung von Währungspositionen im Außenhandel
 - Verbriefte Futures (Hebelprodukte) als Spekulationsinstrumente
- 4. Standard-Optionen und deren optimale Nutzung
 - Performance-Maximierung-Strategie
 - Fixed-Hedge- und Cash-Extraction-Strategie
 - Klassische Beurteilung von Optionen
 - Präferenzfreie Gleichgewichtsmodelle zur Berechnung des Fairen Wertes mit Sensitivitätsanalyse
 - Delta- und Gamma-Hedge, Strukturierte Produkte

Lehr-/Lernmethoden:

Seminaristische Lehrveranstaltung mit Übungen und Fallstudien

Literatur/Lehrmaterial:

Steinbrenner, Hans-Peter: Professionelle Optionsgeschäfte – Moderne Bewertungsmethoden richtig verstehen, Wien/Frankfurt am Main 2001

Steinbrenner, Hans-Peter: Optionsrechte in der Praxis – Von Plain Vanilla bis zu Rainbow Optionen, Wien/Frankfurt am Main 2000

Maier, Kurt M.: Risiko-Management im Immobilien- und Finanzwesen, 2. Aufl., Frankfurt am Main 2004

Hull, John C.: Options Futures & Other Derivates, Fifth Edition, New Jersey 2003 Steiner, Manfred; Bruns, Christoph: Wertpapiermanagement, 8. Aufl., Stuttgart 2002

Besonderes

Es wird die Kenntnis des Modulelements "Bondmanagement und –analyse" aus dem Studiengang IF, 1. Semester, vorausgesetzt. Es wird empfohlen, diese Veranstaltung vorab zu besuchen.

Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft Nürtingen

Modulbeschreibung

Code:	Modulbezeichnung:
VI.4.4.	Assetklasse Real Estate

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module:	Nachgelagerte Module:

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Graf			
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jedes Semest	er
Zulassungsvoraussetzungen: Zulassung zum Hauptstudium	ECTS-Punkte:		sws:

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur 180 Minuten	100%

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:

Die Studierenden werden in die Lage versetzt, im Rahmen der Assetklasse Immobilien fundierte Investitionsentscheidungen zu treffen und zu deren Realisierung zielführende Finanzierungsmodelle zu entwerfen unter Berücksichtigung der einschlägigen rechtlichen Rahmenbedingungen. Die Teilnehmer werden in die Lage versetzt, rechtlich relevante Fragestellungen und Probleme sachgerecht einzuordnen und einer Lösung zuzuführen.

Modulelemente:	Dozent/in:
Real Estate Investments	Prof. Dr. Maier
Real Estate Finance	Prof. Dr. Graf
Immobilienrecht	Dr. Lang / Prof. Dr. Förschler

Stand: SS 2009

Code:	Titel des Modulelements:
VI.4.4.1.	Real Estate Investments

Organisation

Dozent: Prof. Dr. Maier		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 2,5	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 62,5, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: Vor-/Nachbereit 40%		eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 10%

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

Entwicklung und Rahmenbedingungen der Immobilienmärkte vor volkswirtschaftlichem Hintergrund - Investitionsrechnung - Immobilienbewertung - Immobilienportfoliomanagement

Lehr-/Lernmethoden:

Seminaristischer Lehrveranstaltung

Literatur/Lehrmaterial:

Brüggemann/Fischer, Real Estate Finance and Investments Hübener, Terminbörsliche Immobilienderivate für Deutschland Klug, Offene Immobilienfonds Maier, Risikomanagement im Immobilien- und Finanzwesen. Rehkügler, Die Immobilien-AG, Bewertung und Marktattraktivität

Besonderes:

Einsatz von Praktikern, die über aktuelle Markt-/Produktentwicklungen berichten

Stand: SS 2009

Code:	Titel des Modulelements:
VI.4.4.2.	Real Estate Finance

Organisation

Dozent: Dr. Graf		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 3	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 75, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 40%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 50%		Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 10%

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

Funktionskonzepte, Objektkalkulation und Kapitalbedarfsermittlung. Projektadäquate konventionelle/strukturierte Finanzierungslösungen (Immobiliendarlehen/Währung, Tilgungssuregate, Leasing, Mortgage Backed Securities, REIT`s, Fondslösungen, Property Securitisation, Immoblienindex-Genussscheine, Mezzanine Finanzierungen).

Lehr-/Lernmethoden:

Seminaristische Lehrveranstaltung

Fachgespräche Dialog mit den Studierenden

Literatur/Lehrmaterial:

Schulte, K.W., Immobilienökonomie I Schulte, K.W., Handbuch Immobilienbanking Lauer, J., Strukturierte Immobilienfinanzierung Kippes/Sailer, Immobilienmanagement

Code:	Titel des Modulelements:
VI.4.4.3	Privates Immobilienrecht

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Peter Förschler (WS: LB Dr. Thomas Lang)		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 2, 5	sws:		Sprache: deutsch
Workload: 2, 5 x 25 = 62,5 Stunden mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: Eintragung 50 %	Vor-/Nachber	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 20 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

- I. Grundbegriffe des Sachenrechts
- II. Gliederung der dinglichen Rechte
 - 1. Das Eigentum und seine Erscheinungsformen
 - 2. Beschränkt dingliche Nutzungsrechte
 - 3. Beschränkt dingliche Verwertungsrechte
 - 4. Beschränkt dingliche Erwerbsrechte
 - 5. Anwartschaftsrechte
 - 6. Schutz des Eigentums
- III. Wohnungseigentumsrecht
- IV. Grundstücksverkehrsrecht
 - 1. Arten des Eigentumserwerbs
 - 2. Die rechtsgeschäftliche Übereignung von Sachen
 - 3. Weitere Rechtsänderungen an Grundstücken
- IV. Das Grundbuch
- V. Maklerrecht
 - 1. Inhalt des Maklervertrages
 - 2. Abschluss des Maklervertrages
 - 3. Entstehen des Provisionsanspruches

Lehr-/Lernmethoden:

Der Stoff wird in einer interaktiven Vorlesung vermittelt, bei der auf Interessenslagen und Anregungen der Studierenden in besonderem Maße eingegangen wird. Die Aufbereitung des Stoffes erfolgt anhand von Praxisfällen, es kommen Musterverträge und weiteres praxisbezogenes Lehrmaterial zum Einsatz. Anwendung von Visualisierungstechniken wie Beamer, Overhead.

Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft Nürtingen

Literatur/Lehrmaterial:

- 1. Förschler, Peter: Privat- und Prozessrecht, 12. Aufl. 2009, Holzmann Buchverlag
- 2. Grziwotz, Herbert: Praxis-Handbuch Grundbuch- und Grundstücksrecht, 1999, Verlag Dr. Otto Schmidt
- 3. Weber, Dieter, Privates Immobilienrecht, 2005, Hammonia-Verlag
- 4. Zantow, Roger: Finanzwirtschaft der Unternehmung, Pearson Studium, 2. Aufl. 2007
- 5. Sailer/Langemaack, Kompendium für Immobilienberufe, 11. Aufl., 2008, Verlag Richard Boorberg

Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft Nürtingen

Modulbeschreibung

Code:	Modulbezeichnung:
VI.4.5.	Immobliliendevelopment / Facility Management

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module:	Nachgelagerte Module:

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Graf			
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jedes Semester	
Zulassungsvoraussetzungen: ECTS-Punkte: Zulassung zum Hauptstudium 8			sws:

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur 120 Minuten	100%

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:

Die Studierenden erlangen umfassende Kenntnisse über Rahmenbedingungen und Vorgehnsweisen der Immobilienprojektentwicklung, der Projektsteuerung und des Facility Managements unter Berücksichtigung der einschlägigen rechtlichen Bestimmungen auf der Basis einer Einführung in die Grundlagen der Architektur.

Modulelemente:	Dozent/in:
Immobilienprojektentwicklung	Prof. Dr. Graf
Projektsteuerung / Facility Management	Frau Reinhardt
Öffentliches Immobilienrecht	Endemann / Dr. Fenchel
Grundlagen der Architektur	Prof. Marchtaler

Stand: SS 2009

Code:	Titel des Modulelements:
VI.4.5.1.	Immobilienprojektentwicklung

Organisation

Dozent: Prof. Dr. Graf		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 1,5	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 37,5, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: Vor-/Nachbere 40%		eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

Projektentwicklungsmarkt – Ausgangspunkt und Phasen einer Projektentwicklung – Nutzungskonzepte – Risiken/Steuerungsinstrumente – Projektfinanzierungen und deren Spezifika - Organisationsformen

Lehr-/Lernmethoden:

Seminaristischer Lehrveranstaltung Fachgespräche / Dialog mit Studierenden

Literatur/Lehrmaterial:

Schulte, K.W., Immobilienökonomie I

Schulte, K.W., Handbuch Immobilienbanking

Schulte, K.W., Handbuch immobilienprojektentwicklung

Code:	Titel des Modulelements:
VI.4.5.2.	Projektsteuerung / Facility Management

Organisation

Dozent: Fr. DiplWirtschafts.ing. Reinhardt		Status: Lehrbeauftragte	
ECTS-Punkte: 2	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 50, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 50%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 40%		Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 10%

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

Immobilienmarkt – Projektmanagement – Projektaufbauorganisation – Projektablauforganisation – Kosten-/Leistungsmanagement - Informationsmanagement - Nachhaltigkeit

Lehr-/Lernmethoden:

Seminaristische Lehrveranstaltung Fachgespräche / Dialog mit den Studierenden

Literatur/Lehrmaterial:

Bruckhausen, S., Mißerfolgsfaktoren im Projektmanagement Kalusche, W. Projektmanagement für Bauherren und Planer Diederichs, C. J., Führungswissen für Plan- und Immobilienfachkräfte Greiner, P., et al, Baubetriebslehre, Projektmanagement Ahrens, H., Handbuch Projektsteuerung - Baumanagement

Code:	Titel des Modulelements:
VI.4.5.3.	Öffentliches Baurecht

Organisation

Dozent: Hr. Endemann, Vorsitzender Richter am Verwaltungsgericht		Status: Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte: 1,5	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 37,5 mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 40%	Vor-/Nachbere	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 30%

Ausgestaltung des Modulelements

Adogeotationy des moduleiements
Lerninhalte:
Allgemeines und besonderes Städtebaurecht (BauGB) Bauordnungsrecht (Landesbauordnung) Bauleitplanung und örtliche Bauvorschriften Grundzüge des Rechtes der Raumordnung und Landesplanung
Lehr-/Lernmethoden:
Vorlesung
Interaktives Lehrgespräch
Fallbeispiele Übungen, Visualisierungstechniken
Literatur/Lehrmaterial:
Vorlesungsskript mit Literaturhinweisen
Besonderes:

Code:	Titel des Modulelements:
VI.4.5.4.	Mietrecht

Organisation

Dozent: Fr. Dr. Fenchel, RA		Status: Lehrbeauftragte	
ECTS-Punkte: 1,5	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 37,5 mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 40%	Vor-/Nachber	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 30%

Ausgestaltung des Modulelements
Lerninhalte:
Mietvertrag
Abgrenzung Miet-/Wohnraum-/Gewerbemietvertrag
Parteien des Mietvertrages/Mietobjekt/Miethöhe/Vetragsformen/Kaution
Beendigung/Störung des Mietverhältnisses
Lehr-/Lernmethoden:
Vorlesung Fallbeispiele Übungen, Visualisierungstechniken
Literatur/Lehrmaterial:
Deutscher Mieterbund, Mieterlexikon
Spreng, Das neue Mietrecht
Fritz, Gewerberaummietrecht
Besonderes:

Code:	Titel des Modulelements:
IV.5.5.	Grundlagen der Architektur

Organisation

Dozent: Hr. Marchthaler		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 1,5	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 37,5 mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 45%	Vor-/Nachbere	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 15%

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

Die Studierenden werden mit Grundlagen der Bauplanung vertraut gemacht und lernen die Anwendung der Planungsinstrumente kennen.

- 1. Bauzeichnungen
- 2. Flächennutzungs- und bebauungsplan
- 3. Bauordnungsrechtliche Anwendung der Landesbauordnung
- 4. Grundflächen- und Rauminhaltsberechnungen nach DIN 277
- 5. Kostenermittlung nach DIN 276
- 6. Wohnflächenermittlung

Lehr-/Lernmethoden:

Vorlesung, Gruppenarbeit

Literatur/Lehrmaterial:

Manuskript, Literaturliste:

BKI (Hrsg.): BKI Bildkommentar DIN 276 / DIN 277. Kosten im Hochbau. Stuttgart 2007 Fröhlich, P. J.: Hochbaukosten, Flächen, Rauminhalte. DIN 276 – DIN 277 – DIN 18960 Kommentar und Erläuterungen. Wiesbaden, 14. Auflage 2007

Hangarter, E.: Bauleitplanung. Bebauungspläne, Köln, 5. Auflage 2006

Kiepe, F.; van Heyl, A., Steinfort, F.: Baugesetzbuch für Planer. Bildkommentar, Köln. 3. Auflage 2007

Schiffers, K.-H.; Langen, W.: Bauplanung und Bauausführung. Köln 2005

Besonderes:

Unregelmäßige Veranstaltung Termine beachten!

Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft Nürtingen

Modulbeschreibung

Code:	Modulbezeichnung:
VI.4.6.	Versicherungswirtschaft

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module:	Nachgelagerte Module:

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Nauschütt					
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jedes Semester			
Zulassungsvoraussetzungen: Zulassung zum Hauptstudium	ECTS-Punkte:		sws:		

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur 120 Minuten	100%

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:

Verständnis betrieblicher und privater Haftungsgefahren/Risiken. Risikomanagement mit besonderer Berücksichtigung versicherungstechnischer Lösungen. Fälle aus der Praxis mit Lösungsvarianten. Kenntnis der betrieblichen Organisation/versicherungstechnische Funktionsweise von Versicherungsunternehmen sowie deren öffentlichrechtliche/betriebswirtschaftliche Rahmenbedingungen

- BAV/LV: Systeme der gesetzlichen Versorgungen einschließlich demografischer Probleme. Private LV/RV einschließlich steuerlicher Aspekte vertragsrelevante Elemente
- Versicherungsvertragsrecht

Lösung versicherungsrelevanter Probleme, Lösungsansätze AVB Krankenversicherung, Rechtsschutz

Modulelemente:	Dozent/in:
Versicherungswirtschaft I	Prof. Dr. Nauschütt / LB
Versicherungswirtschaft II	
Versicherungswirtschaft III	

Code:	Titel des Modulelements:
VI.4.6.1.	Versicherungswirtschaft I

Organisation

Dozent: Prof. Dr. Nauschütt		Status: Professor			
ECTS-Punkte: 3	sws: 2		Sprache: deutsch		
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 75, mit der folgenden Aufteilung:					
Vorlesung: 60%	Vor-/Nachbere	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 10%		

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

- 1. Haftungsrecht in der Praxis, Versicherungsbedingungen Praxis des Versicherns von Risiken, Problemfälle/Gefahren von Versicherungsbedingungen für Versicherungsnehmer
- 2. Umweltrisiken, Altlasten, Riskmanagement in der Praxis, Betriebsbeauftragte Schutz von Unternehmen Finanzierungsalternativen , Praxisfälle und Lösungen

Lehr-/Lernmethoden:

Vorlesung im Dialog Fachgespräche mit Studierenden Audiovisuelle Lehrmaterialien

Literatur/Lehrmaterial:

Vorlesungsskript Aktuelle Fachveröffentlichungen

Besonderes:

Info-Besuche bei Versicherungen/Maklern Teilnahme an Veranstaltungen Probe-Assessments / Bewerbungsuntertützung

Code:	Titel des Modulelements:
VI.4.6.2.	Versicherungswirtschaft II

Organisation

Dozent: Prof. Dr. Nauschütt DiplBetr.wirt Hörner		Status: Professor Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte: 2,5	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 62,5, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 60%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 30%		Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 10%

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

Betriebswirtschaftliche, rechtliche und faktische Funktionsweise von Versicherungen anhand von Praxisfällen und deren Lösungen

Lehr-/Lernmethoden:

Lehrgespräch Vorlesung

Audovisuelle Lehrmittel

Literatur/Lehrmaterial:

Vorlesungsskript

Aktuelle Fachveröffentlichungen

Besonderes:

Große Praxisnähe wegen des aktuellen beruflichen Hintergrundes der Dozenten (RA/Ltd. Mitarbeiter einer großen Versicherung)

Code:	Titel des Modulelements:
VI.4.6.3.	Versicherungswirtschaft III

Organisation

Dozent: DiplBetr.wirt Hofmann RA/Dipl.Jur. Sperrer		Status: Lehrbeauftragter Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte: 2,5	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 62,5 mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 60%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 30%		Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 10%

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

1. BAV/LV

Überblick über betriebliche BAV / private LV und RV mit Detailvertiefung (z.B. Gesundheitsfragen)

 Entstehungs- und Entwicklungsgeschichte des VVG Grundlagen des allgemeinen Teils VVG-Reform, Vermittlerrichtlinien (Registrierungs-/Erlaubnispflicht für alle gewerbsmäßigen Vermittler (Nachweis ausreichender Sachkunde, Sachkundeprüfung durch Studium Dipl.Betr./Bachelor/Master ersetzt)

Lehr-/Lernmethoden:

Lehrgespräch

Vorlesung

Individuelles Schulungsmaterial / audiovisuelle Präsentationen

Literatur/Lehrmaterial:

Individuelles Schulungsmaterial / Skript des Dozenten

Besonderes:

Praxisnähe sofort anwendbare Kenntnisse

Modulbeschreibung

Code:	Modulbezeichnung:
VI.5.1.	IHL-1: Produktionsmanagement

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module:	Nachgelagerte Module:
keine	keine

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Matthäus			
Modulart: Turnus: jährlich im SS			i
Zulassungsvoraussetzungen: keine	ECTS-Punkte: 8		sws:

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur, 120 Minuten	100 %

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:

Vermitteln von Grundbegriffen und Grundzusammenhängen

- von Industriebetrieben allgemein und
- der industriellen Produktionswirtschaft im Besonderen.
- Theorie und praktischer Bezug durch Beispiele.
- Vertiefung spezieller Aspekte

Modulelemente:	Dozent/in:
5.1.1 Vorlesung: Produktionsmanagement mit Übungen	Prof. Dr. Fritz Matthäus
5.1.2 Vorlesung: Spezielle Kapitel	Prof. Dr. Fritz Matthäus

Code:	Titel des Modulelements:
VI.5.1.1	Vorlesung: Produktionsmanagement

Organisation

Dozent/in: Dr. Fritz Matthäus		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 5	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 125 Stunder	n, mit der folger	nden Aufteilung:	
Vorlesung: 50 %	Vor-/Nachbere	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

Überblick über die Inhalte der Industriebetriebslehre, besonders der Produktionswirtschaft Vertieft werden die folgenden Themenbereiche:

- 1. Einführung Industriebetrieb
- 2. Fertigungserzeugnisse, insbes. Erzeugnisarten, Lebenszyklus, Erzeugnisbeschreibung
- 3. Fertigungsverfahren, insbes. Prozess-, Organisationstypen, Werkstatt-, Fließfertigung, neuer Konzepte.
- 4. Planung der Fertigung, insbes. Verfahrenswahl, Erfahrungskurven, Fertigungstiefe Zeitwirtschaft, insbes. Zeitaufnahme, Multimomentaufnahme, Systeme vorbest. Zeiten Entlohnung, Arbeitsbewertung
- 5. Qualitätsmanagement: Grundlagen, Konzeptionen, betriebliche Umsetzung, Methoden

Lehr-/Lernmethoden:

Interaktive Vorlesung mit Beispielen und eingestreuten Übungen. Die Grundbegriffe der jeweiligen Thematik werden anhand praktischer Beispiele erläutert. In Kleingruppen werden Beispiele erörtert und Lösungsvorschläge für einfache praktische Aufgabenstellungen erarbeitet mit dem Ziel, die Grundbegriffe zu festigen. Damit ergibt sich für den Lehrenden die Möglichkeit, den Lernerfolg abzuschätzen. Neben den Grundbegriffen werden grundlegende Konzepte erörtert und anhand von Beispielen verdeutlicht. Alternativen werden bezüglich möglicher Vor- und Nachteile diskutiert.

Literatur/Lehrmaterial:

jeweils neueste Auflage:

- umfangreiches Skript.
- Ebel, B.: Produktionswirtschaft. Verlag: Kiehl.
- Hansmann, K.-W.: Industrielles Management. Verlag: Oldenbourg.
- Haupt, R.: Industriebetriebslehre. Einführung. Management im Lebenszyklus industrieller Geschäftsfelder. Verlag: Gabler.
- Schweitzer, M. (Hrsg.): Industriebetriebslehre. Verlag: Vahlen.
- Thonemann, U.: Operations Management. Verlag: Pearson.
- Voigt: Industrielles Management, Verlag: Springer.

Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft Nürtingen
Besonderes:

Code:	Titel des Modulelements :
VI.5.1.2	Vorlesung: Spezielle Kapitel

Organisation

Dozent/in: Dr. Fritz Matthäus		Status: Professor	
ECTS-Punkte:	sws : 2		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 75 Stunden,	mit der folgend	len Aufteilung:	
Vorlesung: 50 %	Vor-/Nachbere	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

Überblick über die Inhalte der Industriebetriebslehre, besonders der Produktionswirtschaft Vertieft werden die folgenden Themenbereiche:

- 1. Qualitätsmanagement: Grundlagen, Konzeptionen, betriebliche Umsetzung, Methoden
- 2. Innovationsmanagement:: Grundbegriffe, Arten, Innovationsprozess, Synergieeffekte, Kompetenz, Innovationsförderung
- 3. Technologiemanagement: Grundbegriffe, Arten, Vernetzung von Technologien, Produkt-Technologie-Matrix, Technologie-Portfolio, Technologiebilanz, Technologiewechsel, Forschung und Entwicklung, Wissenstransfer.

Lehr-/Lernmethoden:

Interaktive Vorlesung mit Beispielen und eingestreuten Übungen. Die Grundbegriffe der jeweiligen Thematik werden anhand praktischer Beispiele erläutert. In Kleingruppen werden Beispiele erörtert und Lösungsvorschläge für einfache praktische Aufgabenstellungen erarbeitet mit dem Ziel, die Grundbegriffe zu festigen. Damit ergibt sich für den Lehrenden die Möglichkeit, den Lernerfolg abzuschätzen. Neben den Grundbegriffen werden grundlegende Konzepte erörtert und anhand von Beispielen verdeutlicht. Alternativen werden bezüglich möglicher Vor- und Nachteile diskutiert.

Literatur/Lehrmaterial:

jeweils neueste Auflage:

- umfangreiches Skript.
- Linß, G.: Qualitätsmanagement für Ingenieure. Verlag: Fachbuchverlag Leipzig.
- Vahs, D., Burmester, R.: Innovationsmanagement. Verlag: Schäffer-Poeschl.

Besonderes:

Modulbeschreibung

Code:	Modulbezeichnung:
VI.5.3.	IHL-3: Materialfluss

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module:	Nachgelagerte Module:
	

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Matthäus			
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jährlich im WS	
Zulassungsvoraussetzungen: Zulassung zum Hauptstudium	ECTS-Punkte: 8		sws:

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur, 120 Minuten	100 %

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:

Vermitteln von Grundbegriffen und Grundzusammenhängen der Logistik, hier insbesondere

- der logistischen Grundfunktionen und
- der Grundlagen logistischer Netze.
- der Umsetzung von Logistik im Industriebetrieb

Theorie und praktischer Bezug durch Beispiele und Übungen

Modulelemente:	Dozent/in:
1. Vorlesung: Materialfluss	Prof. Dr. F. Matthäus
2. Vorlesung: Logistik im Industriebetrieb	DiplBw. (FH) Oliver Czech

Code:	Titel des Modulelements:
VI.5.3.1.	Vorlesung: Materialfluss

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. F. Matthäus		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 5	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 125 Stunder	ો, mit der folger	nden Aufteilung:	
Vorlesung: 50 %	Vor-/Nachbere	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 0 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

- 1. Einführung: Logistik, Logistisches Netz
- 2. Materialfluss: Grundlagen, Leistungsverhalten, Lagerbestand, Sicherheitsbestand, Inventur
- 3. Logistische Grundfunktionen: Verpacken, Transportieren/Fördern/Umschlagen, Lagern, Kommissionieren

Lehr-/Lernmethoden:

Interaktive Vorlesung mit Beispielen und eingestreuten Übungen. Die Grundbegriffe der jeweiligen Thematik werden anhand praktischer Beispiele erläutert. In Kleingruppen werden Beispiele erörtert und Lösungsvorschläge für einfache praktische Aufgabenstellungen erarbeitet mit dem Ziel, die Grundbegriffe zu festigen. Damit ergibt sich für den Lehrenden die Möglichkeit, den Lernerfolg abzuschätzen. Neben den Grundbegriffen werden grundlegende Konzepte erörtert und anhand von Beispielen verdeutlicht. Alternativen werden bezüglich möglicher Vor- und Nachteile diskutiert.

Literatur/Lehrmaterial:

jeweils neueste Auflage:

- umfangreiches Skript
- Alicke, K.: Planung und betrieb von Logistiknetzwerken. Verlag: Springer.
- Arnold, D.: Materialfluss in Logistiksystemen. Verlag: Springer.
- Arnolds, H., Heege, F., Tussing, W.: Materialwirtschaft und Einkauf. Praxisorientiertes Lehrbuch. Verlag: Gabler.
- Gudehus, T.: Logistik: Grundlagen, Strategien, Anwendungen. Verlag: Springer.
- Schönsleben, P.: Integrales Logistikmanagement: Planung und Steuerung von umfassenden Geschäftsprozessen. Verlag: Springer.
- Schulte, Chr.: Logistik. Verlag: Vahlen.

Besonderes:

Klausuranteil: 80 von 120 Minuten

Code:	Titel des Modulelements:
VI.5.3.2.	Vorlesung Logistik im Industriebetrieb mit Übungen

Organisation

Dozent/in: DiplBw. Oliver Czech		Status: Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte: 3	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 75 Stunden,	, mit der folgend	den Aufteilung:	
Vorlesung: 70 %	Vor-/Nachber	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

- 1. Materialfluss in der Praxis: Grundlagen, Darstellung, Analysen, Bewertungsmethoden
- 2. Vertiefung der An-/Ablieferlogistik: Technische Alternativen, Abläufe Prozesse
- 3. Vertiefung der innerbetrieblichen Logistik: Transport- und Fördersysteme im Einsatz
- 4. Anwendung in der Praxis: Exkursion mit Besichtigung eines Produktionswerks

Lehr-/Lernmethoden:

Interaktive Vorlesung mit Beispielen und eingestreuten Übungen. Die Grundbegriffe der jeweiligen Thematik werden anhand praktischer Beispiele erläutert.

Neben den Grundbegriffen werden grundlegende Konzepte erörtert - Alternativen werden bzgl. möglicher Vor- und Nachteile diskutiert – Übungen werden eingestreut.

In verschiedenen Teilbereichen werden zudem Videos gezeigt, die die Anwendung der technischen Systeme in der Praxis aufzeigen und besser visualisieren.

Literatur/Lehrmaterial:

jeweils neueste Auflage:

- umfangreiches Skript
- Arnold, D.: Materialfluss in Logistiksystemen. Verlag: Springer.
- Arnolds, H., Heege, F., Tussing, W.: Materialwirtschaft und Einkauf. Praxisorientiertes Lehrbuch. Verlag: Gabler.
- Gudehus, T.: Logistik: Grundlagen, Strategien, Anwendungen. Verlag: Springer.
- Schulte, Chr.: Logistik. Verlag: Vahlen.

Besonderes:

Klausuranteil: 40 von 120 Minuten

Modulbeschreibung

Code:	Modulbezeichnung:
VI.5.5.	Supply Chain Management

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module:	Nachgelagerte Module:
II.1 und IV.3	- keine -
11.1 dild 17.5	- Keirie -

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Reinert			
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jedes Semester	
Zulassungsvoraussetzungen: Zulassung zum Hauptstudium	ECTS-Punkte: 8		sws:

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur, 60 Minuten	60% (Grundlagen)
Referat	40% (Seminar SCM)

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:

Die Studierenden erwerben vertieftes Wissen über unternehmensübergreifenden Wertschöpfungsketten in Industrie und Handel. Sie können die strategischen Optionen bewerten, in entsprechenden Projekten mitarbeiten, sie kennen die Steuerungskonzepte derartiger Ketten und sind in der Lage diese mit Hilfe moderner Softwaresysteme umzusetzen.

Modulelemente:	Dozent/in:
VI.5.5.1 Grundlagen des SCM	Prof. Dr. Joachim Reinert
VI.5.5.2 Seminar SCM	Prof. Dr. Joachim Reinert
VI.5.5.3 SAP im SCM	DiplBetrw. (FH) Marco Palumbo

Code:	Titel des Modulelements:
VI.5.5.1	Grundlagen des SCM

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Joachim Reinert		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 3	sws : 2		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 75 Stunden,	mit der folgend	len Aufteilung:	
Vorlesung: 45 %	Vor-/Nachbere	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 20 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

Die Studierenden werden in die integrierte Sicht von unternehmensübergreifenden Wertschöpfungsketten und den damit verbunden Planungsszenarien eingeführt. Dabei wird insbesondere auch auf Referenzprozesse (z.B. SCOR-Modell, CPFR, u.a.) Bezug genommen. In der Umsetzung wird die Nutzung aktueller betriebswirtschaftlicher Software (z.B. SAP R/3) erarbeitet. Weiterhin werden hierbei die Potentiale der Integration der Supply Chain durch Internettechnologien thematisiert.

Lehr-/Lernmethoden:

Grundlage der Vermittlung der o.g. Lerninhalte ist eine Foliensammlung, welche situationsgerecht in Vortragsform oder auf Basis eines interaktiven Lehrgesprächs bearbeitet und diskutiert wird. In Gruppenarbeit werden auf der Basis der Prozessmodelle konkrete Praxisbeispiele auf den Einsatz von SCM-Konzepten hin analysiert.

Soweit möglich werden Technologien in Praxisbeispiele "erlebbar" gemacht.

Literatur/Lehrmaterial:

- Hans Corsten, Ralf Gössinger: Einführung in das Supply-Chain-Management, 2. Auflage, Oldenburg, 2007
- Hartmut Stadtler et.al.: Supply Chain Management and Advanced Planning: Concepts, Models, Software and Case Studies, 4. Auflage, Springer, 2008
- Dirk Seifert et.al.: CPFR, Galileo Business, 2002
- Vorlesungsskript

Besonderes:

Code:	Titel des Modulelements:
VI.5.5.2	Seminar SCM

Organisation

		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 3	sws : 2		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 75 Stunden,	mit der folgend	den Aufteilung:	
Vorlesung: 30 %	Vor-/Nachbero	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 50 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

Anhand von ausgewählten Fragestellungen aus den Bereichen Planung und Steuerung der Supply Chain sowie Technologien erarbeiten die Studierenden Lösungskonzepte und tragen diese im Plenum vor.

Lehr-/Lernmethoden:

- Selbständiges Erstellen eines wissenschaftlichen Lösungskonzeptes mit praktischer Relevanz
- Plenumsvortrag und Diskussion

•

Literatur/Lehrmaterial:

Themenabhängig

Besonderes:

Code:	Titel des Modulelements:
VI.5.5.3	SAP im SCM

Organisation

Dozent/in: Marco Palumbo, SAP Consulting		Status: Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte: 2	sws: 2		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 75 Stunden, mit der folgen		den Aufteilung:	
Vorlesung: 50 %	Vor-/Nachber	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 20 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

Die Konzepte der SAP-Softwarefamilie für operative, dispositive und strategische SCM-Aufgaben werden in der Präsenzveranstaltung vorgestellt und darauf aufbauend im System an Hand von Fallstudien eingeübt, so dass die Studierenden einen Überblick über die mögliche Softwareunterstützung der Supply-Chain haben und so in entsprechenden Projekten direkt wesentliche Beiträge liefern können.

Lehr-/Lernmethoden:

- Vortrag, meist in Form eines interaktiven Lehrgesprächs
- Bearbeitung von Fallstudien

Literatur/Lehrmaterial:

Vorlesungsbegleiter

Besonderes:

Der Teile dieser Veranstaltung werden direkt am SAP-System erarbeitet.

Modulbeschreibung

Code:	Modulbezeichnung:
VI.5.6.	IHL-6: Industrie- und Handelsmarketing

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module:	Nachgelagerte Module:
Keine	Handelsmanagement

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Lerchenmüller			
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jedes Semest	er
Zulassungsvoraussetzungen: Zulassung zum Hauptstudium	ECTS-Punkte: 8		sws:

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur, 60 Minuten	70 %
Referat	30 %

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:

- Vermittlung der Grundlagen des Industrie- und Handelsmarketing
- Überblick über das Marketing von Industrie- und Handelsunternehmen
- Verständnis der Konflikte zwischen Hersteller- und Handelsmarketing
- Einblick in die Entwicklung von Marketingnetzwerken zwischen Industrie und Handel
- Fähigkeit zur Ableitung kooperativer Formen des Marketing durch Industrieunternehmen und Handelsunternehmen
- Verständnis der Entwicklung von Betriebsformen im Handel und ihrer Bedeutung als Absatzwege für Hersteller
- Überblick über Formen und Besonderheiten des Investitionsgütermarketing im Vergleich zum Konsumgütermarketing

Modulelemente:	Dozent/in:
Grundlagen des Industrie- und Handelsmarketing	Lerchenmüller
Netzwerkmarketing	Lerchenmüller
Investitionsgütermarketing	Pfander

Code:	Titel des Modulelements:
VI.5.6.1.	Grundlagen des Industrie- und Handelsmarketing

Organisation

Dozent/in: Lerchenmüller		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 3	sws : 2		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte (3) x 25 = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 50 %	Vor-/Nachbere	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 30 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

- Marketing von Industrieunternehmen
- Marketing von Handelsunternehmen
- Analytisches und aktionsorientiertes Marketing
- Beschaffungs- und Absatzmarketing
- Ziele und Strategien des Hersteller- und des Handels-Marketing
- Instrumente im Hersteller- und im Handelsmarketing
- Phasen und Organisation des Marketing
- Begriffe der Betriebsform und der Vertriebsschiene
- Bedeutung von Betriebsformen im Handel
- Informationsbeschaffung für Betriebsformenentwicklung
- Methodik der Entwicklung und Variation von Betriebsformen

Lehr-/Lernmethoden:

Zur Herstellung einer Wissensbasis werden im Vorlesungsstil insbesondere die Ziele, Strategien und Instrumente des Hersteller- sowie des Handelsmarketing vermittelt. Die Studierenden werden mittels interaktiver Lehrgespräche in den Lernprozess eingebunden. Zur Erhöhung des Anwendungsbezugs werden die theoretischen Inhalte durch praktische Beispiele veranschaulicht. Vorlesungsbegleitend soll seitens der Studierenden die einschlägige Grundlagenliteratur erschlossen werden.

Als Spezialthematik wird auf die Betriebsformenentwicklung im Handel eingegangen, da die Betriebsformen als Absatzwege der Hersteller auch für diese von besonderer Bedeutung sind. Die Lerninhalte werden zur Schaffung einer ausreichenden Wissensbasis zunächst im Vorlesungsstil dargelegt. Darauf aufbauend erarbeiten die Studierenden in Gruppenarbeit eine Fallstudie zur Betriebsformenentwicklung. Die Ergebnisse werden vor dem Plenum präsentiert und in diesem diskutiert. Durch Einbezug weiterer Case Studies aus der Praxis wird verdeutlicht, mit welchen Methoden verschiedene Handelsunternehmen die Aufgabe der Betriebsformenentwicklung angehen und welche konkreten Betriebsformen daraus resultieren.

Literatur/Lehrmaterial:

Zum Herstellermarketing: Kotler; Nieschlag/Dichtl/Hörschgen; Meffert; Weis, Marketing, jeweils neueste Auflagen

Zum Handelsmarketing: Hansen; Müller-Hagedorn; Theis, jeweils neueste Auflagen Zur Betriebsformenentwicklung: Brauer, W., Die Betriebsformen im stationären Einzelhandel als Marke, München 1996

Unterlagen aus Handelsunternehmen

Einschlägige Fachzeitschriften

Besonderes:

Fallweise Vorträge von Gastreferenten/innen

Empirische Kurzstudien zu Betriebsformen in der Handelspraxis durch die Teilnehmer/innen Exkursionen

Code:	Titel des Modulelements:
VI.5.6.2.	Netzwerkmarketing

Organisation

Dozent/in: Lerchenmüller		Status: Professor	
ECTS-Punkte:	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte (3) x 25 = 75 Stund		genden Aufteilung:	
Vorlesung: 50 %	Vor-/Nachbere	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 30 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

- Franchising als Kooperationskonzept im Handel
- Prinzip und funktionale Struktur des Franchising
- Marketing in Franchisesystemen
- Organisation in Franchisesystemen
- Controlling in Franchisesystemen
- Bewertung von Franchisesvstemen
- Ziele/Interessen der Industrieunternehmen bei der Marketinggestaltung
- Ziele/Interessen der Handelsunternehmen bei der Marketinggestaltung
- Konflikte zwischen Industrie und Handel bei den marketingpolitischen Instrumenten.
- Kooperative Ziele/Interessen von Industrie und Handel bei der Marketinggestaltung
- Kooperationen in der Leistungssubstanzpolitik (Kooperative Produktentwicklung, Category Management)
- Kooperationen in der Transferleistungspolitik (Space Management)
- Kooperationen in der Entgeltpolitik
- Kooperationen in der Kommunikationspolitik (Cooperative Promotion)
- Kooperationen beim Marketing Mix

Lehr-/Lernmethoden:

Grundlagen zu Franchisesystemen werden im Vorlesungsstil vermittelt. Beispiele aus der Praxis stellen die Anwendungsorientierung sicher. Teils als Vorbereitung auf Präsenzveranstaltungen, teils innerhalb dieser ist von den Studierenden im Rahmen einer Fallstudie ein Konzept für ein Franchisehandbuch zu erarbeiten. Die Ergebnisse der Kleingruppen werden von diesen präsentiert, im Plenum diskutiert und seitens des Lehrenden im Hinblick auf ihre Realitätsnähe bewertet.

Auf der Basis der Vorlesung "Hersteller- und Handelsmarketing" erarbeiten die Studierenden zur Erhöhung der Teamfähigkeit in Kleingruppen die Konflikte, welche wegen unterschiedlicher Ziele zwischen den Marketingkonzepten von Herstellern und Handelsunternehmen auftreten können. Dazu nutzen die Studierenden neben der Literatur vor allem Homepages und Geschäftsberichte von Produktions- und Handelsunternehmen. Die Gruppenergebnisse werden vor dem Plenum präsentiert. Durch vom Lehrenden angebotene Beispiele aus der Praxis werden die erkannten Konfliktgefahren anwendungsnah operationalisiert.

Anhand der Literatur sowie veröffentlichter Praxisbeispiele stellen die Studierenden in Gruppenarbeit mögliche Kooperationen zusammen, durch welche die Konflikte zwischen Hersteller- und Handelsmarketing überwunden werden können. Zur Verbesserung der Vortragstechnik präsentieren die Gruppen ihre Ergebnisse vor dem Plenum. Der Lehrende kommentiert die Resultate und liefert ergänzende Case studies. In Gastvorträgen werden realisierte Kooperationen vorgestellt, die vom Lehrenden in den Zusammenhang der Kooperationstheorie eingeordnet werden. Dabei wird vor allem auf aktuelle kooperative Konzepte wie Category Management, Space Management und Cooperative Product Introduction/Promotion eingegangen.

Literatur/Lehrmaterial:

Laurent, M., Vertikale Kooperationen zwischen Industrie und Handel, Frankfurt 1996 Schmickler/Rudolph, Erfolgreiche ECR-Kooperationen. Vertikales Marketing zwischen Industrie und Handel, Neuwied 2002

Steffenhagen, Konflikt und Kooperation in Absatzkanälen

Aktuelle Fallstudien der Akademischen Partnerschaft ECR Deutschland zu erfolgreichen Marketingkooperationen zwischen Industrie und Handel

Auswertung der Marketingaktivitäten von Herstellern und Handelsunternehmen anhand von Homepages und Geschäftsberichten

Besonderes:

Fallweise Vorträge von Gastreferenten/innen

Exkursionen

Diskussionsveranstaltungen mit kooperierenden Unternehmen aus dem Industrie- und Handelssektor

Code:	Titel des Modulelements:
VI.5.6.3.	Investitionsgütermarketing

Organisation

Dozent/in: Pfander		Status: Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte: 2	sws : 2		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte (2) x 25 = 50 Stund	en, mit der folg	genden Aufteilung:	
Vorlesung: 60 %	Vor-/Nachbere	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 20 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

Marketing von Unternehmen der Investitionsgüterindustrie

hierbei insbesondere Fokus auf:

- Ausgestaltung und Gewichtung des Marketingsmix unter Berücksichtigung der Besonderheiten der Capital Goods in der Abgrenzung zum Konsumgütermarketing
- Schwerpunkte der praktischen Marketingaktivitäten
- Begriffe des Investitionsgütermarketing
- Instrumente des Investitionsgütermarketing
- Strategie-Alternativen der Hersteller in der Investitionsgüterindustrie
- Besonderheiten im Käuferverhalten
- Schwerpunkte im Beschaffungsverhalten für Capital Goods in Abhängigkeit von der Unternehmensform der beschaffenden Unternehmen
- Besondere Fragen der Produktpolitik
- Besondere Fragen der Entgeltpolitik
- Besondere Fragen der Distributionspolitik
- Besondere Fragen der Kommunikationspolitik

Lehr-/Lernmethoden:

Unter starker Einbeziehung des Praxisbezuges werden relevante Themen im Wesentlichen im interaktiven Vorlesungsstil erarbeitet.

Ergänzend sind Einzel- oder Gruppenarbeiten möglich, die je nach Themenstellung im Plenum besprochen werden können.

Literatur/Lehrmaterial:

- Skript
- Godefroid: Business-to-Business-Marketing
- Backhaus: Investitionsgütermarketing
- Nieschlag/Dichtl/Hörschgen: Marketing

jeweils neueste Auflagen

Besonderes:

Sehr ausgeprägter Praxisbezug der Vorlesung

In der Regel wird zur Mitte des Semesters eine Exkursion zu einem Unternehmen der Investitionsgüterindustrie angeboten.

Modulbeschreibung

Code:	Modulbezeichnung:
VI.5.7.	IHL-7: Handelsmanagement

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module:	Nachgelagerte Module:
Industrie- und Handelsmarketing	Keine

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Lerchenmüller			
Modulart: Turnus: Wahlpflichtfach jedes Semester			
Zulassungsvoraussetzungen: Zulassung zum Hauptstudium	ECTS-Punkte: 8		sws:

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur, 60 Minuten	70 %
Referat	30 %

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:

- Überblick über die Führungsaufgaben in Handelsunternehmen
- Fähigkeit zur Anwendung von handelsspezifischen Managementverfahren und -techniken
- Exemplarische Vertiefung der Anwendungsfähigkeiten bestimmter Managementtechniken
- Überblick über die Methoden des Handelscontrolling und Vermittlung der Fähigkeit zur Anwendung ausgewählter Methoden
- Verständnis der Funktionsweise von Warenwirtschaftssystemen des Handels
- Einblick in Konsequenzen bestimmter Zukunftstrends im Handel sowie im Handelsumfeld auf das Handelsmanagement
- Überblick über wirtschaftsstufenübergreifende Konzepte der Zusammenarbeit zwischen Industrie und Handel, insbesondere auf den Gebieten der Logistik und der Kommunikation

Modulelemente:	Dozent/in:
Wesentliche Managementfragen des Handels	Lerchenmüller
Handelscontrolling: Grundlagen und Fallstudie	Lerchenmüller

Warenwirtschaftscontrolling und management- relevante Zukunftstrends im Handel, insbe- sondere Modelle vertikaler Kooperation Han- del – Industrie	Lerchenmüller
Handelsmanagement: Fälle aus der Handels- praxis	Hagmann

Code:	Titel des Modulelements:
VI.5.7.1.	Wesentliche Managementfragen des Handels
V1.J.7.1.	Weselfliche Managementitagen des Handels

Organisation

Dozent/in: Lerchenmüller		Status: Professor	
ECTS-Punkte:	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte (1) x 25 = 25 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 80 %	Vor-/Nachbere	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 0 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

- Allgemeine Managementfragen
- Entscheidung über Handelsfunktionen
- Organisation, insbesondere Einsatz von Leistungsfaktoren
- Personalfragen im Rahmen des Handelsmanagement

Lehr-/Lernmethoden:

In der Vorlesung zu wesentlichen Managementfragen des Handels werden die grundlegenden Fragen der Führung von Handelsunternehmen in Form eines theoretischen Überblicks vorgestellt. Mit praktischen Beispielen aus dem Unternehmensalltag werden die theoretischen Grundlagen verdeutlicht. Komplexere Managementaufgaben werden durch die Wiedergabe von Fallbeispielen anschaulich gemacht. An geeigneten Stellen werden die Studierenden durch interaktive Lehrgespräche in den Erkenntnisprozess einbezogen.

Literatur/Lehrmaterial:

Barth, Hartmann, Schröder: Betriebswirtschaftslehre des Handels

Lerchenmüller: Handelsbetriebslehre Oehme: Handelsmanagement - jeweils neueste Auflagen –

Besonderes:

Fallweise Vorträge von Gastreferenten

Code:	Titel des Modulelements:
VI.5.7.2.	Handelscontrolling: Grundlagen und Fallstudie

Organisation

Dozent/in: Lerchenmüller		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 3	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte (3) x 25 = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 50 %	Vor-/Nachbere	itung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 30 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

- Begriff und Bedeutung des Handelscontrolling
- Aufbau des Handelscontrolling
- Methoden des Handelscontrolling
- Anwendung der Methoden des Handelscontrolling

Lehr-/Lernmethoden:

Die Lerninhalte werden zur Schaffung einer ausreichenden Wissensbasis im Vorlesungsstil dargelegt. Begleitend hierzu erarbeiten die Studierenden in Gruppenarbeit eine Fallstudie zum Handelscontrolling. Die Ergebnisse werden vor dem Plenum präsentiert und in diesem diskutiert. Durch Einbezug weiterer Case Studies aus der Praxis wird verdeutlicht, mit welchen Methoden verschiedene Handelsunternehmen die Aufgaben des Handelscontrolling angehen.

Literatur/Lehrmaterial:

Barth, Th., Barth, D., Kosten- und Erfolgsrechnung für Industrie und Handel, Stuttgart 2006 Lerchenmüller, M., Handelsbetriebslehre, Ludwigshafen, jeweils neueste Auflage Witt, F.-J., Controlling, Stuttgart u.a. 2000

Fallstudie zum Handelscontrolling

Einschlägige Fachzeitschriften

Besonderes:

Auswertung von Geschäftsberichten von Handelsunternehmen

Code:	Titel des Modulelements:
VI.5.7.3.	Warenwirtschaftscontrolling und managementrelevante Zukunftstrends

Organisation

Dozent/in: Lerchenmüller		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 3	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte (3) x 25 = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 50 %	Vor-/Nachbere	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 30 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

- Begriff und Bedeutung des Warenwirtschaftssystems (WWS) im Handel
- Generelle Funktionsweise des WWS
- Typen von WWS (eingangsorientiertes, ausgangsorientiertes, geschlossenes und integriertes WWS)
- Nutzung des WWS für Marketing und Organisation im Handelsunternehmen
- Ausgewählte Trends im Handel und im Handelsumfeld und ihre Konsequenzen für das Handelsmanagement
- Vertikale Managementkooperation zwischen Industrie und Handel
- Efficient Consumer Response ECR als übergreifendes Kooperationskonzept
- Logistikkooperation, insbesondere unter Nutzung von RFID (Radiofrequente Identifikation)
- Finanzwirtschaftliche Kooperation
- Kommunikationskooperation, insbesondere EDI (Electronic Data Interchange)

Lehr-/Lernmethoden:

Grundlagen zur Funktionsweise und Anwendung von Warenwirtschaftssystemen (WWS) im Handel werden im Vorlesungsstil behandelt. Auf der Grundlage von Warenwirtschaftsdaten aus der Praxis erarbeiten die Studierenden in Einzel- und Gruppenarbeiten Anwendungsmöglichkeiten dieser Daten bei Marketing- und Organisationsentscheidungen. Durch Vorstellung von Warenwirtschafts-Software, welche aktuell in Handelsunternehmen eingesetzt wird, erhalten die Studierenden praxisnahe Einblicke in den Unternehmensalltag. Diese werden durch eine Exkursion in ein Handelsunternehmen vertieft.

Wesentliche Trends im Handel und im Handelsumfeld werden erarbeitet und ihre Konsequenzen für das Handelsmanagement deutlich gemacht. Dazu werden neben einschlägiger Literatur die jeweils aktuellen Geschäftsberichte von Handelsunternehmen herangezogen und auf die Reaktionen der Unternehmen auf Trends untersucht.

Insbesondere werden zur Verbesserung der Fähigkeit der Studierenden, nach dem Studienabschluss in Schnittstellenpositionen zwischen Industrie und Handel tätig zu sein, Kenntnis-

se über Trends vermittelt, welche sich auf vertikale Kooperationsformen von Unternehmen beider Wirtschaftsstufen beziehen. Die Berufsorientierung wird durch praktische Beispiele hergestellt. Die Studierenden recherchieren im Selbststudium in aktuellen Fachzeitschriften sowie auf den Homepages von Unternehmen reale Kooperationen und präsentieren die Recherche-Ergebnisse vor ihren Kommilitoninnen und Kommilitonen. Gastvorträge und Exkursionen erhöhen den Anwendungsbezug.

Literatur/Lehrmaterial:

Ahlert/Olbrich, Warenwirtschaftssysteme und Handelscontrolling, jeweils neueste Auflage Schmickler, M., Management strategischer Kooperationen zwischen Hersteller und Handel. Konzeption und Realisierung von ECR-Projekten, St. Gallen 2001

Trommsdorff, V. (Hrsg.), Handelsforschung, Stuttgart, jährliche Berichte

Wimmer, B., Studie über Warenwirtschaftssysteme im Groß- und Einzelhandel, Norderstedt 2000

Einschlägige Fachzeitschriften

Aktuelle Software-Dokumentationen

Aktuelle Fallstudien der Akademischen Partnerschaft ECR Deutschland

Besonderes:

Besuche in Handelsunternehmen mit Präsentationen der WWS vor Ort Fallweise Vorträge von Gastreferenten Exkursionen zu kooperierenden Unternehmen

Code:	Titel des Modulelements:
VI.5.7.4.	Fälle aus der Handelspraxis

Organisation

Dozent/in: RAin Frau Hagmann		Status: Lehrbeauftragte	
ECTS-Punkte:	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte (1) x 25 = 25 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: Vor-/Nachbere 20 %		eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 20 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

Einführung in die Aufgabenstellung des Einzelhandelsverbandes Baden-Württemberg e.V.

Die Bedeutung der Verbandsarbeit für das Management von Handelsunternehmen an aktuellen Beispielen:

- Tarifarbeit, die Bedeutung des Flächentarifvertrages für den Handel
- LÖG
- Alkoholverkaufsverbot
- Ansiedlungspolitik
- Das Leistungsspektrum des Verbandes Service für den Handel
- Lobbyarbeit
- Juristische Vertretung
- Facharbeit
- Brancheninfo
- etc.

Praxisfälle aus dem Management von Handelsunternehmen (gemeinsam mit Händlern)

Lehr-/ Lernmethoden:

Die Interessen des Einzelhandels zu bündeln und in den politischen Entscheidungsprozess auf allen Ebenen (Kommunen/Land/Bund/Europa) einzubringen, ist ein wesentliches Element der "Lobbyarbeit" des Verbandes. Die Lehrbeauftragte gibt einen Überblick über die Möglichkeiten der politischen Einflussnahme, der Kontakte und Kontaktpflege zur Politik und zu den politischen Entscheidungsträgern.

Aus der Praxis der Lehrbeauftragten heraus wird dargestellt, welche Serviceangebote vom Einzelhandelsverband BW bereitgehalten werden und wie sich ihre Nutzung auf das Management gerade von kleinen und mittleren Handelsunternehmen auswirkt.

Praxisfälle aus dem Handelsmanagement werden zum Teil im Vorlesungsstil vorgestellt, zum Teil von Unternehmern referiert (Unternehmensalltag, Aufbau eines Unternehmens, Nachfolgeregelung in der Praxis) sowie mit den Studierenden gemeinsam erarbeitet (Diskussion der Studierenden mit Händlern /Lehrbeauftragter).

Literatur:

Fachzeitschriften: Handelsjournal, Lebensmittelzeitung, Lebensmittelrundschau,

weitere Fachzeitschriften

Materialien des Einzelhandelsverbandes Baden-Württemberg e.V.

Besonderes:

Vorträge von erfolgreichen mittelständischen Händlern aus Baden-Württemberg.

Besichtigung einer Großhandelszentrale bspw. EDEKA Südwest Offenburg

Einladung der Klasse/Jahrgangsstufe zum Jahresmeeting des Einzelhandelsverbandes Baden-Württemberg, öffentlicher Teil

Modulbeschreibung

Code:	Modulbezeichnung:
VI.6.1.	Bilanzen 1

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module: Nachgelagerte Module: Bilanzen 2, Steuerberatung 1, Steuerberatung 2, Wirtschaftsprüfung 1, Wirtschaftsprüfung 2

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Peter Rümmele			
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jedes Semest	er
Zulassungsvoraussetzungen: Zulassung zum Hauptstudium	ECTS-Punkte: 8		sws: 6

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur, 90 Minuten	100%

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:

Gegenstand des Moduls Bilanzen 1 ist die Vermittlung der für die handelsrechtliche, steuerrechtliche und internationale Rechnungslegung relevanten Vorschriften und darauf aufbauend die ökonomische Analyse der Einflüsse der Rechnungslegungsnormen auf unternehmerische Entscheidungen, die Analyse der vom Bilanzsteuerrecht ausgehenden Steuerwirkungen und die Steuerplanung/Steuergestaltung.

Modulelemente:	Dozent/in:
VI.6.1 Bilanzen 1	Prof. Dr. Peter Rümmele

Code:	Titel des Modulelements:
VI.6.1	Bilanzen 1

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Peter Rümmele		Status: Professor	
ECTS-Punkte:	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 40%	Vor-/Nachbere	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 0%

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

Inhaltsübersicht:

- Bilanztheorie
- Rechnungslegung nach HGB, Steuerrecht und IFRS
- Bilanzierung von Finanzinstrumenten
- Bilanzierung von Unternehmenszusammenschlüssen / Unternehmensbewertung
- Bewertung und Bilanzierung von Pensionsrückstellungen
- Latente Steuern
- Investitionstheoretischer Ansatz der Rechnungslegung
- Eigenkapital und Gewinnverwendungsrechnung bei Aktiengesellschaften (Ausschüttungsplanung)
- Kapitalmaßnahmen bei Aktiengesellschaften
- Eigenkapital und Gewinnverteilung bei der Gesellschaft mit beschränkter Haftung
- Eigenkapital und Gewinnverteilung bei Personenunternehmen
- Konzernrechnungslegung
- Abfindungsbemessung beim Ausscheiden von Gesellschaftern
- Steuerplanung

Lehr-/Lernmethoden:

Die ökonomische Analyse erfolgt auf der Grundlage des entscheidungstheoretischen Ansatzes der modernen Ökonomischen Theorie (Fisher/Hirshleifer).

Die Inhalte werden in der Vorlesung durch Beamerpräsentation vermittelt. Die Darbietung des Stoffes erfolgt interaktiv und wird durch Aufgaben in "Fall"-Form und Kontrollfragen unterstützt.

Literatur/Lehrmaterial:

Baetge, Jörg/Kirsch, Hans-Jürgen/Thiele, Stefan: Konzernbilanzen, Düsseldorf.

Buchholz, Rainer: Internationale Rechnungslegung, Berlin.

Drukarczyk, Jochen: Unternehmensbewertung, München.

Eisele, Wolfgang: Technik des betrieblichen Rechnungswesens, München.

Falterbaum, Wolfgang/Bolk, Wolfgang/Reiß, Wolfram: Buchführung und Bilanz, Achim.

Heuser, Paul J./Theile, Carsten: IFRS-Handbuch, Köln.

Horschitz, Harald/Groß, Walter/Fanck, Bernfried: Bilanzsteuerrecht und Buchführung, Stuttgart.

Hull, John C.: Optionen, Futures und andere Derivate, München, Wien.

Kirsch, Hanno: Einführung in die internationale Rechnungslegung nach IFRS, Herne/ Berlin.

Küting, Karlheinz/Weber, Claus-Peter: Der Konzernabschluss, Stuttgart.

Pellens, Bernhard/Fülbier, Rolf Uwe/Gassen, Joachim: Internationale Rechnungslegung,

Stuttgart.Schildbach, Thomas: Der handelsrechtliche Jahresabschluss, Herne/Berlin.

Besonderes:

Modulbeschreibung

Code:	Modulbezeichnung:
VI.6.2.	Bilanzen 2

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module: Bilanzen 1	Nachgelagerte Module: Bilanzen 2, Steuerberatung 1, Steuerberatung 2, Wirtschaftsprüfung 1, Wirtschaftsprüfung 2
------------------------------------	--

Organisation

Modulverantwortliche/r:			
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jedes Semest	ter
Zulassungsvoraussetzungen: Zulassung zum Hauptstudium	ECTS-Punkte:		sws:

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur, 90 Minuten	100%

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:

Gegenstand des Moduls Bilanzen 2 ist die Vermittlung der für die handelsrechtliche, steuerrechtliche und internationale Rechnungslegung relevanten Vorschriften und darauf aufbauend die ökonomische Analyse der Einflüsse der Rechnungslegungsnormen auf unternehmerische Entscheidungen, die Analyse der vom Bilanzsteuerrecht ausgehenden Steuerwirkungen und die Steuerplanung/Steuergestaltung.

Modulelemente:	Dozent/in:
VI.6.2.1 Bilanzen 2 I	Prof. Dr. Peter Rümmele
VI.6.2.2 Bilanzen 2 II	Prof. Dr. Günter Hoss

Code:	Titel des Modulelements:
VI.6.2.1.	Bilanzen 2 I

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Peter Rümmele		Status: Professor	
ECTS-Punkte:	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 40%	Vor-/Nachbere	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 0%

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

Inhaltsübersicht:

- Rechnungslegung nach HGB, Steuerrecht und IFRS
- Steuerfreie Rücklagen, Sonderabschreibungen, Sonderposten mit Rücklageanteil
- Bilanzierung von Finanzinstrumenten
- Bilanzierung von Leasingverhältnissen
- Bewertung und Bilanzierung von Pensionsrückstellungen
- Die Einnahmen-Überschussrechnung nach § 4 Abs. 3 EStG
- Wechsel der Gewinnermittlungsmethode
- Besteuerung von Kapitalgesellschaften
- Steuern vom Einkommen und Ertrag (GewSt, ESt bzw. KSt, SolZ)
- Steuerplanung

Lehr-/Lernmethoden:

Die ökonomische Analyse erfolgt auf der Grundlage des entscheidungstheoretischen Ansatzes der modernen Ökonomischen Theorie (Fisher/Hirshleifer).

Die Inhalte werden in der Vorlesung durch Beamerpräsentation vermittelt. Die Darbietung des Stoffes erfolgt interaktiv und wird durch Aufgaben in "Fall"-Form und Kontrollfragen unterstützt.

Literatur/Lehrmaterial:

Baetge, Jörg/Kirsch, Hans-Jürgen/Thiele, Stefan: Konzernbilanzen, Düsseldorf.

Buchholz, Rainer: Internationale Rechnungslegung, Berlin.

Drukarczyk, Jochen: Unternehmensbewertung, München.

Eisele, Wolfgang: Technik des betrieblichen Rechnungswesens, München.

Falterbaum, Wolfgang/Bolk, Wolfgang/Reiß, Wolfram: Buchführung und Bilanz, Achim.

Heuser, Paul J./Theile, Carsten: IFRS-Handbuch, Köln.

Horschitz, Harald/Groß, Walter/Fanck, Bernfried: Bilanzsteuerrecht und Buchführung, Stuttgart.

Hull, John C.: Optionen, Futures und andere Derivate, München, Wien.

Kirsch, Hanno: Einführung in die internationale Rechnungslegung nach IFRS, Herne/ Berlin.

Küting, Karlheinz/Weber, Claus-Peter: Der Konzernabschluss, Stuttgart.

Pellens, Bernhard/Fülbier, Rolf Uwe/Gassen, Joachim: Internationale Rechnungslegung, Ramb, Jörg/Schneider, Josef: Die Einnahmeüberschussrechnung von A-Z, Stuttgart. Stuttgart.

Schildbach, Thomas: Der handelsrechtliche Jahresabschluss, Herne/Berlin.

Schneeloch, Dieter: Besteuerung und betriebliche Steuerpolitik, Band 1 und 2, München.

Besonderes:

Code:	Titel des Modulelements:
Code:	Titel des Modulelements:
VI.6.2.2.	Bilanzen 2 II

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Günter Hoss		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 2	sws : 2		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 60%	Vor-/Nachbere	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 0%

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

Gegenstand des Modulelements ist die Vermittlung der steuerbilanziellen Besonderheiten bei Personengesellschaften, die Durchführung von sog. Mehr- und Wenigerrechnungen und die Darstellung bilanzsteuerrechtlicher Besonderheiten in Abgrenzung zum Handelsrecht. Insbesondere werden behandelt

- handels- und steuerrechtliche Grundlagen von Personengesellschaften
- Sonder- und Ergänzungsbilanzen bei Personengesellschaften
- Bilanzsteuerrechtliche Aspekte der Umstrukturierung von Personengesellschaften (insbesondere Einbringung in eine Personengesellschaft, Austritt eines Gesellschafters, Aufnahme eines Gesellschafters)
- Technik der Mehr- und Wenigerrechnung Betriebsprüfungen
- Spezialprobleme des Bilanzsteuerrechts

Lehr-/Lernmethoden:

Vorlesung, Betreute Fallstudienarbeit als Bestandteil der Vorlesung, Literaturstudium

Literatur/Lehrmaterial:

Horschitz u.a.: Bilanzsteuerrecht und Buchführung, Stuttgart Beck'sches Handbuch der Personengesellschaften, München

Besonderes:

Modulbeschreibung

Code:	Modulbezeichnung:	
VI.6.3.	Unternehmensbesteuerung im Rahmen Programm	
	Steuerberatung/Wirtschaftsprüfung	

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module:	Nachgelagerte Module:

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Günter Hoss			
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: Jährlich nur im WS	
Zulassungsvoraussetzungen: ECTS-Punkte: 8			sws:

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur, 90 Minuten	100%

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:

Vermittlung fundierter Kenntnisse der deutschen Unternehmensbesteuerung, v.a. die Gebiete Einkommensteuer (Besteuerung Personengesellschaften), Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer, Bilanzsteuerrecht und steuerliche Gewinnermittlung. Neben der Wirkungslehre wird vor allem die Gestaltungslehre betont. Teilnehmer erkennen die steuerlichen und betriebswirtschaftlichen Zusammenhänge und sind in der Lage im Unternehmen oder in der Kanzlei Tatbestände beschreiben zu können und Handlungsempfehlungen zu entwickeln.

Modulelemente:	Dozent/in:
Unternehmensbesteuerung	Prof. Dr. Günter Hoss

Code:	Titel des Modulelements:
VI.6.3.	Unternehmensbesteuerung (siehe oben)

Organisation

Dozent/in: Dr. Günter Hoss		Status: Professor	
ECTS-Punkte:	sws : 6		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 200 Stunder	ı, mit der folger	nden Aufteilung:	
Vorlesung: 60%	Vor-/Nachbere	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 0%

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninha	lte:
----------	------

Siehe Unternehmensbesteuerung oben

Lehr-/Lernmethoden:

Vorlesung Diskussion

Gruppenarbeit, Fallbeispiele

Literaturstudium

Literatur/Lehrmaterial:

Horschitz H. u.a.: Bilanzsteuerrecht Kießling u.a.: Körperschaftsteuer

Niehus, U.: Die Besteuerung der Personengesellschaften

Zenthöfer, W. u,a, Einkommensteuer

Zimmermann u.a.: Die Personengesellschaft im Steuerrecht

Zenthöfer u.a.: Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer

Besonderes:

Modulbeschreibung

Code:	Modulbezeichnung:
VI.6.4	Umsatzsteuer, Erbschaftsteuer, Verfahrensrecht

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module:	Nachgelagerte Module:

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Günter Hoss			
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: Jährlich nur im SS	
Zulassungsvoraussetzungen: ECTS-Punkte: 8			sws:

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur, 90 Minuten	100%

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:

Vermittlung fundierter Kenntnisse der Besteuerung von Erbanfällen und Schenkungen. Vermittlung fundierter Kenntnisse der Umsatzbesteuerung.

Vermittlung fundierter Kenntnisse des formalen Steuerrechts – Abgabenordnung, Finanzgerichtsordnung

Modulelemente:	Dozent/in:
Umsatzsteuer, Erbschaftsteuer, Verfahrensrecht	Prof. Dr. Günter Hoss

Code:	Titel des Modulelements:
VI.6.4.	Erbschaftsteuer, Umsatzsteuer, Verfahrensrecht (siehe oben)

Organisation

Dozent/in: Dr. Günter Hoss		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 8	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 200 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 40%	Vor-/Nachbere	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 0%

Ausgestaltung des Modulelements
Lerninhalte:
Siehe oben
Lehr-/Lernmethoden:
Vorlesung
Diskussion Cruppenarheit Fallheispiele
Gruppenarbeit, Fallbeispiele Literaturstudium
Literaturstudium
Literatur/Lehrmaterialien:
Baumann, W. u,a.: Handbuch der Vermögensnachfolge
Horschitz, H.: Bewertungsrecht, Grundsteuer, Erbschaft- und Schenkungssteuer
Schulz, B.: Erbschaftsteuer/Schenkungssteuer
Völkel, D. u.a.: Umsatzsteuer
Ax. A: Abgabenordnung und Finanzgerichtsordnung Lippross, OG.: Umsatzsteuer
Jeweils aktuelle Fassung
Besonderes:

Modulbeschreibung

Code:	Modulbezeichnung:
VI.6.5.	Wirtschaftsprüfung I

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module:	Nachgelagerte Module:
	Wirtschaftsprüfung II

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Helmut Rieker WP/St	:B		
Modulart: Pflichtfach		Turnus: jährlich im SS	
Zulassungsvoraussetzungen: keine	ECTS-Punkte:		sws:

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur 90 Minuten	100%

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:

Die Studierenden sind mit den Rechtsgrundlagen des Jahresabschlusses und der Prüfung des Jahresabschlusses sowie des risikoorientierten Prüfungsansatzes vertraut und lernen die Prüfung der einzelnen Posten der Bilanz und der Gewinn- und Verlustrechnung, sowie die Prüfung des Anhangs und des Lageberichts sowie Prüfungsbericht und Bestätigungsvermerk kennen.

Modulelemente:	Dozent/in:
	Prof. Dr. Helmut Rieker WP/StB

Code:	Titel des Modulelements:
VI.6.5.	Wirtschaftsprüfung I
VI.O.S.	Willschallspluidig i

Organisation

Dozent/in: Dr. Helmut Rieker WP/StB		Status: Professor	
ECTS-Punkte:	sws :		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 200 Stunder	ı, mit der folger	nden Aufteilung:	
Vorlesung: 60 %	Vor-/Nachbere	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 20 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

- 1. Rechtsgrundlagen des Jahresabschlusses
- 2. Rechtsgrundlagen für die Prüfung des Jahresabschlusses
- 3. Prüfungsdurchführung, risikoorientierter Prüfungsansatz
- 4. Prüfung der Posten der Bilanz und der Gewinn- und Verlustrechnung
- 5. Prüfung des Anhangs und des Lageberichts
- 6. Prüfungsbericht und Bestätigungsvermerk

Lehr-/Lernmethoden:

Seminaristische Vorlesung mit Übungen

Literatur/Lehrmaterial:

IDW (Hrsg.) WP-Handbuch 2006, 13. Aufl. Bd. I, Düsseldorf 2006

IDW (Hrsg.) WP-Handbuch 2002, 12. Aufl. Bd. II, Düsseldorf 2002

IDW (Hrsg.) IDW Prüfungsstandards (IDW PS) IDW Stellungnahmen zur Rechnungslegung (IDW RS), Düsseldorf 2001

Besonderes:

Die Vorlesungsinhalte werden anhand von Praxisbeispielen vermittelt

Modulbeschreibung

Code:	Modulbezeichnung:
VI.6.6.	Wirtschaftsprüfung II

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module:	Nachgelagerte Module:
Wirtschaftsprüfung I	

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Helmut Rieker WP/St	:B		
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: Jährlich im W	S
Zulassungsvoraussetzungen: keine	ECTS-Punkte: 8		sws:

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur 90 Minuten	100 %

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:

Die Studierende sind mit den Grundlagen des Konzernabschlusses vertraut und lernen die Einbeziehung von Unternehmen mittels der Vollkonsolidierung Quotenkonsolidierung und ad Equity sowie Sonderfragen, die Gliederung und die Prüfung des Konzernabschlusses kennen die aktuellen und die geplanten Steuerrechtsänderungen sowie ausgewählte Gebiete der Unternehmensberatung werden aufgezeigt.

Modulelemente:	Dozent/in:
VI.6.6. Wirtschaftsprüfung II	Prof. Dr. Helmut Rieker WP/StB

Code:	Titel des Modulelements:
VI.6.6.	Wirtschaftsprüfung II
VI.O.O.	Wirtschartspruring ii

Organisation

Dozent/in: Dr. Helmut Rieker WP/StB		Status: Professor	
ECTS-Punkte:	sws :		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 200 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 60 %	Vor-/Nachbere	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 20 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

- 1. Grundlagen des Konzernabschlusses
- 2. Die Einbeziehung von Unternehmen mittels Vollkonsolidierung, Quotenkonsolidierung und at Equity
- 3. Sonderfragen, Währungsumrechnung, Latente Steuern
- 4. Gliederung und Prüfung des Konzernabschlusses
- 5. Aktuelle Steuerrechtsänderungen, geplante Unternehmenssteuerreform 2008 und Erbschaftssteuerreform
- 6. Unternehmensberatung ausgewählte Schwerpunkte

Lehr-/Lernmethoden:

Seminaristische Vorlesung mit Übungen

Literatur/Lehrmaterial:

IDW (Hrsg.) WP-Handbuch 2006, 13. Aufl., Bd. I, Düsseldorf 2006

IDW (Hrsg.) WP-Handbuch 2002, 12. Aufl., Bd. II Düsseldorf 2002

IDW (Hrsg.) IDW Prüfungsstandards (IDW PS) IDW Stellungnahmen zur Rechnungslegung (IDW RS) Düsseldorf 2001

Besonderes:

Die Vorlesungsinhalte werden anhand von Praxisbeispielen vertieft

Modulbeschreibung

Code:	Modulbezeichnung:
VI.7.1.	Comparative Management

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module:	Nachgelagerte Module:

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Richard Wilcox			
Modulart: Wahl-Pflichtfach		Turnus: jedes Semest	er
Zulassungsvoraussetzungen: keine	ECTS-Punkte: 8		sws:

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur, 120 Minuten	100 %

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:

The course aims at giving the students an overview of the recurring themes and variables in organizational behaviour when working in a MNC or internationally active enterprise. It attempts to cover all relevant aspects of managing internationally and engaging in cross or intercultural interaction thus preparing its students for probable international management tasks and intercultural communication risks and opportunities in multinational business.

Modulelemente:	Dozent/in:
Code Eintragung	Eintragung

Code:	Titel des Modulelements:
Eintragung	Comparative Management

Organisation

Dozent/in: Dr. Richard Wilcox		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 8	sws : 6		Sprache: englisch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 200 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 45%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 45%		Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 10%

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

This course approaches International Management as Comparative Management, implicitly attacking many global or universal management theories. Its anthropological approach concentrates on *etic* (culture-generic) characteristics to establish scientifically sound, e.g. empirically researched structures and constructs, and uses selected *emic* (culture-specific or unique) characteristics and behavior patterns for contrastive examples and to some extent in-depth comprehension and empathy.

1) Introduction to international management: the challenges of modern-day management in MNCs. 2) Approaches to Culture: Definitions & Concepts, 3) Analyzing and comparing etic values: applying G. Hofstede's 4 - 5 dimensions as well as further theories and models: e.g. E. Hall's High and Low Contexts, F. Trompenaars' Universals, and H. C. Triandis' Cultural Syndromes Individualism & Collectivism, 4) Perceiving, measuring & analyzing organizational biases across borders as well as Corporate Cultures, 5) Intercultural Communication Mgmt.: verbal and nonverbal communication, 6) Social Cognition and Conflict Management, 7) Negotiating Globally, 8) Decision-Making and Leadership across Cultural Borders 9) Managing Intercultural Synergy & Change Mgmt. in MNCs

Lehr-/Lernmethoden:

The course runs primarily as a lecture with discussions, and occasional video input, simulations, critical incidents, and cases.

Literatur/Lehrmaterial:

SELECTED CHAPTERS FROM:

Nancy J. Adler & Allison Gundersen: *International Dimensions of Organizational Behavior*, 2007

Geert Hofstede & Geert Jan Hofstede, *Cultures and Organizations. Software of the Mind*, 2004

Harry C. Triandis, Culture and Social Behavior, 1994

Stella Ting-Toomey, Communicating Across Cultures, 1999

Roger Fischer & William Ury, *Getting to Yes. Negotiating Agreement Without Giving In*, 1981 John B. Cullen & K. Praveen Parboteeah, *Multinational Management. A Strategic Approach*, 2007.

Besonderes:

This course will make regular use of guest lecturers from HfWU partner universities.

Stand: 14.02.07 WX

Modulbeschreibung

Code:	Modulbezeichnung:
VI.7.2.	International Trade and Finance

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module:	Nachgelagerte Module:
keine	keine

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Wilcox			
Modulart: Wahl-Pflichtfach		Turnus: jedes Semest	er
Zulassungsvoraussetzungen: keine	ECTS-Punkte:		sws:

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur, 120 min. written exam, mostly in essay form	80 %
Referat/ Oral/ Written student output	10 %

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:

This class will prepare future internationally active managers & MNC executives for the risks and opportunities of doing business across national borders if not globally. It will acquaint them with the basics & interdependencies of the complex international economic system. They will learn to appreciate the potentials of International Trade as a bringer of economic growth & national prosperity as well as threat, e.g., as destroyer of jobs & cause of national economic hardship. The ways and ends of protectionism are, furthermore, an area our international students need & receive thorough briefing in. The students should also receive a firm grounding in assessing the risks of political and commercial risk, e.g., exchange rate volatility, beginning with how such rates are determined, as well as the consequences & practices of managing international capital mobility effectively. Finally, the students need a sound foundation in weighing up the respective advantages, costs, and risks in the various methods and instruments of international financing & transaction settlement, or the default thereof, in order to hedge against the possible international threats involved.

Modulelemente:	Dozent/in:
VI.7.2.	Prof. Dr. Stehr

Code:	Titel des Modulelements:
VI.7.2.	International Trade & Finance

Organisation

Dozent/in: Dr. Uwe Stehr		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 8	sws:		Sprache: englisch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 200 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 35 %	Vor-/Nachbere	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 30 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

This class will be instructed in the English language and comprises broadly three important aspects of the current international economic system. **First**, International Trade (causes and consequences), **second**, Exchange Rate Determination and international capital mobility, and **third**, different answers in international payment methods, trade and financing instruments as ways to mitigate the possible international risks involved.

- 1. The International Economic Environment
- 2. The Balance of Payments
- 3. International Trade Theory
- 4. Protectionism and Removal of Trade Barriers
- 5. Foreign Direct Investment
- 6. The Role of International Organizations
- 7. The International Monetary System
- 8. Exchange Rate Determination
- 9. The International Finance Environment
- 10. Political Risk
- 11. Finance of International Trade

Lehr-/Lernmethoden:

The course runs primarily as a lecture with discussions, and occasional video input, simulations, critical incidents, and cases.

OR

The course's input stems primarily from lectures (with PPT & worksheets) and textbook readings, all eliciting spontaneous discussion and substantive criticism. Simulations, and above all, case studies form the basis for structured output. Students will prepare case-study evaluations according to the Harvard case-study method and make written as well as oral presentations.

Literatur/Lehrmaterial:

Paul R. Krugman/Maurice Obstfeld, *International Economics. Theory and Policy*, Addison-Wesley, 4th ed., 1997

Dominick Salvatore, *International Economics*. John Wiley, 7th ed., 2001

Alan C. Shapiro, *Multinational Financial Management*. Prentice-Hall, 6th ed., 1999

And any of several textbooks on international economics and trade (many of which are available in the FHN-library).

Adrian Buckley, Multinational Finance, Prentice Hall, 3rd ed., 1996

Paul R. Krugman & Maurice Obstfeld, *International Economics. Theory and Policy*, Addison-Wesley, 4th ed., 1997

Further texts will be recommended at the beginning of the semester.

Besonderes:

This course will make regular use of guest lecturers from HfWU partner universities.

Modulbeschreibung

Code:	Modulbezeichnung:
VI.7.4.	International Human Resource Management

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module: Comparative Management, either in parallel or previously is highly recommended	Nachgelagerte Module: keine
previously is highly recommended	Kelile

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Richard Wilcox			
Modulart: Wahl-Pflichtfach		Turnus: Jedes Jahr	
Zulassungsvoraussetzungen: keine	ECTS-Punkte:		sws:

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur: 120 min., written, primarily essay, exam	80 %
Referat: Case-study evaluations	20 %

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:

This course should give students with an interest in working in international human resource management (IHRM) an in-depth induction to the major issues, risks, opportunities and challenges of managing personnel in a MNC.

Modulelemente:	Dozent/in:
VI.7.4.	Prof. Dr. Wilcox

Code:	Titel des Modulelements:
VI.7.4.	International Human Resource Management

Organisation

Dozent/in: Dr. Richard Wilcox		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 8	sws:		Sprache: englisch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 200 Stunder	ો, mit der folgen	nden Aufteilung:	
Vorlesung: 35 %	Vor-/Nachbere	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 30 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

The approach adopted in this course focuses on the strategic interpersonal interaction skills and personal management demands and competencies required of HR managers working in MNCs. It integrates the insight gathered from the IB&M Module Comparative Management with particular issues impacting and challenging internationally active HR managers. It combines the extensive research from sound academic IHRM literature with practical and hands-on applications of cross-cultural management practices.

1) The Human and Cultural Environment of International Business: Motivation and Value Systems, 2) The Organisational Context of HRM in the MNE 3) Organisational Structure & HRM: progressing from export sales dept. to MNEs 4) Managing Cultural Differences: Assessing trans-cultural risks (e.g. legal risks) 5) Recruitment and Selection of International Employees (HCNs/TCNs) 6) International Compensation and International Performance Appraisal 7) Managing International/ Cross-Cultural Staff Transfers 8) International Management Development and Comparative Career Paths 9) International Staff Training with an emphasis on cross-cultural and foreign language training 10) Valuing Cultural Diversity 11) Comparative Management Systems and Methods (e.g. USA/Asia/EU) 12) Current HRM Issues and Case Studies MNEs, e.g. a) Is Training the Key to Managing the Multinational Learning Organisation? b) International Change Management c) Ethical Problems for HR Managers across Cultural Borders.

Lehr-/Lernmethoden:

The course's input stems primarily from lectures (with PPT & worksheets), textbook readings, as well as occasional video input, all eliciting spontaneous discussion and substantive criticism. Simulations, critical incidents, current IHRM-periodical & newspaper articles, e.g. from *Harvard Business Review* etc. and above all, case studies from MNCs form the basis for structured output. Students will prepare case-study evaluations according to the Harvard case-study method and make written as well as oral presentations.

Literatur/Lehrmaterial:

Peter J. Dowling, & Denice E. Welch: *International Human Resource Management. Managing People in a Multinational Context*, 2005

M. Mendenhall: Reading and Cases in International Human Resource Management, 2006

Dennis R. Briscoe, International Human Resource Management, 2004

Tony Edwards and Chris Rees: International Human Resource Management: Globalization, National Systems & Multinational Companies, 2006

Besonderes:

This course will make regular use of guest lecturers from HfWU partner universities.

Stand: 14.02.07 WX

Modulbeschreibung

Code:	Modulbezeichnung:
VI.8.1	Wirtschaftsinformatik

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module:	Nachgelagerte Module:

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Staiger			
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jedes Semester	
Zulassungsvoraussetzungen: Zulassung zum Hauptstudium	ECTS-Punkte: 8		sws:

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur, 120 Minuten	100 %

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:

Kenntnisse über Techniken und Konzepte bei der Erstellung von Client-, Server- und Serviceanwendungen unter Verwendung von Internet-Technologien.

Einblick in die Entwicklung und die Architektur moderner mehrstufiger Informationssysteme.

Modulelemente:	Dozent/in:
Informationstechnologien	Prof. Dr. Staiger
Informationsmanagement	Herr Mornhinweg

Stand: SS 2009

Beschreibung für Modulelement 1 zu Modul VI.8.1

Code:	Titel des Modulelements:
VI.8.1.1	Informationstechnologien

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Siegfried Staiger		Status: Professor	
ECTS-Punkte:	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 150, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 45 %	Vor-/Nachbere	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 35 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

Diese Vorlesung soll Grundkenntnisse über die verschiedenen Techniken vermitteln, die zur Erstellung moderner webbasierender Informationssysteme mit mehrschichtigen Architekturen (Client- und serverseitige Komponenten und Datenbankmanagementsysteme) notwendig sind.

Client-Komponenten dienen zur Darstellung von Informationen mit Hilfe der Auszeichnungssprache HTML (Hypertext Markup Language) und zur Kommunikation mit dem Benutzer. Dabei notwendige Prüfungen der Benutzereingaben auf Plausibilität und die Manipulation von Schaltelementen werden i.d.R. mit Hilfe der clientseitigen Scriptsprache JavaScript durchgeführt.

Serverseitige Scriptsprachen wie PHP und C# werden eingesetzt, um Webseiten dynamisch und von den Benutzereingaben abhängig individuell zu erstellen (ASP Active Server Pages). Die Informationen der Seiten sind häufig Ergebnisse von Datenbankabfragen, die durch offene Standards wie ODBC (Open Database Connectivity) auf verschiedenen Plattformen mit den gleichen Mechanismen durchgeführt werden können.

Lehr-/Lernmethoden:

Vortrag, meist in Form eines interaktiven Lehrgesprächs Nutzung von Fallbeispielen aus der Praxis

Literatur/Lehrmaterial:

http://de.selfhtml.org/

Erlenkötter, C# Universell programmieren von Anfang an

Dynamische Hilfe zum Visual Web Developer und .NET-Framework

Besonderes:

Beschreibung für Modulelement 2 zu Modul VI.8.1

Code:	Titel des Modulelements:
VI.8.1.2	Informationsmanagement

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Joachim Reinert		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 2	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 50, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 45 %	Vor-/Nachbero	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 35 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

- Basisbegriffe und deren Einordnung (z.B. Information)
- Informationsbeschaffung und Informationsüberflutung als zentrale Probleme
- Verschiedene Konzeptualisierungen zur Kernaufgabe des Informationsmanagements (z.B. als Markt oder die Informationslogistik)
- Align- und Enable-Funktion der IT
- Technologien zur Realisierung von Informationsmanagement (verschiedene Datenbankkonzepte wie SQL-fähige Datenbanksysteme und mehrdimensionale Datenbanken).
- Aktuelle Fragestellung im Informationsmanagementumfeld, z.B. Governance, Sarbane-Oxley-Act, GdPdU, ggf. Industrieprojekt
- Strukturierung und Führung von EDV-Abteilungen, insbesondere durch die Nutzung der ITIL

Lehr-/Lernmethoden:

- Vortrag, meist in Form eines interaktiven Lehrgesprächs
- Nutzung von Fallbeispielen aus der Praxis
- Analyse aktueller Literatur
- Eigenständige Anwendung der Konzepte auf aktuelle Fragestellungen mit Präsentation der Ergebnisse

Literatur/Lehrmaterial:

- Helmut Krcmar: Informationsmanagement, 3. Auflage, Springer, 2003
- Vorlesungsskript
- Aktuelle Originalliteratur

_						
R	es	or	พ	Δ,	0	٠.

Modulbeschreibung

Code:	Modulbezeichnung:
VI.8.2.	Öffentliches Recht und Europarecht

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module:	Nachgelagerte Module:

Organisation

Modulverantwortliche/r: Professor Dr. jur. Konrad Scorl			
Modulart: Pflichtfach		Turnus: jedes Semester	
Zulassungsvoraussetzungen: keine	ECTS-Punkte: 8		sws:

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur, 120 Minuten	100 %

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:

Lernziel ist das Erfassen wirtschaftsverfassungsrechtlicher und europarechtlicher Problemkonstellationen am Markt insbesondere aus betriebswirtschaftlicher Sicht sowie das selbständige Lösen praktischer Fälle hierzu.

Modulelemente:	Dozent/in:
Wirtschaftsverfassungsrecht	Prof. Dr. jur. Hess
2. Europarecht I	RA Dr. Sander

Code:	Titel des Modulelements:
VI.8.2.1.	Wirtschaftsverfassungsrecht

Organisation

Dozent/in: N. N.		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 2	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 50 h, mit der	folgenden Aufte	eilung:	
Vorlesung: 60 %	Vor-/Nachbere	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit

Ausgestaltung des Modulelements

Auditional and medicional and medici
Lerninhalte:
Wirtschaftsverfassungsrechtliche Grundlagen staatlicher Wirtschaftssteuerung Wirtschaftsverwaltungsrelevante Staats- und Rechtsprinzipien Grundrechtsschutz privater Wirtschaftstätigkeit
Lehr-/Lernmethoden:
Vorlesung mit praktischen Fallbeispielen
Literatur/Lehrmaterial:
Umfangreiches Skript (mit Literaturempfehlungen) liegt vor
Besonderes:

Exkursion zum Bundesverfassungsgericht mit Besuch einer Verhandlung

Stand: SS 2009

Code:	Titel des Modulelements:
VI.8.2.2.	Europarecht

Organisation

Dozent/in: Professor Dr. jur. Konrad Scorl		Status: Professor	
ECTS-Punkte:	sws:		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 150 h, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 60%			Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 15 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

Europäische Idee: Historische und politische Hintergründe, Integrations-Modelle Begriff, System und Bedeutung des Europarechts Europäische Organe und Institutionen (EG und EU) Europäisches Wirtschaftsrecht (Binnenmarkt)

Lehr-/Lernmethoden:

Vorlesung mit Fallbeispielen und regelmäßigem Wiederholungsquiz

Literatur/Lehrmaterial:

Umfangreiches Skript (mit Literaturliste), Gesetzes- Übungsmaterialien werden verteilt

Besonderes:

Exkursion zum Europäischen Gerichtshof ist vorgesehen

Modulbeschreibung

Code:	Modulbezeichnung:
VI.8.3.	Image & Publicity

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Dr. Soulas de Russel			
Modulart: Wahlpflichtfach Turnus: jedes Semester			er
Zulassungsvoraussetzungen: keine	ECTS-Punkte: 8		sws:

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur 60 Minuten	50%
Mitarbeit bzw. Referat	50%

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:

Im immer uniformer bzw. homogener werdenden Marktangebot spielt das Image von Produkten, Marken und Unternehmen eine wachsende Rolle, um durch ihre Bekanntmachung die Gunst der Abnehmer und der leistungsfähigen Partner wie der Mitarbeiter zu gewinnen. Das Fach der Wirtschaftsimagologie behandelt die vielseitigen Mechanismen und Möglichkeiten, welche das Bild von Gütern, Marken und Firmen ausmachen und auf den Markt wirken. Dafür verwendet es, kombiniert in einer Gesamtperspektive, die Ergebnisse und Erfahrungen einzelner Fächer bzw. gesonderter Betrachtungsweisen (insbes. allg. Marketing, Verhaltenspsychologie, Unternehmenssoziologie und -geschichte, Unternehmenskultur).

Auf Grund der dadurch gewonnenen Daten lassen sich in der betriebswirtschaftlichen Praxis erfolgreiche, weil konsequente und gezielte Werbeaktionen gestalten. Deswegen verbindet dieser praxisbezogene Modul beide Bereiche eng miteinander. Die Teilnehmer betätigen sich durch eigene Recherchen dementsprechend und die Durchführung von konkreten Feldprojekten (s.u.). Die Gestaltung der zu erbringenden Leistungen wird im Modul flexibel (je nach Teilnehmerzahl bzw. Aufgabenstellung gehandhabt. Engagement ist die Voraussetzung für die Modulteilnahme und bildet die wichtigste Grundlage der Benotung! Die internationale Dimension des Feldes (Vergleiche, Auslandsbeispiele) ist besonders zu berücksichtigen.

Modulelemente:	Dozent/in:
VI.8.3.1. Wirtschaftsimagologie	Prof. Dr. Dr. Soulas de Russel
VI.8.3.2. Publicity	Prof. Dr. Dr. Soulas de Russel

Code:	Titel des Modulelements:
VI.8.3.1.	Wirtschaftsimagologie

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Dr. Soulas de Russel		Status: Professor	
ECTS-Punkte:	sws : 3		Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 100 h, mit de	r folgenden Auf	teilung:	
Vorlesung: 60 %	Vor-/Nachbere	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

- 1.1 Das Image: die Hälfte des Erfolges
- 1.2 Die unterschiedlichen Auswirkungen der Images
- 1.3 Bestandteile eines Unternehmens-, Marken- bzw. Produktbildes
- 1.4 Die Bilderinteraktion Produkt-Marke-Firma
- 1.5 Bilder in der "Images-Werkstatt" kreieren, modulieren, manipulieren, umändern, retten
- 1.6 Imagetrend: Look-Mode, Kopie, Erfindung
- 1.7 Unternehmens-, Marken- bzw. Produktbilder zwischen Bluff und Realität
- 1.8 Diskrepanz(en) zwischen gewünschtem und erreichtem Bild
- 1.9 Image-Entwicklungen im Zusammenhang mit der Geschichte von Firmen, Marken und Produkten.

Lehr-/Lernmethoden:

Anhand von genau dokumentierten Beobachtungen und von gesammeltem Material (insbes. Interviews) sollen die dafür motivierten Teilnehmer praxisgebundene Themen bzw. Projekte aus einem der oben genannten Hauptbereichen bearbeiten und behandeln.

Literatur/Lehrmaterial:

Essig, C., Soulas de Russel, D.J.M., Semanakova M., Das Image von Produkten, Marken und Unternehmen, Verlag Wissenschaft und Praxis, Sternenfels 2003, S. 206

Besonderes:

Der Modulverantwortliche erbringt eine Einführung in die Materie am Anfang des Semesters.

Vorträge aus dem 1. Bereich werden (eine fundierte Werbung setzt die Bestimmung eines klaren Image vor) zuerst vorgebracht.

Die Arbeitssprache des Moduls ist Deutsch, jedoch kann Englisch, Französisch, Spanisch und Italienisch für die schriftlichen Arbeiten und/oder Vorträge verwendet werden. Gruppenarbeit möglich.

Code:	Titel des Modulelements:
VI.8.3.2.	Publicity

Organisation

Dozent/in: Professor Dr. Dr. Soulas de R	ussel	Status: Professor			
ECTS-Punkte: 4	sws:		Sprache: deutsch		
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 100 h, mit der folgenden Aufteilung:					
Vorlesung: 60%	Vor-/Nachber	eitung/Selbststudium:	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit %		

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte:

- 2.1 Werbesystematik: psycho- und soziologische Grundlagen der verschiedenen Werbungsarten, ihre jew. Charakteristika und Einsatzindikatoren
- 2.2 Werbegestaltung: wie werden Werbeaktionen vorbereitet und konzipiert; Auswahlprinzipien und -kriterien
- 2.3 Werbetechnik: konkrete, auf Firmen, Marken und Produkte gerichtete Werbekampagnen. Untersuchungen v. Beispielen oder (zs. m. 2.2) kreative Übungen
- 2.4 Geschichte der Werbung allg.
- 2.5 Werbungsentwicklung von bestimmten Firmen, Marken u./o. Produkten.

Lehr-/Lernmethoden:

Die aktive Teilnahme in diesem zweiten Teilbereich befähigt den Studierenden, später bei betrieblichen Werbegestaltungen durch dessen wichtigen Träger (wie Medien- und e- Werbung, Sponsoring, Eventsgestaltung) zumindest beratend mitwirken zu können. Die Verbindung Theorie-Praxis wird durch die Behandlung von Beispielen hergestellt.

Literatur/Lehrmaterial:

Soulas de Russel, D.J.M., d'Ambrosio, D., Publicity kompakt: werben um besser zu verkaufen, Verlag Wissenschaft und Praxis, Sternenfels 2008, 170 S.

Besonderes

Die meisten konkreten Feldprojekte sind in diesem Modulelement angesiedelt: Kreation von grafischen Logos, Slogans, Selbstvorstellungen und Informationsdokumente, Gestaltung von Werbekampagnen. Eigens hierfür ist die Arbeitsgruppe PIN (Publicity and Image) gegründet worden. Durch diese Struktur tritt die Modulveranstaltung nach außen. Die Teilnehmer als Mitglieder der Arbeitsgruppe übernehmen interne (Protokollführung, Archivierung u.ä.) sowie externe (Vorschläge, Durchführung der o.g. Projekte) Aufgaben. Die Projekte sind vielseitig und reichen von der unentgeltlichen Unterstützung öffentlicher (Schulen, Gymnasien, Hochschulen, Gemeinden) und privater (Unternehmen, Vereine) Strukturen bis hin zur fachlichen Beratung (Gutachten, Vorschläge von Maßnahmen) der selben bzw. eigenständige Untersuchungen und Öffentlichkeitsarbeit.