**Übersicht Programme und Module im Vertiefungsstudium Bachelor BW
Angebot WS 08/09**

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	Steuerbilanzen	Comparative Management	Wirtschafts- informatik
Modul 2	Kommunika- tionsmanage- ment	Operative Management- systeme und Personal- entwicklung	Planung und Steuerung	Private/ Corporate Banking	Material- wirtschaft und Produktions- logistik Ausnahme: Nicht im SS 09	Handelsbilanzen	Internat. Trade and Finance	Öffentliches und Europarecht
Modul 3	Public Relations/ Journalismus	Projektmtg., Organisation, Org. Behavior	M&A/ Beteiligungs- management	Wertpapier- management	Materialfluss Nur im WS	Steuer- beratung I Nur im WS	International Corporate Strategy Nur WS	Image & Publicity
Modul 4	Marketing Research Nur im WS	Strategisches Controlling	Risiko- und Sanierungs- management	Assetklasse Real Estate	Logistik- management Ausnahme: Nicht im SS 09	Steuer- Beratung II	International Human Resource Management	Automobil- wirtschaft Geislingen
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		Betr. Infor- mations.- und Wissens- management Geislingen
Modul 6	Marketing- management	Entrepreneurship	Internationale Finanzmärkte	Versicherungs- wirtschaft	Industrie- und Handels- marketing	Wirtschafts- prüfung II Nur im WS		Weltwirtschaft vwl
Modul 7	Industrie- und Handels- marketing		Internat. Trade and Finance	Angewandte Finanzmarkt- analyse vwl	Handels- management			Non Profit Ökonomik und – Management vwl

Gelb: Angebot im WS 08/09

Modulbeschreibung

Code: VI.1.1.	Modulbezeichnung: Marketingkommunikation
-------------------------	--

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module: keine	Nachgelagerte Module: keine
--------------------------------------	---------------------------------------

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Ramme		
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jedes Semester
Zulassungsvoraussetzungen: Zulassung zum Hauptstudium	ECTS-Punkte: 8	SWS: 6

Prüfungsleistungen

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

Ausgestaltung des Moduls

<p>Lernziele und Kompetenzen:</p> <p>Das Modul gibt einen umfassenden Überblick über die Below-the-Line-Marketinginstrumente und deren Anwendung. 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.</p> <p>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.</p>
--

<p>Modulelemente:</p> <p>VI.1.1.1 Below the Line Marketing</p> <p>VI.1.1.2 Direktmarketing</p> <p>VI.1.1.3 Marketingprojekt</p>	<p>Dozent/in:</p> <p>Dipl.-Betriebsw. Andreas Waldner</p> <p>Dipl.-Ök. Margret Bägel-Witte</p> <p>Dipl.-Betriebsw. Andreas Waldner</p>
--	---

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.1.1.1.	Titel des Modulelements: Below the Line Marketing
---------------------------	---

Organisation

Dozent/in: Dipl.-Betriebsw. Andreas Waldner		Status: Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte: 2	SWS: 2	Sprache: deutsch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 45 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 55 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 0 %	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte: Neue Kommunikationsformen werden immer wichtiger, um der Austauschbarkeit von Produkten und der zunehmenden Zersplitterung der Märkte zu begegnen. Im Vergleich zur klassischen Werbung haben diese neueren Kommunikationsformen hinsichtlich des Marketingbudgets an Bedeutung gewonnen. Dazu gehören insbesondere die Below the Line Aktivitäten Eventmarketing, Product Placement und Sponsoring. Die Studenten erfahren, welche Bedeutung das Marketing Below-the-Line im Marketing Mix, im Kommunikationsmix und im Corporate Identity Konzept hat. Sie lernen die Eigenschaften der wichtigsten Below-the-Line-Instrumente zu beherrschen, den Nutzen aus diesen Instrumenten zu ziehen, unternehmensgerecht im Marketing umzusetzen und kompetent über diese Fragen zu kommunizieren.</p> <p>Gliederung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sponsoring • Eventmarketing • Product Placement • Neue Medien <p>Wirkungs- und Erfolgskontrolle</p>
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>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</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial:</p> <p>Oliver Nickel: Eventmarketing, Verlag Vahlen, 2006 Manfred Bruhn: Sponsoring. Systematische Planung und integrativer Einsatz (Gebundene Ausgabe) Gabler, 4. Auf. 2002 Iris Ramme, Andreas Waldner: Product Placement Monitor, Nürtingen, 1998 bis 2006</p>
<p>Besonderes: Beschränkung der Teilnehmerzahl auf maximal 25</p>

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.1.1.2.	Titel des Modulelements: Direktmarketing
---------------------------	--

Organisation

Dozent/in: Dipl.-Ök. Margret Bägel-Witte	Status: Lehrbeauftragte	
ECTS-Punkte: 2	SWS: 2	Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:		
Vorlesung: 45 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 55 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 0 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte: <ul style="list-style-type: none">• 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: <p>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</p>
Literatur/Lehrmaterial: <p>Heinrich Holland: Direktmarketing. Vahlen-Verlag, 2. Aufl. 2004.</p>
Besonderes: <p>Beschränkung der Teilnehmerzahl auf maximal 25</p>

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.1.1.3.	Titel des Modulelements: Marketingprojekt
---------------------------	---

Organisation

Dozent/in: Dipl.-Betriebsw. Andreas Waldner	Status: Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte: 4	SWS: 2	Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 100 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:		
Vorlesung: 25 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 15 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 60 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte: Anwendung der Marketinginstrumente 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 Beschränkung der Teilnehmerzahl auf maximal 25

Modulbeschreibung

Code: VI.1.2.	Modulbezeichnung: Kommunikationsmanagement
-------------------------	--

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module: keine	Nachgelagerte Module: keine
--------------------------------------	---------------------------------------

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Otte		
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jedes Semester
Zulassungsvoraussetzungen: Zulassung zum Hauptstudium	ECTS-Punkte: 8	SWS: 6

Prüfungsleistungen

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

Ausgestaltung des Moduls

<p>Lernziele und Kompetenzen:</p> <p>Die Studierenden erlernen den Prozess der systematischen Planung und Realisierung von Information und Kommunikation unter Einbeziehung unterschiedlicher Medien. Sie werden in die Lage versetzt, zielgruppengerecht Informationen aufzubereiten, die richtigen Medien auszuwählen und die Botschaften zu kommunizieren.</p>
--

<p>Modulelemente:</p> <p>VI.1.2.1 Grundlagen der Medienkommunikation</p> <p>VI.1.2.2 Massenkommunikation/Öff. Meinung</p> <p>VI.1.2.3 Praxisprojekt Kommunikation</p>	<p>Dozent/in:</p> <p>Kraus</p> <p>Otte</p> <p>Otte</p>
--	---

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.1.2.1.	Titel des Modulelements: Grundlagen der Medienkommunikation
---------------------------	---

Organisation

Dozent/in: Kraus	Status: Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte: 2	SWS: 2	Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:		
Vorlesung: 60 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 40 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 0 %

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <p>Aufbauend auf kommunikationstheoretischen Modellstrukturen werden Spezifika von Massen- und Individual- sowie Direkt- und Indirektkommunikation herausgearbeitet, sofern sie wirksam sind für Bezüge im Kommunikationsfeld Medien. Eingebettet in diesen strukturellen Rahmen werden Bedingungen und Möglichkeiten eines Kommunikationsmanagements aufgezeigt, wobei sowohl die konkret existierenden Medien analysiert und verortet, als auch die einflußsuchenden Kommunikatoren einer kritischen Untersuchung hinsichtlich ihrer prinzipiellen Interessen unterzogen werden. Behandelt werden u.a. folgende Themenkomplexe:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kommunikationstheoretische Grundlagen - Massenmedien (Definitionen, Geschichte und Erscheinungsformen) - Mediengattungen - Struktur journalistischer Massenmedien - Medien als Wirtschaftsunternehmen - Medienanalyse, Inhaltsanalyse - Medienlandschaft Deutschland
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>Vorlesung mit Diskussion ergänzt durch Gastvorträge aus der Praxis</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial:</p> <p>Altendorfer, Otto: Mediensystem der Bundesrepublik Deutschland. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Band 1 (2001) und Band 2 (2004)</p> <p>Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft, UTB, 2002</p> <p>Luhmann, Niklas: Die Realität der Massenmedien, VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2004</p> <p>Rusch, Gebhard (Hrsg.): Einführung in die Medienwissenschaft, Westdeutscher Verlag, 2002</p> <p>Weber, Stefan (Hrsg.): Theorien der Medien, UTB, 2003</p>
<p>Besonderes:</p> <p>Gastvorträge</p>

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.1.2.2	Titel des Modulelements: Massenkommunikation/ Öffentliche Meinung
--------------------------	---

Organisation

Dozent/in: Prof. Otte	Status: Professor	
ECTS-Punkte: 2	SWS: 2	Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:		
Vorlesung: 55 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 55 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 0 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte: Im Vordergrund stehen Theorien der Massenkommunikation. Vor allem der Begriff der Öffentlichen Meinung wird diskutiert und problematisiert. Weitere Beachtung finden die Werbung und das Kampagnenmanagement zur Imagesteigerung.
Lehr-/Lernmethoden: Vorlesung mit Diskussion ergänzt durch Gastvorträge aus der Praxis
Literatur/Lehrmaterial: Elisabeth Noelle-Neumann, Winfried Schulz, Jürgen Wilke: Das Fischer Lexikon Publizistik / Massenkommunikation. Fischer, Frankfurt; 3. Auflage 2002. Kai-Uwe Hellmann: Soziologie der Marke. Suhrkamp; 2. Auflage 2003
Besonderes: Gastvorträge

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.1.2.3	Titel des Modulelements: Praxisprojekt Kommunikation
--------------------------	--

Organisation

Dozent/in: Prof. Otte	Status: Professor	
ECTS-Punkte: 4	SWS: 2	Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 100 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:		
Vorlesung: 25 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 15 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 60 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte: Anwendung der Kommunikationsinstrumente in Praxisfällen, dabei Schwerpunkt auf Medienauswahl und -ansprache sowie strategische Kommunikationsplanung und „Kampagnenmanagement“
Lehr-/Lernmethoden: Projektarbeit mit Briefing
Literatur/Lehrmaterial: Projektbriefing sowie auf die Fragestellung bezogene Literatur, die von den Studierenden im Selbststudium zu recherchieren ist.
Besonderes: Medienvisiten

Modulbeschreibung

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

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module: keine	Nachgelagerte Module: keine
--------------------------------------	---------------------------------------

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Otte		
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jedes Semester
Zulassungsvoraussetzungen: Zulassung zum Hauptstudium	ECTS-Punkte: 8	SWS: 6

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: VI.1.3.1 Unternehmenskommunikation VI.1.3.2 Journalismus VI.1.3.3 Public Relations	Dozent/in: Herr Dahl Herr Kraus Herr Dahl

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.1.3.1.	Titel des Modulelements: Unternehmenskommunikation
---------------------------	--

Organisation

Dozent/in: Dahl	Status: Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte: 2	SWS: 2	Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:		
Vorlesung: 45 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 55 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 0 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte: <ul style="list-style-type: none">• 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)
Lehr-/Lernmethoden: <p>Vorlesung mit Diskussion ergänzt durch Gastvorträge aus der Praxis</p>
Literatur/Lehrmaterial: <p>Claudia Mast, Simone Huck, Monika Hubbard: Unternehmenskommunikation. Ein Leitfaden. UTB, Stuttgart; 2. Auflage 2006</p>
Besonderes: <p>Gastvorträge</p>

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.1.3.2.	Titel des Modulelements: Journalismus
--------------------	--

Organisation

Dozent/in: Kraus	Status: Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte: 3	SWS: 2	Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:		
Vorlesung: 30 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 50 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 20 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte: <ul style="list-style-type: none">• Struktur der journalistischen Massenmedien• Akteure im Kommunikationsfeld Massenmedien• Aufgaben und Möglichkeiten des Medienkommunikators• Mittel und Formen der Medienkommunikation
Lehr-/Lernmethoden: <p>Vorlesung mit Diskussion ergänzt durch Gastvorträge aus der Praxis, Schreiben Zeitungs- oder Zeitschriftenartikeln (bewertete Gruppenarbeit)</p>
Literatur/Lehrmaterial: <p>Stephan Ruß-Mohl: Journalismus. Das Hand- und Lehrbuch. Frankfurter Allgemeine Buch; 2003</p>
Besonderes: <p>Gastvorträge</p>

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.1.3.3	Titel des Modulelements: Public Relations
--------------------------	---

Organisation

Dozent/in: Dahl	Status: Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte: 3	SWS: 2	Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:		
Vorlesung: 30 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 50 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 20 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte: <ul style="list-style-type: none">• Systematisierung und Grundlagen• Dualität von Theorie und Praxis• Systeme und/oder Akteure• Marketing und/oder Public Relations• Bedingungen und Folgen öffentlicher Beziehungen
Lehr-/Lernmethoden: <p>Vorlesung mit Diskussion ergänzt durch Gastvorträge aus der Praxis, Schreiben von Pressemeldungen, Organisation von Pressekonferenzen, etc. (bewertete Gruppenarbeit)</p>
Literatur/Lehrmaterial: <p>Röttger, Ulrike: Theorien der Public Relations. Grundlagen und Perspektiven der PR-Forschung 2004 Michael Kunczik: Public Relations. Konzepte und Theorien. Utb; 4. Auflage 2002</p>
Besonderes: <p>Gastvorträge</p>

Modulbeschreibung

Code: VI.1.4.	Modulbezeichnung: Marketing Research
-------------------------	--

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module: -	Nachgelagerte Module: -
----------------------------------	-----------------------------------

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Ramme		
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jährlich
Zulassungsvoraussetzungen: Zulassung zum Hauptstudium	ECTS-Punkte: 8	SWS: 6

Prüfungsleistungen

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

Ausgestaltung des Moduls

<p>Lernziele und Kompetenzen:</p> <p>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).</p>

<p>Modulelemente:</p> <p>VI.1.4.1 Basics of Marketing Research VI.1.4.2 Project Marketing Research</p>	<p>Dozent/in:</p> <p>Prof. Dr. Ramme Dipl.-Ök. Margret Bägel-Witte</p>
---	---

Beschreibung für Modulelement

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

Organisation

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

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <p>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.</p>
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>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</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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
<p>Besonderes:</p> <p>Guest speakers from companies and our international partner universities are invited The number of participating students is 25 maximum</p>

Beschreibung für Modulelement

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

Organisation

Dozent/in: Dipl.-Ök. Margret-Bägel-Witte		Status: Lehrbeauftragte	
ECTS-Punkte: 4	SWS: 2	Sprache: englisch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 100 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 25 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 15 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 60 %	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <p>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.</p>
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>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.</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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
<p>Besonderes:</p> <p>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.</p> <p>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.</p>

Modulbeschreibung

Code: VI.1.5.	Modulbezeichnung: International Marketing Operations
-------------------------	--

Bezüge zu anderen Modulen

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

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Ramme		
Modulart: Wahlpflichtfach	Turnus: jährlich	
Zulassungsvoraussetzungen: Zulassung zum Hauptstudium	ECTS-Punkte: 8	SWS: 6

Prüfungsleistungen

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

Ausgestaltung des Moduls

<p>Lernziele und Kompetenzen:</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>
--

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

Beschreibung für Modulelement

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

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Iris Ramme		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 8	SWS: 6	Sprache: englisch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 200 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 40 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 25 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 35 %	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <p>International marketing theories with varying focus depending on the nature of the project.</p>
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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. <p>The focus of this class is applying theory of global marketing combined with hands-on experience with different cultures, companies and countries.</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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
<p>Besonderes:</p> <p>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.).</p> <p>The number of participants from our university is restricted to 5 to 15 students depending on the number of international partners involved.</p>

Modulbeschreibung

Code: VI.1.6.	Modulbezeichnung: Marketingmanagement
-------------------------	---

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module: keine	Nachgelagerte Module: keine
--------------------------------------	---------------------------------------

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Ramme		
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jedes Semester
Zulassungsvoraussetzungen: Zulassung zum Hauptstudium	ECTS-Punkte: 8	SWS: 6

Prüfungsleistungen

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

Ausgestaltung des Moduls

<p>Lernziele und Kompetenzen:</p> <p>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.</p> <p>Das Modul besteht aus wissenschaftlich orientierten Vorlesungen mit ergänzenden Vorträgen von Praktikern sowie aus kleineren Fallstudien, die die Studierenden im Rahmen von Hausarbeiten bearbeiten.</p>	
<p>Modulelemente:</p> <p>VI.1.6.1 Marketingplanung VI.1.6.2 Markenmanagement VI.1.6.3 Konsumentenverhalten</p>	<p>Dozent/in:</p> <p>Dipl.-Ök. Margret Bägel-Witte Prof. Dr. Iris Ramme Dipl.-Betriebsw. Anke Schramm</p>

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.1.6.1.	Titel des Modulelements: Marketingplanung
---------------------------	---

Organisation

Dozent/in: Dipl.-Ök. Margret Bägel-Witte		Status: Lehrbeauftragte
ECTS-Punkte: 3	SWS: 2	Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:		
Vorlesung: 40 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 40 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 20 %

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <p>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.</p>
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>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</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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
<p>Besonderes:</p> <p>Beschränkung der Teilnehmerzahl auf maximal 25</p>

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.1.6.2.	Titel des Modulelements: Markenmanagement
---------------------------	---

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Iris Ramme		Status: Professorin
ECTS-Punkte: 2,5	SWS: 2	Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 62,5 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:		
Vorlesung: 45 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 45 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 10 %

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <p>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.</p>
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>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.</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Franz-Rudolf Esch: Strategie und Technik der Markenführung. Verlag: Vahlen 2008. ▪ Heribert Meffert, Christoph Burmann, Martin Koers: Markenmanagement, Verlag: Gabler; 2. Auflage 2005.
<p>Besonderes:</p> <p>Beschränkung der Teilnehmerzahl auf maximal 25</p>

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.1.6.3.	Titel des Modulelements: Konsumentenverhalten
---------------------------	---

Organisation

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

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <p>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.</p>
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>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</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Werner Kroeber-Riel, Peter Weinberg: Konsumentenverhalten. Verlag: Vahlen, 8. Auflage 2003. ▪ Volker Trommsdorff: Konsumentenverhalten. Verlag: Kohlhammer; 6. Auflage 2004
<p>Besonderes:</p> <p>Beschränkung der Teilnehmerzahl auf maximal 25</p>

Modulbeschreibung

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

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module: Keine	Nachgelagerte Module: Handelsmanagement
--------------------------------------	---

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Lerchenmüller		
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jedes Semester
Zulassungsvoraussetzungen: Zulassung zum Hauptstudium	ECTS-Punkte: 8	SWS: 6

Prüfungsleistungen

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

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:	
<ul style="list-style-type: none"> - 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

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.5.6.1.	Titel des Modulelements: 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-/Nachbereitung/Selbststudium: 20 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 30 %	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 Vertriebschiene - Bedeutung von Betriebsformen im Handel - Informationsbeschaffung für Betriebsformenentwicklung - Methodik der Entwicklung und Variation von Betriebsformen
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>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.</p> <p>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.</p>

Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft Nürtingen

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

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.5.6.2.	Titel des Modulelements: Netzwerkmarketing
---------------------------	--

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-/Nachbereitung/Selbststudium: 20 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 30 %	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>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.</p> <p>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.</p>

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

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.5.6.3.	Titel des Modulelements: Investitionsgütermarketing
---------------------------	---

Organisation

Dozent/in: Pfander		Status: Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte: 2	SWS: 2	Sprache: deutsch	
Workload: ECTS-Punkte (2) x 25 = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 60 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 20 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 20 %	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <p>Marketing von Unternehmen der Investitionsgüterindustrie hierbei insbesondere Fokus auf:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 Entgeltspolitik - Besondere Fragen der Distributionspolitik - Besondere Fragen der Kommunikationspolitik
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>Unter starker Einbeziehung des Praxisbezuges werden relevante Themen im Wesentlichen im interaktiven Vorlesungsstil erarbeitet.</p> <p>Ergänzend sind Einzel- oder Gruppenarbeiten möglich, die je nach Themenstellung im Plenum besprochen werden können.</p>

Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft Nürtingen

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: VI.2.1.	Modulbezeichnung: Personalmanagement
-------------------------	--

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module:	Nachgelagerte Module:
-----------------------------	------------------------------

Organisation

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

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur 120 min.	100 %

Ausgestaltung des Moduls

<p>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 (Fach- und Methodenkompetenz) ermöglicht. Um wesentliche Inhalte für die Studierenden real erlebbar zu machen und um zusätzlich die Sozialkompetenz zu fördern, kommen Rollenspiele mit Video-Feedback zum Einsatz.</p>
--

<p>Modulelemente: VI.2.1.1 Personalplanung VI.2.1.2 Personalbeschaffung und -marketing VI.2.1.3 Personalauswahlmethoden</p>	<p>Dozent/in: Prof. Dr. Cyrus Achouri Prof. Dr. Cyrus Achouri Prof. Dr. Cyrus Achouri</p>
--	--

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.2.1.1.	Titel des Modulelements: Personalplanung
---------------------------	--

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Cyrus Achouri		Status: Professor
ECTS-Punkte: 3	SWS: 2	Sprache: deutsch
Workload: 3 ECTS-Punkte x 25 = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:		
Vorlesung: 50 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 20 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit: 30 %

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Grundlagen und Organisation des Personalmanagements <ul style="list-style-type: none"> - Allgemeine Unternehmenslandschaft und Personalmanagement - Einwirkungsfaktoren auf das Personalmanagement - Organisationsformen des Personalmanagements ● Methoden der Personalplanung <ul style="list-style-type: none"> - Ziele und Aufgabe der Personalplanung - Verknüpfung von Personal- und Unternehmensplanung - Qualitative Personalplanung - Quantitative Personalplanung - Personaleinsatzplanung - Personalentwicklungsplanung - Personalkostenplanung
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>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 (Fach- und Methodenkompetenz) ermöglicht. Um wesentliche Inhalte für die Studierenden real erlebbar zu machen und um zusätzlich die Sozialkompetenz zu fördern, kommen Rollenspiele mit Video-Feedback zum Einsatz.</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial:</p> <p>Bröckermann, R.: Personalwirtschaft. 3. Aufl., Stuttgart 2003</p> <p>Bühner, R.: Personalmanagement, 3. Aufl., Landsberg 2005</p>

Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft Nürtingen

Hohlbaum, A.; Olesch, G.: Human Resources, Rinteln 2006

Freund, F.; Knoblauch, R., Praxisorientierte Personalwirtschaftslehre, 6. Aufl., Eisele, D.:
Stuttgart 2003

Jung, H.: Personalwirtschaft, 7. Aufl., München 2006

Scholz, C.: Personalmanagement, 5. Aufl., München 2000

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.2.1.2.	Titel des Modulelements: Personalbeschaffung und -marketing
---------------------------	---

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Cyrus Achouri		Status: Professor
ECTS-Punkte: 3	SWS: 2	Sprache: deutsch
Workload: 3 ECTS-Punkte x 25 = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:		
Vorlesung: 50 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 20 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 30 %

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Interne und externe Personalbeschaffungsmethoden <ul style="list-style-type: none"> Personalbeschaffung: <ul style="list-style-type: none"> Interne Personalbeschaffungswege: <ul style="list-style-type: none"> - innerbetriebliche Stellenausschreibung/Intranet - Personalentwicklung - Versetzung - Mehrarbeit Externe Personalbeschaffungswege: <ul style="list-style-type: none"> - Öffentliche und private Arbeitsvermittlung - Print-Stellenanzeige - Internet-Stellenanzeige - Personalberater - Personalleasing - sonstige Beschaffungswege ● Internes und externes Personalmarketing
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>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 (Fach- und Methodenkompetenz) ermöglicht. Um wesentliche Inhalte für die Studierenden real erlebbar zu machen und um zusätzlich die Sozialkompetenz zu fördern, kommen Rollenspiele mit Video-Feedback zum Einsatz.</p>

Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft Nürtingen

Literatur/Lehrmaterial:

- Bröckermann, R.: Personalwirtschaft. 3. Aufl., Stuttgart 2003
- Bühner, R.: Personalmanagement, 3. Aufl., Landsberg 2005
- Hohlbaum, A.; Olesch, G.: Human Resources, Rinteln 2006
- Freund, F.; Knoblauch, R., Praxisorientierte Personalwirtschaftslehre, 6. Aufl., Stuttgart 2003
- Eisele, D.:
- Jung, H.: Personalwirtschaft, 7. Aufl., München 2006
- Oechsler, W.: Personal und Arbeit, 8. Aufl. 2006, München 2006

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.2.1.3.	Titel des Modulelements: Personalauswahlmethoden
--------------------	---

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Cyrus Achouri	Status: Professor	
ECTS-Punkte: 3	SWS: 2	Sprache: deutsch
Workload: 3 ECTS-Punkte x 25 = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:		
Vorlesung: 50 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 20 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 30 %

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <ul style="list-style-type: none">● Erstellung des Anforderungsprofils der zu besetzenden Stelle<ul style="list-style-type: none">- Erstellung harter Faktoren- Erstellung weicher Faktoren- Die Berücksichtigung des AGG● Methoden der Personalauswahl<ul style="list-style-type: none">Vorauswahl anhand der Bewerbungsunterlagen<ul style="list-style-type: none">- Analyse des Bewerbungsschreibens- Analyse des Bewerberfotos- Analyse des Lebenslaufes- Analyse von Schulzeugnisse- Analyse von ArbeitszeugnissenEndauswahl<ul style="list-style-type: none">- Durchführung des Eignungsinterviews<ul style="list-style-type: none">-- Ermittlung der fachlichen Qualifikation der Bewerber-- Ermittlung der persönlichen Qualifikation der Bewerber-- Die Rolle des AGG- Eignungstests- Graphologisches Gutachten- Referenzbefragung- Biographischer Fragebogen- sonstige Auswahlinstrumente- Gestaltung des Arbeitsvertrages- Einführung neuer Mitarbeiter

Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft Nürtingen

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 (Fach- und Methodenkompetenz) ermöglicht. Um wesentliche Inhalte für die Studierenden real erlebbar zu machen und um zusätzlich die Sozialkompetenz zu fördern, kommen Rollenspiele mit Video-Feedback zum Einsatz.

Literatur/Lehrmaterial:

Achouri, C.:	Recruiting und Placement, Wiesbaden 2007
Bröckermann, R.:	Personalwirtschaft. 3. Aufl., Stuttgart 2003
Bühner, R.:	Personalmanagement, 3. Aufl., Landsberg 2005
Hohlbaum, A.; Olesch, G.:	Human Resources, Rinteln 2006
Freund, F.; Knoblauch, R.,	Praxisorientierte Personalwirtschaftslehre, 6. Aufl., Stuttgart 2003
Jung, H.:	Personalwirtschaft, 7. Aufl., München 2006
Oechsler, W.:	Personal und Arbeit, 8. Aufl. 2006, München 2006
Eisele, D.:	

Modulbeschreibung

Code: VI.2.2.	Modulbezeichnung: Operative Managementsysteme und Personalentwicklung
-------------------------	---

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module:	Nachgelagerte Module:
-----------------------------	------------------------------

Organisation

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

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur 120 min.	100 %

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:	
<p>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 (Fach- und Methodenkompetenz) ermöglicht. Um wesentliche Inhalte für die Studierenden real erlebbar zu machen und um zusätzlich die Sozialkompetenz zu fördern, kommen Rollenspiele mit Video-Feedback zum Einsatz.</p>	
Modulelemente:	Dozent/in:
VI 2.2.1: Personalführung und –entwicklung	Prof. Dr. Cyrus Achouri
VI.2.2.2: Gehaltsfindung, flexible Arbeitszeitsysteme und Personalcontrolling	Prof. Dr. Cyrus Achouri
VI.2.2.3: Unternehmenskultur, Wissens- und Skillmanagement	Prof. Jörg. Mildenberger

Beschreibung für Modulelement

Code: VI. 2.2.1.	Titel des Modulelements: Personalführung und –entwicklung
----------------------------	---

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Cyrus Achouri		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 3	SWS: 2	Sprache: deutsch	
Workload: 3 ECTS-Punkte x 25 = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 50 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 20 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 30 %	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Aktuelle Managementtools wie z.B. Total Quality Management (TQM) und Management by Objectives (MbO) <ul style="list-style-type: none"> - Wesen von TQM - Entwicklungsgeschichte des TQM - Umsetzung des TQM-Gedankengutes in die personalwirtschaftliche Praxis - Prozessorientierung im Personalmanagement - Kundenorientierung m Personalmanagement - Managementorientierung im Rahmen on TQM - Wesen des MbO - Grundlagen des Führens durch Ziele - Praktische Umsetzung des Führens durch Ziele - Ziele und Balanced Scorecard - MbO und Gehaltsfindung ● Personalentwicklung, insbesondere angewandte Personalentwicklung <ul style="list-style-type: none"> - Wesen und Bedeutung der Personalentwicklung - Ermittlung des Bildungsbedarfes - Ansatzpunkte der Personalentwicklung im Bereich von Fach-, Methoden- und Sozialkompetenz - Methoden der Personalentwicklung am Arbeitsplatz - Job Rotation - Job enlargement - Job Enrichment - Übertragung von Sonderaufgaben - Sonstige Methoden ● Methoden der Personalentwicklung außerhalb des Arbeitsplatzes <ul style="list-style-type: none"> - Vorlesungsmethode - Lehrgespräch - Fallstudie - Planspiel - Coaching - Mentoring
--

- Gruppendynamische Methode
- sonstige Methoden
- Personalentwicklung für ältere Mitarbeiter
- Laufbahn- und Karriereplanungsmodelle
 - klassische Laufbahnstrukturen
 - Fachlaufbahn
 - Projektlaufbahn
 - horizontale Laufbahnen
- Bildungscontrolling
 - Formen des quantitativen Bildungscontrollings
 - Formen des qualitativen Bildungscontrollings
 - Bildungscontrolling nach Kirkpatrick
 - Bildungstransfer und transferfördernde Maßnahmen
- Angewandte Personalentwicklung:
Hier werden ausgewählte Inhalte der Personalentwicklung semesterspezifisch praktisch von den Studierenden geübt. Dies können z.B. sein:
 - Simulation eines Mitarbeitergesprächs
 - Übungen im Bereich der Verhandlungstechnik
 - Übung von Kreativitätstechniken wie brainstorming, brainwriting, Methode 6-3-5 etc
 - Übung im Umgang mit Konflikten
 - Moderationsübungen
 - Delegationsübungen etc.

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 (Fach- und Methodenkompetenz) ermöglicht. Um wesentliche Inhalte für die Studierenden real erlebbar zu machen und um zusätzlich die Sozialkompetenz zu fördern, kommen Rollenspiele mit Video-Feedback zum Einsatz.

Literatur/Lehrmaterial:

Becker, M.:	Systematische Personalentwicklung,, Stuttgart 2005
Bröckermann, R.:	Personalwirtschaft, 3. Aufl., Stuttgart 2003
Hohlbaum, A.; Olesch, G.:	Human Resources, Rinteln 2006
Jung, H.:	Personalwirtschaft, 7. Aufl., München 2006
Scholz, C.:	Personalmanagement, 5. Aufl., München 2000
Thom, N.; Zaugg, R.:	Moderne Personalentwicklung, Wiesbaden 2006

Beschreibung für Modulelement

Code: VI. 2.2.2.	Titel des Modulelements: Gehaltsfindung, flexible Arbeitszeitsysteme und Personalcontrolling
----------------------------	--

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Cyrus Achouri		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 3	SWS: 2	Sprache: deutsch	
Workload: 3 ECTS-Punkte x 25 = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 50 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 20 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 30 %	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Gehalt und Gehaltsfindungssysteme <ul style="list-style-type: none"> - Zusammensetzung des Gehaltes (von brutto zu netto) - Gehälter in Deutschland - Cafeteria-Systeme - Methoden und Verfahren der Gehaltsfindung <ul style="list-style-type: none"> -- Leistungsbeurteilungssysteme, einschließlich Mitarbeitergespräch -- Arbeitsplatzbewertungssysteme -- Gehaltsmatrix -- Ermittlung von Marktgehältern -- Entlohnungssysteme -- Vergütungssysteme -- Mbo und Gehaltsfindung ● Flexible Arbeitszeitsysteme <ul style="list-style-type: none"> - Gründe für flexible Arbeitszeitsysteme - Normalarbeitszeit und Teilzeit - Grundtypen flexibler Arbeitszeitsysteme (z.B. Gleitzeit, variable Arbeitszeit, Kapovaz, modulare Arbeitszeit, Schichtarbeit, Jahresarbeitszeit, Lebensarbeitszeit) ● Personalcontrolling <ul style="list-style-type: none"> - Wesen und Aufgaben des Personalcontrollings - Controlling-Ebenen wie Kostencontrolling, Effizienz- und Effektivitätscontrolling - Controlling-Prozeß - Quantitatives Controlling-Methoden - Qualitative Controlling-Methoden - Praktische Beispiele für Personalcontrolling
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>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 (Fach- und Methodenkompetenz) ermöglicht. Um wesentliche Inhalte für die Studierenden real erlebbar zu machen und um zusätzlich die Sozialkompetenz zu fördern, kommen Rollenspiele mit Video-Feedback zum Einsatz.</p>

Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft Nürtingen

Literatur/Lehrmaterial:

Bröckermann, R.:	Personalwirtschaft, 3. Aufl., Stuttgart 2003
Femppel, K.; Zander, K.:	Leistungsorientierte Vergütung, Köln 2000
Freund, F.; Knoblauch, R., Eisele, D.:	Praxisorientierte Personalwirtschaftslehre, 6. Aufl., Stuttgart 2003
Hohlbaum, A.; Olesch, G.:	Human Resources, Rinteln 2006
Jung, H.:	Personalwirtschaft, 7. Aufl., München 2006
Oechsler, W.:	Personal und Arbeit, 8. Aufl. 2006, München 2006
Scholz, C.:	Personalmanagement, 5. Aufl., München 2000

Besonderheiten:

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.2.2.3.	Titel des Modulelements: Unternehmenskultur, Wissens- und Skillmanagement
---------------------------	---

Organisation

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

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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, Skill-inventorys, 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
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>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.</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Generell gilt das Vorlesungsskript als Grundgerüst der Vorlesung • Wikipedia und Dokumentation eigener Recherchen über Google und Fachinformationsdienste • Vertiefende Lektüre zu Unternehmenskultur: <ul style="list-style-type: none"> ○ 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: <ul style="list-style-type: none"> ○ Karl Eric Sveiby (1997) The new Organizational Wealth: Managing and Measuring

Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft Nürtingen

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

Bezüge zu anderen Modulen

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

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Jürgen Bruck		
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jedes Semester
Zulassungsvoraussetzungen: keine	ECTS-Punkte: 8	SWS: 6

Prüfungsleistungen

Art: Klausur, 120 min	Gewichtung: 100 %
---------------------------------	-----------------------------

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:	
<p>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.</p> <p>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.</p>	
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

Beschreibung für Modulelement

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

Organisation

Dozent/in: Dr. Jürgen Bruck		Status: Professor
ECTS-Punkte: 4	SWS: 3	Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 100 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:		
Vorlesung: Ca. 40 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: Ca. 60 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit Ca. 5% (Vorlesungsbestandteil)

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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: <ul style="list-style-type: none"> ○ Organisationstheorien und ihre Bedeutung für die Organisationsgestaltung ○ Bausteine der Organisation als Grundlagen der Gestaltung ○ Klassische Organisationskonzepte ○ Neuere Organisationskonzepte (Prozess-, Teamorganisation, Kooperationen, Lean Management, lernenden Organisation) ○ Organisationswandel • Organizational Behavior: <ul style="list-style-type: none"> ○ 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)
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>Auf Basis eines <i>Skriptes</i>, welches immer wieder Raum für offene <i>Diskussionen</i> lässt, werden die zentralen Lernziele situationsgerecht entweder durch Vortrag oder, was die Regel darstellt, in Form eines <i>interaktiven Lehrgesprächs</i> erarbeitet. Hierdurch erhält der Dozent eine <i>Rückkopplung über den erzielten Lernerfolg</i>. Durch gezieltes <i>Durchbrechen der tradierten Grenze zwischen harten und weichen Erfolgsfaktoren</i> werden die Studierenden bewusst zum <i>Hinterfragen bestehender Denkmuster</i> angeregt. Die Inhalte werden durch eine Vielzahl von <i>praktischen Beispielen</i> angereichert, Fallstudien werden in der Gruppe diskutiert, um das Verständnis für die praktische Relevanz der Inhalte zu vertiefen.</p>

Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft Nürtingen

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.

Besonderes:

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.2.3.2.	Titel des Modulelements: 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-/Nachbereitung/Selbststudium: Ca. 60 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit Ca. 20 % (Vorlesungsbestandteil)	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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"
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>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").</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vorlesungsskript "Grundlagen und Methoden des Projektmanagements" • Teilnehmerhandbuch des Planspiels "TOPSIM - Project Management"
<p>Besonderes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vorlesung wird als Blockveranstaltung durchgeführt. • Bestandteil der Vorlesung ist die EDV-gestützte Simulation eines Projektes in Gruppen.

Modulbeschreibung

Code: VI. 2.4.	Modulbezeichnung: Strategisches Controlling
--------------------------	---

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module: Controlling	Nachgelagerte Module: keine
--	---------------------------------------

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Thomas Barth		
Modulart: Pflichtfach		Turnus: jedes Semester
Zulassungsvoraussetzungen: keine	ECTS-Punkte: 8	SWS: 6

Prüfungsleistungen

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

Ausgestaltung des Moduls

<p>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.</p> <p>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.</p>
--

<p>Modulelemente: VI.3.2.1. Strategisches Controllinginstrumente VI.3.2.2. Referat Strategisches Controlling</p>	<p>Dozent/in: Dr. Hartmut Feucht Dr. Hartmut Feucht Prof. Dr. Thomas Barth</p>
---	--

Beschreibung für Modulelement

Code: VI. 3.2.1.	Titel des Modulelements: Strategische Controllinginstrumente
----------------------------	--

Organisation

Dozent/in: Dr. Hartmut Feucht		Status: Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte: 6	SWS: 4	Sprache: deutsch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 150 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: Ca. 40 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: Ca. 30 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit Ca.30 %	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des strategischen Controlling • Unternehmens- und Umfeldanalyse • Steuerung von Strategien • Wertorientiertes Controlling • Strategische Kontrolle • Strategische Frühaufklärung • Performance Measurement • Strategisches Controlling und Strategische Unternehmensführung
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>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.</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vorlesungsskript („Grundgerüst“ der Vorlesung) • Baum, Georg; Coenenberg, Adolf; Günther, Thomas: Strategisches Controlling, 3. Auflage, Stuttgart 2004 • Schneider, Dietram: Unternehmensführung und strategisches Controlling, 4. Auflage, Darmstadt 2005
<p>Besonderes:</p>

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.3.2.2.	Titel des Modulelements: Referat Strategisches Controlling
---------------------------	--

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Thomas Barth		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 2	SWS: 2	Sprache: deutsch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 50 Stunden, mit der folgenden 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: <ul style="list-style-type: none">• In Abhängigkeit von den jeweils ausgegebenen Themen werden zu Semesterbeginn auch die wichtigsten Literaturquellen benannt.
Besonderes:

Modulbeschreibung

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

Bezüge zu anderen Modulen

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

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Peter Förschler		
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jedes Semester
Zulassungsvoraussetzungen: keine	ECTS-Punkte: 8	SWS: 6

Prüfungsleistungen

Art: Klausur 120 Minuten	Gewichtung: 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: VI.2.5.1. Forderungsmanagement in Unternehmen, Zivilprozess und Insolvenz VI.2.5.2. Vertragsgestaltung im international agierenden Unternehmen	Dozent/in: Prof. Dr. Peter Förschler Rechtsanwalt Dr. Till Mahler

Beschreibung für Modulelement

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

Organisation

Dozent/in: Dr. Peter Förschler		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 5	SWS: 4	Sprache: deutsch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: Ca. 45 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: Ca. 45 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit Ca. 10 % (Vorlesungsbestandteil)	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <p>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.</p> <p>I. Außergerichtliches Forderungsmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fälligkeit, Verzug, Verjährung, Schuldanerkenntnis - Inkassounternehmen, Rechtsanwalt und Factoring <p>II. Außergerichtliche Verhaltensweisen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Stundung, Vergleich, notarielle Unterwerfung <p>III. Außergerichtliches Konfliktmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mediation, Streitschlichtung und Schiedsgerichtsbarkeit <p>IV. Unternehmen vor Gericht</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gerichtliches Mahnverfahren - Klageverfahren nach der ZPO <p>V. Zwangsvollstreckung</p> <p>VI. Insolvenz</p>
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>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</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorlesungsskript - Förschler, Peter: Der Zivilprozess, Lehrbuch für die Praxis anhand eines Aktenfalls, 6.

Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft Nürtingen

Aufl. Stuttgart 2004

- Förschler, Peter: Privat- und Prozessrecht, Bad Wörishofen, 2007

Besonderes:

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

Beschreibung für Modulelement

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

Organisation

Dozent/in: Rechtsanwalt Dr. Till Mahler		Status: Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte: 3	SWS: 2	Sprache: deutsch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: Ca. 50%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: Ca. 20%	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit Ca. 30% (Vorlesungsbestandteil)	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <p>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:</p> <p>I. Vertragsabschluss</p> <ul style="list-style-type: none">- Vertragsverhandlungen- Zustandekommen von Verträgen- Stellvertretung <p>II. Privatautonomie und Rechtswahlfreiheit</p> <ul style="list-style-type: none">- Grenzen: Verbraucherschutz und Recht der Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) <p>III. Inhaltliche Regelungen am Beispiel von AGB</p> <ul style="list-style-type: none">- Preise und Zahlungsbedingungen- Lieferzeit- Kosten und Gefahr / Internationale Lieferklauseln (Incoterms)- Gewährleistungsklauseln- Qualitätssicherung- Vertragsstrafen und pauschalierter Schadensersatz- Haftungsausschlussklauseln- Eigentumsvorbehaltsklauseln- Forderungsabtretung- Geheimhaltung- Rechtswahl und Gerichtsstand/Schiedsklauseln <p>IV. Formale Aspekte</p> <ul style="list-style-type: none">- Einbeziehung von AGB in Verträge- Abwehrklauseln- Schriftformklauseln- Musterverträge <p>V. Nationales Recht, internationales Einheitsprivatrecht und nationales Kollisionsrecht</p> <p>VI. Grundlagen des deutschen internationalen Privatrechts (IPR)</p>

Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft Nürtingen

- 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: VI.2.6.	Modulbezeichnung: 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: 8	SWS: 6

Prüfungsleistungen

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

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:	
<p>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 lernen Erfolgsfaktoren und Formen sowie Chancen und Risiken einer Gründung bzw. Nachfolge kennen. Sie lernen 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.</p>	
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

Beschreibung für Modulelement

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

Organisation

Dozent/in: Dr. Roland Raff		Status: Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte: 4	SWS: 3	Sprache: deutsch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 100 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 32 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 68 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 0 %	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erfolgsfaktoren für Gründer und Nachfolger • Formen der Gründung/Nachfolge • Chancen und Risiken in der Selbständigkeit • Ziele, Adressaten und Inhalte eines Businessplans • Neugründung eines Unternehmens <ul style="list-style-type: none"> ○ persönliche, betriebswirtschaftliche und rechtliche Grundlagen zur Unternehmensgründung ○ Marketing für junge Unternehmen ○ Finanzierung • Übernahme von Unternehmen (Nachfolge) <ul style="list-style-type: none"> ○ Matching-Prozess ○ Unternehmensbewertung ○ Finanzierung • Förderinstrumente der öffentlichen Hand • Alternative Finanzierungsmöglichkeiten (Venture Capital, Private Equity, Business Angels)
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>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.</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 <p>weitere Literaturhinweise erfolgen in der Veranstaltung</p>
<p>Besonderes:</p> <p>Eventuell Präsentation/Vortrag eines Gründers</p>

Beschreibung für Modulelement

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

Organisation

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

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <p>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.</p>
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>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.</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 <p>weitere Literaturhinweise erfolgen in der Veranstaltung</p>
<p>Besonderes:</p> <p>Eventuell Präsentation/Vortrag eines Gründers</p>

Beschreibung für Modulelement

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

Organisation

Dozent/in: Dr. Roland Raff		Status: Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte: 2	SWS: 1	Sprache: deutsch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 21 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 0 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 79 %	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <p>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.</p>
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>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.</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 <p>weitere Literaturhinweise erfolgen in der Veranstaltung</p>
<p>Besonderes:</p> <p>Der Businessplan inkl. der Präsentation gehen mit 50 % in die Gesamtnote des Moduls ein (individuelle Bewertung des Beitrages zur Gruppenleistung).</p>

Modulbeschreibung

Code: VI. 3.2.	Modulbezeichnung: Strategisches Controlling
--------------------------	---

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module: Controlling	Nachgelagerte Module: keine
--	---------------------------------------

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Thomas Barth		
Modulart: Pflichtfach		Turnus: jedes Semester
Zulassungsvoraussetzungen: keine	ECTS-Punkte: 8	SWS: 6

Prüfungsleistungen

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

Ausgestaltung des Moduls

<p>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.</p> <p>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.</p>
--

<p>Modulelemente: VI.3.2.1. Strategisches Controllinginstrumente VI.3.2.2. Referat Strategisches Controlling</p>	<p>Dozent/in: Dr. Hartmut Feucht Dr. Hartmut Feucht Prof. Dr. Thomas Barth</p>
---	--

Beschreibung für Modulelement

Code: VI. 3.2.1.	Titel des Modulelements: Strategische Controllinginstrumente
----------------------------	--

Organisation

Dozent/in: Dr. Hartmut Feucht		Status: Lehrbeauftragter
ECTS-Punkte: 6	SWS: 4	Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 150 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:		
Vorlesung: Ca. 40 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: Ca. 30 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit Ca.30 %

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des strategischen Controlling • Unternehmens- und Umfeldanalyse • Steuerung von Strategien • Wertorientiertes Controlling • Strategische Kontrolle • Strategische Frühaufklärung • Performance Measurement • Strategisches Controlling und Strategische Unternehmensführung
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>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.</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vorlesungsskript („Grundgerüst“ der Vorlesung) • Baum, Georg; Coenenberg, Adolf; Günther, Thomas: Strategisches Controlling, 3. Auflage, Stuttgart 2004 • Schneider, Dietram: Unternehmensführung und strategisches Controlling, 4. Auflage, Darmstadt 2005
<p>Besonderes:</p>

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.3.2.2.	Titel des Modulelements: Referat Strategisches Controlling
---------------------------	--

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Thomas Barth	Status: Professor	
ECTS-Punkte: 2	SWS: 2	Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 50 Stunden, mit der folgenden 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: <ul style="list-style-type: none">• In Abhängigkeit von den jeweils ausgegebenen Themen werden zu Semesterbeginn auch die wichtigsten Literaturquellen benannt.
Besonderes:

Modulbeschreibung

Code: VI.3.3.	Modulbezeichnung: Mergers & Acquisitions/ Beteiligungsmanagement
-------------------------	--

Bezüge zu anderen Modulen

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

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Ulrich Sailer		
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jedes Semester
Zulassungsvoraussetzungen: Zulassung zum Vertiefungsstudium	ECTS-Punkte: 8	SWS: 6

Prüfungsleistungen

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

Ausgestaltung des Moduls

<p>Lernziele und Kompetenzen:</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>Daneben müssen auch die meisten großen Unternehmen ein umfangreiches Beteiligungsportfolio steuern. Die Studierenden kennen die grundlegenden Methoden und Instrumente des internationalen Beteiligungscontrollings.</p>

Modulelemente: VI.3.3.1 VI.3.3.2 VI.3.3.3	Dozent/in: Prof. Dr. Ulrich Sailer Dipl. Kaufmann Matthias Helfrich Prof. Dr. Thomas Barth
---	--

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.3.3.1	Titel des Modulelements: 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-/Nachbereitung/Selbststudium: 40 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 30 %	

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte: <ol style="list-style-type: none">1. Grundlagen des Investitionsmanagements2. Dynamische Investitionsrechnung: Kapitalwert und interner Zinsfuß3. Grundlagen der Portfolio- und Kapitalmarkttheorie4. Grundlagen der Mergers & Acquisitions5. Planung und Steuerung von M&A6. Due Diligence7. Methoden der Unternehmensbewertung
Lehr-/Lernmethoden: <p>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.</p>

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: VI.3.3.2	Titel des Modulelements: 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-/Nachbereitung/Selbststudium: 20 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 60 %

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>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.</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial:</p> <p>Den Studierenden wird eine umfangreiche Präsentation zur Verfügung gestellt. Darüber hinaus werden für die Case Studies notwendige Unterlagen bereitgestellt.</p> <p>Schefczyk, M.: Finanzieren mit Venture Capital, Stuttgart 2000</p> <p>Jugel, S.: Private Equity Investments – Praxis des Beteiligungsmanagements, 2. Auflage, Wiesbaden 2008</p> <p>Leopold/Frommann/Kühr: Private Equity/Venture Capital – Eigenkapital für innovative Unternehmer, 2. Auflage, München 2003</p>

Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft Nürtingen

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:

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.3.3.3	Titel des Modulelements: Beteiligungscontrolling
--------------------------	--

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Thomas Barth		Status: Professor
ECTS-Punkte: 3	SWS: 2	Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 75, mit der folgenden Aufteilung:		
Vorlesung: 30 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 40 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 30 %

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>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.</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial:</p> <p>Den Studierenden wird ein umfangreiches Skript samt Übungsaufgaben zur Verfügung gestellt. Darüber hinaus werden für die Case Study notwendige Unterlagen bereitgestellt.</p> <p>Burger, A.; Ulbrich, P.: Beteiligungscontrolling, München 2005</p> <p>Krupp, A.D.: Beteiligungscontrolling: Kompakt, München 2007</p> <p>Küting, K.; Weber, C.-P.: Der Konzernabschluss, Praxis der Konzernrechnungslegung nach HGB und IFRS, 11. Auflage, Stuttgart 2008</p> <p>Wurl, H.-D.: Industrielles Beteiligungscontrolling, Stuttgart 2003</p>
<p>Besonderes:</p>

Modulbeschreibung

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

Bezüge zu anderen Modulen

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

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Ulrich Sailer		
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jedes Semester
Zulassungsvoraussetzungen: Zulassung zum Vertiefungsstudium	ECTS-Punkte: 8	SWS: 6

Prüfungsleistungen

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

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. Schließlich 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: VI.3.4.1 Risikomanagement VI.3.4.2 Internal Audit VI.3.4.3 Referat: Risiko-/ Sanierungsmanagement	Dozent/in: Dipl. Betriebswirt Thomas Berger Dipl. Kaufmann Bernd Peter CIA Prof. Dr. Ulrich Sailer

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.3.4.1	Titel des Modulelements: Risikomanagement
--------------------------	---

Organisation

Dozent/in: Dipl. Betriebswirt Thomas Berger		Status: Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte: 3	SWS: 2	Sprache: deutsch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 75, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 30 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 40 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 30 %	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>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.</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial:</p> <p>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</p> <p>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</p>

Unternehmenssteuerung

Dr. Werner Gleißner, FutureValue – 12 Module für eine wertorientierte, strategische Unternehmensführung, Gabler Verlag Wiesbaden 2004

Besonderes:

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.3.4.2.	Titel des Modulelements: Internal Audit
---------------------------	---

Organisation

Dozent/in: Dipl.-Kfm. Bernd Peter, CIA		Status: Professor
ECTS-Punkte: 3	SWS: 2	Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:		
Vorlesung: Eintragung 30 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: Eintragung 40 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit Eintragung 30 %

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Corporate Governance 2. Interne Revision als im Unternehmensfunktion 3. COSO-Modell der Internen Kontrolle 4. Dolose Handlungen 5. Qualitätsmanagement der Internen Revision
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>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.</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 • Förtschle, 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:

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.3.4.3	Titel des Modulelements: Referat: Risiko-/ Sanierungsmanagement
--------------------------	---

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Ulrich Sailer	Status: Professor	
ECTS-Punkte: 2	SWS: 2	Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 50, mit der folgenden Aufteilung:		
Vorlesung: 10 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 10 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 80 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte: Erstellung einer Seminararbeit bzw. Bearbeitung von Fallstudien und Durchführung einer Präsentation zu aktuellen Themen aus dem Risikomanagement und aus der Unternehmenssanierung. 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: VI.3.5.	Modulbezeichnung: Unternehmensfinanzierung
-------------------------	--

Bezüge zu anderen Modulen

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

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Uwe Stehr		
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jedes Semester
Zulassungsvoraussetzungen: Zulassung zum Vertiefungsstudium	ECTS-Punkte: 8	SWS: 6

Prüfungsleistungen

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

Ausgestaltung des Moduls

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

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.3.5.1	Titel des Modulelements: Unternehmensfinanzierung
--------------------------	---

Organisation

Dozent/in: Dr. Uwe Stehr		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 6	SWS: 4	Sprache: deutsch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 125 h., mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 40 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 40 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 20 %	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <p>Qualitative und quantitative Bilanzanalysemethoden Liquiditätsmanagement Debitorenmanagement Finanzierungsalternativen und deren spezifische Risiken</p>
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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
<p>Literatur/Lehrmaterial:</p> <p>Wikipedia.com und Google.com und Handelsblatt</p> <p>Stefan Behringer, Cash-flow und Unternehmensbeurteilung, E. Schmidt Verlag, 7. Aufl. 2001, Berlin</p> <p>Leopold A. Bernstein / John J. Wild, Analysis of Financial Statements, McGraw-Hill, 5th ed. 2000, New York, NY</p> <p>Karl Born, Bilanzanalyse international, Schäffer-Poeschel, 2. Aufl. 2001, Stuttgart</p> <p>Adolf G. Coenenberg, Jahresabschluß und Jahresabschlußanalyse, Verlag Moderne Industrie, 18. Aufl. 2001, Landsberg/Lech</p> <p>Karsten Füsler, Intelligentes Scoring und Rating, Gabler, 1. Aufl. 2001, Wiesbaden</p> <p>Karlheinz Küting / Claus-Peter Weber, Die Bilanzanalyse, Schäffer-Poeschel, 5. Aufl. 2000, Stuttgart</p> <p>Volker H. Peemoller, Bilanzanalyse und Bilanzpolitik, Gabler, 3. Aufl. 2003, Wiesbaden</p> <p>Andreas Dahmen / Philipp Jacobi/Peter Roßbach, <i>Corporate Banking</i>, Bankakademie-Verl,</p>

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.

Beschreibung für Modulelement

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

Organisation

Dozent/in: Dr. Ines Miller	Status: Lehrbeauftragte	
ECTS-Punkte: 2	SWS: 1	Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 50 h , mit der folgenden Aufteilung:		
Vorlesung: 10 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 30 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 60 %

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte: <ul style="list-style-type: none">• Im Rahmen der Übungen wird ein Jahresabschluß eines börsennotierten Unternehmens gemeinsam und projektionsbezogen analysiert.• Finanzierungsinstrumente werden in Bezug auf ihre Bilanzwirkung untersucht.•
Lehr-/Lernmethoden: <p>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.</p>
Literatur/Lehrmaterial: <p>In Abhängigkeit von den jeweils ausgegebenen Themen werden zu Semesterbeginn auch die wichtigsten Literaturquellen (siehe dazu auch VI.3.5.1) benannt.</p>
Besonderes:

Beschreibung für Modulelement

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: 1	Sprache: deutsch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 50 h , mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 10 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 10 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 80 %	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <p>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</p>
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>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.</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial:</p> <p>In Abhängigkeit von den jeweils ausgegebenen Themen werden zu Semesterbeginn auch die wichtigsten Literaturquellen benannt.</p>
<p>Besonderes:</p>

Modulbeschreibung

Code: VI.3.6.	Modulbezeichnung: Internationale Finanzmärkte
-------------------------	---

Bezüge zu anderen Modulen

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

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Uwe Stehr		
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jedes Semester
Zulassungsvoraussetzungen: Zulassung zum Vertiefungsstudium	ECTS-Punkte: 8	SWS: 6

Prüfungsleistungen

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

Ausgestaltung des Moduls

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

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.3.6.1	Titel des Modulelements: Internationale Finanzmärkte
--------------------------	--

Organisation

Dozent/in: Dr. Uwe Stehr		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 6	SWS: 4	Sprache: deutsch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 150 h., mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 40 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 40 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 20 %	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <p>Finanzmärkte und Einfluß der Rahmenbedingungen auf die Preisfindung Finanzmarktinnovationen und Handelsstrategien Preisstellung (Zins) und Informationsgehalt Konzepte von Risiken und deren Messung Leistungsfähigkeit von Prognosen</p>
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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.
<p>Literatur/Lehrmaterial:</p> <p>Barrons „Dictionary of Finance and Investment Terms“</p> <p>Rolf Beike / Johannes Schlütz, Finanznachrichten lesen – verstehen – nutzen, Schäffer Poeschel</p> <p>Hans E. Büschgen, Internationales Finanzmanagement, Knapp Verlag, 3. Aufl. 1997, Frankfurt a.M.</p> <p>Jeff Madura, Financial Markets and Institutions, South-Western College Publishing, 5th ed. 2001, Cincinnati, Ohio</p> <p>Richard A. Brealey/Stewart C. Myers, Principles of Corporate Finance, McGraw-Hill, 6th ed. 2000, Boston.</p> <p>BIZ-Quartalsberichte und ausgewählte Zeitungsartikel / Handelsblatt</p> <p>Wikipedia.com und Google.com und Grundlagen in MS-Excel</p> <p style="text-align: center;">weitere Spezialliteratur zu den jeweiligen Kapiteln...</p>

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.

Beschreibung für Modulelement

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

Organisation

Dozent/in: Bert Stahlmann		Status: Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte: 3	SWS: 2	Sprache: deutsch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 75 h., mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 35 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 25 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 40 %	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>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</p>
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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.
<p>Literatur/Lehrmaterial: Vorlesungsskript („Grundgerüst“ der Vorlesung) Bruno Brühwiler / Bert H. Stahlmann / Henner D. Gottschling (Hrsg.) Innovative Risiko- finanzierung - 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</p>
<p>Besonderes: Die Veranstaltung erhält ihren besonderen Reiz und Praxisbezug aus der ausgewiesenen und andauernden Expertentätigkeit des Referenten im Fachgebiet.</p>

Modulbeschreibung

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

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module: Vertiefungsstudiumszulassung	Nachgelagerte Module:
---	------------------------------

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Stehr		
Modulart: Wahl-Pflichtfach		Turnus: jedes Semester
Zulassungsvoraussetzungen: Englisch in Wort und Schrift	ECTS-Punkte: 8	SWS: 6

Prüfungsleistungen

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

Ausgestaltung des Moduls

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

Beschreibung für Modulelement

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

Organisation

Dozent/in: Dr. Uwe Stehr		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 6	SWS: 4	Sprache: englisch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 150 h , mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 40 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 40 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 20 %	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>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.</p> <ol style="list-style-type: none"> 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
<p>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</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial: Paul R. Krugman/Maurice Obstfeld, <i>International Economics. Theory and Policy</i>, Addison-Wesley, current ed., Dominick Salvatore, <i>International Economics</i>. John Wiley, current ed., Alan C. Shapiro, <i>Multinational Financial Management</i>. 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.</p>
<p>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.</p>

Beschreibung für Modulelement

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

Organisation

Dozent/in: Werner C. Fick		Status: Lehrbeauftragter
ECTS-Punkte: 3	SWS: 2	Sprache: englisch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 75 h , mit der folgenden Aufteilung:		
Vorlesung: 30 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 20 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 50 %

Ausgestaltung des Modulelements

<p>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:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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
<p>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".</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial: Handelsblatt, Google and Wikipedia Paul R. Krugman / Maurice Obstfeld, <i>International Economics. Theory and Policy</i>, Addison-Wesley, current ed., Dominick Salvatore, <i>International Economics</i>. John Wiley, current ed., Alan C. Shapiro, <i>Multinational Financial Management</i>. 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.</p>
<p>Besonderes:</p>

Modulbeschreibung

Code: VI.4.1.	Modulbezeichnung: 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: 8	SWS: 6

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: Strategisches Bankmanagement Gesamtbanksteuerung Bankrecht / Bankaufsichtsrecht	Dozent/in: Prof. Dr. Graf Dipl.-Betriebswirt Braunstein Prof. Dr. Gabius
--	--

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.4.1.1.	Titel des Modulelements: 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 Aufteilung:			
Vorlesung: 50%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 40%	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
Besonderes:

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.4.1.2.	Titel des Modulelements: Gesamtbanksteuerung
---------------------------	--

Organisation

Dozent: Dipl.-Betr.wirt Braunstein Vorst.-Vors. VB		Status: Lehrbeauftragter
ECTS-Punkte: 3	SWS: 2	Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 75, mit der folgenden Aufteilung:		
Vorlesung: 45%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 45%	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 10%

Ausgestaltung des Modulelements

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 Lehrveranstaltung
Literatur/Lehrmaterial: Skript Ergänzende Literaturangaben in der Veranstaltung
Besonderes:

Beschreibung für Modulelement

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

Organisation

Dozent: Dr. Gabius	Status: Professorin	
ECTS-Punkte: 2,5	SWS: 2	Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 62,5, mit der folgenden Aufteilung:		
Vorlesung: 50%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 40%	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 10%

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte: * Bankvertragsrecht / Girovertrag / Geschäftsbesorgungsvertrag * Bank AGB (Bankgeheimnis/-auskunft, Rechnungsabschlüsse/Gebühren, ...) * Zahlungsverkehr, e-banking, Kartenverkehr, Auslandsverkehr (Akkreditive, ...) * Wertpapierrecht * Ausgewählte Fragen des Kapitalmarktrechts
Lehr-/Lernmethoden: Seminaristische Lehrveranstaltung
Literatur/Lehrmaterial: Derleder/Kneps/Bamberger: Handbuch zum deutschen/europäischen Bankrecht Assmann/Schütze: Handbuch des Kapitalanlagerechts Schimanski/Bunte/Lwowski: Bankrechtshandbuch
Besonderes:

Modulbeschreibung

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

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: 8	SWS: 6

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur 120 Minuten	100%

Ausgestaltung des Moduls

<p>Lernziele und Kompetenzen:</p> <p>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.</p>
--

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

Beschreibung für Modulelement

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

Organisation

Dozent: Prof. Dr. Graf	Status: Professor	
ECTS-Punkte: 3	SWS: 2	Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 75, mit der folgenden Aufteilung:		
Vorlesung: 45%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 45%	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 10%

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte: 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
Besonderes:

Beschreibung für Modulelement

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

Organisation

Dozent: Dipl.-Betr.wirt Dr. Biegert		Status: Lehrbeauftragter
ECTS-Punkte: 2,5	SWS: 2	Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 62,5, mit der folgenden Aufteilung:		
Vorlesung: 50%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 40%	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 10%

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <p>Unternehmensanalyse und Begleitung eines Unternehmens in dessen verschiedenen Lebensphasen, Fragen strategischer Finanzierungsentscheidungen und des zielführenden Einsatzes der vielfältig verfügbaren Finanzierungsinstrumente.</p>
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>Seminaristische Lehrveranstaltung Fachgespräche / Dialog mit den Studierenden</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial:</p> <p>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</p>
<p>Besonderes:</p>

Beschreibung für Modulelement

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

Organisation

Dozent: Prof. Dr. Graf	Status: Professor	
ECTS-Punkte: 2,5	SWS: 2	Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 62,5, mit der folgenden Aufteilung:		
Vorlesung: 50%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 40%	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
Besonderes:

Modulbeschreibung

Code: VI.4.3.	Modulbezeichnung: Wertpapiermanagement
-------------------------	--

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: 8	SWS: 6

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

Beschreibung für Modulelement

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

Organisation

Dozent: Prof. Dr. Maier		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 4	SWS: 3	Sprache: deutsch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 100, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 30%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 60%	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 10%	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>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 Aktienportfolios.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aktie als Finanzierungsinstrument und Anlageform 2. Aktienmärkte <ol style="list-style-type: none"> a. Internationale Kassa- und Terminmärkte b. Aktien- und Volatilitätsindizes 3. Aktienanalyse <ol style="list-style-type: none"> a. Fundamentalanalyse b. Charttechnische Analyse c. Behavioral Finance 4. Management von Aktienportfolios <ol style="list-style-type: none"> a. Optimale Selektion eines Aktienportfolios b. Risikomanagement mit derivaten Finanztiteln 5. „Förderung der Aktie“ (DAI)
<p>Lehr-/Lernmethoden: Seminaristischer Unterricht 40%, Fallstudien, 30%, Marktanalysen 20%</p>
<p>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 Steiner M, Bruns, Ch.: Wertpapiermanagement</p>
<p>Besonderes:</p>

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.4.3.2.	Titel des Modulelements: Derivatemanagement
---------------------------	---

Organisation

Dozent: Dr. Steinbrenner		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 4	SWS: 3	Sprache: deutsch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 100, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 30%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 60%	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 10%	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>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.</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 <ul style="list-style-type: none"> - 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. Standrad-Optionen und deren optimale Nutzung <ul style="list-style-type: none"> - 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
<p>Lehr-/Lernmethoden: Seminaristische Lehrveranstaltung mit Übungen und Fallstudien</p>
<p>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</p>
<p>Besonderes:</p>

Modulbeschreibung

Code: VI.4.4.	Modulbezeichnung: Assetklasse Real Estate
-------------------------	---

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: 8	SWS: 6

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

Beschreibung für Modulelement

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

Organisation

Dozent: Prof. Dr. Maier	Status: Professor	
ECTS-Punkte: 2,5	SWS: 2	Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 62,5, mit der folgenden Aufteilung:		
Vorlesung: 50%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 40%	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

Beschreibung für Modulelement

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

Organisation

Dozent: Dr. Graf	Status: Professor	
ECTS-Punkte: 3	SWS: 2	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 (Immobilendarlehen/Währung, Tilgungssuregate, Leasing, Mortgage Backed Securities, REIT`s, Fondslösungen, Property Securitisation, Immobilienindex-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
Besonderes:

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.4.4.3.	Titel des Modulelements: Immobilienrecht
---------------------------	--

Organisation

Dozent: Dr. Lang, RA/Notar	Status: Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte: 2,5	SWS: 2	Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 62,5, mit der folgenden Aufteilung:		
Vorlesung: 50%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 30%	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 20%

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte: <ol style="list-style-type: none">1. Allgemeines Sachenrecht2. Wohnungseigentumsrecht3. Grundstücksverkehrsrecht4. Grundbuch5. Maklerrecht6. Privates Baurecht
Lehr-/Lernmethoden: Seminaristische Lehrveranstaltung Fachgespräche Dialog
Literatur/Lehrmaterial:
Besonderes:

Modulbeschreibung

Code: VI.4.5.	Modulbezeichnung: Immobilienentwicklung / Facility Management
-------------------------	---

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: 8	SWS: 6

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur 120 Minuten	100%

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:
Die Studierenden erlangen umfassende Kenntnisse über Rahmenbedingungen und Vorgehensweisen 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

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.4.5.1.	Titel des Modulelements: Immobilienprojektentwicklung
---------------------------	---

Organisation

Dozent: Prof. Dr. Graf	Status: Professor	
ECTS-Punkte: 1,5	SWS: 1	Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 37,5, mit der folgenden Aufteilung:		
Vorlesung: 50%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 40%	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 10%

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
Besonderes:

Beschreibung für Modulelement

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

Organisation

Dozent: Fr. Dipl.-Wirtschafts.ing. Reinhardt		Status: Lehrbeauftragte	
ECTS-Punkte: 2	SWS: 2	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

<p>Lerninhalte:</p> <p>Immobilienmarkt – Projektmanagement – Projektaufbauorganisation – Projektablauforganisation – Kosten-/Leistungsmanagement - Informationsmanagement - Nachhaltigkeit</p>
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>Seminaristische Lehrveranstaltung Fachgespräche / Dialog mit den Studierenden</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial:</p> <p>Bruckhausen, S., Mißerfolgskriterien 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</p>
<p>Besonderes:</p>

Beschreibung für Modulelement

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

Organisation

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

Ausgestaltung des Modulelements

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:

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.4.5.4.	Titel des Modulelements: Mietrecht
---------------------------	--

Organisation

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

Ausgestaltung des Modulelements

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

Beschreibung für Modulelement

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

Organisation

Dozent: Hr. Marchthaler	Status: Professor	
ECTS-Punkte: 1,5	SWS: 1	Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 37,5 mit der folgenden Aufteilung:		
Vorlesung: 45%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 40%	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. <ol style="list-style-type: none">1. Bauzeichnungen2. Flächennutzungs- und bebauungsplan3. Bauordnungsrechtliche Anwendung der Landesbauordnung4. Grundflächen- und Rauminhaltsberechnungen nach DIN 2775. Kostenermittlung nach DIN 2766. 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!

Modulbeschreibung

Code: VI.4.6.	Modulbezeichnung: 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: 8	SWS: 6

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur 120 Minuten	100%

Ausgestaltung des Moduls

<p>Lernziele und Kompetenzen:</p> <p>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 öffentlich-rechtliche/betriebswirtschaftliche Rahmenbedingungen</p> <ul style="list-style-type: none"> - BAV/LV: Systeme der gesetzlichen Versicherungen einschließlich demografischer Probleme. Private LV/RV einschließlich steuerlicher Aspekte vertragsrelevante Elemente - Versicherungsvertragsrecht <p>Lösung versicherungsrelevanter Probleme, Lösungsansätze AVB Krankenversicherung, Rechtsschutz</p>

<p>Modulelemente:</p> <p>Versicherungswirtschaft I Versicherungswirtschaft II Versicherungswirtschaft III</p>	<p>Dozent/in:</p> <p>Prof. Dr. Nauschütt / LB</p>
--	--

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.4.6.1.	Titel des Modulelements: 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-/Nachbereitung/Selbststudium: 30%	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 10%

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte: <ol style="list-style-type: none">Haftungsrecht in der Praxis, Versicherungsbedingungen Praxis des Versicherns von Risiken, Problemfälle/Gefahren von Versicherungsbedingungen für VersicherungsnehmerUmweltrisiken, 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 / Bewerbungsunterstützung

Beschreibung für Modulelement

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

Organisation

Dozent: Prof. Dr. Nauschütt Dipl.-Betr.wirt Hörner	Status: Professor Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte: 2,5	SWS: 2	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 Audiovisuelle Lehrmittel
Literatur/Lehrmaterial: Vorlesungsskript Aktuelle Fachveröffentlichungen
Besonderes: Große Praxisnähe wegen des aktuellen beruflichen Hintergrundes der Dozenten (RA/Ltd. Mitarbeiter einer großen Versicherung)

Beschreibung für Modulelement

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

Organisation

Dozent: Dipl.-Betr.wirt Hofmann RA/Dipl.Jur. Sperrer		Status: Lehrbeauftragter Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte: 2,5	SWS: 2	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

<p>Lerninhalte:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. BAV/LV Überblick über betriebliche BAV / private LV und RV mit Detailvertiefung (z.B. Gesundheitsfragen) 2. 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)
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>Lehrgespräch Vorlesung Individuelles Schulungsmaterial / audiovisuelle Präsentationen</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial:</p> <p>Individuelles Schulungsmaterial / Skript des Dozenten</p>
<p>Besonderes:</p> <p>Praxisnähe sofort anwendbare Kenntnisse</p>

Modulbeschreibung

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

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module: keine	Nachgelagerte Module: keine
--------------------------------------	---------------------------------------

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Matthäus		
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jährlich im SS ab SS 2009
Zulassungsvoraussetzungen: keine	ECTS-Punkte: 8	SWS: 6

Prüfungsleistungen

Art: Klausur, 120 Minuten	Gewichtung: 100 %
-------------------------------------	-----------------------------

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen: Vermitteln von Grundbegriffen und Grundzusammenhängen <ul style="list-style-type: none">• von Industriebetrieben allgemein und• der industriellen Produktionswirtschaft im Besonderen.• Theorie und praktischer Bezug durch Beispiele.• Vertiefung spezieller Aspekte

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

Beschreibung für Modulelement

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

Organisation

Dozent/in: Dr. Fritz Matthäus		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 5	SWS: 4	Sprache: deutsch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 50 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 50 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>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</p>
<p>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.</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial: jeweils neueste Auflage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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.

Besonderes:

Beschreibung für Modulelement

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

Organisation

Dozent/in: Dr. Fritz Matthäus		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 3	SWS: 2	Sprache: deutsch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 50 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 50 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <p>Überblick über die Inhalte der Industriebetriebslehre, besonders der Produktionswirtschaft Vertieft werden die folgenden Themenbereiche:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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.
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>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.</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial:</p> <p>jeweils neueste Auflage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • umfangreiches Skript. • Linß, G.: Qualitätsmanagement für Ingenieure. Verlag: Fachbuchverlag Leipzig. • Vahs, D., Burmester, R.: Innovationsmanagement. Verlag: Schäffer-Poeschl.
<p>Besonderes:</p>

Modulbeschreibung

Code: VI.5.2.	Modulbezeichnung: IHL-2: Material- und Produktionslogistik
-------------------------	--

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module: keine	Nachgelagerte Module: keine
--------------------------------------	---------------------------------------

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Metzger		
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jedes Semester
Zulassungsvoraussetzungen: keine	ECTS-Punkte: 8	SWS: 6

Prüfungsleistungen

Art: Klausur, 120 Minuten	Gewichtung: 100 %
-------------------------------------	-----------------------------

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen: Vermitteln von Kenntnissen über die vielfältigen Aufgaben und Instrumente des Materialmanagement und der Produktionslogistik. Dabei werden Problemlösungen erlernt, mit deren Hilfe die Logistik effizient als Rationalisierungspotential eingesetzt werden kann.	
Modulelemente: VI.5.2.1. Materiallogistik VI.5.2.2. Produktionslogistik	Dozent/in: Prof. Dr. Rudolf Metzger Prof. Dr. Rudolf Metzger

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.5.2.1.	Titel des Modulelements: Materiallogistik
---------------------------	---

Organisation

Dozent/in: Dr. Rudolf Metzger		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 3	SWS: 2	Sprache: deutsch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 30 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 60 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 10 %	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Grundbegriffe der Materialwirtschaft b) Bedarfsermittlung c) Bestellnotwendigkeit und -vorschlag d) Auftragsmengenplanung e) Bestandsarten f) Kennzahlen zum Lagerbestand g) Sortimentsanalyse
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>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.</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Melzer-Ridinger, R.: Materialwirtschaft und Einkauf, München/Wien: Oldenbourg 2004 • Schulte, G.: Material- und Logistikmanagement, München/Wien: Oldenbourg, 2. Aufl. 2001 • Tempelmeier, H.: Material-Logistik, Berlin u.a.: Springer, 5. Aufl. 2003
<p>Besonderes:</p> <p>Gastreferat aus der materialwirtschaftlichen Praxis</p>

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.5.2.2.	Titel des Modulelements: Produktionslogistik
---------------------------	--

Organisation

Dozent/in: Dr. Rudolf Metzger		Status: Professor
ECTS-Punkte: 5	SWS: 4	Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:		
Vorlesung: 40 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 50 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 10 %

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <p>1. Beschaffung und Produktion</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufbau von ERP-Systemen • Operative Produktionsprogrammplanung • Durchlauf- und Kapazitätsterminierung • Reihenfolgeplanung und Prioritätsregeln • Neuere PPS- Konzepte (RT, BOA, FZ und Kanban) • Layoutplanung und Fließbandabstimmung <p>2. Produktionsplanung und -steuerung PPS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung und Überblick • Terminplanung • Reihenfolgeplanung • PPS-Systeme vom MRP-Typ • Neuere PPS-Konzepte, z.B. OPT, Kanban, FZ, BOA, RT
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>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.</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Günther, H.-O., Tempelmeier, H. : Produktion und Logistik, Berlin u.a.: Springer, 5. Aufl. 2003 • Vahrenkamp, R.: Produktionsmanagement, München/Wien: Oldenbourg, 5. Aufl. 2004 • Zahn, E., Schmid, U.: Produktionswirtschaft I: Grundlagen und operatives Produktionsmanagement, Stuttgart 1996

Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft Nürtingen

Besonderes:
Zwei Betriebsbesichtigungen

Modulbeschreibung

Code: VI.5.3.	Modulbezeichnung: IHL-3: Materialfluss WS 2008/09
-------------------------	---

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module: --	Nachgelagerte Module: --
-----------------------------------	------------------------------------

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Matthäus		
Modulart: Wahlpflichtfach	Turnus: jährlich im WS ab WS 2008/09	
Zulassungsvoraussetzungen: Zulassung zum Hauptstudium	ECTS-Punkte: 8	SWS: 6

Prüfungsleistungen

Art: Klausur, 120 Minuten	Gewichtung: 100 %
-------------------------------------	-----------------------------

Ausgestaltung des Moduls

<p>Lernziele und Kompetenzen: Vermitteln von Grundbegriffen und Grundzusammenhängen der Logistik, hier insbesondere</p> <ul style="list-style-type: none"> • der logistischen Grundfunktionen und • der Grundlagen logistischer Netze. • der Umsetzung von Logistik im Industriebetrieb <p>Theorie und praktischer Bezug durch Beispiele und Übungen</p>
--

<p>Modulelemente: 1. Vorlesung: Materialfluss 2. Vorlesung: Logistik im Industriebetrieb</p>	<p>Dozent/in: Prof. Dr. F. Matthäus Dipl.-Bw. (FH) Oliver Czech</p>
---	--

Beschreibung für Modulelement

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

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. F. Matthäus		Status: Professor
ECTS-Punkte: 5	SWS: 4	Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:		
Vorlesung: 50 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 50 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 0 %

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung: Logistik, Logistisches Netz 2. Materialfluss: Grundlagen, Leistungsverhalten, Lagerbestand, Sicherheitsbestand, Inventur 3. Logistische Grundfunktionen: Verpacken, Transportieren/Fördern/Umschlagen, Lagern, Kommissionieren
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>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.</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial:</p> <p>jeweils neueste Auflage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • umfangreiches Skript • Aliche, 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.
<p>Besonderes:</p> <p>Klausuranteil: 80 von 120 Minuten</p>

Beschreibung für Modulelement

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

Organisation

Dozent/in: Dipl.-Bw. Oliver Czech		Status: Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte: 3	SWS: 2	Sprache: deutsch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 70 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 30 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>Interaktive Vorlesung mit Beispielen und eingestreuten Übungen. Die Grundbegriffe der jeweiligen Thematik werden anhand praktischer Beispiele erläutert.</p> <p>Neben den Grundbegriffen werden grundlegende Konzepte erörtert - Alternativen werden bzgl. möglicher Vor- und Nachteile diskutiert – Übungen werden eingestreut.</p> <p>In verschiedenen Teilbereichen werden zudem Videos gezeigt, die die Anwendung der technischen Systeme in der Praxis aufzeigen und besser visualisieren.</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial:</p> <p>jeweils neueste Auflage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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.
<p>Besonderes:</p> <p>Klausuranteil: 40 von 120 Minuten</p>

Modulbeschreibung

Code: VI.5.4.	Modulbezeichnung: IHL-4: Logistikmanagement
-------------------------	---

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module: keine	Nachgelagerte Module: keine
--------------------------------------	---------------------------------------

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Rudolf Metzger		
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jedes Semester
Zulassungsvoraussetzungen: keine	ECTS-Punkte: 8	SWS: 6

Prüfungsleistungen

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

Ausgestaltung des Moduls

<p>Lernziele und Kompetenzen:</p> <p>Vermitteln von Kenntnissen über die vielfältigen Aufgaben und Instrumente der Distributionslogistik als Marketinginstrument sowie über die Grundzüge der Reverse Logistics. Außerdem werden die Studierenden mit den betriebs- und verkehrswirtschaftlichen sowie rechtlichen Grundlagen des Gütertransports und der Spedition vertraut gemacht.</p>
--

<p>Modulelemente:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Distribution 2. Güterverkehr und Entsorgung 3. Seminar Logistikmanagement 	<p>Dozent/in:</p> <p>Prof. Dr. Rudolf Metzger Prof. Dr. Rudolf Metzger Prof. Dr. Rudolf Metzger</p>
---	--

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.5.4.1.	Titel des Modulelements: Distribution
---------------------------	---

Organisation

Dozent/in: Dr. Rudolf Metzger		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 2	SWS: 2	Sprache: deutsch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 50 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 40 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 10 %	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • JiT-Logistik • Planung der Distributionsstruktur • Kommissionierung • Transport- u. Tourenplanung • Stauraumplanung
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>Interaktive Vorlesung mit Übungsaufgaben:</p> <p>Der Praxisbezug der Lerninhalte wird durch Fallstudien, Gastvorträge und Betriebsbesichtigungen verstärkt.</p> <p>Die Übungsaufgaben werden in Kleingruppen innerhalb der Lehrveranstaltung oder im Selbststudium bearbeitet.</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial:</p> <p>Pfohl, H.-Ch.: Logistiksysteme, Berlin u.a.: Springer, 7. Aufl. 2004</p> <p>Rinschede, A., Wehking, K.-H.: Entsorgungslogistik I-III, Berlin: Erich Schmidt v.J.</p> <p>Vahrenkamp, R.: Logistikmanagement, München/Wien: Oldenbourg, 4. Aufl. 2000</p>
<p>Besonderes:</p> <p>Zwei Betriebsbesichtigungen</p>

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.5.4.2.	Titel des Modulelements: Güterverkehr und Entsorgung
---------------------------	--

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Rudolf Metzger		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 2	SWS: 2	Sprache: deutsch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 50 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 40 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 10 %	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modal Split im Güterverkehr • Straßen- und Eisenbahngüterverkehr • Binnenschifffahrt • Seefrachtverkehr und Luftfrachtverkehr • Grundbegriffe der Entsorgungslogistik • Rechtsgrundlagen der Entsorgung • Entsorgungslogistische Prozesse
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>Interaktive Vorlesung mit Übungsaufgaben: Der Praxisbezug der Lerninhalte wird durch Fallstudien und eine Betriebsbesichtigung verstärkt. Die Übungsaufgaben werden in Kleingruppen innerhalb der Lehrveranstaltung oder im Selbststudium bearbeitet.</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial:</p> <p>Aberle, G.: Transportwirtschaft, München/Wien: Oldenbourg, 3. Aufl. 2000</p> <p>Korf, W. (Hrsg.): Lorenz – Leitfaden für den Spediteur (Teil 1 und 2), Hamburg: Deutscher Verkehrs-Verlag, 18./13. Aufl. 2001</p> <p>Oelfke, W.: Güterverkehr – Spedition – Logistik, Bad Homburg: Gehlen, 33. Aufl. 1999</p>
<p>Besonderes:</p> <p>Betriebsbesichtigung</p>

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.5.4.3.	Titel des Modulelements: Seminar Logistikmanagement
---------------------------	---

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. R. Metzger		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 4	SWS: 2	Sprache: deutsch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 100 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 25 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 75 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <p>Exemplarische Vertiefung der Themenbereiche</p> <ul style="list-style-type: none"> - Beschaffungslogistik - Produktionslogistik - Distributionslogistik - Reverse Logistics - Güterverkehr - Spedition
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>Die Studierenden erstellen über ein zugeteiltes Thema ihre Seminararbeit und halten einen viertelstündigen Vortrag, an den sich eine Diskussion anschließt. Dazu wird ein Handout mit den wichtigsten Aussagen des Referates ausgeteilt.</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial:</p> <p>Aberle, G.: Transportwirtschaft, München/Wien: Oldenbourg, 3. Aufl. 2000</p> <p>Korf, W. (Hrsg.): Lorenz – Leitfaden für den Spediteur (Teil 1 und 2), Hamburg: Deutscher Verkehrs-Verlag, 18./13. Aufl. 2001</p> <p>Oelfke, W.: Güterverkehr – Spedition – Logistik, Bad Homburg: Gehlen, 33. Aufl. 1999</p> <p>Pfohl, H.-Ch.: Logistiksysteme, Berlin u.a.: Springer, 7. Aufl. 2004</p> <p>Rinschede, A., Wehking, K.-H.: Entsorgungslogistik I-III, Berlin: Erich Schmidt v.J.</p> <p>Vahrenkamp, R.: Logistikmanagement, München/Wien: Oldenbourg, 4. Aufl. 2000</p>
<p>Besonderes:</p>

Modulbeschreibung

Code: VI.5.5.	Modulbezeichnung: IHL-5: Supply Chain Management
-------------------------	--

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module: II.1 und IV.3	Nachgelagerte Module: - keine -
--	---

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Reinert		
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jedes Semester
Zulassungsvoraussetzungen: Zulassung zum Hauptstudium	ECTS-Punkte: 8	SWS: 6

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur, 60 Minuten	40% (Grundlagen des SCM)
Referat 1	30% (Seminar SCM)
Referat 2	30% (SAP im SCM)

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:	
<p>Die Studierenden erwerben vertieftes Wissen über unternehmensübergreifenden Wertschöpfungsketten in Industrie und Handel. Sie können die strategischen Optionen bewerten, kennen die Steuerungskonzepte derartiger Ketten und sind in der Lage diese mit Hilfe moderner Softwaresysteme umzusetzen.</p>	
Modulelemente: VI.5.5.1 Grundlagen des SCM VI.5.5.2 Seminar SCM VI.5.5.3 SAP im SCM	Dozent/in: Prof. Dr. Joachim Reinert Prof. Dr. Joachim Reinert Dipl.-Betw. (FH) Marco Palumbo

Beschreibung für Modulelement

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

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Joachim Reinert		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 2	SWS: 2	Sprache: deutsch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 45 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 35 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 20 %	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <p>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.</p>
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>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.</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hartmut Stadtler et.al.: Supply Chain Management and Advanced Planning. Concepts, Models, Software and Case Studies: Concepts,Models,Software and Case Studies, Springer • Seifert et.al.: CPFR • Vorlesungsskript •
<p>Besonderes:</p> <p>Die Veranstaltung ist vorbereitend für die Modulelemente VI.5.5.2 sowie VI.5.5.3 und muss daher im 6. Semester belegt werden.</p>

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.5.5.2	Titel des Modulelements: Seminar 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 folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 30 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 20 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 50 %	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <p>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.</p>
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selbständiges Erstellen eines wissenschaftlichen Lösungskonzeptes mit praktischer Relevanz • Plenumsvortrag und Diskussion •
<p>Literatur/Lehrmaterial:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Themenabhängig
<p>Besonderes:</p> <p>Die Veranstaltung kann nur besucht werden, wenn das Modulelement VI.5.5.1 belegt wurde und kann daher nur im 7. Semester wahrgenommen werden. Die Erarbeitung der Konzepte erfolgt in der vorlesungsfreien Zeit zwischen dem 6. und dem 7. Semester.</p>

Beschreibung für Modulelement

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

Organisation

Dozent/in: Marco Palumbo, SAP Consulting (angefragt)		Status: Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte: 3	SWS: 2	Sprache: deutsch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 30 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 10 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 60 %	

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.
Lehr-/Lernmethoden: <ul style="list-style-type: none">• Vortrag, meist in Form eines interaktiven Lehrgesprächs• Bearbeitung von komplexen Fallstudien
Literatur/Lehrmaterial: <ul style="list-style-type: none">• Noch offen
Besonderes: Die Veranstaltung kann nur besucht werden, wenn das Modulelement VI.5.5.1 belegt wurde und kann daher nur im 7. Semester wahrgenommen werden. Der wesentliche Teil dieser Veranstaltung wird direkt am SAP-System erarbeitet. Die angesprochenen Fallstudien können auch in die vorlesungsfreie Zeit fallen.

Modulbeschreibung

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

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module: Keine	Nachgelagerte Module: Handelsmanagement
--------------------------------------	---

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Lerchenmüller		
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jedes Semester
Zulassungsvoraussetzungen: Zulassung zum Hauptstudium	ECTS-Punkte: 8	SWS: 6

Prüfungsleistungen

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

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:	
<ul style="list-style-type: none"> - 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

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.5.6.1.	Titel des Modulelements: 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-/Nachbereitung/Selbststudium: 20 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 30 %	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 Vertriebschiene - Bedeutung von Betriebsformen im Handel - Informationsbeschaffung für Betriebsformenentwicklung - Methodik der Entwicklung und Variation von Betriebsformen
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>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.</p> <p>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.</p>

Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft Nürtingen

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

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.5.6.2.	Titel des Modulelements: Netzwerkmarketing
---------------------------	--

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-/Nachbereitung/Selbststudium: 20 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 30 %	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 Entgeltspolitik - Kooperationen in der Kommunikationspolitik (Cooperative Promotion) - Kooperationen beim Marketing Mix
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>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.</p> <p>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.</p>

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

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.5.6.3.	Titel des Modulelements: Investitionsgütermarketing
---------------------------	---

Organisation

Dozent/in: Pfander		Status: Lehrbeauftragter	
ECTS-Punkte: 2	SWS: 2	Sprache: deutsch	
Workload: ECTS-Punkte (2) x 25 = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 60 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 20 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 20 %	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <p>Marketing von Unternehmen der Investitionsgüterindustrie hierbei insbesondere Fokus auf:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 Entgeltspolitik - Besondere Fragen der Distributionspolitik - Besondere Fragen der Kommunikationspolitik
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>Unter starker Einbeziehung des Praxisbezuges werden relevante Themen im Wesentlichen im interaktiven Vorlesungsstil erarbeitet.</p> <p>Ergänzend sind Einzel- oder Gruppenarbeiten möglich, die je nach Themenstellung im Plenum besprochen werden können.</p>

Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft Nürtingen

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

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module: Industrie- und Handelsmarketing	Nachgelagerte Module: Keine
--	---------------------------------------

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Lerchenmüller		
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jedes Semester
Zulassungsvoraussetzungen: Zulassung zum Hauptstudium	ECTS-Punkte: 8	SWS: 6

Prüfungsleistungen

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

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:	
<ul style="list-style-type: none"> - Überblick über die Führungsaufgaben in Handelsunternehmen - Fähigkeit zur Anwendung von handelspezifischen 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 Handelscontrolling: Grundlagen und Fallstudie	Lerchenmüller Lerchenmüller

Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft Nürtingen

Warenwirtschaftscontrolling und managementrelevante Zukunftstrends im Handel, insbesondere Modelle vertikaler Kooperation Handel – Industrie	Lerchenmüller
Handelsmanagement: Fälle aus der Handelspraxis	Hagmann

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.5.7.1.	Titel des Modulelements: Wesentliche Managementfragen des Handels
---------------------------	---

Organisation

Dozent/in: Lerchenmüller		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 1	SWS: 1	Sprache: deutsch	
Workload: ECTS-Punkte (1) x 25 = 25 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 80 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 20 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 0 %	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Allgemeine Managementfragen - Entscheidung über Handelsfunktionen - Organisation, insbesondere Einsatz von Leistungsfaktoren - Personalfragen im Rahmen des Handelsmanagement
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>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.</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial:</p> <p>Barth, Hartmann, Schröder: Betriebswirtschaftslehre des Handels Lerchenmüller: Handelsbetriebslehre Oehme: Handelsmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> - jeweils neueste Auflagen –
<p>Besonderes:</p> <p>Fallweise Vorträge von Gastreferenten</p>

Beschreibung für Modulelement

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

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-/Nachbereitung/Selbststudium: 20 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 30 %	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Begriff und Bedeutung des Handelscontrolling - Aufbau des Handelscontrolling - Methoden des Handelscontrolling - Anwendung der Methoden des Handelscontrolling
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>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.</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial:</p> <p>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</p>
<p>Besonderes:</p> <p>Auswertung von Geschäftsberichten von Handelsunternehmen</p>

Beschreibung für Modulelement

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

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-/Nachbereitung/Selbststudium: 20 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 30 %	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 - Logistikkoperation, insbesondere unter Nutzung von RFID (Radiofrequente Identifikation) - Finanzwirtschaftliche Kooperation - Kommunikationskooperation, insbesondere EDI (Electronic Data Interchange)
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>Insbesondere werden zur Verbesserung der Fähigkeit der Studierenden, nach dem Studienabschluss in Schnittstellenpositionen zwischen Industrie und Handel tätig zu sein, Kenntnis-</p>

Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft Nürtingen

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

Beschreibung für Modulelement

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

Organisation

Dozent/in: RAin Frau Hagmann		Status: Lehrbeauftragte
ECTS-Punkte: 1	SWS: 1	Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte (1) x 25 = 25 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:		
Vorlesung: 60 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 20 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 20 %

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <p>Einführung in die Aufgabenstellung des Einzelhandelsverbandes Baden-Württemberg e.V. Die Bedeutung der Verbandsarbeit für das Management von Handelsunternehmen an aktuellen Beispielen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. <p>Praxisfälle aus dem Management von Handelsunternehmen (gemeinsam mit Händlern)</p>
<p>Lehr-/ Lernmethoden:</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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).</p>

Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft Nürtingen

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: VI.6.1.	Modulbezeichnung: Steuerbilanzen
-------------------------	--

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module: -	Nachgelagerte Module: Handelsbilanzen, Unternehmensbesteuerung, Umsatzsteuer/Erbschaftsteuer/Verfahrensrecht, Wirtschaftsprüfung
----------------------------------	--

Organisation

Modulverantwortliche/r:		
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jedes Semester
Zulassungsvoraussetzungen: Zulassung zum Hauptstudium	ECTS-Punkte: 8	SWS: 6

Prüfungsleistungen

Art: Klausur, 120 Minuten	Gewichtung: 100%
-------------------------------------	----------------------------

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen: Gegenstand des Wahlpflichtfaches Steuerbilanzen ist die Vermittlung der für die steuerrechtliche Gewinnermittlung relevanten Vorschriften, insbesondere des Bilanzsteuerrechts, die Analyse der vom Bilanzsteuerrecht ausgehenden Steuerwirkungen und die Steuerplanung/Steuergestaltung.
--

Modulelemente: VI.6.1.1 Steuerbilanzen I/ VI.6.1.2 Steuerbilanzen II/ VI.6.1.3 Steuerbilanzen III	Dozent/in: Prof. Dr. Peter Rümmele/ Prof. Dr. Peter Rümmele/ Prof. Dr. Günter Hoss
---	--

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.6.1.1.	Titel des Modulelements: Steuerbilanzen I
---------------------------	---

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Peter Rümmele		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 3	SWS: 2	Sprache: deutsch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 40%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 60%	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 0%	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte: Gegenstand des Modulelements Steuerbilanzen I ist die Vermittlung der für die steuerrechtliche Gewinnermittlung relevanten Vorschriften, insbesondere des Bilanzsteuerrechts, die Analyse der vom Bilanzsteuerrecht ausgehenden Steuerwirkungen und die Steuerplanung/Steuergestaltung.</p> <p>Inhaltsübersicht:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der steuerlichen Bilanzierung • Steuerfreie Rücklagen, Sonderabschreibungen, Sonderposten mit Rücklageanteil • Bilanzierung von Finanzinstrumenten • Bilanzierung von Leasingverhältnissen • Bewertung und Bilanzierung von Pensionsrückstellungen • Steuerplanung
<p>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.</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial: Eisele, Wolfgang: Technik des betrieblichen Rechnungswesens, München. Falterbaum, Wolfgang/Bolk, Wolfgang/Reiß, Wolfram: Buchführung und Bilanz, Achim. Horschitz, Harald/Groß, Walter/Weidner, Werner/Fanck, Bernfried: Bilanzsteuerrecht und Buchführung, Stuttgart. Rose, Gerd: Die Ertragsteuern, Berlin. Schneeloch, Dieter: Besteuerung und betriebliche Steuerpolitik, Band 1 und 2, München. Zenthöfer, Wolfgang/Leben, Gerd: Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer, Stuttgart.</p>
<p>Besonderes:</p>

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.6.1.2.	Titel des Modulelements: Steuerbilanzen II
---------------------------	--

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Peter Rümmele		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 3	SWS: 2	Sprache: deutsch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 40%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 60%	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 0%	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte: Gegenstand des Modulelements Steuerbilanzen II ist die Vermittlung der für die steuerrechtliche Gewinnermittlung relevanten Vorschriften, insbesondere des Bilanzsteuerrechts, die Analyse der vom Bilanzsteuerrecht ausgehenden Steuerwirkungen und die Steuerplanung/Steuergestaltung.</p> <p>Inhaltsübersicht:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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
<p>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.</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial: Eisele, Wolfgang: Technik des betrieblichen Rechnungswesens, München. Falterbaum, Wolfgang/Bolk, Wolfgang/Reiß, Wolfram: Buchführung und Bilanz, Achim. Horschitz, Harald/Groß, Walter/Weidner, Werner/Fanck, Bernfried: Bilanzsteuerrecht und Buchführung, Stuttgart. Ramb, Jörg/Schneider, Josef: Die Einnahmeüberschussrechnung von A-Z, Stuttgart. Rose, Gerd: Die Ertragsteuern, Berlin. Schneeloch, Dieter: Besteuerung und betriebliche Steuerpolitik, Band 1 und 2, München. Zenthöfer, Wolfgang/Leben, Gerd: Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer, Stuttgart.</p>
<p>Besonderes:</p>

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.6.1.3.	Titel des Modulelements: Steuerbilanzen III
---------------------------	---

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Günter Hoss		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 2	SWS: 4	Sprache: deutsch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 60%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 40%	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 <ul style="list-style-type: none">- 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: VI.6.2.	Modulbezeichnung: Handelsbilanzen
-------------------------	---

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module: Steuerbilanzen	Nachgelagerte Module: Unternehmensbesteuerung, Umsatzsteuer/Erbschaftsteuer/Verfahrensrecht, Wirtschaftsprüfung
---	---

Organisation

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

Prüfungsleistungen

Art: Klausur, 120 Minuten	Gewichtung: 100%
-------------------------------------	----------------------------

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen: Gegenstand des Moduls Handelsbilanzen ist die Vermittlung der für die handelsrechtliche Rechnungslegung relevanten Vorschriften (HGB/DRS) und der Vorschriften für die Internationale Rechnungslegung nach IAS/IFRS. Darauf aufbauend erfolgt die ökonomische Analyse der Einflüsse der Rechnungslegungsnormen auf unternehmerische Entscheidungen.
--

Modulelemente: VI.6.2.1 Handelsbilanzen I/ VI.6.2.2 Handelsbilanzen II/ VI.6.2.3 Handelsbilanzen III	Dozent/in: Prof. Dr. Peter Rümmele/ Prof. Dr. Peter Rümmele/ Prof. Dr. Peter Rümmele
--	--

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.6.2.1	Titel des Modulelements: Handelsbilanzen I
--------------------------	--

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Peter Rümmele		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 3	SWS: 2	Sprache: deutsch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 40%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 60%	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 0%	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte: Gegenstand des Modulelements Handelsbilanzen I ist die Vermittlung der für die handelsrechtliche Rechnungslegung nach HGB relevanten Vorschriften und darauf aufbauend die ökonomische Analyse der Einflüsse der Rechnungslegungsnormen auf unternehmerische Entscheidungen.</p> <p>Inhaltsübersicht:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bilanztheorie • Grundlagen der Bilanzierung nach HGB • Bilanzierung von Finanzinstrumenten • Bilanzierung von Unternehmenszusammenschlüssen / Unternehmensbewertung • Bewertung und Bilanzierung von Pensionsrückstellungen • Latente Steuern • Investitionstheoretischer Ansatz der Rechnungslegung
<p>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.</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial: Coenenberg, Adolf G.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Stuttgart. Drukarczyk, Jochen: Unternehmensbewertung, München. Eisele, Wolfgang: Technik des betrieblichen Rechnungswesens, München. Falterbaum, Wolfgang/Bolk, Wolfgang/Reiß, Wolfram: Buchführung und Bilanz, Achim. Horschitz, Harald/Groß, Walter/Weidner, Werner/Fanck, Bernfried: Bilanzsteuerrecht und Buchführung, Stuttgart. Hull, John C.: Optionen, Futures und andere Derivate, München, Wien. Schildbach, Thomas: Der handelsrechtliche Jahresabschluss, Herne/Berlin.</p>
<p>Besonderes:</p>

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.6.2.2	Titel des Modulelements: Handelsbilanzen II
--------------------------	---

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Peter Rümmele		Status: Professor
ECTS-Punkte: 3	SWS: 2	Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:		
Vorlesung: 40%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 60%	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 0 %

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte: Gegenstand des Modulelements Handelsbilanzen II ist die Vermittlung der für die handelsrechtliche Rechnungslegung nach HGB relevanten Vorschriften und darauf aufbauend die ökonomische Analyse der Einflüsse der Rechnungslegungsnormen auf unternehmerische Entscheidungen.</p> <p>Inhaltsübersicht:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eigenkapital und Gewinnverwendungsrechnung bei Aktiengesellschaften (Ausschüttungsplanung) • Kapitalmaßnahmen bei Aktiengesellschaften • Eigenkapital und Gewinnverteilung bei der Gesellschaft mit beschränkter Haftung • Eigenkapital und Gewinnverteilung bei Personenunternehmen • Konzernrechnungslegung nach HGB/DRS • Abfindungsbemessung beim Ausscheiden von Gesellschaftern aus Personenunternehmen
<p>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.</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial: Baetge, Jörg/Kirsch, Hans-Jürgen/Thiele, Stefan: Konzernbilanzen, Düsseldorf. Coenenberg, Adolf G.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Stuttgart. Eisele, Wolfgang: Technik des betrieblichen Rechnungswesens, München. Falterbaum, Wolfgang/Bolk, Wolfgang/Reiß, Wolfram: Buchführung und Bilanz, Achim. Horschitz, Harald/Groß, Walter/Weidner, Werner/Fanck, Bernfried: Bilanzsteuerrecht und Buchführung, Stuttgart. Küting, Karlheinz/Weber, Claus-Peter: Der Konzernabschluss, Stuttgart. Schildbach, Thomas: Der handelsrechtliche Jahresabschluss, Herne/Berlin.</p>
<p>Besonderes:</p>

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.6.2.3	Titel des Modulelements: Handelsbilanzen III
--------------------------	--

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Peter Rümmele		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 2	SWS: 2	Sprache: deutsch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 60%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 40%	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 0 %	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <p>Gegenstand des Modulelements Handelsbilanzen III ist die Vermittlung der für die Rechnungslegung IAS/IFRS relevanten Vorschriften und darauf aufbauend die ökonomische Analyse der Einflüsse der Rechnungslegungsnormen auf unternehmerische Entscheidungen. Inhaltsübersicht:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Internationalen Rechnungslegung • Balance Sheet und Income Statement nach IAS/IFRS <ul style="list-style-type: none"> • Property, Plant and Equipment (Sachanlagen) • Intangible Assets (Immaterielle Vermögenswerte) • Financial Instruments (Finanzinstrumente) • Investment Properties (Als Finanzinvestition gehalten Immobilien) • Produktionsprozess (Nature of Expense Method und Cost of Sales Method) • Inventories (Vorräte) • Construction Contracts (Fertigungsaufträge) • Provisions and Accruals (Rückstellungen) • Defined Benefit Plans (Defined Benefit Obligation) (Pensionsverpflichtungen) • Deferred Taxes (Latente Steuern) • Statement of Changes in Equity (Eigenkapitalveränderungsrechnung) • Konzernrechnungslegung nach IAS/IFRS •
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>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.</p>

Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft Nürtingen

Literatur/Lehrmaterial:

Buchholz, Rainer: Internationale Rechnungslegung, Berlin.

Federmann, Rudolf/IASCF (Hrsg.): IAS/IFRS-stud., Berlin.

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

Kieso, Donald E./Weygandt, Jerry J./Warfield, Terry D.: Intermediate Accounting, New York.

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

Lüdenbach, Norbert/Hoffmann, Wolf-Dieter (Hrsg.): Haufe IAS/IFRS Kommentar, Freiburg.

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

Besonderes:

Modulbeschreibung

Code: VI.6.3.	Modulbezeichnung: 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	
Zulassungsvoraussetzungen:	ECTS-Punkte: 8	SWS: 6

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur, 120 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: Unternehmensbesteuerung	Dozent/in: Prof. Dr. Günter Hoss

Beschreibung für Modulelement

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

Organisation

Dozent/in: Dr. Günter Hoss		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 8	SWS: 6	Sprache: deutsch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 200 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 60%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 40%	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 0%	

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte: 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: VI..	Modulbezeichnung: Umsatzsteuer, Erbschaftsteuer, Verfahrensrecht
----------------------	--

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module:	Nachgelagerte Module:
-----------------------------	------------------------------

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Günter Hoss		
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jährlich
Zulassungsvoraussetzungen:	ECTS-Punkte: 8	SWS: 6

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur, 120 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: Umsatzsteuer, Erbschaftsteuer, Verfahrensrecht	Dozent/in: Prof. Dr. Günter Hoss
--	--

Beschreibung für Modulelement

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

Organisation

Dozent/in: Dr. Günter Hoss		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 8	SWS: 6	Sprache: deutsch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 200 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 40%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 60%	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 0%	

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte: Siehe oben
Lehr-/Lernmethoden: Vorlesung Diskussion Gruppenarbeit, Fallbeispiele 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, O.-G.: Umsatzsteuer Jeweils aktuelle Fassung
Besonderes:

Modulbeschreibung

Code: VI.6.5.	Modulbezeichnung: Wirtschaftsprüfung I
-------------------------	--

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module:	Nachgelagerte Module: Wirtschaftsprüfung II
-----------------------------	---

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Helmut Rieker WP/StB		
Modulart: Pflichtfach		Turnus: jährlich im SS
Zulassungsvoraussetzungen: keine	ECTS-Punkte: 8	SWS: 6

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur 120 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
-----------------------	---

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.6.5.	Titel des Modulelements: Wirtschaftsprüfung I
-------------------------	---

Organisation

Dozent/in: Dr. Helmut Rieker WP/StB		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 8	SWS: 6	Sprache: deutsch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 200 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 60 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 20 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 20 %	

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte: <ol style="list-style-type: none">1. Rechtsgrundlagen des Jahresabschlusses2. Rechtsgrundlagen für die Prüfung des Jahresabschlusses3. Prüfungsdurchführung, risikoorientierter Prüfungsansatz4. Prüfung der Posten der Bilanz und der Gewinn- und Verlustrechnung5. Prüfung des Anhangs und des Lageberichts6. 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: VI.6.6.	Modulbezeichnung: Wirtschaftsprüfung II
-------------------------	---

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module: Wirtschaftsprüfung I	Nachgelagerte Module:
---	------------------------------

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Helmut Rieker WP/StB		
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jährlich
Zulassungsvoraussetzungen: keine	ECTS-Punkte: 8	SWS: 6

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur 120 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: VI.6.6. Wirtschaftsprüfung II	Dozent/in: Prof. Dr. Helmut Rieker WP/StB
--	---

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.6.6.	Titel des Modulelements: Wirtschaftsprüfung II
-------------------------	--

Organisation

Dozent/in: Dr. Helmut Rieker WP/StB		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 8	SWS: 6	Sprache: deutsch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 200 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 60 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 20 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 20 %	

Ausgestaltung des Modulelements

Lerninhalte: <ol style="list-style-type: none">1. Grundlagen des Konzernabschlusses2. Die Einbeziehung von Unternehmen mittels Vollkonsolidierung, Quotenkonsolidierung und at Equity3. Sonderfragen, Währungsumrechnung, Latente Steuern4. Gliederung und Prüfung des Konzernabschlusses5. Aktuelle Steuerrechtsänderungen, geplante Unternehmenssteuerreform 2008 und Erbschaftssteuerreform6. 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: VI.7.1.	Modulbezeichnung: Comparative Management
-------------------------	--

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module:	Nachgelagerte Module:
-----------------------------	------------------------------

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Richard Wilcox		
Modulart: Wahl-Pflichtfach		Turnus: jedes Semester
Zulassungsvoraussetzungen: keine	ECTS-Punkte: 8	SWS: 6

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: Code Eintragung	Dozent/in: Eintragung
--	---------------------------------

Beschreibung für Modulelement

Code: Eintragung	Titel des Modulelements: 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

<p>Lerninhalte:</p> <p>This course approaches International Management as Comparative Management, implicitly attacking many global or universal management theories. Its anthropological approach concentrates on <i>etic</i> (culture-generic) characteristics to establish scientifically sound, e.g. empirically researched structures and constructs, and uses selected <i>emic</i> (culture-specific or unique) characteristics and behavior patterns for contrastive examples and to some extent in-depth comprehension and empathy.</p> <p>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 <i>High and Low Contexts</i>, F. Trompenaars' <i>Universals</i>, 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</p>
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>The course runs primarily as a lecture with discussions, and occasional video input, simulations, critical incidents, and cases.</p>

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.

Modulbeschreibung

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

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module: keine	Nachgelagerte Module: keine
--------------------------------------	---------------------------------------

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Wilcox		
Modulart: Wahl-Pflichtfach		Turnus: jedes Semester
Zulassungsvoraussetzungen: keine	ECTS-Punkte: 8	SWS: 6

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:	
<p>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.</p>	
Modulelemente: VI.7.2.	Dozent/in: Prof. Dr. Stehr

Beschreibung für Modulelement

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

Organisation

Dozent/in: Dr. Uwe Stehr		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 8	SWS: 6	Sprache: englisch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 200 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 35 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 35 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 30 %	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <p>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.</p> <ol style="list-style-type: none"> 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
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>The course runs primarily as a lecture with discussions, and occasional video input, simulations, critical incidents, and cases.</p> <p>OR</p> <p>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.</p>

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: VI.7.3.	Modulbezeichnung: International Corporate Strategy
-------------------------	--

Bezüge zu anderen Modulen

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

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Richard Wilcox		
Modulart: Wahl-Pflichtfach	Turnus: jedes Jahr	
Zulassungsvoraussetzungen: keine	ECTS-Punkte: 8	SWS: 6

Prüfungsleistungen

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

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:	
<p>This course should give students with an interest in working in MNCs an in-depth induction to the major issues, techniques, and challenges of developing and formulating strategies in a MNC. Furthermore, the students should acquire insight into assorted processes of crafting or expounding corp. strategy depending on the corp. culture and national culture of the parent country. Students should become aware of risks and opportunities of managing with and without formulated strategic intent in a MNC. In addition, they should become aware of different approaches to running MNCs regarding economies of scale, flexibility & local responsiveness, and managing knowledge, learning & innovation across cultural borders. Moreover, the students should be made aware of and develop skills towards recognizing, evaluating and to some extent measuring international political & legal risk.</p>	
Modulelemente: VI.7.3.	Dozent/in: Prof. Dr. Wilcox

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.7.3.	Titel des Modulelements: International Corporate Strategy
-------------------------	---

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: 35 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 35 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 30 %	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <p>The course commences with a revue of standard US approaches to business policy and corp. strategy (e.g. Igor Ansoff, Wheelen & Hunger). It analyses the contribution of M.E. Porter towards establishing and maintaining an international strategic competitive position. A judicious review of Europe's best selling textbook on corp. strategy exposes British methods of crafting strategy dynamically as being culturally dependent. Strategies for developing from an exporting or multi-domestic corp. to a <i>Transnational</i> one are also considered critically. The predicaments of measuring and evaluating political risk are also reviewed critically.</p> <p>1) Approaches to International Strategy, and Corporate Strategic Management 2) international Strategic Scanning and Analysis a) Analysing the external and internal environment b) PEST & SWOT-Analysis c) Analysing the Competitive Environment (M. E. Porter) 3) The Global vs. the International Business Enterprise: <i>Transnational Management</i> (C. Bartlett & S. Ghoshal) 4) Political Risk Evaluation and Measurement 5) Issues in MNCs, e.g. a) Strategic Innovation Management in MNCs b) Challenges to International Learning Organisations c) Social Responsibility and ethics in Strategic Management.</p>
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>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 business-strategy periodicals & newspaper articles, e.g. from <i>The Economist</i>, <i>Harvard Business Review</i> 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.</p>

Literatur/Lehrmaterial:

Gerry Johnson, Kevan Scholes, und Richard Whittington: *Exploring Corporate Strategy: Text and Cases: Enhanced Media Edition*, 2006

Gerry Johnson & Kevan Scholes, *Exploring Corporate Strategy. Text and Cases*, 2002

Thomas L. Wheelen & J. David Hunger, *Strategic Management and Business Policy*, 2003

Christopher a. Bartlett & Sumantra Ghoshal, *Transnational Management. Text, Cases, and Readings in Cross-Border Management*, Irwin, 1992

Janice Monti-Belkaoui and Ahmed Riahi-Belkaoui, *The Nature, Estimation, and Management of Political Risk*, 1989.

Besonderes:

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

Stand: 14.02.07 WX

Modulbeschreibung

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

Bezüge zu anderen Modulen

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

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Richard Wilcox		
Modulart: Wahl-Pflichtfach		Turnus: Jedes Jahr
Zulassungsvoraussetzungen: keine	ECTS-Punkte: 8	SWS: 6

Prüfungsleistungen

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

Ausgestaltung des Moduls

Lernziele und Kompetenzen:	
<p>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.</p>	
Modulelemente: VI.7.4.	Dozent/in: Prof. Dr. Wilcox

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.7.4.	Titel des Modulelements: International Human Resource 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: 35 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 35 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 30 %	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <p>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.</p> <p>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.</p>
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>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 <i>Harvard Business Review</i> 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.</p>

Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft Nürtingen

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: VI.8.1	Modulbezeichnung: 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: 6

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: Informationstechnologien Informationsmanagement	Dozent/in: Prof. Dr. Staiger Prof. Dr. Reinert
---	---

Beschreibung für Modulelement 1 zu Modul VI.8.1

Code: VI.8.1.1	Titel des Modulelements: Informationstechnologien
--------------------------	---

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Siegfried Staiger		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 6	SWS: 4	Sprache: deutsch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 150, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 45 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 20 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 35 %	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <p>Vortrag, meist in Form eines interaktiven Lehrgesprächs Nutzung von Fallbeispielen aus der Praxis</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial:</p> <p>http://de.selfhtml.org/</p> <p>Erlenkötter, C# Universell programmieren von Anfang an Dynamische Hilfe zum Visual Web Developer und .NET-Framework</p>
<p>Besonderes:</p>

Beschreibung für Modulelement 2 zu Modul VI.8.1

Code: VI.8.1.2	Titel des Modulelements: Informationsmanagement
--------------------------	---

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Joachim Reinert		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 2	SWS: 2	Sprache: deutsch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 50, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 45 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 20 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit 35 %	

Ausgestaltung des Modulelements

<p>Lerninhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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
<p>Lehr-/Lernmethoden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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
<p>Literatur/Lehrmaterial:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Helmut Krcmar: Informationsmanagement, 3. Auflage, Springer, 2003 • Vorlesungsskript • Aktuelle Originalliteratur
<p>Besonderes:</p>

Modulbeschreibung

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

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module:	Nachgelagerte Module:
-----------------------------	------------------------------

Organisation

Modulverantwortliche/r: Professor Dr. jur. Konrad Scori		
Modulart: Pflichtfach		Turnus: jedes Semester
Zulassungsvoraussetzungen: keine	ECTS-Punkte: 8	SWS: 6

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: <ol style="list-style-type: none">1. Wirtschaftsverfassungsrecht2. Europarecht I	Dozent/in: N. N. Professor Dr. jur. Konrad Scori
--	---

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.8.2.1.	Titel des Modulelements: Wirtschaftsverfassungsrecht
---------------------------	--

Organisation

Dozent/in: N. N.		Status: Professor	
ECTS-Punkte: 2	SWS: 2	Sprache: deutsch	
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 50 h, mit der folgenden Aufteilung:			
Vorlesung: 60 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 40 %	Bearbeit. v. Aufgaben/Gruppenarbeit	

Ausgestaltung des Modulelements

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

Beschreibung für Modulelement

Code: VI.8.2.2.	Titel des Modulelements: Europarecht
---------------------------	--

Organisation

Dozent/in: Professor Dr. jur. Konrad Scorf	Status: Professor	
ECTS-Punkte: 6	SWS: 4	Sprache: deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 = 150 h, mit der folgenden Aufteilung:		
Vorlesung: 60%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 25 %	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: VI.8.3.	Modulbezeichnung: Image & Publicity
-------------------------	---

Bezüge zu anderen Modulen

Vorgelagerte Module:	Nachgelagerte Module:
-----------------------------	------------------------------

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Dr. Soulas de Russel		
Modulart: Wahlpflichtfach		Turnus: jedes Semester
Zulassungsvoraussetzungen: keine	ECTS-Punkte: 8	SWS: 6

Prüfungsleistungen

Art:	Gewichtung:
Klausur 60 Minuten	50%
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 die Gunst der Abnehmer und der leistungsfähigen Partner wie Mitarbeiter zu gewinnen. Das ganz neue Fach der Image & Publicity studiert die vielseitigen Mechanismen und Möglichkeiten, welche das Bild von Gütern, Marken und Firmen ausmachen und wirken lassen. Dafür verwendet es kombinierend in einer Gesamtperspektive, die Ergebnisse und Erfahrungen einzelner Fächer bzw. gesonderter Betrachtungsweisen(wie Marketing, Verhaltenspsychologie, Unternehmenssoziologie und -geschichte, Werbung, PR, Kundenbetreuung, Unternehmenskultur, corporate identity, sponsoring, Eventgestaltung usw.)
--

Modulelemente: stehen noch nicht fest	Dozent/in: Prof. Dr. Dr. Soulas de Russel
---	---