

# **Modulhandbuch**

## **Betriebswirtschaft Bachelor - SPO 4**

**Gültig für Wintersemester 26/27**

---

# Module

Soweit die Modulbeschreibungen importierter Module in diesem Modulhandbuch nicht enthalten sind, finden Sie diese im Modulhandbuch des jeweiligen Modulanbieters.

## Inhalt

101-092	BWL Einführung	5
101-093	Verantwortungsvolles Handeln	10
101-004	Externes Rechnungswesen	18
101-094	Wirtschaftsinformatik I	22
101-006	Volkswirtschaftslehre I	31
101-089	Vertragsrecht	37
101-095	Methodische Grundlagen I	43
101-010	Beschaffung und Produktion	51
101-011	Volkswirtschaftslehre II	57
101-158	Cost Accounting	66
101-090	Recht der Beschaffung und Produktion	70
101-096	Wirtschaftsinformatik II	74
101-097	Finanzierung	81
101-098	Controlling	89
101-099	Organisation, Projektmanagement und Organisational Behaviour	94
101-100	Grundlagen HR-Management	98
101-018	Empirische Methoden II	102
101-101	Methodische Grundlagen II	106
101-102	Digitale Handlungskompetenzen	111
101-103	Strategie und Führung	116
101-091	Recht des Marketings und der Organisation	123
101-022	Betriebswirtschaftliche Steuerlehre	129
101-104	Marketing	132
101-105	Management Science	138
101-106	Methodische Grundlagen III	145
101-109	Integriertes Auslandsstudium - Semester 4	148
101-031	Praktisches Studiensemester	150
101-107	Wissenschaftliches Arbeiten	154
101-110	MKT/DBM Digitales Marketing	161
101-111	MKT Grundlagen Sportmarketing	165
101-112	MKT Softskills im Marketing	169
101-113	MKT B2B-Sales Management	172
101-114	MKT/IHL/DBM Multi-Channel-Retailing	175
101-115	MKT Marketing & Sustainability	179
101-151	MKT/DBM-P Start-Up Development & Business Planning	184
101-152	MKT-P Consumer Insights	189

101-153 MKT-P Projekt Sport Marketing .....	196
101-154 MKT-P International Marketing Project .....	200
101-116 NUF Gesellschaftliche Verantwortung .....	204
101-117 NUF Strategic Management in an International Context .....	209
101-118 NUF/CF Nachhaltigkeitssteuerung und -reporting.....	216
101-119 NUF Corporate Governance & Compliance .....	221
102-040 NUF Entrepreneurship and Innovation Management .....	226
101-122 NUF Konfliktmanagement in Unternehmen.....	231
900-007 Social Innvation (HfWU-Modul).....	238
201-100 Bienen als Anwendungsobjekt für Social Entrepreneurship .....	240
101-168 NUF/IHL-P Social Entrepreneurship & Social Innovation .....	246
101-123 PER Personal-/ Organisationsentwicklung .....	249
101-121 PER Personalführung.....	252
101-124 PER Internationales Personalmanagement .....	255
101-125 PER Arbeitsrecht .....	258
101-173 DBM/PER Digital Content Management & Social Recruiting.....	260
101-169 PER HR/Workforce Analytics.....	265
101-175 PER Intercultural Management.....	275
101-127 CF Operatives Controlling.....	276
101-128 CF/DBM Digitales Controlling & Analytics.....	276
101-129 CF Risikomanagement und interne Kontrollsysteme.....	276
101-130 CF M&A / Beteiligungsmanagement.....	276
101 -176 Corporate Finance & Financial Markets.....	276
101-118 NUF/CF Nachhaltigkeitssteuerung und -reporting.....	276
101-159 CF/DBM-P Business Analytics.....	276
101-163 CF-P Strategisches Controlling Projekt.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Vertiefungsstudium – Finanzdienstleistungen .....	276
101-174 IHL/DBM Strategisches Produktions- und Innovationsmanagement.....	276
101-133 IHL Beschaffungsmanagement .....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
101-134 IHL Gestaltung von Produktionssystemen .....	276
101-172 IHL Logistics Management .....	276
101-136 IHL Supply Chain Management .....	276
101-114 MKT/IHL/DBM Multi-Channel-Retailing.....	276
101-137 IHL Innovative B2B-Geschäftsmodelle.....	276
101-168 NUF/IHL-P Social Entrepreneurship & Social Innovation .....	276
101-138 SW Bilanzen I.....	276
101-139 SW Bilanzen II.....	276
101-141 SW Steuerberatung I.....	276
101-142 SW Steuerberatung II.....	276
101-143 SW Steuerberatung III.....	276
101-162 SW Interne Revision .....	276
101-170 Prüfung des Konzernabschlusses, Tax Accounting und Sonderbilanzen .....	276
101-160 SW-P Wirtschaftsprüfung .....	276

101-146 DBM-P Digital Business Models .....	276
101-174 IHL/DBM Strategisches Produktions- und Innovationsmanagement.....	276
101-110 MKT/DBM Digitales Marketing.....	276
101-114 MKT/IHL/DBM Multi-Channel-Retailing.....	276
101-128 CF/DBM Digitales Controlling & Analytics.....	276
101-147 DBM Recht der Digitalisierung .....	276
101-173 DBM/PER Digital Content Management & Social Media Recruiting .....	276
101-151 MKT/DBM-P Start-Up Development & Business Planning .....	276
101-171 FM Data Science und KI.....	276
101-150 FM KSK Visiting Professorship .....	276
101-164 FM Wirtschaftspsychologie.....	276
101 165 Cross-Cultural Experience .....	276
101-073 Bachelorarbeit.....	276



## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-092	<b>Modulbezeichnung</b> 101-092 BWL Einführung
------------------------	---------------------------------------------------

### Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p><b>Qualifikationsziele</b></p> <p>Die Studierenden überblicken die verschiedenen Disziplinen der Betriebswirtschaftslehre (BWL). Sie können diese in das Umfeld der (Wirtschafts-)Wissenschaften einordnen und erkennen, dass es verschiedene Wirtschaftszweige mit jeweils unterschiedlicher Charakteristik gibt. Sie verstehen, welche Funktionen bzw. Prozesse von Unternehmen in Marktwirtschaften bewältigt werden müssen und sie kennen die wichtigsten Instrumente zur Steuerung von Unternehmen.</p> <p>Im Einzelnen werden folgende Kenntnisse und teilweise auch Fertigkeiten erworben:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Die Studierenden überblicken die Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre</li><li>• Die Studierenden wissen, welche verschiedenen Organisationsformen es gibt, worin sich diese unterscheiden und wo ihre besondere Eignung liegt.</li><li>• Es ist bekannt, wie die Strukturen und Prozesse in den Unternehmen grundsätzlich ausgestaltet werden können.</li><li>• Studierende kennen und verstehen Managementzyklus und seine Teilelemente.</li><li>• Studierende verstehen, welche Bedeutung wirtschaftliche, gesellschaftliche und ökologische Entwicklungen im betrieblichen Umfeld auf den Betrieb haben können und erkennen, dass zwischen dem Teilelement Betrieb und seiner Umwelt (System) vielfältige Abhängigkeitsbeziehungen bestehen.</li><li>• Studierende kennen die wichtigsten direkten und indirekten Teilfunktionen eines Betriebs.</li></ul>
<p><b>Inhalte</b></p> <p>Überblick über die Betriebswirtschaftslehre und die damit verbundenen Fragestellungen.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Funktionsweisen, Zusammenhänge und Aufgaben eines Betriebs</li><li>• Grundlegende Begriffe, Logiken und Handlungsprinzipien der BWL</li><li>• Betrieb als Teilelement eines ökonomischen, ökologischen und gestellschaftlichem Systems</li><li>• Das betriebswirtschaftliche Handlungsprinzip: Analyse-Planung-Bewertung-Entscheidung-Umsetzung-Kontrolle</li><li>• Stukturen von Betrieben</li><li>• Zentrale Inhalte der betriebswirtschaftlichen Teilfunktionen in direkten Bereichen (Fokus: Einkauf, Beschaffung, Vertrieb)</li><li>• Zentrale Inhalte der betriebswirtschaftlichen Teilfunktionen in indirekten Bereichen (Fokus: Marketing und Personal).</li></ul>
<p><b>Lehr-/Lernformen</b></p>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	keine Voraussetzungen erforderlich
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Als Einstiegsmodul in die Betriebswirtschaftslehre bietet es eine erste Orientierung über die Arbeitsweise in der BWL. die Grundprinzipien der BWL sowie über die verschiedenen Kernfächer und die Vernetzung der verschiedenen Fächer.
-------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b>	Durch das Aufzeigen der vielfältigen Facetten der Betriebswirtschaftslehre werden die wechselseitigen Abhängigkeiten zwischen den ökonomischen, sozialen und ökologischen Dimensionen erkennbar. Des Weiteren wird den Studierenden deutlich, dass ein Betrieb Teil eines übergeordneten wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und ökologischen Systems ist, und sie erhalten einen ersten Eindruck, welche Bedeutung eine ökonomisch, sozial und ökologisch nachhaltige Entwicklung für die Wettbewerbsfähigkeit eines Betriebs hat.
----------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer	Anteil in %
Klausur (60 Minuten)	70 %
Schriftliche Arbeit	30 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r:</b> Prof. Dr. Christoph Zanker		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner:</b> Prof. Dr. Rainer Nübel		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus:</b> jedes Semester	<b>Dauer:</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> keine Voraussetzungen erforderlich	<b>ECTS-Punkte</b> 5,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload:</b> 5,00 x 25 Stunden = 125,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b>	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b>	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b>
45,0 Std. / 36,0 %	60 Std / 48%	20,0 Std. / 16 %

## Ausgestaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
101-092-01	Einführung in die BWL - Vorlesung
101-092-02	Einführung in die BWL - Übung

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-092-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Einführung in die BWL - Vorlesung
---------------------------	-------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Studierende können nach der Veranstaltung <ul style="list-style-type: none"><li>• grundlegende wirtschaftliche Begriffe erläutern</li><li>• erklären, warum es Wirtschaftsunternehmen gibt und welches grundlegende Kalkül hinter dem Wirtschaften steckt,</li><li>• die unterschiedlichen Funktionen, Aufgaben und Prozesse in einer wirtschaftlichen Organisation erklären können,</li><li>• erläutern, welche einzelnen Aufgaben sich hinter den Führungsfunktionen verbergen,</li><li>• erläutern, welche einzelnen Aufgaben sich hinter den Unterstützungsfunktionen verbergen,</li><li>• erläutern, welche einzelnen Aufgaben sich hinter den Kernfunktionen verbergen</li><li>• und die jeweiligen Inhalte auf praktische Fälle anwenden,</li><li>• die manigfaltigen Abhängigkeitsverhältnisse eines Betriebs mit dem wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und ökologischen Umfeld verstehen.</li></ul>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Grundsätze des betrieblichen Wirtschaftens</li><li>2. Führungsfunktionen des Unternehmens</li><li>3. Managementzyklus mit den Teilelementen Analyse, Planung, Entscheidung, Umsetzung und Kontrolle</li><li>4. Betriebliche Auf- und Ablauforganisation</li><li>5. Unterstützende Funktionen des Unternehmens (Fokus: Marketing, Personal)</li><li>6. Kernfunktionen des Unternehmens (Fokus: Einkauf, Produktion, Vertrieb)</li></ol>			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Vorlesung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Vorlesung und Übungsaufgaben.			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> Skript, Übungsaufgaben Lehrbuch: Wöhe, G./Döring, U.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 26. Auflage, München 2016			
<b>Besonderes</b>			

---

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 1 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b>		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b>

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-092-02	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Einführung in die BWL - Übung
---------------------------	---------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
Studierende können nach der Veranstaltung			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• komplexere Fachtexte aus der Wirtschaft analysieren,</li> <li>• deren Recherchequalitäten überprüfen,</li> <li>• die Kernaussagen der Texte extrahieren,</li> <li>• die Aktualität der Sachverhalte überprüfen und ggf. auf einen neuen Stand bringen,</li> <li>• die Relevanz der Aussagen/Inhalte für ein Unternehmen einschätzen.</li> </ul>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b>			
Gegenstand der Übung ist die Analyse, Bewertung und Kontextualisierung eines komplexeren Textes aus der (Wirtschafts-) Fachpresse. Die Berichte widmen sich teils unmittelbaren betriebswirtschaftlichen Themen, teils mittelbaren betriebswirtschaftlichen Themen.			
<b>Lehr-/Lernformen</b>			
Übung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b>			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b>			
<b>Besonderes</b>			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 1 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b>		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b>

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-093	<b>Modulbezeichnung</b> 101-093 Verantwortungsvolles Handeln
------------------------	-----------------------------------------------------------------

### Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Das Treffen von Entscheidungen ist eine Kernaufgabe des Managements. Derartige Entscheidungen müssen unter Berücksichtigung aller Einflussfaktoren und in der Verantwortung gegenüber allen Stakeholdern, also in einer ganzheitlichen (nachhaltigen) Betrachtungsweise getroffen werden. Hauptziel des Moduls ist es, dass die Studierenden um diesen ganzheitlichen Anspruch wissen und ihn verstehen. Darüber hinaus lernen sie erste Methoden der ganzheitlichen Entscheidungsfindung und können diese auf neue Fragestellungen anwenden. Über diese Wissens- und Methodenebene hinaus wird insbesondere am Begriff der Verantwortung das Zusammenspiel von individueller Entscheidung, dem Unternehmen als Einheit und seinen Stakeholdern und seiner Umgebung die systemische Kompetenz der Studierenden gefördert: Sie sollen in die Lage versetzt werden, die komplexen Interdependenzen von Entscheidungen im Zusammenspiel zu erkennen und verantwortlich zu meistern.
<b>Inhalte</b> Mensch, Unternehmen und Gesellschaft als Wirtschaftssubjekte- Entscheidung und Verantwortung
<b>Lehr-/Lernformen</b>

### Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Management ist die Querschnittsaufgabe im Unternehmen, auf die das Studium der Betriebswirtschaftslehre vorbereitet. Die hiervermittelten Kenntnisse und Kompetenzen stellen den Einstieg dar und sind Grundlage für alle anderen Managementaufgaben
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Vgl. die Literaturangaben bzw. Hinweise der einzelnen Lehrveranstaltungen

### Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Grundlagenmodul, das den Rahmen für alle fachspezifischen Vorlesungen darstellt. Parallel werden im Modul I.1 die spezifischen Fragestellungen im Unternehmen eingeführt.
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<p><b>Inhalte</b></p> <p>Im Kern des Moduls wird den Studierenden vermittelt, dass nur eine ganzheitliche Entscheidungsfindung, insbesondere unter der Berücksichtigung der Nachhaltigkeitsdimensionen Ökonomie, Ökologie und Soziales, dem Anspruch an ein zukunftsfähiges Management gerecht wird</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer	Anteil in %
Klausur (90 Minuten)	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b>		
Prof. Dr. Katja Gabius		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>		
Prof. Dr. Robert Gabriel; Prof. Dr. Peter Rümmele, Prof. Dr. Stefan Marx		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b>	<b>Dauer</b>
	jedes Semester	1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Präsenz in SWS</b>
keine	4,00	4,00
<b>Workload</b>		
4,00 x 25 Stunden = 100,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b>	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b>	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b>
45,0 Std. / 45,0 %	7,5 Std. / 7,5 %	47,5 Std. / 47,5 %

## Ausgestaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
101-093-01	Betriebswirtschaftliche Entscheidung und Verantwortung
101-093-02	Corporate Responsibility
101-093-03	sustainability in business

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-093-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Betriebswirtschaftliche Entscheidung und Verantwortung
---------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

Qualifikationsziele			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b>			
1 Wissenschaftstheoretische Grundlagen			
2 Ökonomische Theorie und Modellbildung			
3 Gestufte Verantwortung			
3.1 Obergrenze der Verantwortung: das Ganze des Universums bzw. der Welt und der Menschheit			
3.2 Aktive Verantwortlichkeit			
3.3 Untergrenze der Verantwortung: Würde der einzelnen Person			
4 Philosophische Ethik			
4.1 Verantwortungsethik und Gesinnungsethik			
4.2 Deontologische und teleologische Moralbegründung			
4.3 Konsequentialismus (Utilitarismus) und Naturrecht			
4.4 Die zentrale Frage der Ethik: Wer hat wofür Verantwortung?			
5 Handlungstheorie			
<b>Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b>			
Vorlesung			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b>			
Foot, Philippa: Natural Goodness, Oxford.			
Kruschwitz, Lutz: Investitionsrechnung, München, Wien.			
Spaemann, Robert: Grenzen. Zur ethischen Dimension des Handelns, Stuttgart.			
Spaemann, Robert: Moralische Grundbegriffe, München.			
Quante, Michael: Philosophische Handlungstheorie, Paderborn.			
<b>Besonderes</b>			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 1,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 1 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 11,2 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 3,5 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 22,5 Std.

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-093-02	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Corporate Responsibility
---------------------------	----------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
<p>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Fach: Die Studierenden lernen Historie, Ziele und Inhalte einer verantwortungsvollen und nachhaltigen Unternehmensführung, aber auch Unternehmenspositionierung im nationalen und internationalen gesamt-gesellschaftlichen Umfeld. Systemische Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen: Die Studierenden verstehen, dass ein zentraler Erfolgsfaktor nachhaltiger Unternehmensentwicklung ein verantwortungsvoller Umgang mit allen Stakeholdern ist. Sie wissen im Anschluß an die Lehrveranstaltung, dass auch innerbetriebliche Kontrolle, Transparenz sowie die Überwachung der Einhaltung sämtlicher Regelwerke und Normen unerlässliche Bestandteile für eine erfolgreiche und effiziente Unternehmensentwicklung sind. - Soziale Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen: Die Studierenden erkennen Bedeutung und Sinngehalt nachhaltigen Wirtschaftens und die daraus resultierenden rechtlichen Rahmenbedingungen, wissen diese einzusetzen, arbeiten im Team und analysieren kritisch Unternehmensrealitäten</p>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b>			
<p>Die Studierenden lernen Historie, Ziele und Inhalte einer verantwortungsvollen und nachhaltigen Unternehmensführung, aber auch Unternehmenspositionierung im nationalen und internationalengesamt-gesellschaftlichen Umfeld.- Die Studierenden verstehen, dass ein zentraler Erfolgsfaktor nachhaltiger Unternehmensentwicklung ein verantwortungsvoller Umgang mit allen Stakeholdern ist. Sie wissen im Anschluß an die Lehrveranstaltung, dass auch innerbetriebliche Kontrolle, Transparenz sowie die Überwachung der Einhaltung sämtlicher Regelwerke und Normen unerlässliche Bestandteile für eine erfolgreiche und effiziente Unternehmensentwicklung sind. Die Studierenden erkennen Bedeutung und Sinngehalt nachhaltigen Wirtschaftens und die daraus resultierenden rechtlichen Rahmenbedingungen, wissen, diese einzusetzen, arbeiten im Team und analysieren kritisch Unternehmensrealitäten.</p> <p>Der Unterricht gliedert sich in 3 Bereiche: Corporate Social Responsibility, Corporate Governance und die Grundzüge der Corporate Compliance. Bei der CSR werden die Grundlagen eines nachhaltigen und verantwortungsvollen Umgangs mit allen Stakeholdern vermittelt. Im weiteren Verlauf werden die Historie, der Sinn und vor allem die Umsetzung von Corporate Governance Regeln (unter besonderer Berücksichtigung des Deutschen Corporate Governance Kodex und seiner Neuerungen) in Kapitalgesellschaften vermittelt. Schließlich werden die Bedeutung der Überwachungsfunktion in Organisationen, die Überwachungsmittel und die unterschiedlichen Akteure und ihr Zusammenspiel im Hinblick auf eine effektive Corporate Governance erörtert.</p>			

<b>Lehr-/Lernformen</b>
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Vorlesung, interaktive Gruppenarbeiten, Diskussion, Übungen
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> Vorlesungsskript und Präsentationsfolien- Hardtke, Arndt / Kleinfeld, Annette: "Gesellschaftliche Verantwortung in Unternehmen: von der Idee der Corporate Social Responsibility zur erfolgreichen Umsetzung"; Gabler Verlag 2010- Habisch, André/ Schmidpeter, René/ Neureiter, Martin: "Handbuch Corporate Citizenship –Handbuch der Corporate Social Responsibility für Manager"; Springer Verlag Berlin- Malik, Fredmund: „Die richtige Corporate Governance – mit wirksamer Unternehmensaufsicht Komplexität meistern“, Campus Verlage- Hommelhoff, Peter/ Hopt, Klaus J. / v. Werder, Axel „Handbuch Corporate Governance: Leitung und Überwachung börsennotierter Unternehmen in der rechts- und Wirtschaftspraxis“, Schäffer-Pöschl- Wesel, Markus: „Corporate Governance im Mittelstand: Anforderungen, Besonderheiten, Umsetzung“ Schmidt Verlag- Karsten Umnuß, Corporate Compliance Checklisten, München C.H. Beck- Christoph Hauschka, Corporate Compliance, München C.H. Beck- Behringer u.a. "Compliance für KMU – Praxisleitfaden für den Mittelstand" als e-book und im Erich Schmid-Verlag- Wecker, Gregor/ van Laak, Hendrik: Compliance in der Unternehmerpraxis(jeweils die neueste Auflage)
<b>Besonderes</b> keine Besonderheiten

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> ja	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 1 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 2,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 12,5 Std.

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-093-03	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> sustainability in business
---------------------------	------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Fach: The students learn about the concept of sustainable development. They understand, which tools companies have available for sustainable business management, and they see how these tools are implemented in practice. Systemische Kenntnisse und Fertigkeiten: The students understand how the boundary conditions and necessities of our economic system limit the implementation of sustainable business models. They learn about concepts which have the potential to bring the three dimensions - economy, environment, social dimension - in balance. Soziale und Selbst-Kenntnisse und -Fertigkeiten: The students are regularly tasked to reflect, about the requirements for companies, about provocative statements, but also about their personal behavior. They must voice and defend their points of view during group work and in panel discussions, with people that will have different opinions.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> Introduction to Sustainability 1.1 Concept of Sustainability 1.2 Key Sustainability Issues 1.3 Relevance of Sustainability to Business 2 Integration of Sustainability into Business Objectives 2.1 Conflicting objectives 2.2 Creating Shared Value 2.3 Business Value of Sustainability 2.4 Leadership and Vision 3 - Sustainability Management in Companies 3.1 Sustainability in the Value Chain 3.2 Sustainability Frameworks 3.3 Sustainability Management Tools 3.4 Best Practice Examples			
<b>Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Class with regular discussion, reflections and group exercises			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> Multiple - see references in the slides for the individual topics.			

Besonderes
------------

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 1,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 1 Semester	<b>Sprache</b> Englisch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 11,2 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 2,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 12,5 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-004	<b>Modulbezeichnung</b> 101-004 Externes Rechnungswesen
------------------------	------------------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Das traditionsreiche Rechnungswesen ist ein zentraler Bestandteil der Betriebswirtschaftslehre, da seine Informationen die Voraussetzung für alle Wirtschaftlichkeitsberechnungen bilden. Buchführung und Bilanzierung gehören daher zu den Grundlagen eines betriebswirtschaftlichen Studiums.  Studienanfänger werden in diesem Modul mit dem System der doppelten Buchhaltung sowie mit der Erstellung des Jahresabschlusses vertraut gemacht: <ul style="list-style-type: none"><li>• Die begrifflichen und rechtlichen Grundlagen des externen Rechnungswesens,</li><li>• Die Systematik und Technik der doppelten Buchführung (Buchungssätze),</li><li>• Eröffnungsbuchungen und Abschlussbuchungen,</li><li>• Verbuchung laufender Geschäftsvorfälle in den Bereichen Warenverkehr, Personal, Produktion, Anlagen, Finanzwirtschaft,</li><li>• Die Bestandteile eines Jahresabschlusses,</li><li>• Die Grundlagen der Bilanzierung und Bewertung.</li></ul>
<b>Inhalte</b> siehe LV
<b>Lehr-/Lernformen</b>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Keine
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Nicht erforderlich. Bei verpassten Veranstaltungen bitte die Lehrvideos in ILIAS nutzen.

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Fachliche Grundlage für die folgenden Vorlesungen: <ul style="list-style-type: none"><li>- Cost Accounting (2. Semester)</li><li>- Einführung in das Controlling (3. Semester)</li><li>- Betriebswirtschaftliche Steuerlehre (4. Semester)</li><li>- Vertiefung Finanzen/Controlling (6./7. Semester)</li><li>- Vertiefung Steuern/Wirtschaftsprüfung (6./7. Semester)</li></ul>
-------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Einsatz in anderen Studiengängen	
----------------------------------	--

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b> Die Buchhaltung kann Informationen über umweltbezogene Aufwendungen und Erträge bereitstellen.
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer	Anteil in %
Klausur (90 Minuten)	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Daniela Fischer		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b> M. Sc. Nina Haigis, Saskia Finkbeiner		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> keine	<b>ECTS-Punkte</b> 5,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 5,00 x 25 Stunden = 125,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 36,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 45,0 Std. / 36,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 35,0 Std. / 28,0 %

## Ausgestaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
101-004-01	Externes Rechnungswesen (Buchführung & Bilanzierung)

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-004-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Externes Rechnungswesen (Buchführung & Bilanzierung)
---------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierende können wesentliche Geschäftsvorfälle verbuchen und den Jahresabschluss erstellen.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> Die Studierenden lernen praxisbezogen im Rahmen von Übungsaufgaben, Fragestellungen des Externen Rechnungswesens zu strukturieren, Geschäftsvorfälle im System der doppelten Buchhaltung zu erfassen und die Bewertung von Bilanzposten vorzunehmen. Konkret wird auf die folgenden Inhalte eingegangen: <ol style="list-style-type: none"><li>1. Grundlagen<ol style="list-style-type: none"><li>1.1 Aufgaben und Teilbereiche des Rechnungswesens</li><li>1.2 Rechtliche Grundlagen</li><li>1.3 Organisation der Buchhaltung</li></ol></li><li>2. Technik der doppelten Buchführung<ol style="list-style-type: none"><li>2.1 Vom Inventar zur Bilanz</li><li>2.2 Erfolgsneutrale Geschäftsvorfälle</li><li>2.3 Erfolgswirksame Geschäftsvorfälle</li></ol></li><li>3. Verbuchung laufender Geschäftsvorfälle<ol style="list-style-type: none"><li>3.1 Buchungen im warenwirtschaftlichen Bereich (Getrennte Warenkonten, Ust, Rücksendungen, Preiserminderungen)</li><li>3.2 Buchungen im personalwirtschaftlichen Bereich (Personalaufwand, Vorschüsse)</li><li>3.3 Buchungen im produktionswirtschaftlichen Bereich (Werkstoffverbrauch, Bestandsänderungen)</li><li>3.4 Buchungen im anlagenwirtschaftlichen Bereich (Zu-/Abgang von Anlagen, Plan-/Außerplanmäßige Abschreibungen)</li><li>3.5 Buchungen im finanzwirtschaftlichen Bereich (Darlehen, Abschreibung a. Forderungen)</li></ol></li><li>4. Vorbereitung des Jahresabschlusses<ol style="list-style-type: none"><li>4.1 Zeitliche Abgrenzung (ARAP, PRAP, Sonst. Ford./Verb.)</li><li>4.2 Rückstellungen (Bildung &amp; Auflösung von Rückstellungen)</li></ol></li></ol>			

**Lehr-/Lernformen**

Vorlesung, Übung

**Lehr-/Lernmethoden**

Vortrag, Übungen (in Präsenz ggf. als Partner-/Kleingruppenarbeit), zahlreiche praktische Beispiele, Anonyme Multiple-Choice-Tests (in Präsenz mit Klickern oder online), Fallstudien am Ende des Semesters.

**Literatur/Lehrmaterial**

Coenenberg/Haller/Mattner/Schultze: Einführung in das Rechnungswesen, 9. Aufl., Stuttgart 2024

Döring/Buchholz: Buchhaltung und Jahresabschluss, 17. Aufl., Berlin 2025

Aktuelles Handelsgesetzbuch (HGB) und Sammlung Wirtschaftsgesetze mit HGB

Weiterführende Literatur: siehe Skript

**Besonderes**

Lehrformate: komplett über Lehrvideos (orts- und zeitunabhängig) oder Präsenz-Veranstaltung (orts- und zeitabhängig). Hybrid- oder Online-Vorlesungen nur bei Einschränkungen des Präsenzbetriebes.

**Organisation**

<b>Präsenz in SWS</b> 4,00	<b>Gruppeneinteilung</b> ja	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 1 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 45,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 35,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-094	<b>Modulbezeichnung</b> 101-094 Wirtschaftsinformatik I
------------------------	------------------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p><b>Qualifikationsziele</b></p> <p>EDV-Systeme sind heute unverzichtbarer Bestandteil der Organisations- und Informationssysteme in Unternehmen. Unternehmensstrukturen basieren auf Geschäftsprozessen und werden anhand deren Outputs (Leistungen) aber auch deren Dauer, Qualität, Kosten und Innovationsfähigkeit gemessen.</p> <p>Ziel dieses des Moduls ist es die Leistungspotentiale von EDV-Systemen zu ermitteln und Entscheidungen darüber zu fällen, ob diese für die Unternehmenskernprozesse, -supportprozesse sinnvoll ist. Um diesen Einsatz dann aktiv betreiben zu können, lernen die Studierenden die notwendigen Entwicklungsprozesse kennen. Konkret verstehen sie die Notwendigkeit eines schrittweisen Vorgehens im Team und lernen Methoden der Prozessmodellierung und -optimierung. Diese Methoden können sie in neuen Aufgabenstellungen selbständig anwenden und ggf. ergänzen.</p> <p>Über diese Wissens- und Methodenebene hinaus erarbeiten die Studierenden in einem Tabellenkalkulationsprogramm die Grundkenntnisse sowie statistische Funktionen und die Anwendung von Diagrammen, Abfragen, Pivottabellen und BI-Dashboards.</p>
<p><b>Inhalte</b></p> <p><b>Submodul Business Computing:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Grundbegriffe der Informatik</li><li>- Trends der Digitalisierung</li><li>- Software, Anwendungen, Softwareentwicklung</li><li>- Modellierung</li><li>-Programmierung</li></ul> <p><b>Submodul Business Computing Labor:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Arbeiten mit einem Tabellenkalkulationsprogramm</li></ul> <p><b>Submodul Business Information:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Potentiale der EDV-Systeme in unternehmensspezifischen Problemstellungen</li></ul>
<p><b>Lehr-/Lernformen</b></p> <p>Vorlesung mit Übung</p>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Kenntnisse betriebswirtschaftlicher Einzelfunktionen im Unternehmen
----------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------

<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Vgl. die Literaturangaben bzw. Hinweise der einzelnen Lehrveranstaltungen
-----------------------------------	---------------------------------------------------------------------------

### Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	In diesem Modul werden die grundlegenden Zusammenhänge zu Prozess- und Projektmanagement vermittelt. Dadurch wird eine Verknüpfung zu den Modulen BWL Einführung (1. Semester), dem Modul Beschaffung und Produktion (2. Semester) und dem Modul Empirische Methoden (2. und 3. Semester) eingegangen.  Mittels dem Submodul Arbeiten in SAP wird ein erster Einblick in das SAP-Modul Finance gewährt. Theoretischers Pendand stellt das Modul externes Rechnungswesen (1. Semester) dar.
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

### Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b>	Bei der Diskussion zum Einsatz von EDV-Systemen steht immer wieder die Frage der Berücksichtigung der sozialen Auswirkungen im Raum, so dass den Studierenden dieser Bewertungsaspekt nachgebracht wird.
----------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer	Anteil in %
Klausur (60 Minuten)	80 %
Schriftliche Arbeit	20 %

### Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Mathias Engel		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b> Markus Rall		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> keine	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 3,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 33,8 Std. / 22,5 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 50,0 Std. / 33,33 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 16,2 Std. / 18,33 %

## Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-094-01	Business Computing
101-094-02	Business Computing Labor
101-094-03	Business Information

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-094-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Business Computing
---------------------------	----------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
<b>- Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Fach:</b> Die Studierenden lernen wesentliche fachliche und methodische Grundlagen zum Einsatz von betriebswirtschaftlichen EDV-Systemen im Unternehmen. Sie sind in der Lage die Methoden in neuen Anwendungsszenarien einzusetzen.			
<b>- Systemische Kenntnisse und Fertigkeiten:</b> Die Studierenden verstehen das Zusammenspiel von Mensch/Organisation und „Maschine“ im Rahmen eines Informationssystems. Sie sind in der Lage dieses Zusammenspiel erfolgreich zu gestalten.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b>			
<p>-In den ersten Einheiten wird den Studierenden die generelle Aspekte von Systemen und Modellen näher gebracht. Hier lernen die Studierenden die Abstraktion von Modellen aus Systemen. Desweiteren lernen die Studierenden problemorientiert mit Modellen zu arbeiten und Problembereiche dieser zu erkennen und ggf. zu vermeiden. Im Anschluss können die Studierenden für einen Gegenstand erkennen, ob es sich um ein Modell handelt und welche generellen Eigenschaften dieses Modell hat.</p> <p>- In den darauffolgenden Einheiten wird den Studierenden die Kompetenz des Prozessmanagements näher gebracht. Mittels des Aktivitätendiagrammtyps in der Notationssprache UML (Vers. 2.X) werden Studierende Prozesse dokumentieren, analysieren und über diverse Szenarien darauf aufbauende Optimierungsalternativen ableiten können.</p> <p>- Im darauffolgenden Schritt werden die Studierenden modellierte Prozesse aufgrund der Kosten und der Dauer bewerten können.</p> <p>- In den letzten Einheiten wird die Logik der Programmierung anhand Scratch und der Scriptsprache VBA (Visual Basic for Application) in Excel ein Grundverständnis für die Prozessumsetzung in Programmiersprachen geschaffen.</p>			
<b>Lehr-/Lernformen</b>			
Vorlesung mit Übung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b>			
Vorlesung mit fragenentwickelnder Methode			
Interaktive Vorlesung (Erarbeitung vieler Sachverhalt durch Diskussion im Plenum) unter Verwendung zahlreicher Beispiele aus der Praxis.			

**Literatur/Lehrmaterial**

- Vorlesungsbegleiter
- Scheer, A.-W.: ARIS – Modellierungsmethoden, Metamodelle, Anwendungen, 4. Auflage, Springer, 2001
- Schmuller, J.: Teach Yourself UML in 24 Hours, Sams Publishing, 1999
- Schmuller, J.: Jetzt lerne ich UML, Markt&Technik, 2000
- Erler, T.: UML, bhv, 2000
- Lehner, F., Hildebrand, K., Maier, R.: Wirtschaftsinformatik, Hanser, 1995

**Besonderes****Organisation**

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 1 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 0,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 0,0 Std.

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-094-02	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Business Computing Labor
---------------------------	----------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierenden sollen verstehen wozu dieses Werkzeug fähig ist. Darüber hinaus wird erwartet, dass Studierende selbständig Problemfelder mit diesem Werkzeug lösen können.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> In den ersten Einheiten wird den Studierenden die Arbeitsweise von Office-Programmen (sog. Querschnittsprogrammen) vermittelt. Daraufhin wird mittels eines Tabellenkalkulationsprogramms (genauer MS Excel) die Möglichkeiten und Arbeitsweise in diesem Programm aufgezeigt. Dabei wird Bezug genommen auf z.B.:			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufbau des Programms</li> <li>• Plugins</li> <li>• Optionen</li> <li>• Funktionen</li> <li>• Statistische Funktionen</li> <li>• Analysemethoden und -Werkzeuge</li> <li>• Szenariomanager</li> <li>• PowerQuery</li> <li>• Pivot Tabellen</li> <li>• Diagramme</li> <li>• Filtern/Sortieren</li> </ul>			
<b>Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Seminar mit Fragerunden			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> siehe Skript.			
<b>Besonderes</b> Die Vorlesung wird als Seminar im PC Pool in 2-3 Gruppen stattfinden. Zusätzlich stehen Blended Learning-Videos zur Vertiefung des Inhaltes zur Verfügung.			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> ja	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 1 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
-------------------------------	--------------------------------	-----------------------------------------------	---------------------------

<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 0,0 Std.	<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 0,0 Std.
-------------------------------------	-----------------------------------------------------	------------------------------------------------

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-094-03	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Business Information
---------------------------	------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
<b>- Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Fach:</b> Den Studierenden werden die Konzepte und Potentiale von EDV-Systemen mit dem Ziel nahegebracht, so dass sie in die Lage versetzt werden, in einer zukünftigen Unternehmenssituation entscheiden zu können, ob der Einsatz eines EDV-System erfolgversprechend ist. Dazu müssen sie die erlernten Konzepte auf die neue Situation übertragen.			
<b>- Selbstfertigkeiten:</b> Um die Aufgaben im Zusammenhang mit SAP umsetzen zu können, müssen die Studierenden die Fertigkeiten der Selbstorganisation verstärkt anwenden.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b>			
-In den ersten Einheiten wird den Studierenden ein Grundverständnis für Projekt- und Prozessmanagement vermittelt. Dabei wird auf den Wandel der Organisationsstrukturen in Unternehmen eingegangen.			
-Darauf aufbauend werden die Studierenden die Unterscheidungsmerkmale für Unternehmenssysteme kennenlernen.			
-Mit der Vermittlung der ARIS-Rahmenarchitektur soll eine Basisstruktur zur Umsetzung von IT-Systemen in Unternehmen erläutert werden.			
-Die tatsächliche Implementierung in Abhängigkeit von Implementierungsstrategien, -abläufen, -herausforderungen wird im letzten Teil dieser Veranstaltung vermittelt.			
-----			
Parallel zu dieser Vorlesung werden die Studierenden in ein Warenwirtschaftssystem (Enterprise Resource Planning-Werkzeug der Firma SAP) eingewiesen. Anhand zweier Fallstudien wird ein Grundstock für das Arbeiten an IT-Systemen in Unternehmen gelegt. In dem Folgesemester wird dies durch weitere 3 Fallstudien in dem Modul Informationstechnik erweitert.			
<b>Lehr-/Lernformen</b>			
Vorlesung mit Übung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b>			
Zweiteilung dieses Submoduls.			
Erster Teil - SAP-Vorlesung im PC-Pool (in vier Gruppen):			

- Vorlesung mit fragenentwickelnder Methode sowie eigenständige Bearbeitung von Fallstudien am SAP-System

Zweiter Teil - Vorlesung im Hörsaal (in zwei Gruppen):

- Interaktive Vorlesung (Erarbeitung vieler Sachverhalt durch Diskussion im Plenum) unter Verwendung zahlreicher praktischer Beispiele.

**Literatur/Lehrmaterial**

- Vorlesungsbegleiter

- Scheer, A.-W.: ARIS – Modellierungsmethoden, Metamodelle, Anwendungen, 4. Auflage, Springer, 2001

**Besonderes**

Nach erfolgreicher Beendigung der beiden SAP-Veranstaltungen (1. Semester wie auch 2. Semester) kann eine Teilnahmebescheinigung erlangt werden.

**Organisation**

<b>Präsenz in SWS</b> 1,00	<b>Gruppeneinteilung</b> ja	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 1 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 11,2 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 0,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 0,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-006	<b>Modulbezeichnung</b> 101-006 Volkswirtschaftslehre I
------------------------	------------------------------------------------------------

### Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Übergeordnetes Hauptziel des Moduls ist es, dass die Studierenden die grundlegenden Inhalte und Methoden der Mikroökonomie sowie deren Zusammenhänge zur Betriebswirtschaftslehre als Wissenschaft erkennen, verstehen und anwenden lernen. Die zu erwerbende Fachkompetenz besteht vor allem in den mikroökonomischen Entscheidungen und ihrem Zusammenspiel auf Märkten, die Methodenkompetenz im adäquaten Einsatz mathematischer Methoden zur Lösung konkreter ökonomischer Probleme und in der ökonomischen Interpretation der mathematischen Ergebnisse. Die Systemkompetenz besteht darin, dass die Studierenden die Vorzüge eines liberalen Wirtschaftssystems mit freier Preisbildung, aber auch die Notwendigkeit staatlicher Eingriffe in die Preisbildung in Einzelfällen anhand der Kriterien Zielerreichungsgrad, Effizienz und Systemkonformität beurteilen können. Selbstkompetenz erwerben die Studierenden insbesondere durch die selbständige Bearbeitung von Kontrollfragen und Übungsaufgaben, in denen die in den Vorlesungen erworbenen Fach- und Methodenkenntnisse auf konkrete ökonomische Problemstellungen anzuwenden sind.
<b>Inhalte</b> Grundlagen der Volkswirtschaftslehre (Ökonomisches Prinzip, marktwirtschaftliches System) Mathematische Grundkenntnisse der Wirtschaftswissenschaften (Funktionen einer und mehrerer Variablen, Optimierung mit und ohne Nebenbedingungen) Grundkenntnisse der Mikroökonomie (Haushalts- und Unternehmenstheorie, Marktpreisbildung, Staatliche Eingriffe in die Preisbildung) und deren Anwendung auf konkrete Problemstellungen Zusammenhänge zwischen den Inhalten der volkswirtschaftlichen Theorien, den mathematischen Methoden der Volkswirtschaftslehre sowie den Instrumenten der Wirtschafts-, insbes. Wettbewerbspolitik
<b>Lehr-/Lernformen</b> Vorlesung, Tutorium

### Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Formale Teilnahmevoraussetzungen existieren nicht. Die erfolgreiche Teilnahme an den Lehrveranstaltungen und Klausuren erfordert ein gewisses analytisches Denkvermögen und mathematisches Grundverständnis (nachholbar im zusätzlichen freiwilligen Kursangebot „Mathe-Aufbaukurs“).
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Siehe Literaturangaben und Hinweise bei den einzelnen Lehrveranstaltungen sowie zur Verfügung gestellte mathematische

	Tests zur Selbsteinschätzung, ob die Teilnahme am Mathe-Aufbaukurs sinnvoll ist
--	---------------------------------------------------------------------------------

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Nachfolgende Module: Volkswirtschaftslehre II, bezüglich des Teilmoduls Mathematische Grundlagen auch Empirische Methoden I und II sowie Management II: Finanzen/Controlling
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b>
Es werden ökonomische Aspekte nachhaltiger Entwicklung (Ressourcenknappheit, Preisanstieg bei knapp werdenden Gütern, suboptimale Allokation beim Vorliegen externer Effekte wie z. B. Umweltverschmutzung) analysiert.

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Klausur (90 Minuten)	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Michael Hohlstein		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> keine	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 5,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 56,2 Std. / 37,5 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 87,3 Std. / 58,2 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 6,4 Std. / 4,3 %

## Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-006-01	Mathematische Grundlagen der Wirtschaftswissenschaften
101-006-02	Mikroökonomik

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-006-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Mathematische Grundlagen der Wirtschaftswissenschaften
---------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierenden können Kurvendiskussionen bei Funktionen einer und zweier Variablen, Extremwertbestimmungen mit und ohne Nebenbedingungen durchführen, Elastizitäten berechnen und diese Erkenntnisse und Methoden auf konkrete mikroökonomische und betriebswirtschaftliche Fragestellung anwenden.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Funktionen einer Variabler (Eigenschaften, Differenzialrechnung, Wachstumsraten, Elastizitäten, Kurvendiskussion: Nullstellen- und Extremwertbestimmung)</li><li>2. Funktionen mehrerer Variabler (Darstellung, Isoquanten, Differenzialrechnung, partielle Elastizitäten, Homogenität, Extremwertbestimmung)</li><li>3. Extremwertbestimmungen bei Funktionen mehrerer Variabler unter Nebenbedingungen mit dem Lagrange-Verfahren</li></ol>			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Vorlesung, Tutorium			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Vorlesung mit fragend-entwickelnder Methode Begleitetes Selbststudium vorlesungsbegleitende Tutorien mit gemeinsamem Lösen der Aufgaben			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> Hohlstein, M.: Grundzüge der Mikroökonomie - Mathematische Grundlagen der Volkswirtschaftslehre, 2. Aufl., München 2021 Schwarze, J.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, 3 Bände, 14. Aufl., Herne 2015 Luderer, B., Würker, U.: Einstieg in die Wirtschaftsmathematik, 9. Aufl., Stuttgart 2014 Luderer, B., Paape, C., Würker, U.: Arbeits- und Übungsbuch Wirtschaftsmathematik, 6. Aufl., Stuttgart 2012 Dörsam, P. Mathematik - anschaulich dargestellt . für Studierende der Wirtschaftswissenschaften, 16. Aufl., Heideau 2014			
<b>Besonderes</b> Angebot zur Teilnahme an einem Mathematik-Aufbaukurs zur Wiederholung der Schulmathematik bzw. Vorbereitung aufs Studium zu Semesterbeginn. Im Rahmen des IBIS-Projekts Durchführung einer Potenzialanalyse zur Selbsteinschätzung der individuellen mathematischen			

Grundkenntnisse und Fähigkeiten der Studierenden Vorlesungsbegleitende Tutorien zur Wiederholung und Vertiefung des Vorlesungsstoffes anhand konkreter Aufgaben Alle Tutor(inn)en werden im Rahmen der hochschulinternen Didaktik-Schulung ausgebildet Der Anwendungsbezug der Mathematik wird besonders betont, insbesondere auch als "Werkzeug" zur Bearbeitung mikroökonomischer Problemstellungen.

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 2,50	<b>Gruppeneinteilung</b> ja	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 1 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 28,1 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 46,9 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 4,0 Std.

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-006-02	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Mikroökonomik
---------------------------	-----------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
<b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Fach</b>			
Die Studierenden können typische mikroökonomische und betriebswirtschaftliche Entscheidungsprobleme verstehen und lösen sowie das Zusammenspiel dieser Entscheidungen auf Märkten erkennen. Zudem wissen sie die wettbewerbspolitischen Instrumente des Staates zu beurteilen.			
<b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen bezogen auf Systeme</b>			
Die Studierenden können die Vorteile der freien Preisbildung erkennen, die maßgeblich für die volkswirtschaftliche Grundordnung bzw. das Wirtschaftssystem Deutschlands und anderer Länder ist sowie die Notwendigkeit und Problematik staatlicher Eingriffe in dieses System anhand der Kriterien Zielerreichungsgrad, Effizienz und Systemkonformität beurteilen.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b>			
1. Die Bedeutung der freien Preisbildung für marktwirtschaftliche Systeme (Markträumungs-, Allokations-, Distributions- und andere Preisfunktionen)			
2. Haushaltstheorie und Güternachfrage (Determinanten der Güternachfrage, individuelle und aggregierte Nachfragefunktionen, Werbung und Nachfrageinterdependenzen)			
3. Unternehmenstheorie und Güterproduktion (Produktions-, Kosten- und Angebots-funktionen, Betriebsoptimum)			
4. Freie Preisbildung bei unterschiedlichen Marktformen (Polypol, Monopol, Oligopol, Wettbewerbspolitische Implikationen)			
5. Möglichkeiten und Folgen einer staatlichen Beeinflussung der Preisbildung (Ziele, Rechtfertigung, Wirkungen und Beurteilung verschiedener Instrumente)			
<b>Lehr-/Lernformen</b>			
Vorlesung, Tutorium			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b>			
Vorlesung mit fragend-entwickelnder Methode			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b>			
Hohlstein, M.: Grundzüge der Mikroökonomie - Mathematische Grundlagen der Volkswirtschaftslehre, 2. Aufl., München 2021			
Hohlstein, M. u.a.: Lexikon der Volkswirtschaft, 3. Aufl., München 2009			

Schumann, J. u. a.: Grundzüge der mikroökonomischen Theorie, 9. Aufl., Berlin u.a.O. 2011

Varian, H.: Grundzüge der Mikroökonomie, 9. Aufl., München / Wien 2016

Varian, H.: Intermediate Microeconomics, 9th ed., New York, 2019

**Besonderes**

Um den Anwendungsbezug des vermittelten Wissens und der vermittelten Methoden zu betonen, dient die Vorlesung zum Bearbeiten der Aufgaben der Übung zur Mikroökonomie (Lehrveranstaltung I.6.3). Das Vorlesungsskript vermittelt das Grundlagenwissen, das in der Vorlesung durch Schwerpunktsetzung und Auswahl der vertiefenden Beispiele konkretisiert wird.

**Organisation**

<b>Präsenz in SWS</b> 2,50	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 1 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 28,1 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 40,4 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 2,4 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-089	<b>Modulbezeichnung</b> 101-089 Vertragsrecht
------------------------	--------------------------------------------------

### Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p><b>Qualifikationsziele</b></p> <p>Übergeordnetes Hauptziel des Moduls ist es, dass die Studierenden die grundlegenden rechtlichen <b>Inhalte und Methoden</b> des Vertragsmanagements kennen und verstehen und darüber hinaus in der Lage sind, dieses Wissen auf praktische Fragestellungen zu übertragen und konkret anzuwenden.</p> <p>Über diese Wissens- und Methodenebene hinaus wird durch die Zusammenführung der rechtlichen und wirtschaftsrechtlichen Aspekte des Vertragsmanagements sowohl unter Privaten als auch unter Kaufleuten in einem Modul die <b>systemische Kompetenz</b> der Studierenden gefördert: Sie sollen in die Lage versetzt werden, die komplexen Interdependenzen zwischen der Theorie und der unmittelbaren praktischen Anwendung der wirtschaftsrechtlichen Grundlagen in einem Unternehmen zu durchschauen und erfolgreich zu meistern.</p> <p>Durch die Übungen in Gruppen (Zwang zur gemeinsamen Entscheidungsfindung) werden schließlich auch die <b>sozialen Fertigkeiten</b> der Studierenden gefördert.</p>
<p><b>Inhalte</b></p> <p>Rechtliche Aspekte des Vertragsmanagements: Vertragsparteien, Vertragsschluss, Vertragsinhalte, Vertragsdurchführung, Vertragsbeendigung, Vertragsstörungen unter Berücksichtigung handelsrechtlicher Komponenten, BGB, HGB, Nebengesetze</p> <p>Fallübungen mit konkreten wirtschaftsrechtlichen Fragestellungen aus den genannten Unternehmensbereichen</p>
<p><b>Lehr-/Lernformen</b></p> <p>Vorlesung mit Übung</p>

### Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Die Teilnahme erfordert keine spezifischen juristischen oder betriebswirtschaftlichen Kenntnisse und Fertigkeiten, da sie sich an die Studierenden des ersten Semesters richtet. Kompetenzen im Hinblick auf systematische Arbeit und sprachliche Erarbeitung von Texten sind erforderlich
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Vgl. Literaturangaben sowie die Hinweise zu den einzelnen Lehrveranstaltungen

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Nachgelagertes Modul Wirtschaftsrecht II, nachfolgendes Modul IV.2 Wirtschaftsrecht III; Unternehmensführung, Gesellschaftsrecht sowie entsprechende Veranstaltungen in den Vertiefungsprogrammen
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b>
Die Grundlagen des Vertragsmanagements und des Allgemeinen Teils der Rechtswissenschaft haben unmittelbare Bezüge zu den Fragen nachhaltiger Unternehmensorganisation und –führung, Corporate Governance, Corporate Responsibility und Corporate Compliance

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Klausur (90 Minuten)	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Katja Gabius		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> keine	<b>ECTS-Punkte</b> 4,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 4,00 x 25 Stunden = 100,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 45,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 55,0 Std. / 55,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b>

## Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-089-01	Wirtschaftsrecht I : Rechtsgeschäftslehre
101-089-02	Übungen

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-089-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Wirtschaftsrecht I : Rechtsgeschäftslehre
---------------------------	---------------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
<b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen:</b>			
Die Studierenden lernen die wesentlichen fachlichen und methodischen Grundlagen der Rechtsgeschäftslehre, des Handelsrechts und des Vertragsmanagements kennen und sind in der Lage, diese auf konkrete Fragestellungen zu übertragen und auf neue praktische Fälle anzuwenden.			
<b>Systemische Kenntnisse und Fertigkeiten:</b>			
Die Studierenden erkennen die Wechselwirkungen zwischen betriebswirtschaftlichen Fragestellungen und dem Recht als integralem Bestandteil jeglichen unternehmerischen Handelns. Sie sind in der Lage, rechtliche Grenzziehungen bei der Ausgestaltung ihrer unternehmerischen Entscheidungen zu berücksichtigen und ihr Handeln danach auszurichten.			
<b>Fertigkeiten bezogen auf Selbstorganisation:</b>			
Die Studierenden verarbeiten selbständig die Inhalte der Vorlesung und üben die Methoden an vorgegebenen Aufgabenstellungen anhand ausgegebener Materialien ein.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b>			
Vertragsmanagement: Vertragsparteien (Rechtsfähigkeit, Geschäftsfähigkeit, natürliche und juristische Personen, Kaufleute; Handelsregister), Vertragsinhalte, Vertragsschluss (Willenserklärung, Irrtum, Anfechtbarkeit, Stellvertretung, Prokura, Handelsbrauch), Vertragsbeendigung (Erfüllung, Widerruf, Anfechtung); Grundzüge der Leistungsstörungen			
<b>Lehr-/Lernformen</b>			
Vorlesung mit Übung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b>			
Diskussionen, Übungen, Fallanalysen, fragend-entwickelnde Gruppenarbeiten			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b>			
<ul style="list-style-type: none"><li>• Vorlesungsskript</li><li>• BGB Beck Texte im dtv</li><li>• Zivilrecht Wirtschaftsrecht</li><li>• Schönfelder Deutsche Gesetze Textsammlung, Beck, Loseblattsammlung mit Ergänzungslieferungen</li></ul>			

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bähr Grundzüge des bürgerlichen Rechts</li> <li>• Brox/Walker           BGB Allgemeiner Teil''</li> <li>• Förschler, Peter:    Privatrecht</li> <li>• Führich, Ernst      Wirtschaftsprivatrecht</li> <li>• Klunzinger           Einführung in das bürgerliche Recht</li> <li>• Köhler                BGB Allgemeiner Teil</li> <li>• Larenz/Wolf         Allgemeiner Teil des Bürgerlichen Rechts</li> <li>• Müssig, Peter:       Wirtschaftsprivatrecht, C.F. Müller Verlag</li> <li>• Schünemann, W.B.   Wirtschaftsprivatrecht, UTB</li>   <li>• Schwab               Einführung in das Zivilrecht</li> <li>• Schwab               Falltraining im Zivilrecht</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-     Alpmann/Schmidt (Juristische Lehrgänge):</li> <li>-     BGB AT 1</li> <li>-     BGB AT 2,</li> <li>-     Grundlagen Wissen Zivilrecht BGB AT Falltechnik,</li> <li>-     Grundlagen Wissen Zivilrecht 2 Schuldrecht</li> <li>-     Gesetzeskommentar: Palandt, Bürgerliches Gesetzbuch</li> </ul>
<b>Besonderes</b>

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 3,00	<b>Gruppeneinteilung</b> ja	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 1 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 33,8 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 35,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b>

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-089-02	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Übungen
---------------------------	-----------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
<b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Fach:</b>			
Die Studierenden lernen unter Anleitung die Vorgehensweise bei der juristischen Falllösung im Gutachten und die Formulierungen der Arbeitsschritte, sie sind in der Lage eigenständig neuartige Fragestellungen nach diesem System zu bearbeiten und einer korrekten Lösung zuzuführen.			
<b>Systemische Kenntnisse und Fertigkeiten:</b>			
Die Studierenden verstehen die unterschiedlichen Vorgehensweisen im Gutachten und Urteil und können dies auf andere Bereiche unternehmerischer Fragestellungen übertragen.			
<b>Fertigkeiten bezogen auf Selbstorganisation:</b>			
Die Studierenden verarbeiten selbständig die Inhalte der Übung und üben die Methoden an vorgegebenen Aufgabenstellungen anhand ausgegebener Materialien ein.			
Durch die Übungen in Gruppen (Zwang zur gemeinsamen Entscheidungsfindung) werden schließlich auch die <b>sozialen Fertigkeiten</b> der Studierenden gefördert.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b>			
Systematische Vorgehensweise bei der Falllösung, als materielle Inhalte werden die Inhalte aus den beiden anderen Modulfächern aufgegriffen			
<b>Lehr-/Lernformen</b>			
Übung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b>			
Übungen, Lernteamcoaching, Fallanalysen, Gruppenarbeit			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b>			
- Ausgegebene Fälle			
- Förchler, Peter: Privat- und Prozessrecht, Übungsfälle, 8. Aufl. Bad Wörishofen 2010			
- Schwab: Falltraining im Zivilrecht			
<b>Besonderes</b>			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 1,00	<b>Gruppeneinteilung</b> ja	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 1 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 11,2 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 20,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b>

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-095	<b>Modulbezeichnung</b> 101-095 Methodische Grundlagen I
------------------------	-------------------------------------------------------------

### Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Das übergeordnete Ziel des Moduls besteht darin, dass die Studierenden die Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens beherrschen, um eine eigenständige Seminararbeit anfertigen zu können. Die fachlichen bzw. methodischen Kompetenzen bestehen vor allem darin, qualifiziert Quellen zu recherchieren und auszuwerten, eine eigene wissenschaftliche Arbeit anzufertigen. Da dies die Grundlage jeder wissenschaftlichen (Berufs-)Tätigkeit ist, stellt sie zugleich die Systemkompetenz dar. Kompetenzen in der Selbstorganisation erwerben die Studierenden dadurch, dass Ihnen die Grundregeln des wissenschaftlichen Arbeitens vermittelt werden und sie selbstständig eine Forschungsfrage und eine Gliederung erstellen und eine kurze Textpassage schreiben müssen.
<b>Inhalte</b> Qualifizierte Quellenrecherche Entwickeln eines Textverständnisses für wissenschaftliche Texte Strukturierung von Inhalten Techniken beim Anfertigen einer eigenständigen wissenschaftlichen Arbeit Anfertigung einer eigenen Gliederung von Seminararbeiten Verbale Textgestaltung Einsatz und Interpretation von Zahlen und Abbildungen in Hausarbeiten Fehleranalyse bei geschriebenen Hausarbeiten
<b>Lehr-/Lernformen</b>

### Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Formale Teilnahmevoraussetzungen existieren nicht. Das Bestehen der Modulprüfung erfordert ein gewisses Textverständnis für wissenschaftliche Quellen und die Fähigkeit, selbst deutsche Texte zu formulieren.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Siehe Literaturangaben und Hinweise bei der Lehrveranstaltung

### Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Nachfolgende Module: Methodische Grundlagen II, Methodische Grundlagen III, Bachelorarbeit
-------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------

Einsatz in anderen Studiengängen	
----------------------------------	--

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte
---------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer	Anteil in %
Klausur (60 Minuten) + S	60 % - 40%

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Michael Hohlstein		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> keine	<b>ECTS-Punkte</b> 4,00	<b>Präsenz in SWS</b> 2,00
<b>Workload</b> 4,00 x 25 Stunden = 100,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std. / 22,5 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 27,5 Std. / 27,5 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 50,0 Std. / 50,0 %

## Ausgestaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
101-095-01	Methodische Grundlagen 1

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-095-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Methodische Grundlagen 1
---------------------------	----------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
<b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Fach</b>			
<p>Die Studierenden können qualifiziert Quellen recherchieren und auswerten, zum jeweiligen, Ihnen bis dahin unbekanntem Thema eine strukturierte Gliederung mit geeigneter Schwerpunktsetzung erstellen und eine eigene wissenschaftliche Arbeit zum Thema anfertigen. Dabei spielen u. a. das Erfassen und Verstehen fremder Texte, eine geschickte, überzeugende Argumentation sowie eine gefällige und sprachlich fehlerfreie Formulierung eine große Rolle.</p>			
<b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen bezogen auf Systeme</b>			
<p>Die Studierenden sind befähigt, wissenschaftlich zu arbeiten, wobei sie Kenntnisse aus verschiedenen Teilgebieten der Betriebswirtschaftslehre berücksichtigen und miteinander verbinden.</p>			
<b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen bezogen auf die Selbstorganisation</b>			
<p>Die Studierenden recherchieren selbständig und wenden dabei die Grundregeln des wissenschaftlichen Arbeitens auf verschiedene wirtschafts- und sozialwissenschaftliche Themen an. Zudem fertigen sie selbständig eine erste, kleine Hausarbeit an.</p>			
<b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen bezüglich des Sozialverhaltens</b>			
<p>Die Studierenden arbeiten bei den Übungen in Gruppen und stellen ihre Ergebnisse gemeinsam vor. Dabei bedarf es eines ausgeprägten, funktionierenden Sozialverhaltens.</p>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b>			
1. Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens			
2. Formalia (Bestandteile einer wissenschaftlichen Arbeit)			
3. Zitation			
4. Quellenrecherche			
5. Gliederung einer wissenschaftlichen Arbeit			
6. Textverständnis und eigene Argumentation			
7. Verbale Gestaltung von Hausarbeiten			
8. Einsatz von Statistiken und Grafiken in Hausarbeiten			
<b>Lehr-/Lernformen</b>			
Vorlesung mit Übung			

<p><b>Lehr-/Lernmethoden</b></p> <p>Vorlesung mit fragend-entwickelnder Methode</p> <p>Begleitetes Selbststudium</p> <p>Coaching beim Schreiben eines eigenen Textes</p> <p>Gruppenarbeit</p> <p>Gemeinsame Fehleranalyse</p>
<p><b>Literatur/Lehrmaterial</b></p> <p>Esselborn-Krumbiegel, H.: Richtig wissenschaftlich schreiben: Wissenschaftssprache in Regeln und Übungen, 5. Aufl., Paderborn 2017</p> <p>Fitzke, C. u. a.: Wie man eine wissenschaftliche Arbeit erstellt. Ein Leitfaden für Studierende der HfWU Nürtingen-Geislingen, Nürtingen 2018, zum Download auch online in neo</p> <p>Franck, N., Stary, J.: Die Technik wissenschaftlichen Arbeitens, 17. Aufl., Paderborn 2013</p> <p>Kornmeier, M.: Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht, 8. Aufl., Bern 2018.</p> <p>Niederhauser, J.: Duden: Die schriftliche Arbeit, 3. Aufl., Mannheim 2019.</p> <p>Theisen, R.: Wissenschaftliches Arbeiten: Technik-Methoden-Form, 17. Aufl., München 2017</p>
<p><b>Besonderes</b></p> <p>Übungen zu Textverständnis</p> <p>Übungen zur Strukturierung von wissenschaftlichen Arbeiten</p> <p>Analyse früherer Seminararbeiten</p> <p>in die LV integrierte Bibliothekseinführung und Quellenrecherche</p> <p>Vorbereitung zum Erstellen einer ersten eigenen wissenschaftlichen Arbeit</p> <p>Coaching beim Schreiben eines kurzen wissenschaftlichen Textes</p>

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> ja	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 2 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 27,5 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 50,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-009	<b>Modulbezeichnung</b> 101-009 Empirische Methoden I
------------------------	----------------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> In diesem Modul sollen die Studierenden die Kompetenz erwerben, komplexe quantitative Informationen richtig zu verstehen, im betriebswirtschaftlichen Kontext sachgerecht anzuwenden und zu interpretieren und schließlich als Entscheidungsgrundlage zu nutzen. Ziel des Moduls ist somit nicht nur die Vermittlung eines methodischen Instrumentariums, sondern auch das Einüben der eigenständigen Anwendung der Methoden bis hin zur Diskussion verschiedener Lösungsansätze und Interpretationsmöglichkeiten in der Gruppe.
<b>Inhalte</b> Deskriptive Statistik und Grundlagen der Stochastik
<b>Lehr-/Lernformen</b>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Solide Kenntnisse der Schulmathematik, analytisches Denkvermögen, Bereitschaft zu aktiver Mitarbeit in der Vorlesung und eigenständigem Arbeiten bzw. Gruppenarbeit (Nachbereitung, Hausaufgaben)
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Ggf. Nutzung von Zusatzangeboten zur Verbesserung der Mathematik-Kenntnisse

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Das Modul ist das erste in einem zweisemestrigen Zyklus (Empirische Methoden I und II).
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b>
----------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Klausur (90 Minuten)	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. oec. Sebastian Moll		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b> Dr. Konstantin Kuck		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> keine	<b>ECTS-Punkte</b> 5,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 5,00 x 25 Stunden = 125,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 36,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 60,0 Std. / 48,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 20,0 Std. / 16,0 %

## Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-009-01	Deskriptive Statistik und Grundlagen der Stochastik

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-009-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Deskriptive Statistik und Grundlagen der Stochastik
---------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierenden sollen in dem Modul lernen, <ul style="list-style-type: none"><li>• aus statistischen Daten Häufigkeitsverteilungen zu erstellen und diese tabellarisch bzw. grafisch darzustellen,</li><li>• statistische Kenngrößen (Mittelwerte, Streuungs- und Assoziationsmaße, Indexzahlen) zu berechnen,</li><li>• die Aussage statistischer Kenngrößen im praktischen Anwendungskontext zu verstehen und richtig zu interpretieren,</li><li>• mit mathematisch-statistischen Methoden Prognosen zu erstellen und deren Güte zu beurteilen sowie</li><li>• die wichtigsten Regeln der Wahrscheinlichkeitsrechnung zu verstehen und wichtige Wahrscheinlichkeitsverteilungen (Modelle) praktisch anzuwenden.</li><li>• die Standardsoftware MS Excel zur Arbeit mit empirischem Datenmaterial einzusetzen und die theoretisch erlernten Konzepte mit Hilfe geeigneter Funktionen umzusetzen.</li></ul>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Einführung in die statistische Methodenlehre</li><li>• Eindimensionale Häufigkeitsverteilungen</li><li>• Zweidimensionale Häufigkeitsverteilungen</li><li>• Regressionsanalyse</li><li>• Zeitreihenanalyse</li><li>• Grundlagen der Wahrscheinlichkeitsrechnung</li></ul>			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Vorlesung mit Übung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Interaktives Lehrgespräch</li><li>• Fallstudien und Anwendungsbeispiele</li><li>• Übungen zur Anwendung der Konzepte in MS Excel in Gruppenarbeit</li><li>• Hausaufgaben (mit anschließender Diskussion)</li></ul>			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Wewel, M.C.: Statistik im Bachelor-Studium der BWL und VWL, 4. Auflage, Pearson: München/Boston 2014</li><li>• Vorlesungshandout</li></ul>			

**Besonderes**

Begleitend wird ein optionales Tutorium in Kleingruppen angeboten, die von didaktisch geschulten fortgeschrittenen Studierenden geleitet werden.

**Organisation**

<b>Präsenz in SWS</b> 4,00	<b>Gruppeneinteilung</b> ja	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 2 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 60,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 20,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-010	<b>Modulbezeichnung</b> 101-010 Beschaffung und Produktion
------------------------	---------------------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Übergeordnete Ziele des Moduls bestehen darin, dass die Studierenden Grundbegriffe und Grundzusammenhänge des Themenbereichs Beschaffung und Produktion kennen und aktiv in realer Aufgabenstellung anwenden können.
<b>Inhalte</b> siehe Inhalte zu den Teilvorlesungen 101-010-01 Produktion und 101-010-02 Beschaffung
<b>Lehr-/Lernformen</b>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	keine besonderen Voraussetzungen
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	nicht erforderlich

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Grundlage für IHL1, IHL-2 und IHL4 im Vertiefungsstudium im 6./7. Semester
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b> An den entsprechenden inhaltlichen Stellen wird auch auf Aspekte von Nachhaltigkeit eingegangen.
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer	Anteil in %
Klausur (90 Minuten)	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Christoph Zanker

<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b> Prof. Dr. Sabine Biege		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> keine	<b>ECTS-Punkte</b> 5,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 5,00 x 25 Stunden = 125,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 36,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 80,0 Std. / 64,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 0,0 Std. / 0,0 %

### Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-010-01	Produktionsmanagement
101-010-02	Beschaffungsmanagement

<b>Code</b> 101-010-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Produktionsmanagement
---------------------------	-------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
Kenntnisse und Fertigkeiten im Fach:			
Die Studierenden lernen die wesentlichen fachlichen und methodischen Grundlagen der Produktionswirtschaft und sind in der Lage, diese in praktischen Situationen anzuwenden.			
Systemische Kenntnisse und Fertigkeiten:			
Die Studierenden verstehen, dass Entscheidungen im Bereich Produktion unter Zusammenwirken mehrerer unternehmensinterner Interessengruppen (Einkauf, Controlling & Finanzen, Entwicklung) und unternehmensexterner Interessengruppen (Material-Lieferanten, Kunden) getroffen werden. Sie werden in die Lage versetzt, die multiplen und oft gegensätzlichen Interessen bei der Problemlösung zu berücksichtigen.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Betriebliche Wertschöpfung</li> <li>• Produktionsressourcen</li> <li>• Transformationsprozess</li> <li>• Produktionsorganisation</li> <li>• Produktionsfunktion, -verfahren, -planung</li> <li>• Operative Produktionssteuerung</li> </ul>			
<b>Lehr-/Lernformen</b>			
Vorlesung mit Übung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b>			
Vorlesung mit eingestreuten Übungen			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Skript mit Übungsaufgaben</li> <li>• Literaturangaben im Skript</li> </ul>			
<b>Besonderes</b>			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 2 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch oder Englisch
-------------------------------	----------------------------------	-----------------------------------------------	-----------------------------------------

<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 40,0 Std.	<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 0,0 Std.
-------------------------------------	------------------------------------------------------	------------------------------------------------

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-010-02	Beschaffungsmanagement

**Ausgestaltung**

<b>Qualifikationsziele</b>			
Kenntnisse und Fertigkeiten im Fach:			
Die Studierenden erlangen ein grundlegendes Verständnis der betrieblichen Beschaffung als Teil der Wertschöpfung. Sie kennen die wesentlichen Aufgaben, Prozesse und Methoden des Beschaffungsmanagements, von der Bedarfsermittlung über die Beschaffungsmarktforschung bis zur Bestellung und dem Lieferantenmanagement. Sie können typische Entscheidungsfelder wie Make-or-Buy, Bestellpolitik und Lieferantenauswahl sachgerecht analysieren und in den Unternehmenskontext einordnen. Dabei verstehen sie die Rolle des Einkaufs als Schnittstelle zwischen internen Bedarfsträgern und externen Märkten.			
Systemische Kenntnisse und Fertigkeiten: Die Studierenden begreifen Beschaffungsentscheidungen als bereichsübergreifende Managementaufgabe, die von verschiedenen internen (z. B. Produktion, Controlling, Entwicklung, Logistik) und externen (z. B. Lieferanten, Dienstleister, gesetzliche Rahmenbedingungen) Akteuren beeinflusst wird. Sie erkennen typische Zielkonflikte (z. B. Versorgungssicherheit vs. Wirtschaftlichkeit) und lernen, diese mithilfe geeigneter Methoden (ABC-/XYZ-Analyse, Portfolio-Ansätze, Break-even-Analyse etc.) strukturiert zu bewerten.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Lehr-/Lernformen</b>			
Vorlesung mit Übung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b>			
Vorlesung mit zahlreichen Übungen			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b>			
Umfangreiches Skript und Übungsaufgaben			
Literatur, jeweils neueste Auflage (weitere Literaturangaben im Skript):			
- Kummer, S. u.a.: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik, Verlag: Pearson			
<b>Besonderes</b>			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> ja	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 2 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 40,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 0,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-011	<b>Modulbezeichnung</b> 101-011 Volkswirtschaftslehre II
------------------------	-------------------------------------------------------------

### Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Übergeordnetes Hauptziel des Moduls ist es, dass die Studierenden die grundlegenden Inhalte und Methoden der makroökonomischen Analyse erkennen, verstehen und anwenden lernen. Die zu erwerbende Fachkompetenz besteht vor allem in den konjunktur- und wachstumstheoretischen Zusammenhängen sowie dem Einfluss des monetären Sektors einer Volks- bzw. der Weltwirtschaft auf die realwirtschaftliche Entwicklung. Die Systemkompetenz besteht darin, dass die Studierenden die Vor- und Nachteile eines liberalen Weltwirtschaftssystems mit Freihandel und unbeschränktem Kapitalverkehr sowie die Notwendigkeit einer einheitlichen Geld- und Währungspolitik beurteilen können. Selbstkompetenz erwerben die Studierenden insbesondere durch die selbständige Bearbeitung von Fallstudien. In diesen werden die in den Vorlesungen erworbenen Fach- und Methodenkenntnisse genutzt, um das jeweilige Frühjahrs- bzw. Herbstgutachten der führenden Wirtschaftsforschungsinstitute unter konkreten Fragestellungen auszuwerten. Die Anfertigung des dabei als Prüfungsleistung zu erstellenden papers erfolgt in Gruppenarbeit, was die Sozialkompetenz der Studierenden fördert.
<b>Inhalte</b> Gesamtwirtschaftlicher Zusammenhänge (Konjunkturentwicklung, langfristiges Wirtschaftswachstum, Preisniveau und Inflation, gesamtwirtschaftliche Beschäftigung und Arbeitslosigkeit) Weltwirtschaftlicher Zusammenhänge (Zahlungsbilanzen, Wechselkurse, Welthandel, Kapitalströme und –verflechtungen, Devisenmärkte, reale und monetäre internationale Wirtschaftszusammenhänge) Makroökonomischer Analysemethoden (Beschreibung, Erklärung, Prognose und Gestaltung gesamtwirtschaftlicher Entwicklungen, wirtschaftspolitische Beratung) Wirtschaftspolitische Instrumente (Politische Institutionen, Wirtschaftspolitische Ziele, Rechtliche Zuständigkeiten, Steuern, Staatsausgaben, Geldpolitik, Zölle, Kontingente, etc.) Zusammenhänge zwischen Diagnose, Analyse, Prognose und wirtschaftspolitischer Gestaltung makroökonomischer Prozesse Interaktive Vorlesungen (Lehrveranstaltungen II.4.1 und II.4.2) Problemorientierte Bearbeitung von Fallstudien mit Erstellung eines Gruppenpapers, Beratungsmöglichkeit und Feedbackgespräch (Lehrveranstaltung II.4.3)
<b>Lehr-/Lernformen</b> Arbeitsgemeinschaft

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Formale Teilnahmevoraussetzungen existieren nicht. Die Teilnahme am vorgelagerten Modul Volkswirtschaftslehre I erleichtert jedoch das Verständnis für volkswirtschaftliche Denkweisen erheblich. Das Anfertigen einer schriftlichen Hausarbeit (Fallstudien zur Makroökonomik) in Gruppenarbeit erfordert zudem ein gewisses Maß an Selbst- und an Sozialkompetenz.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Siehe Literaturangaben und Hinweise bei einzelnen Lehrveranstaltungen

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Vorgelagerte Module: Volkswirtschaftslehre I, nachgelagerte Module: volkswirtschaftliche Module im Vertiefungsstudium
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b>
Es werden soziale und ökonomische Aspekte nachhaltiger Entwicklung (insbesondere die Bedeutung des demografischen Wandels und die Rolle des „Produktionsfaktors“ Umwelt für das langfristige Wirtschaftswachstum) analysiert.

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer	Anteil in %
Klausur (90 Minuten)	

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Michael Hohlstein		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b> Prof. Dr. Herbert Sperber		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> keine	<b>ECTS-Punkte</b> 5,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 5,00 x 25 Stunden = 125,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 36,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 73,2 Std. / 58,6 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b>

**Ausgestaltung**

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-011-01	Reale Wirtschaftstheorie und -politik
101-011-02	Geld- und Währungstheorie und -politik
101-011-03	Fallstudien zur Makroökonomik

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-011-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Reale Wirtschaftstheorie und -politik
---------------------------	-----------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
<b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Fach</b>			
Die Studierenden können makroökonomische Zusammenhänge zwischen den wichtigen gesamtwirtschaftlichen Größen verstehen und die Wirkungsweise der Veränderung aktueller gesamtwirtschaftlicher Rahmenbedingungen erkennen. Zudem wissen sie die konjunktur-, wachstums- und außenwirtschaftspolitischen Instrumente des Staates zu beurteilen.			
<b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen bezogen auf Systeme</b>			
Die Studierenden können das Zusammenspiel von gesamtwirtschaftlichem Angebot und gesamtwirtschaftlicher Nachfrage erkennen, die maßgeblich für die Konjunkturentwicklung in Deutschland und anderen Ländern ist, sowie die Notwendigkeit und Problematik staatlicher Konjunktur- und Wachstumspolitik beurteilen.			
<b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen bezogen auf die Selbstorganisation</b>			
Die Studierenden wenden die Inhalte der Vorlesung v. a. in der Lehrveranstaltung Fallstudien zur Makroökonomik (s. II.4.3) auf konkrete Fragestellungen an.			
<b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen bezüglich des Sozialverhaltens</b>			
Die Studierenden wenden die Inhalte der Vorlesung in der Lehrveranstaltung Fallstudien zur Makroökonomik (s. II.4.3) an, in der ein paper in Gruppenarbeit zu erstellen ist.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b>			
1. Wichtige volkswirtschaftliche Fragestellungen (Konjunktur, Wachstum, Preisniveau / Inflation, Beschäftigung / Arbeitslosigkeit, Außenwirtschaft)			
2. Die Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung (Entstehungs-, Verwendungs- und Verteilungsrechnung, Deflationierung, Kurz- und langfristige Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts BIP)			
3. Konjunkturtheorie und -politik (Konjunkturphasen, Determinanten der gesamtwirtschaftlichen Angebots- und Nachfragefunktion, Effekte gesamtwirtschaftlicher Vorgänge auf BIP und Preisniveau, Zielsetzungen, Instrumente, Effekte und Zielkonflikte „keynesianischer“ Konjunkturpolitik“)			
4. Wachstumstheorie und -politik (Wachstumsdeterminanten: die volkswirtschaftliche Produktionsfunktion: Produktionsfaktoren, Technik, Handelsbeziehungen, Maßnahmen zur Vermehrung und Intensivierung der gesamtwirtschaftlichen Produktionsfaktoren sowie zur Verbesserung der Rahmenbedingungen)			

- 5. Arbeitsmarkt- und Beschäftigungspolitik (Arbeitslosigkeitsursachen, Arbeitsmarktstatistik, Maßnahmen der Arbeitsmarkt- und Beschäftigungspolitik)
- 6. Reale Außenwirtschaftstheorie und -politik (Zahlungsbilanz, Außenwirtschaftliches Gleichgewicht, Freihandel, Zölle, Kontingente, Subventionen)

**Lehr-/Lernformen**

Vorlesung

**Lehr-/Lernmethoden**

Vorlesung mit fragend-entwickelnder Methode

Gemeinsames Lösen von Aufgaben

**Literatur/Lehrmaterial**

Hohlstein, M. u.a.: Lexikon der Volkswirtschaft, 3. Aufl. , München 2009

Mankiw, G. N.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, deutsche Übersetzung von A. Wagner, 5. Aufl., Stuttgart 2012

Mankiw, G. N.: Macroeconomics, 7thed., New York 2009

Mankiw, G. N.: Principles of Economics, 6thed., New York 2011

Sperber, H. : Wirtschaft verstehen, 4. Aufl., Stuttgart 2012

Vorlesungsskript

**Besonderes**

Vertiefung des Lehrstoffes durch Bearbeitung in die Vorlesung integrierter Übungsaufgaben

Hoher Aktualitätsbezug durch Bezugnahme auf das jeweils aktuelle Frühjahrs- und Herbstgutachten der führenden Wirtschaftsforschungsinstitute

Hoher Anwendungsbezug der Vorlesung, die als Vorbereitung zu den Fallstudien zur Makroökonomie (Lehrveranstaltung II.4.3) dient

**Organisation**

<b>Präsenz in SWS</b> 2,50	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 2 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 28,1 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 34,4 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 0,0 Std.

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-011-02	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Geld- und Währungstheroeie und -politik
---------------------------	-------------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
<b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Fach</b> Die Studierenden können makroökonomische Zusammenhänge zwischen den wichtigen monetären Größen in einer Volkswirtschaft und in der Weltwirtschaft verstehen und die Wirkungsweise der Veränderung von Geldmenge und Wechselkursen auf wichtige gesamtwirtschaftlichen Größen. Zudem wissen sie die geld- und währungspolitische Instrumente des Staates zu beurteilen.			
<b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen bezogen auf Systeme</b> Die Studierenden können das Zusammenspiel von monetären und realen volkswirtschaftlichen Größen erkennen, die maßgeblich für die Konjunkturentwicklung in Deutschland und anderen Ländern ist, sowie die Notwendigkeit und Problematik der Geld- und Währungspolitik vor dem Hintergrund von Globalisierung und internationaler Kapitaltransaktionen beurteilen.			
<b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen bezogen auf die Selbstorganisation</b> Die Studierenden wenden die Inhalte der Vorlesung v. a. in der Lehrveranstaltung Fallstudien zur Makroökonomik (s. II.4.3) auf konkrete Fragestellungen an.			
<b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen bezüglich des Sozialverhaltens</b> Die Studierenden wenden die Inhalte der Vorlesung in der Lehrveranstaltung Fallstudien zur Makroökonomik (s. II.4.3) an, in der ein paper in Gruppenarbeit zu erstellen ist.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> Die Studierenden werden zunächst mit den zentralen Fragestellungen und Analysekonzepten der Geldtheorie (Geldbegriff, Geldfunktionen, Geldmengenkonzeptionen, Geldschöpfung, Geldnachfrage, Kassenhaltungsmotive) vertraut gemacht. Darauf aufbauend werden die Instrumente (Geldmengensteuerung, Zinspolitik), die Strategie (Inflationsvermeidung, potenzialorientierte Geldpolitik) und die Wirkungsweise (Zins-, Vermögens- und Wechselkurseffekte, Investitions- und Liquiditätsfalle) der Geldpolitik analysiert. Ferner werden den Studierenden die Mechanismen des internationalen Wirtschafts- und Währungsgeschehens (Global Governance, Internationale Institutionen, Internationaler Zins-, Konjunktur- und Preiszusammenhang) sowie die Vorgänge auf dem Devisenmarkt (Wechselkurssysteme, Devisenmarktgeschäfte, Determinanten des Wechselkurses) vermittelt.			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Vorlesung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b>			

Vorlesung mit fragend-entwickelnder Methode
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> Hohlstein, M. u.a.: Lexikon der Volkswirtschaft, 3. Aufl. , München 2009 Görgens, E. et. al.: Europäische Geldpolitik, 5. Aufl., Stuttgart 2008 Issing, O.: Einführung in die Geldtheorie, 15. Aufl., München 2011 Sperber, H.: Wirtschaft verstehen, 4. Aufl., Stuttgart 2012 Sperber, H./ Sprink, J.: Internationale Wirtschaft und Finanzen, 2. Aufl., München 2011
<b>Besonderes</b> Hoher Aktualitätsbezug durch Bezugnahme auf die aktuelle weltwirtschaftliche Lage und (wirtschafts-)politische Entscheidungen (z. B. EURO-Krise) Hoher Anwendungsbezug der Vorlesung, die als Vorbereitung zu den Fallstudien zur Makroökonomie (Lehrveranstaltung II.4.3) dient

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 1,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 2 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 11,2 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 38,8 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 0,0 Std.

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-011-03	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Fallstudien zur Makroökonomik
---------------------------	---------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
<b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Fach</b>			
Die Studierenden können makroökonomische Zusammenhänge zwischen den realen und monetären gesamtwirtschaftlichen Größen verstehen und die Wirkungsweise der Veränderung aktueller gesamtwirtschaftlicher Rahmenbedingungen (z. B. Tarifverhandlungsergebnisse, Rohstoffpreisentwicklung, Variationen von Zinssatz und Geldmenge) im gesamt- und weltwirtschaftlichen Rahmen erkennen. Zudem wissen sie die wirtschafts- und währungspolitischen Instrumente des Staates und der EZB zu beurteilen.			
<b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen bezogen auf Systeme</b>			
Die Studierenden können das Zusammenspiel von monetären und realen volkswirtschaftlichen Größen erkennen, das maßgeblich für die gesamt- und weltwirtschaftliche Fragestellungen ist, sowie die Notwendigkeit und Problematik staatlicher Konjunktur-, Geld- und Währungspolitik vor dem Hintergrund von Globalisierung und internationaler Kapitaltransaktionen beurteilen.			
<b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen bezogen auf die Selbstorganisation</b>			
Die Studierenden wenden die Inhalte der beiden Vorlesungen des Moduls (s. II.4.1 und II.4.2) selbständig und eigenverantwortlich auf das unter einer konkreten Fragestellung zu bearbeitende aktuelle Frühjahrs- oder Herbstgutachten der führenden deutschen Wirtschaftsforschungsinstitute an.			
<b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen bezüglich des Sozialverhaltens</b>			
Die Studierenden bearbeiten die jeweilige Fallstudie, indem sie ein 4-seitiges paper in Gruppenarbeit (mit Gruppen von 5 bis 6 Studierenden) erstellen.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b>			
Siehe Lehrveranstaltung II.4.1 und II.4.2			
<b>Lehr-/Lernformen</b>			
Übung, Arbeitsgemeinschaft			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b>			
Anwendung des Fachwissens auf eine Fallstudie (Auswertung des jeweils aktuellen Frühjahrs- und Herbstgutachtens anhand spezieller Fragestellungen)			
Gruppenarbeit mit Beratung und Feedbackgespräch			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b>			
Hohlstein, M. u.a.: Lexikon der Volkswirtschaft, 3. Aufl. , München 2009			

Mankiw, G. N.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, deutsche Übersetzung von A. Wagner, 5. Aufl., Stuttgart 2012

Görgens, E. et. al.: Europäische Geldpolitik, 5. Aufl., Stuttgart 2008

Issing, O.: Einführung in die Geldtheorie, 15. Aufl., München 2011

Mankiw, G. N.: Macroeconomics, 7thed., New York 2009

Mankiw, G. N.: Principles of Economics, 6thed., New York 2011

Sperber, H.: Wirtschaft verstehen, 4. Aufl., Stuttgart 2012

Sperber, H./ Sprink, J.: Internationale Wirtschaft und Finanzen, 2. Aufl., München 2011

Gemeinschaftsdiagnose ..., jeweils aktuelles Frühjahrs- bzw. Herbstgutachten der führenden Wirtschaftsforschungsinstitute

Vorlesungsskript

### **Besonderes**

Eigenständiges Anfertigen eines 2-seitigen papers in Gruppenarbeit

Laufende Rücksprache- und Beratungsmöglichkeit während der Bearbeitungsphase

Möglichkeit zu einem ausführlichen Feedbackgespräch am Ende der Bearbeitungszeit

Hoher Aktualitätsbezug durch Bezugnahme auf das jeweils aktuelle Frühjahrs- und Herbstgutachten der führenden Wirtschaftsforschungsinstitute

### **Organisation**

<b>Präsenz in SWS</b> 0,50	<b>Gruppeneinteilung</b> ja	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 2 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 5,6 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 0,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 6,8 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-158	<b>Modulbezeichnung</b> 101-158 Cost Accounting
------------------------	----------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b>
<b>Inhalte</b> see below
<b>Lehr-/Lernformen</b>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Basic knowledge of Financial Accounting is helpful.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Helpful but not necessary is: <ul style="list-style-type: none"><li>• Repetition of accounting terms from lecture Financial Accounting (Externes Rechnungswesen) Distinction of different accounting areas (Financial Accounting vs. Cost Accounting)</li></ul>

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	This lecture is a good preparation for the following lectures <ul style="list-style-type: none"><li>- Introduction to Controlling (Einführung in das Controlling, 3. Semester)</li><li>- Major in Finance/Controlling (Vertiefung Finanzen/Controlling, 6./7. Semester)</li></ul>
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b> The basic methods of cost accounting support an environmental cost accounting and product costing of sustainable products.
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Klausur (90 Minuten)	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Daniela Fischer		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b> Dipl.-Kfm. Michael Rudolph		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> none	<b>ECTS-Punkte</b> 4,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 4,00 x 25 Stunden = 100,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 45,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 35,0 Std. / 35,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 20,0 Std. / 20,0 %

## Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-158-01	Cost Accounting

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-158-01	Cost Accounting

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
<p>Cost accounting provides key data to managers for planning and controlling, as well as costing products and services. This lecture focuses on how cost accounting helps managers make better decisions. Students shall be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Describe and compare basic cost accounting terms, concepts and methods of cost accounting.</li> <li>• Decide which method should be applied for which cost accounting problem.</li> <li>• Apply and interpret different methods of cost accounting to different operational problems.</li> </ul>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b>			
<u>Chapter 1: Introduction to Cost Terms and Purposes</u>			
Support of strategic decisions, Value Chain Analysis, Direct vs. Indirect costs, Variable vs. Fixed costs, Inventoriable vs. Period costs, Manufacturing costs			
<u>Chapter 2: Determining How Costs Behave</u>			
Linear cost functions, Cost drivers, Account Analysis, High-Low-Method, Regression Analysis			
<u>Chapter 3: Cost-Volume-Profit Analysis</u>			
Contribution margin vs. Gross margin, CVP General Equation Method, CVP Contribution Margin Method, CVP Graphical Solution			
<u>Chapter 4: Job Costing vs. Process Costing</u>			
Inventory costing: Periodic system, Perpetual system, Weighted average method, Labor costs, Job costing vs. Process costing, Job costing using normal costing, Accounting for overhead			
<u>Chapter 5: Allocation of Support-Department Costs and Common Costs</u>			
Single rate method vs. Dual rate method, Direct method, Step-down method, Reciprocal method, Stand-alone method, Incremental method			
<u>Chapter 6: Activity-Based Costing</u>			
Simple costing vs. ABC-Costing, Cost products/services using ABC-Costing, Benefits of implementing ABC-Costing			

Chapter 7: Decision Making and Pricing

Concept of relevance, Concept of opportunity cost, One-time special order, Make-or-Buy Decision, Product Mix Decision, Customer Profitability Analysis, Closing or Adding Business Divisions, Equipment Replacement Decision

Chapter 8: Cost Allocation: Joint Products

Sales Value at splitoff method, Net realizable value method, Constant gross margin NRV method, Physical measure method, Sell-or-process further decision, Accounting for byproducts

**Lehr-/Lernformen**

Vorlesung mit Übung

**Lehr-/Lernmethoden**

Lecture, discussions, exercises, case studies, Multiple-Choice-Tests (anonymous)

**Literatur/Lehrmaterial**

Textbook: Horngren's Cost Accounting. A Managerial Emphasis, 17th Global edition, Pearson 2021

Lecture notes including exercises

**Besonderes**

**Organisation**

<b>Präsenz in SWS</b> 4,00	<b>Gruppeneinteilung</b> ja	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 2 Semester	<b>Sprache</b> Englisch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 35,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 20,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-090	<b>Modulbezeichnung</b> 101-090 Recht der Beschaffung und Produktion
------------------------	-------------------------------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Übergeordnetes Hauptziel des Moduls ist es, dass Studierende die rechtlichen Rahmenbedingungen und Methoden spezifischer Unternehmensfunktionen sowie eines kaufmännischen Gewerbebetriebs kennen und verstehen. Sie sollen in der Lage sein, dieses Wissen auf praktische Fragestellungen zu übertragen und konkret anzuwenden. Über diese Wissens- und Methodenebene hinaus wird durch Zusammenführung der rechtlichen Aspekte von Beschaffung und Produktion in einem Modul die systemische Kompetenz der Studierenden gefördert. Fertigkeiten bezogen auf Selbstorganisation werden durch individuelle Einübung der Methoden und Ausrichtung des eigenen Handelns danach erworben. Durch die Bearbeitung von Fragenkatalogen und Übungsaufgaben in Gruppen (Zwang zur gemeinsamen Entscheidungsfindung) werden schließlich auch die sozialen Fertigkeiten der Studierenden gefördert.
<b>Inhalte</b> Rechtliche Aspekte der Beschaffung, Logistik und Produktion
<b>Lehr-/Lernformen</b>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Das Modul basiert auf den Kenntnissen, Fertigkeiten und Kompetenzen des vorgelagerten Moduls <b>Vertragsrecht</b> . Die parallele Teilnahme am Modul <b>Beschaffung und Produktion</b> wird empfohlen.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Förschler, Peter, Privat- und Prozessrecht, Lehrbuch, 3. Auflage 2023, Holzmann-Medien Förschler, Peter, Privat- und Prozessrecht, Übungsheft mit Fällen und Musterlösungen, 13. Auflage 2019, Holzmann Medien Vgl. Literaturangaben bzw. Hinweise zu den einzelnen Vorlesungsabschnitten im Vorlesungsskript.

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Vorgelagertes Modul <b>Vertragsrecht</b> , parallel stattfindendes Modul II.1 <b>Beschaffung und Produktion</b> . Nachfolgendes Modul IV.4 Unternehmensführung: <b>Recht der Organisation</b> und <b>Recht des Marketing</b> sowie entsprechende Veranstaltungen im Vertiefungsprogramm <b>NUF</b> Nachhaltige
-------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	Unternehmensführung <b>Corporate Governance &amp; Compliance. Gesellschaftliche Verantwortung</b> und <b>Konfliktmanagement</b>
Einsatz in anderen Studiengängen	

### Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<p><b>Inhalte</b></p> <p>Rechtsinhalte leisten im Sinne einer <b>Legal Compliance</b> einen zentralen Beitrag für die nachhaltige Entwicklung von Unternehmen. Sie weisen per se <b>ökonomische</b> und <b>soziale</b> Aspekte auf. Die Einhaltung rechtlicher Rahmenbedingungen, wie sie im vorliegenden Modul vermittelt werden, ist durch Vermeidung von bestandsgefährdender Haftung, Bußgeldern oder Strafbarkeit die Grundlage nachhaltigen Unternehmenserfolgs (vgl. Moosmayer, Compliance, 2012, S. 2).</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Klausur (80 Minuten)	100 %

### Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Peter Förschler		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> keine	<b>ECTS-Punkte</b> 3,00	<b>Präsenz in SWS</b> 3,00
<b>Workload</b> 3,00 x 25 Stunden = 75,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 33,8 Std. / 45,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 26,2 Std. / 34,9 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 15,0 Std. / 20,0 %

### Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-090-01	Recht der Beschaffung und Produktion

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-090-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Recht der Beschaffung und Produktion
---------------------------	----------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
<b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Fach:</b> Die Studierenden lernen die wesentlichen fachlichen und methodischen Grundlagen des Rechts der Beschaffung und Produktion unter Einschluss handelsrechtlicher Fragestellungen kennen und sind in der Lage, diese auf konkrete Fragestellungen zu übertragen und auf neue praktische Fälle anzuwenden.			
<b>Systemische Kenntnisse und Fertigkeiten:</b> Die Studierenden erkennen die Wechselwirkungen zwischen verschiedenen Unternehmensbereichen und dem Recht als integralem Bestandteil jeglichen unternehmerischen Handelns wie auch die Wechselwirkungen zwischen den allgemeinen Regeln des Rechts und den spezifischen Regeln für Kaufleute. Sie sind in der Lage, rechtliche Grenzziehungen bei der Ausgestaltung ihrer unternehmerischen Entscheidungen zu berücksichtigen und ihr Handeln danach auszurichten.			
<b>Fertigkeiten bezogen auf Selbstorganisation:</b> Die Studierenden verarbeiten selbständig die Inhalte der Vorlesung und üben die Methoden an vorgegebenen Aufgabenstellungen anhand ausgegebener Materialien ein.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Lieferantenbeziehungen (Lieferkette, Menschenrechte in der Lieferkette, Single Sourcing)</li><li>- Vertragsanbahnung (Rücksichtnahmepflichten)</li><li>- Typische Vertragsinhalte von Lieferverträgen (Rahmenverträge)</li><li>- Vertragsarten in der Beschaffung und ihre Besonderheiten, v.a. Kauf und Werkvertrag (Handelskauf, Eigentumsvorbehaltsvarianten)</li><li>- Vertragsgestaltung durch Individualvertrag und AGB,</li><li>- Haftung für Schäden in der Produktion (Produkthaftung)</li><li>- Leistungsstörungen: Schadensersatz, Lieferverzögerungen (Verzug), Qualitätsmanagement und Mangelgewährleistung</li></ul>			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Vorlesung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Vorlesung mit fragend-entwickelnder Methode Übungen, Fallanalysen			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Vorlesungsskript (Gliederung der Vorlesung)</li></ul>			

- Arbeitsanleitungen mit Kontrollfragen
- Vorlesungspräsentation
- Förschler, Peter: **Privat- und Prozessrecht, Lehrbuch**, 3. Aufl. Holzmann.Medien, Bad Wörishofen 2023 / E-Book
- Förschler, Peter: **Privat- und Prozessrecht, Übungsaufgaben mit Lösungen**, 13. Aufl. HolzmannMedien, Bad Wörishofen 2019

**Besonderes**

**Organisation**

<b>Präsenz in SWS</b> 3,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 2 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 33,8 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 26,2 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 15,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-096	<b>Modulbezeichnung</b> 101-096 Wirtschaftsinformatik II
------------------------	-------------------------------------------------------------

### Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p><b>Qualifikationsziele</b></p> <p>Die Studierenden sollen erste Kenntnisse in der Erstellung von Datenbanken mit Access, Bearbeitung in einem Tabellenkalkulationsprogramm (Excel) sowie vertiefende Kenntnisse in SAP erlangen.</p> <p>Hinzu kommt, dass den Studierenden Basiskenntnisse in die technische Sicht der Informationstechnik erlangen.</p> <p>Alles weitere siehe entsprechende Lehrveranstaltung</p>
<p><b>Inhalte</b></p> <p>Siehe Lehrveranstaltung</p> <p>Ausführlich:</p> <p>Die historische Entwicklung von Rechnersystemen wie die von-Neumann"sche Architektur bis zu heutigen Multicoreprozessor-Architekturen wird aufgezeigt und die Vor- und Nachteile der verschiedenen Varianten werden diskutiert. Eine wesentliche Rolle spielen hierbei die Speichermedien und Speicherkonzepte, beginnend bei ROM und RAM und endend bei modernsten Konzepten wie der Verwendung von Flashspeichern als Ersatz für die bisher überwiegend eingesetzten Festplattenspeicher.</p> <p>Die Logik der Datenspeicherung mit Hilfe von Bits und Bytes wird an einfachen Beispielen wie z.B. an einem Lochstreifen verdeutlicht und in Gruppenübungen am PC vertieft. Die Darstellung der Daten in Form verschiedener Codierungen wie ASCII-, Dual- oder Hexadezimalcode wird erläutert und an Hand von praktischen Beispielen wie der Darstellung von Farben in Webseiten direkt am PC geübt.</p> <p>Es wird außerdem gezeigt, wie Dateigrößen von gespeicherten Bildern mit unterschiedlichen Größen, Farbtiefen und Auflösungen und Übertragungszeiten bei unterschiedlichen Rahmenbedingungen berechnet werden können.</p> <p>In einem Abschnitt über die Rolle des Internets in der modernen Kommunikation wird die Bedeutung und Funktionsweise von Protokollen zur Datenübertragung und ihrem Zusammenspiel als Protokollfamilie an praktischen Beispielen erläutert. Die Mechanismen der Übertragung im weltweiten Netz wie der Adressierung mit Hilfe von IP-Adressen und der Alias-Systematik über Domain-Name-Services werden eingehend erläutert.</p>

Im Teil Datenorganisation wird zunächst die Problematik der betrieblichen Datenhaltung und der Informationsgewinnung an einfachen Beispielen dargestellt. In einem Abschnitt über Datenstrukturen wird die Entwicklung von der hierarchischen Strukturierung bis zur relationalen Strukturierung aufgezeigt. Im Weiteren werden Strukturierungsmethoden wie Entity-Relationship-Konzeption zur Erkennung von Objekten, Attributen und Beziehungsgraden und die Normalisierung zur Vermeidung von Redundanzen und der Auflösung von Anomalien erläutert und an einfachen Beispielen in Gruppenarbeit geübt.

Mit Hilfe des Datenbankmanagementsystems MS Access wird dann mit PC und Beamer gezeigt, wie Tabellen angelegt werden, wie der richtige Felddatentyp und zugehörige Feldgröße ausgewählt werden, welche Hilfsmittel wie Gültigkeitsregeln und Eingabehilfen bei einem begrenzten Vorrat möglicher Attributwerte (Domänen) zur Verbesserung der Datenintegrität eingesetzt werden können. Im Weiteren werden die Möglichkeiten von Abfragen zur Informationsgewinnung und zur Veränderung des Datenbestands demonstriert. Eine wesentliche Rolle zum Verständnis betriebswirtschaftlich verwertbarer Abfrageergebnisse und dem Erkennen der Verletzungen der Datenintegrität spielt hierbei die Verwendung unterschiedlicher Verknüpfungstypen.

**Lehr-/Lernformen**

### Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	keine
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	siehe Literatur zur Lehrveranstaltung

### Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Wirtschaftsinformatik I
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

### Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b>
----------------

### Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Schriftliche Arbeit	30 %
Klausur (60 Minuten)	70 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Mathias Engel		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b> Dr. Frank Herrmann		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> keine	<b>ECTS-Punkte</b> 4,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 4,00 x 25 Stunden = 100,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 45,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 25,0 Std. / 25,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 30,0 Std. / 30,0 %

## Ausgestaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
101-096-01	Wirtschaftsinformatik 2
101-096-02	Access (Datenbanken)

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-096-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Wirtschaftsinformatik 2
---------------------------	---------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
<p>Teil Grundlagen: Die Studierenden kennen die elementaren Vorgänge bei der Informationsspeicherung und -darstellung durch Bits und Bytes. Sie können Hardwareumgebungen und die dabei eingesetzte Systemsoftware einschätzen und mit dem Computer als wichtiges betriebswirtschaftliches Hilfsmittel sicher umgehen. Außerdem sind sie in der Lage, Datenmengen und -geschwindigkeiten, sowie Zeit und Kosten von Datenübertragungen zu beurteilen.</p> <p>Teil Datenorganisation: Die Studierenden lösen in Gruppenarbeit anspruchsvolle betriebliche Aufgabenstellungen unter Einsatz von Methoden wie des Entity Relationship Modells, der Normalisierung und relationalen Datenbanksystemen. Sie sind dadurch in der Lage, Schwächen bei der Datenspeicherung zu erkennen, Datenbestände daraufhin zu untersuchen, welche Objekte mit welchen Eigenschaften vorkommen, in welchen Beziehungen sie zu einander stehen und sie in Form von Entity-Relationships-Diagrammen darzustellen.</p>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen

<b>Inhalte</b>
<p>Die Vorlesung gliedert sich in zwei Kerninhalte: 1. Informationstechnik und 2. Grundlagen zu Datenbanken</p> <p><b>1. Informationstechnik:</b></p> <p>Es werden zuerst die Grundbegriffe der Informationstechnik wie Zeichenvorrat, Daten, Nachrichten, usw. anhand von Beispielen erklärt.</p> <p>Weitere Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Grundbegriffe der Informationstechnik</li><li>- Zahlensysteme (Dual-, Dezimal und Hexadezimalsystem, logische UND- oder ODER-Verbindung, ASCII-Code)</li><li>- Hardware-Komponenten eines Computers (Aufbau von Computersystemen, Externe Schnittstellen, Datenein- und -ausgabegeräte)</li><li>- Kommunikation in Rechnernetzen (Bestandteile eines Netzwerks, Adressierung, Client-Server-Prinzip, Protokollfamilie TCP/IP, Einführung in das Internet)</li></ul> <p><b>2. Grundlagen zu Datenbanken:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Grundlagen von Datenbanken</li></ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Datenbankmanagementsysteme</li> <li>- Konzeptioneller Datenbankentwurf (ERM-Modellierung)</li> <li>- Logischer Datenbankentwurf (Umsetzung eines ER-Modells in ein Relationenmodell)</li> <li>- Physischer Datenbankentwurf (Umsetzung eines Relationenmodells in einem Datenbankmanagementsystem)</li> <li>- Datenbanksprache SQL (insbesondere Datenabfrage- und Datenmanipulationssprache)</li> </ul>
<b>Lehr-/Lernformen</b> Vorlesung mit Übung
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vortrag unter Verwendung von Folienpräsentationen und -animationen</li> <li>- Erörterungen praktischer Beispiele im Dialog mit den Studierenden.</li> <li>- Live-Demonstration der Vorgehensweise beim Einsatz von Datenbanken.</li> <li>- Diskussionen über Methoden der Gewinnung von Informationen als Grundlage für unternehmerische Entscheidungen</li> <li>- Selbstständiges Lösen vorgegebener Aufgabenstellungen in Gruppenarbeit</li> </ul>
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> Vorlesungsmanuskript, Handout der gezeigten Folien Stahlknecht, Peter; Hasenkamp, Ulrich; Einführung in die Wirtschaftsinformatik
<b>Besonderes</b>

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> ja	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 2 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 20,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 15,0 Std.

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-096-02	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Access (Datenbanken)
---------------------------	------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Kenntnisse in Excel, Access			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> Die Vorlesung wird überwiegend im PC-Pool stattfinden, wodurch die Studierenden in praktischen Übungen umgehend die erlernten Inhalte einsetzen können. Die Vorlesung/Übung gliedert sich in zwei Kerninhalte: 1. Datenbanken und 2. Tabellenkalkulation <b>1. Datenbanken mit MS Access:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Basiswissen in ACCESS</li><li>- Tabellen erstellen (Feldeigenschaften, wie z.B. Feldgröße, Ein- und Ausgabeformat, Gültigkeitsregel, Nachschlagelisten usw. festlegen),</li><li>- Beziehungen (Beziehungen anzeigen, erzeugen und bearbeiten),</li><li>- Daten eingeben und bearbeiten (Dateneingabe über Formulare, individuelle Gestaltung von Formularen),</li><li>- Daten auswerten (Daten suchen und sortieren, Auswahlabfragen erstellen mit mehreren UND- oder ODER-Kriterien, Abfragen mit Gruppierungsfunktionen erstellen, Abfragen mit weiteren Funktionen erstellen)</li><li>- Daten ausgeben (über Berichte)</li></ul> <b>2. Tabellenkalkulation mit MS Excel:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Basiskenntnisse<ul style="list-style-type: none"><li>- Aufbau der Programmoberfläche</li><li>- Laden von AddIns/PlugIns</li><li>- Shortcuts</li></ul></li><li>- Funktionen<ul style="list-style-type: none"><li>- Standards: Zählen, Summe, WennDannOder, Absolute/Relative Referenzen, Runden</li><li>- Statistik: Häufigkeit, Median, Standardabweichung, Min, Max, Forecast, Trends</li></ul></li><li>- Werkzeuge zur Datenanalyse<ul style="list-style-type: none"><li>- Standards: Sortieren, Filtern, Charts</li></ul></li></ul>			

- Pivot-Tabellen, What-If-Szenarien, Solver, Analysis ToolPak
<b>Lehr-/Lernformen</b>
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Vorlesung, Seminar
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> Vorlesungsbegleiter sowie das Buch "Datenorganisation und Datenbanken: Praxisorientierte Übungen mit MS Access 2016", F. Herrmann, SpringerVieweg 2016
<b>Besonderes</b> Die Excelkenntnisse werden vorab im Hörsaal vermittelt (0,5 SWS). Im Anschluß werden vertiefend die erworbenen Kenntnisse in Übungen und kleineren Gruppen im PC-Pool gefestigt (0,5 SWS). Des Weiteren werden die erworbenen Theoriekenntnisse zu Datenbanken im PC-Pool in Übungen und kleineren Gruppen gefestigt (0,5 SWS).

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> ja	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 2 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 5,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 15,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-097	<b>Modulbezeichnung</b> 101-097 Finanzierung
------------------------	-------------------------------------------------

### Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> <b>Inhalte und Methoden:</b> Die Studierenden können die Aufgabenfelder der Beschaffung und der Ausgabe von Finanzmitteln (Finanzierung und Investition) beschreiben sowie die dabei notwendigen Methoden, insbesondere der Finanzmathematik erklären und an Beispielen verdeutlichen. Sie können diese Kenntnisse auf Beispiele aus der Praxis anwenden und die Ergebnisse interpretieren. <b>Systemische Kompetenz:</b> Die Studierenden erkennen die Zusammenhänge zwischen Finanzierung, Investition sowie dem operativen Controlling und dem unternehmerischen Umfeld (Volkswirtschaft, Finanzmärkte,...) sowie auch den anderen betrieblichen Bereichen (Produktion, Beschaffung, Vertrieb,...) und können entsprechende Rückschlüsse von Finanzierungsentscheidungen auf diese Bereiche ziehen. <b>Soziale Fertigkeiten:</b> Die Studierenden diskutieren ihre jeweiligen Lösungswege untereinander, können sachgerecht darüber kommunizieren und arbeiten ergebnisorientiert in Gruppen an Aufgaben sowie an einem Referat, das sie gemeinsam als Gruppe präsentieren.
<b>Inhalte</b> - Finanzmathematische Grundlagen - Finanzielle Unternehmensplanung - Finanzierung - Bearbeitung einer finanzwirtschaftlichen Fallstudie in Gruppen und Präsentation
<b>Lehr-/Lernformen</b> Sonstige Lehrveranstaltung

### Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Kenntnisse des externen und des internen Rechnungswesens der vorangegangenen Semester, mathematische Kenntnisse gemäß Kompetenztest des ersten Semesters, Grundlagen der Gruppenarbeit und Präsentation
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Vgl. die Literaturangaben zu den einzelnen Lehrveranstaltungen

### Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	I.4 Externes Rechnungswesen II.5 Internes Rechnungswesen
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

### Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b>
Neben den ökonomischen Aspekten der Finanzierung werden auch die spezifischen gesellschaftlichen und ökologischen Anforderungen thematisiert, wie etwa nachhaltig orientierte Finanzprodukte oder an ethischen Standards ausgerichtete Kreditinstitute.

### Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Referat/Präsentation	40 %
Klausur (60 Minuten)	60 %

### Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Ulrich Sailer		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b> Martin Bayer, Ingo Wagner, Hans-Georg Wirth		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> keine	<b>ECTS-Punkte</b> 4,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 4,00 x 25 Stunden = 100,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 45,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 25,0 Std. / 25,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 30,0 Std. / 30,0 %

### Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-097-01	Finanzmathematik
101-097-03	Finanzierung
101-097-05	Referat

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-097-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Financial Mathematics / Finanzmathematik
---------------------------	--------------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> <p>Students are able to apply theoretical principles of classical and modern financial mathematics to concrete and practical problems concerning investment and financing decisions.</p> <p>Students understand the mathematical foundations of interest rates, the time-value of money and compounding. They are able to apply these concepts to evaluate financial products such as annuities and loans and to compare different financing and investment opportunities.</p> <p>Furthermore students will link these methods of classical financial mathematics to problems in modern financial mathematics, in particular the valuation of financial products such as bonds and derivatives.</p> <p>To achieve these goals students will break down complex financial products and the corresponding mathematical questions to the basic components and argue for suitable methods in order to solve problems of valuation.</p>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- The Time-Value of Money</li><li>- Interest rates, compounding, present and future values</li><li>- Annuities, loans and amortization, capital investments</li><li>- Valuation of bonds</li><li>- Valuation of derivatives</li></ul>			
<b>Lehr-/Lernformen</b> <p>Lecture with interactive exercises, case studies, presentations; weekly tutorials in small student groups</p>			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b>			

The elaboration of the theoretical foundations of financial mathematics is based on lectures, class discussions and founded on the immediate work on exercises in small student groups. The teaching of applications of classical and modern financial mathematics is focused on the discussion of concrete examples, problems and case studies that students work out and present. The discussion of solutions to exercises for all parts of the course serves as a means to self-evaluation for students.

**Literatur/Lehrmaterial**

lecture slides, collections of exercises

**Literatur:**

Luderer, Bernd: Starthilfe Finanzmathematik. Stuttgart, Leipzig: Teubner 2002.

Sydsæter, Knut; Hammond, Peter: Essential Mathematics for Economic Analysis. Harlow: Pearson Education 2002.

Tietze, Jürgen: Einführung in die Finanzmathematik. Braunschweig/Wiebaden: Vieweg 2003.

Luderer, Bernd: Classical Financial Mathematics, Wiesbaden, Springer Fachmedien, 2021

**Besonderes**

**Organisation**

<b>Präsenz in SWS</b> 1,00	<b>Gruppeneinteilung</b> ja	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 3 Semester	<b>Sprache</b> Englisch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 11,2 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 15,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 0,0 Std.

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-097-03	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Finanzierung
---------------------------	----------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierenden beherrschen die wichtigsten Instrumente und Methoden des betrieblichen Finanzmanagements. Sie wenden die Cash-Flow- und Risikotragfähigkeitskonzepte sicher an, auch bei neuartigen Fragestellungen. Die Vorteilhaftigkeit verschiedener Finanzierungsalternativen kann so zuverlässig beurteilt werden. Dabei erfolgt die Bewertung in Abhängigkeit von der spezifischen Unternehmens- und Umweltsituation. Die Studierenden sind fähig, die wirtschaftliche Lage von Unternehmen auf Basis von Geschäftsidee und Jahresabschlussdaten grundsätzlich zu beurteilen. Ebenso sind sie fähig, die finanzielle Entwicklung des Unternehmens zu planen. Durch zahlreiche Testfragen und Übungsaufgaben können die Studierenden ihren eigenen Lernfortschritt überprüfen.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> 1. Grundlagen des Finanzmanagements 2. Finanzplanung 3. Kennzahlen zur Finanzanalyse 4. Finanzierungsalternativen			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Vorlesung mit Übung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> In der Vorlesung werden, aufbauend auf dem Finanzplan, Möglichkeiten und Kriterien zur Optimierung der Finanzierungsstruktur von Unternehmen erarbeitet. Bei der Beurteilung von Finanzierungsalternativen werden insbesondere cash-flow, Unternehmensliquidität, spezifische Finanzierungsrisiken und Unabhängigkeit des Unternehmens Berücksichtigung finden. Dieser Aktionsrahmen für Finanzierungen wird auch anhand von Kennzahlen exemplarisch dargestellt und hinterfragt. Die Vorlesung orientiert sich dabei vornehmlich an Diskussionen mit den Studierenden, so wird ein ganzheitlicheres, vernetztes Denken sowie konstruktives und problemorientiertes Handeln bei Entscheidungsalternativen im Finanzbereich gefördert.			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> Klaus <b>Amann</b> , Finanzwirtschaft, Kohlhammer Verlag, akt. Auflage Klaus <b>Olfert</b> , Finanzierung, Kiehl Verlag, akt. Auflage <b>Perridon/Steiner</b> , Finanzwirtschaft der Unternehmung, Vahlen Verlag, akt. Auflage			

<b>Besonderes</b>
-------------------

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> ja	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 3 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 10,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 0,0 Std.

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-097-05	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Referat
---------------------------	-----------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierenden bearbeiten in Gruppen eine praktische Fallstudie und wenden dabei das im Modul erlernte Wissen an, müssen zugleich aber auch eigenständig ihr Wissen erweitern. Sie können die Verflechtung der Fragestellung mit anderen betrieblichen Funktionen erkennen und beschreiben. Bei der Bearbeitung in der Gruppe und der Präsentation der Ergebnisse arbeiten die Studierenden im Team zusammen und unterstützen sich in ihrem Lernprozess.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> Bearbeitung einer Fallstudie aus dem Bereich Finanzmathematik, Investition und Finanzierung Analyse der Ausgangslage Entwicklung eines Vorgehensplans und Organisation der Zusammenarbeit in der Gruppe Informationsbeschaffung Erstellung eines Businessplans bzw. einer Investitionsempfehlung Dokumentation und Erstellung einer Präsentation Durchführung der Präsentation und Diskussion der Ergebnisse			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Übung, Sonstige Lehrveranstaltung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Bearbeitung einer Fallstudie im Team, Coaching des Teams durch Dozenten, Erstellung einer Abschlusspräsentation sowie weiterer Dokumente zur Fallstudie, Ergebnispräsentation in der Gruppe und Diskussion.			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> Siehe die anderen Lehrveranstaltungen des Moduls			
<b>Besonderes</b> Die Studierenden erarbeiten semesterbegleitend zu vorgegebenen Fallstudien im Team Powerpoint-gestützte Abschlusspräsentationen. Die Teams werden in der ersten Semesterhälfte zusammen-gestellt. Während der Fallstudienbearbeitungsphase werden den Gruppen Coaching- Termine angeboten.			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 1,00	<b>Gruppeneinteilung</b> ja	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 3 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 11,2 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 0,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 30,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-098	<b>Modulbezeichnung</b> 101-098 Controlling
------------------------	------------------------------------------------

### Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b>
<b>Inhalte und Methoden:</b> Die Studierenden können die Aufgabenfelder der Ausgabe von Finanzmitteln (Investition) sowie des Controllings beschreiben sowie die dabei notwendigen Methoden erklären und an Beispielen verdeutlichen. Sie können diese Kenntnisse auf Beispiele aus der Praxis anwenden und die Ergebnisse interpretieren.
<b>Systemische Kompetenz:</b> Die Studierenden erkennen die Zusammenhänge zwischen Finanzierung, Investition sowie dem operativen Controlling und dem unternehmerischen Umfeld (Volkswirtschaft, Finanzmärkte,...) sowie auch den anderen betrieblichen Bereichen (Produktion, Beschaffung, Vertrieb,...) und können entsprechende Rückschlüsse von operativen Controlling-Entscheidungen auf diese Bereiche ziehen.
<b>Soziale Fertigkeiten:</b> Die Studierenden diskutieren ihre jeweiligen Lösungswege untereinander, können sachgerecht darüber kommunizieren und arbeiten ergebnisorientiert in Gruppen an Aufgaben.
<b>Inhalte</b> - Vorgehensweise und Methoden zur erfolgreichen Durchführung von Investitionen - Grundlagen des operativen Controlling
<b>Lehr-/Lernformen</b>

### Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Kenntnisse des externen und des internen Rechnungswesens der vorangegangenen Semester, mathematische Kenntnisse gemäß Kompetenztest des ersten Semesters, Grundlagen der Gruppenarbeit und Präsentation
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Vgl. die Literaturangaben zu den einzelnen Lehrveranstaltungen

### Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	I.4 Externes Rechnungswesen II.5 Internes Rechnungswesen
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<p><b>Inhalte</b></p> <p>Neben den ökonomischen Aspekten des Controllings werden auch die spezifischen gesellschaftlichen und ökologischen Anforderungen thematisiert, wie etwa ökologische Befindlichkeiten bei Investitionen oder an ethischen Standards ausgerichtete Unternehmensentscheidungen.</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer	Anteil in %
Klausur (90 Minuten)	100 %

## Organisation

<p><b>Modulverantwortliche/r</b></p> <p>Prof. Dr. Ulrich Sailer</p>		
<p><b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b></p> <p>Daniela Fischer</p>		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b>	<b>Dauer</b>
	jedes Semester	1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Präsenz in SWS</b>
keine	4,00	4,00
<p><b>Workload</b></p> <p>4,00 x 25 Stunden = 100,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung</p>		
<b>Präsenz/Kontakt</b>	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b>	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b>
45,0 Std. / 45,0 %	55,0 Std. / 55,0 %	0,0 Std. / 0,0 %

## Ausgestaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
101-098-02	Investition
101-098-04	Einführung in das Controlling

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-098-02	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Investition
---------------------------	---------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<p><b>Qualifikationsziele</b></p> <p>Die Studierenden beherrschen die verschiedenen Methoden der statischen und der dynamischen Investitionsrechnung und wenden diese sicher an, auch bei neuartigen Fragestellungen. Sie kennen die Vor- und Nachteile der Methoden sowie die Prämissen, die ihnen zu Grunde liegen. Anhand der Übungs- und Hausaufgaben überprüfen sie ihren eigenen Lernfortschritt.</p> <p><b>Inhalte</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Grundlagen. praktische Bedeutung der Investitionsrechnung, Investitionsplanung</li> <li>2. Statische Investitionsrechnung</li> <li>3. Dynamische Investitionsrechnung</li> <li>4. Investitionsentscheidungen bei Unsicherheit</li> </ol>
<p><b>Lehr-/Lernformen</b></p> <p>Vorlesung mit Übung</p>
<p><b>Lehr-/Lernmethoden</b></p> <p>Vorlesung mit Lehrgesprächen und Übungsaufgaben. Den Studierenden wird ein Skript zur Verfügung gestellt, in dem zahlreiche Übungsaufgaben zur Investitionsrechnung enthalten sind. Im Rahmen der statischen Investitionsrechnung können die Kenntnisse aus dem externen und internen Rechnungswesen gezielt verwendet und erweitert werden. Durch regelmäßige Übungs- und Hausaufgaben erhalten die Studierenden die Möglichkeit, ihren Wissensstand zu überprüfen. Aufbauend auf die im Modulelement Finanzmathematik erworbenen Fähigkeiten aus der dynamischen Investitionsrechnung werden hier die Methoden auf die praktische Anwendung in Unternehmen übertragen. Es wird zudem ein Einblick in Microsoft Excel gegeben.</p>
<p><b>Literatur/Lehrmaterial</b></p> <p>Den Studierenden wird ein Skript inkl. umfangreicher Übungsaufgaben zur Verfügung gestellt.  <b>Dörsam, P.:</b> Grundlagen der Investitionsrechnung – anschaulich dargestellt, aktuelle Auflage  <b>Kruschwitz, L.:</b> Investitionsrechnung, aktuelle Auflage</p>

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> ja	<b>empfohlenes Fachsemester</b>	<b>Sprache</b> Deutsch
-------------------------------	--------------------------------	---------------------------------	---------------------------

		3 Semester	
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 27,5 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 0,0 Std.

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-098-04	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Einführung in das Controlling
---------------------------	---------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Fach: Die Studierenden lernen die wesentlichen fachlichen und methodischen Grundlagen des Controllings kennen und sind in der Lage, diese in realen Fällen anzuwenden.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b>			
Theoretische Grundlagen, Interdependenz mit dem Rechnungswesen und Überblick über die Aufgaben des Controllings auf verschiedenen Ebenen			
Teil I Einführung			
Teil II Informationsversorgung			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Externe Rechnungslegung</li> <li>- Kostenrechnung</li> <li>- Kennzahlen und Kennzahlensysteme</li> </ul>			
Teil III Planung und Kontrolle			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Operative Planung und Kontrolle</li> <li>- Taktische Planung und Kontrolle</li> <li>- Strategische Planung und Kontrolle</li> </ul>			
<b>Lehr-/Lernformen</b>			
Vorlesung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b>			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b>			
Basisliteratur:			
1) Zweiteiliges Skript (Vorlesung + Übung)			
2) Weber/Schäffer: Einführung in das Controlling, 14. Aufl., Stuttgart 2014			
Ergänzende Literatur:			
Weber/Schäffer: Einführung in das Controlling: Übungen und Fallstudien mit Lösungen, 2. Aufl., Stuttgart 2014			
<b>Besonderes</b>			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> ja	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 3 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 27,5 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 0,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-099	<b>Modulbezeichnung</b> 101-099 Organisation, Projektmanagement und Organisational Behaviour
------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Übergeordnetes Hauptziel des Moduls ist es, den Studierenden einen umfassenden Einblick in die <b>Strukturen und Abläufe von Unternehmen und von einzelnen Projekten</b> zu verschaffen, der sie in die Lage versetzt, sowohl vorhandene Strukturen und Abläufe zu bewerten als auch neue Strukturen und Abläufe zu gestalten.  Sowohl das durch die Studierenden entwickelte Verständnis für Organisation als ein komplexes Wirkungsgefüge als auch die Einordnung des Themas Organisation in das übergeordnete Systemgefüge Strategisches Management fördert die <b>Systemkompetenz</b> der Studierenden.  Die Befassung mit dem Themengebiet Organisational Behaviour schärft das Bewusstsein der Studierenden dafür, <b>welch großen Einfluss das eigene Verhalten auf den beruflichen Erfolg hat</b> und fördert somit die <b>Selbstreflexion</b> .
<b>Inhalte</b> - Verbindung der Vorlesungsinhalte mit den weiteren Bausteinen der Unternehmensführung - Strukturierung von Unternehmen (Organisation) und Verhalten von Menschen in diesen Organisationen (Organisational Behaviour) sowie die engen Interdependenzen zwischen beiden Themen. - Grundlagen und Methoden des Projektmanagements
<b>Lehr-/Lernformen</b>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Es wird erwartet, dass die Studierenden durch das bislang erfolgreich absolvierte Grundstudium mit allen grundlegenden Aufgaben in einem Unternehmen vertraut sind. Dies ist Voraussetzung dafür, dass die im Modul vermittelten Kompetenzen zur Aufbau- und Ablauforganisation eines Unternehmens nicht nur abstrakt, sondern auch inhaltlich nachvollzogen und damit umfassend umgesetzt werden können.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Vgl. die Literaturangaben bzw. Hinweise in der nachfolgend beschriebenen Lehrveranstaltung

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Es erfolgt eine Einbindung in die in der Veranstaltung 101-103 (Strategie und Führung) im Folgesemester detailliert vorgestellte Systematik eines sog. Fit-Ansatzes zwischen allen Bausteinen des Managements (einer davon ist Organisation).
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b>
Im Themengebiet Organisational Behaviour wird verdeutlicht, dass der Umgang mit Mitarbeitern ein wichtiger Faktor für die soziale Nachhaltigkeit eines Unternehmens ist (intakte Beziehungen zwischen den Mitgliedern eines Unternehmens als langfristiger Erfolgsfaktor).

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Klausur (60 Minuten)	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Jürgen Bruck		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> keine	<b>ECTS-Punkte</b> 5,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 5,00 x 25 Stunden = 125,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 36,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 80,0 Std. / 64,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 0,0 Std. / 0,0 %

## Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-099-01	Organisation, Projektmanagement und Organisational Behaviour

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-099-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Organisation, Projektmanagement und Organisational Behaviour
---------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
<b>- Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Fach:</b> Die Studierenden gewinnen einen umfassenden Einblick in die Strukturen und Abläufe von Unternehmen und Projekten. Sie sind in der Lage, sowohl vorhandene Strukturen und Abläufe zu bewerten als auch neue Strukturen und Abläufe zu gestalten. Sie können Verantwortung in realen Projekten übernehmen.			
<b>- Systemische Kenntnisse und Fertigkeiten:</b> Sowohl das durch die Studierenden entwickelte Verständnis für Organisation und für Projekte als ein komplexes Wirkungsgefüge als auch die Einordnung des Themas in das übergeordnete Systemgefüge des Strategischen Managements vertieft ihr Verständnis für systemische Zusammenhänge. Die Studierenden sind in der Lage, diese systemische Komplexität zu durchschauen und zu gestalten.			
<b>- Kenntnisse zur Selbststeuerung:</b> Die Befassung mit dem Themengebiet Organisational Behaviour schärft das Bewusstsein der Studierenden dafür, welchen großen Einfluss das eigene Verhalten auf den beruflichen Erfolg hat, und fördert somit die Selbstreflexion.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b>			
- Organisationslehre:			
o Organisationstheorien und ihre Bedeutung für die Organisationsgestaltung			
o Bausteine der Organisation als Grundlagen der Gestaltung			
o Klassische Organisationskonzepte			
o Neuere Organisationskonzepte (Prozess-, Teamorganisation, Kooperationen, Lean Management, lernenden Organisation), Virtualisierung			
o Organisationswandel			
- Projektmanagement:			
o Management von Einzelprojekten (u.a. Projektorganisation, -planung, -umsetzung und -kontrolle)			
o Überblick über Multiprojektmanagement			
o Agiles Projektmanagement			

- Organisational Behaviour:
  - o Individualebene (u.a. Fähigkeiten und Lernen, Werte und Einstellungen, Wahrnehmung, Emotionen, Motivation; Erfassung der Gesamtpersönlichkeit)
  - o Gruppenebene: Arbeitsverhalten in Arbeitsgruppen (u.a. Rahmenbedingungen, Gruppenentstehung, Ressourcen der Gruppenmitglieder, Gruppenstruktur, Gruppenprozesse inkl. Konflikten und Verhandlungen)
- Enge Interdependenzen zwischen der Strukturierung von Unternehmen (Organisation) und der Beschäftigung mit dem Verhalten von Menschen in diesen Organisationen (Organisational Behaviour)

**Lehr-/Lernformen**

Vorlesung

**Lehr-/Lernmethoden**

Vorlesung mit fragend-entwickelnder Methode

**Literatur/Lehrmaterial**

- Vorlesungsskript („Grundgerüst" der Vorlesung)
- Jung, Rüdiger; Heinzen, Mareike; Quarg, Sabine: Allgemeine Managementlehre – Lehrbuch für die angewandte Unternehmens- und Personalführung, 7. Aufl., Berlin 2018, Kap. Organisation: S. 393-506.
- Bea, Franz Xaver; Scheurer, Steffen; Hesselmann, Sabine: Projektmanagement, 3. Aufl., Konstanz/München 2020.
- Robbins, Stephen P.; Judge, Timothy A.: Organizational Behavior (Englisch), 19. Aufl., 2023. (deutsch: Robbins, Stephen P. : Organisation der Unternehmung, 9. Aufl., München 2001)

**Besonderes**

**Organisation**

<b>Präsenz in SWS</b> 4,00	<b>Gruppeneinteilung</b> ja	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 3 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 80,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 0,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-100	<b>Modulbezeichnung</b> 101-100 Grundlagen HR-Management
------------------------	-------------------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierenden kennen die Bedeutung, Stellung und die Grundlagen des modernen Personalmanagements. Es werden fachliche, soziale und methodische Kenntnisse zur Lösung personalwirtschaftlicher und arbeitsrechtlicher Problemkreise vermittelt. Besonderes Augenmerk liegt auf dem gesamten Gebiet der Personalauswahl. Studierende nehmen hier sowohl die Arbeitgeberseite ein und lernen unternehmensspezifische Anforderungsprofile zu erstellen, sowie eignungsdiagnostische Maßnahmen einschätzen und entwickeln zur Auswahl von Bewerbern. Sie nehmen ebenso die Arbeitnehmerseite ein und lernen, wie man sich in Personalauswahlsituationen verhält. Zusammen mit den vorlesungsbegleitenden Übungen sind sie damit optimal für die Bewerbung für das anstehende Praktikum gerüstet.
<b>Inhalte</b> Das Modul vermittelt allgemeine Kenntnisse in Personalwirtschaft, Personalmanagement, Personalauswahl und Arbeitsrecht, so dass Studierende einen fundierten Überblick über die Inhalte des Fachs erlangen.
<b>Lehr-/Lernformen</b>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Formale Voraussetzungen existieren nicht. Das Modul versteht sich als erste fundierte Einführung in das Personalmanagement, ohne dass Vorkenntnisse in diesem Gebiet vorhanden sein müssen.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Vgl. die Literaturangaben zu den einzelnen Lehrveranstaltungen bzw. das grundlegende Lehrbuch: C.Achouri, Human Resources, Kohlhammer Verlag 2022

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Das Modul ist eine gute Grundlage für das Vertiefungsprogramm Personal.
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b> Insbesondere die sozialen Aspekte nachhaltiger Personalauswahl werden im Modul (z.B. eignungsdiagnostische Besonderheiten bei der Rekrutierung älterer Mitarbeiter etc.) besprochen.
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer	Anteil in %
Klausur (60 Minuten)	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Cyrus Achouri		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> keine	<b>ECTS-Punkte</b> 5,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 5,00 x 25 Stunden = 125,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 36,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 40,0 Std. / 32,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 40,0 Std. / 32,0 %

## Ausgestaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
101-100-01	Personalmanagement - Vorlesung
101-100-02	Personalmanagement - Übung

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-100-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Personalmanagement - Vorlesung
---------------------------	----------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Einführung in Recruiting, Bewerbungstraining und grundlegende Themen der Kompetenzentwicklung und -diagnose. Hilfestellung für die Studierenden hinsichtlich der Entwicklung ihrer (Sozial-) Kompetenzen, Berufs- und Karriereberatung.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> Recruiting, Assessmentcenter, Interview, Bewerbung, Psychologische Wahrnehmungssschulung, Kommunikation, Feedback, Psychologische Eignungsdiagnostik, Persönlichkeitstests, Outplacement, Talentmanagement, Expertiseforschung, Berufsberatung, Headhuntermanagement.			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Vorlesung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Vortrag, Diskussionen, Fallanalysen			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> Die Inhalte folgen dem Lehrbuch: Achouri, C., Human Resources Management. Kohlhammer, 2022. Die Vorlesung wird durch Power-Point-Charts unterstützt, welche auch im Lehrbuch abgebildet sind. Das Lehrbuch enthält ebenso zahlreiche Übungsfragen für jedes Kapitel, welche klausurvorbereitend sind. Zusätzlich wird das Kapitel über Talent- und Karrieremanagement vertieft in der Lektüre: Achouri, C., Talent. Wie entscheidend ist es wirklich für Erfolg? Gabler, 2014			
<b>Besonderes</b>			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 3 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 20,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 20,0 Std.

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-100-02	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Personalmanagement - Übung
---------------------------	------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Bewerbungstraining, Kommunikationstraining			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> In den Übungen lernen die Studierenden wie man sich bewirbt und üben Vorstellungsgespräche, simulieren Assessment-Center, sowohl von Unternehmer-, als auch von Bewerberseite aus. Die Studierenden üben sich außerdem in Selbstmarketing-Methoden, welche ihre Kompetenzen möglichst vorteilhaft insbesondere in Personalauswahlverfahren hervortreten lässt. Hinzu werden Konfliktsituationen in der Kommunikation analysiert und sowohl gezeigt als auch geübt, wie man sie entschärfen kann. Die digitalen Bewerbungsformate werden ebenso eingeübt. Feedbackmethoden aus der gewaltfreien Kommunikation vermitteln Wissen und Fertigkeiten, um in Unternehmen professionell zu kommunizieren und auch kritische Inhalte produktiv zu vermitteln.			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Übung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Simulationen, Reflexionen, Rollenwechsel			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> Übungsanleitungen finden sich im Lehrbuch. Simulationsfälle und Fallstudien behandeln zudem aktuelle wirtschaftspsychologische und gesellschaftliche Probleme und Fragestellungen, um die Unternehmenspraxis möglichst real zu simulieren.			
<b>Besonderes</b> Die Übung soll Studierende insbesondere auf die Bewerbung für das Praktikum im folgenden Semester vorbereiten, die Teilnahme ist verpflichtend.			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> ja	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 3 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 20,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 20,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-018	<b>Modulbezeichnung</b> 101-018 Empirische Methoden II
------------------------	-----------------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> In diesem Modul sollen die Studierenden die Kompetenz erwerben, Zufallsprozesse und ihre Gesetzmäßigkeiten zu verstehen, stochastische Modelle und einfache Stichprobenverfahren im betriebswirtschaftlichen Kontext sachgerecht anzuwenden, die Ergebnisse richtig zu interpretieren und schließlich als Entscheidungsgrundlage zu nutzen. Ziel des Moduls ist somit nicht nur die Vermittlung eines methodischen Instrumentariums, sondern auch das Einüben der eigenständigen Anwendung der Methoden bis hin zur Diskussion verschiedener Lösungsansätze und Interpretationsmöglichkeiten in der Gruppe.
<b>Inhalte</b> Wahrscheinlichkeitsmodelle und Schließende Statistik
<b>Lehr-/Lernformen</b>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Solide Kenntnisse der Schulmathematik, analytisches Denkvermögen, Bereitschaft zu aktiver Mitarbeit in der Vorlesung und eigenständigem Arbeiten bzw. Gruppenarbeit (Nachbereitung, Hausaufgaben)
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Ggf. Nutzung von Zusatzangeboten zur Verbesserung der Mathematik-Kenntnisse

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Das Modul ist das zweite in einem zweisemestrigen Zyklus (Empirische Methoden I und II). Insbesondere werden Grundlagenkenntnisse in Wahrscheinlichkeitsrechnung vorausgesetzt (vgl. Kapitel 5 des u.g. Lehrbuchs).
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b>
----------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Klausur (90 Minuten)	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. rer. nat. Anja Bettina Blatter		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b> Prof. Dr. Anja Blatter / Konrad Benze, M.A.		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> keine	<b>ECTS-Punkte</b> 5,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 5,00 x 25 Stunden = 125,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 36,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 40,0 Std. / 32,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 40,0 Std. / 32,0 %

## Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-018-01	Stochastik und Stichprobenverfahren

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-018-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Stochastik und Stichprobenverfahren
---------------------------	---------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierenden sollen in dem Modul lernen, <ul style="list-style-type: none"><li>• die wichtigsten Regeln der Wahrscheinlichkeitsrechnung zu verstehen und wichtige Wahrscheinlichkeitsverteilungen (Modelle) zu unterscheiden,</li><li>• in konkreten Anwendungsfällen adäquate Modelle zu identifizieren und sachgerecht anzuwenden,</li><li>• den Zusammenhang zwischen Stichprobenergebnissen und der Verteilung des betreffenden Merkmals in der Grundgesamtheit zu verstehen.</li><li>• die Logik von Schätz- und Testverfahren zu verstehen,</li><li>• einfache Schätz- und Testverfahren anzuwenden und deren Ergebnisse richtig zu interpretieren.</li></ul>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Diskrete und stetige Zufallsvariablen (Grundbegriffe)</li><li>• Beziehungen zwischen Zufallsvariablen</li><li>• Spezielle Wahrscheinlichkeitsverteilungen und ihre Anwendung (Gleichverteilungen, Binomialverteilung, Hypergeometrische Verteilung, Poisson-Verteilung, Exponentialverteilung, Normalverteilung, Lognormalverteilung, Testverteilungen)</li><li>• Zentraler Grenzwertsatz (Voraussetzungen, Aussage, praktische Bedeutung)</li><li>• Einführung in die Schließende Statistik</li><li>• Schätzung unbekannter Parameter</li><li>• Statistische Hypothesentests (Parametrische und nicht-parametrische Testverfahren)</li></ul>			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Vorlesung mit Übung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Interaktives Lehrgespräch</li><li>• Fallstudien und Anwendungsbeispiele</li><li>• Übungen in Einzelarbeit und in Zweiergruppen</li><li>• Hausaufgaben (mit anschließender Diskussion)</li></ul>			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> Wewel, M.C.: Statistik im Bachelor-Studium der BWL und VWL, 3. Auflage, Pearson: München/Boston 2014			
<b>Besonderes</b> Begleitend wird ein optionales Tutorium in Kleingruppen angeboten, die von didaktisch geschulten fortgeschrittenen Studierenden geleitet werden.			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 4,00	<b>Gruppeneinteilung</b> ja	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 3 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 40,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 40,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-101	<b>Modulbezeichnung</b> 101-101 Methodische Grundlagen II
------------------------	--------------------------------------------------------------

### Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p><b>Qualifikationsziele</b></p> <p>Literaturrecherche:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Nutzen alle wesentlichen Suchkanäle (Kataloge, Datenbanken GoogleScholar, ResearchGate etc.)</li><li>• Können Qualitätskriterien für Quellen (CRAP-Test) wiedergeben und erklären</li><li>• Können eine Qualitätsprüfung von Quellen mit mittlerer Sicherheit (d.h. Fortschritt ggü. MG I) vornehmen</li></ul> <p>Textverständnis:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Können Aufbauprinzipien wissenschaftlicher Aufsätze in peer-reviewten Journals erkennen und beschreiben</li><li>• Können englischsprachige wissenschaftliche Aufsätze (in geringem Tempo) lesen sowie wesentliche Inhalte identifizieren und wiedergebe</li></ul> <p>Aufarbeiten der Literatur: Erkennen erste Zusammenhänge, Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen den Quelle</p> <p>Aufbau / Struktur einer wissenschaftlichen Arbeit: Können eine sinnvolle Struktur für eine Arbeit ohne eigene empirische Untersuchung entwerfe</p> <p>Forschungsfragen und Hypothesen: Kennen die Rolle der Forschungsfrage(n) im Forschungsprozess und können diese beschreibe</p> <p>(Empirische) Methoden: Können Texte / Studien, die auf eigenen empirischen Untersuchungen basieren, von solchen unterscheiden, die auf Sekundärdaten beruhe</p> <p>Wissenschaftliches Argumentieren und Schreiben Können Argumentationsmuster mit mittlerer Sicherheit (d.h. Steigerung ggü. MG I) anwende</p> <p>Zitationsregeln:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Können die Zitationsregeln sicher anwenden</li><li>• Nutzen Citavi (wird von der HfWU-Bibliothek unterstützt) oder Zotero zur Verwaltung der Literatur</li></ul> <p>Zusammenhang Forschung und Praxis Kennen die Zusammenhänge zwischen gesellschaftlichen und unternehmerischen Problemen (Praxis) und wissenschaftlicher Forschung</p>
<p><b>Inhalte</b></p> <p>Vorlesung in Großgruppen (erste drei Wochen):</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Suche und Erschließung von Literatur (insbesondere wissenschaftliche Aufsätze)</li></ul>

- Effizientes Lesen und Auswerten wissenschaftlicher Aufsätze
- Elemente einer wissenschaftlichen Hausarbeit

Arbeiten in den Seminargruppen (ab der vierten Semesterwoche):

- Gemeinsamer Review der Literaturrecherche
- Gemeinsamer Review der Übersicht der Literatur
- Gemeinsamer Review der Gliederung
- Gemeinsamer Review der Einleitung
- Eigenständiges Schreiben der Hausarbeit
- Coaching zu aufgetretenen Problemen

Der Inhalt der Hausarbeit hängt von der fachlichen Ausrichtung der jeweiligen Seminargruppe ab.

#### Lehr-/Lernformen

### Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Formale Teilnahmevoraussetzungen existieren nicht. Das erfolgreiche Anfertigen einer schriftlichen Hausarbeit und die Präsentation der Ergebnisse erfordern ein gewisses Textverständnis für wissenschaftliche Quellen und die Fähigkeit, selbst deutsche Texte zu formulieren. Fachliche Kompetenzen, die zur Bearbeitung des jeweiligen Themas notwendig sind, können in den Modulen des ersten Studiensemesters erworben werden. Des Weiteren werden die Inhalte von Methodische Grundlagen I vorausgesetzt.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Siehe Literaturangaben und Hinweise bei der gleichnamigen Lehrveranstaltung

### Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Vorgelagerte Module: Methodische Grundlagen I, diverse Module zur Vermittlung themenspezifischer fachlicher Vorkenntnisse  Nachfolgende Module: Methodische Grundlagen III, Wissenschaftliches Arbeiten (im Vertiefungsstudium)
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

### Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b>
Aspekte nachhaltiger Entwicklung werden ggf. in Form einzelner Themen von Hausarbeiten in den einzelnen Seminargruppen analysiert.

### Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Studienarbeit	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Leander Geisinger		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b> Prof. Dr. Funck, Prof. Dr. Barth		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> keine	<b>ECTS-Punkte</b> 4,00	<b>Präsenz in SWS</b> 2,00
<b>Workload</b> 4,00 x 25 Stunden = 100,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std. / 22,5 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 37,5 Std. / 37,5 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 40,0 Std. / 40,0 %

## Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-101-01	Methodische Grundlagen II

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-101-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Methodische Grundlagen II
---------------------------	-----------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> <b>Siehe Qualifikationsziele auf Modulebene</b> <b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Fach</b> Die Studierenden können qualifiziert Quellen recherchieren, auswählen und auswerten, zum jeweiligen Thema eine strukturierte Gliederung mit geeigneter Schwerpunktsetzung erstellen und eine eigene wissenschaftliche Arbeit zum Thema anfertigen. Dabei spielen u. a. eine fehlerfreie Wiedergabe der Fakten, eine überzeugende Argumentation sowie eine flüssige und sprachliche fehlerfreie Formulierung eine große Rolle. <b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen bezogen auf Systeme</b> Die Studierenden sind befähigt, wissenschaftlich zu arbeiten, was für die gesamte Betriebswirtschaftslehre unverzichtbar ist. <b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen bezogen auf die Selbstorganisation</b> Die Studierenden schreiben ihre Hausarbeit, begleitet durch die DozentInnen und die Seminargruppe, selbständig und wenden dabei die Grundregeln des wissenschaftlichen Arbeitens auf verschiedene wirtschafts- und sozialwissenschaftliche Themen an. <b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen bezüglich des Sozialverhaltens</b> Die Studierenden geben sich in den Seminargruppen gegenseitig Feedback zu ihrem Vorgehen bei der Literatursuche und zu ihren Textteilen.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> Vorlesung in Großgruppen (erste drei Wochen): <ul style="list-style-type: none"><li>• Suche und Erschließung von Literatur (insbesondere wissenschaftliche Aufsätze)</li><li>• Effizientes Lesen und Auswerten wissenschaftlicher Aufsätze</li><li>• Elemente einer wissenschaftlichen Hausarbeit</li></ul> Arbeiten in den Seminargruppen: <ul style="list-style-type: none"><li>• Gemeinsamer Review der Literaturrecherche</li><li>• Gemeinsamer Review der Übersicht der Literatur</li><li>• Gemeinsamer Review der Gliederung</li><li>• Gemeinsamer Review der Einleitung</li><li>• Eigenständiges Schreiben der Hausarbeit</li><li>• Coaching zu aufgetretenen Problemen</li></ul>			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Vorlesung, Seminar			

<p><b>Lehr-/Lernmethoden</b></p> <p>Vermittlung der Grundlagen in Vorlesungen in Großgruppen in den ersten drei Semesterwochen</p> <p>Anschließend Begleitung bei der Vorbereitung und Anfertigung der Hausarbeit in themenspezifischen Seminargruppen. Die Zuteilung zu den Seminargruppen erfolgt in den ersten Semesterwochen (wird in der Vorlesung besprochen)</p>
<p><b>Literatur/Lehrmaterial</b></p> <p>Döring, Nicola / Bortz, Jürgen: Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften, 5. Auflage, Heidelberg: Springer =&gt; ist als e-book über die HfWU-Bibliothek verfügbar.</p> <p>Fachspezifische Literatur zum jeweiligen Hausarbeitsthema</p>
<p><b>Besonderes</b></p>

## Organisation

<p><b>Präsenz in SWS</b></p> <p>2,00</p>	<p><b>Gruppeneinteilung</b></p> <p>ja</p>	<p><b>empfohlenes Fachsemester</b></p> <p>2 Semester</p>	<p><b>Sprache</b></p> <p>Deutsch oder Englisch</p>
<p><b>Präsenz/Kontakt</b></p> <p>22,5 Std.</p>	<p><b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b></p> <p>37,5 Std.</p>		<p><b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b></p> <p>40,0 Std.</p>

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-102	<b>Modulbezeichnung</b> 101-102 Digitale Handlungskompetenzen
------------------------	------------------------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> The main goal of this "Digital Agency" module is the critical exploration, application and acquisition of a range of digital tools, concepts and practices that are steadily gaining importance within the unfolding digital transformation of business, work, and overall society.  The module combines the acquisition of basic conceptual knowledge with practical explorations and skill building in selected areas of application.
<b>Inhalte</b> In its current format the module is split into two distinct thematic parts:  The first part focuses on aspects of the emerging (digital) creator economy, personal web-publishing (tools, platforms, concepts and practices), elements of computational thinking, and digital creativity and collaborative (content) creation.  The second part focuses on digital disruption and digital business models, the Lean-Start-Up approach, Growth Hacking, digital marketing and sales, and e-commerce.
<b>Lehr-/Lernformen</b> Blockseminar

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Good working knowledge of English (oral and written)
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	The module is linked to the "Digital Business & Management" specialisation programme in BW.
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b>
----------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b> Studienarbeit	<b>Anteil in %</b> 100 %
---------------------------------------	-----------------------------

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Stefan Detscher		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b> Robin Wankerl, Pablo Weiss		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b>	<b>ECTS-Punkte</b> 3,00	<b>Präsenz in SWS</b> 2,00
<b>Workload</b> 3,00 x 25 Stunden = 75,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 20,0 Std. / 26,7 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 32,5 Std. / 43,3 %

## Ausgestaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
101-102-01	Digital Collaboration
101-102-02	Digital Business & Marketing Basics

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-102-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Digital Collaboration
---------------------------	-------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
1. Get to know digital creation and collaboration			
2. Learn analyzing user needs & problems			
3. Understand Design Thinking principles			
4. Exercise idea generation and prototyping techniques			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Design Thinking Introduction &amp; Customer Group Analysis</li> <li>• Problem Derivation &amp; Formulation</li> <li>• User Needs &amp; Research</li> <li>• Idea Generation &amp; Validation</li> <li>• Prototype Development &amp; Testing</li> </ul>			
<b>Lehr-/Lernformen</b>			
Blockseminar			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b>			
Input presentations			
Short group work assignments/submissions			
Self-study of required readings and/or video tutorials			
Review sessions			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b>			
LEWRICK, M. et al. (2018): The Design Thinking Playbook : mindful digital transformation of teams, products, services, businesses and ecosystems, Hoboken.			
<b>Besonderes</b>			
This is an hybrid module.			
Participants will be split into two group tracks at the beginning of the semester.			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 1,00	<b>Gruppeneinteilung</b> ja	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 3 Semester	<b>Sprache</b> Englisch
-------------------------------	--------------------------------	-----------------------------------------------	----------------------------

<b>Präsenz/Kontakt</b> 11,2 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 10,0 Std.	<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 16,3 Std.
-------------------------------------	------------------------------------------------------	-------------------------------------------------

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-102-02	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Digital Business & Marketing Basics
---------------------------	---------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
1. Develop an understanding of digital transformation and digital business models			
2. Learn to apply lean start-up approach and business model canvas			
3. Understand value and growth drivers of digital business models			
4. Understand up-to-date strategies and goals in digital marketing and E-Commerce			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Digital Disruption and digital business models</li> <li>• Lean-Start-Up approach and Business Model Canvas</li> <li>• Leveraging value &amp; growth drivers of digital business models through Growth Hacking</li> <li>• Marketing in a Digitalized Environment</li> <li>• Digital Marketing Communication in Overview</li> <li>• Digital Sales/ E-Commerce</li> </ul>			
<b>Lehr-/Lernformen</b>			
Blockseminar			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b>			
Short group work assignments/ submissions & presentations			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• CHAFFEY, Dave/ HEMPHILL, Tanya/ EDMUNDSON-BIRD, David (2019): Digital Business and E-Commerce Management, 7th Edition, Harlow.</li> <li>• CHAFFEY, Dave/ ELLIS-CHADWICK, Fiona (2019): Digital Marketing – Strategy, Implementation &amp; Practice, 7th Edition, Harlow.</li> </ul>			
<b>Besonderes</b>			
This is an online module.			
Participants will be split into two group tracks at the beginning of the semester.			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 1,00	<b>Gruppeneinteilung</b> ja	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 3 Semester	<b>Sprache</b> Englisch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 11,2 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 10,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 16,2

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-103	<b>Modulbezeichnung</b> 101-103 Strategie und Führung
------------------------	----------------------------------------------------------

### Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Übergeordnetes Hauptziel des Moduls ist es, dass die Studierenden die wesentlichen <b>Inhalte und Methoden</b> von zwei der Kernelemente von Management – Strategieentwicklung und Führung - kennen und verstehen. Sie sollen darüber hinaus in der Lage sind, dieses Wissen auf praktische Fragestellungen zu übertragen und konkret anzuwenden.  Über diese Wissens- und Methodenebene hinaus wird durch die Zusammenführung aller betriebswirtschaftlichen Funktionen in einem Unternehmensplanspiel die <b>systemische Kompetenz</b> der Studierenden gefördert: Sie sollen in die Lage versetzt werden, die komplexen Interdependenzen in einem Unternehmen zu durchschauen und erfolgreich zu meistern.  Durch die Bearbeitung des Planspiels in Gruppen (Zwang zur gemeinsamen Entscheidungsfindung) werden schließlich auch die <b>sozialen Fertigkeiten</b> der Studierenden gefördert.
<b>Inhalte</b> - Dimensionen des Management-Begriffes: Institutionell, personell, funktionell - Strategischer Planungsprozess und seine Komponenten - Wesentliche Aspekte der Personalführung - Simulation der Geschäftsführung eines Unternehmens über mehrere Perioden (software-basiert, Bearbeitung in Gruppen)
<b>Lehr-/Lernformen</b>

### Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Das Themengebiet der Managementlehre ist ein Querschnittsthema der Betriebswirtschaftslehre. Um das notwendige Grundverständnis zur Erlangung der hier vermittelten Kenntnisse und Kompetenzen mitzubringen, ist die Erlangung der Qualifikationsziele aus den vorangegangenen fachspezifischen betriebswirtschaftlichen Modulen der der Semester 1-3 Voraussetzung.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Vgl. die Literaturangaben bzw. Hinweise der einzelnen Lehrveranstaltungen

### Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Inhaltliche Verbindungen finden sich mit den vorgelagerten Modulen zur Nachhaltigkeit, zu Finanzen & Controlling sowie zu Organisation. Bei den nachgelagerten Modulen finden sich Verbindungen insb. zu den Modulen der Vertiefungsprogramme "Nachhaltige
-------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	Unternehmensführung" sowie "Controlling & Finanzen".
--	------------------------------------------------------

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<p><b>Inhalte</b></p> <p>In der Vorlesung Strategie und Führung (101-103-01) wird zum einen der potenzielle Zielkonflikt zwischen kurzfristiger Gewinnmaximierung und langfristigem (nachhaltigem) Unternehmenserfolg, zum anderen der Zusammenhang zwischen Personalführung und ökonomischer (langfristige Aufrechterhaltung der Leistungsbereitschaft der Mitarbeiter) sowie sozialer Nachhaltigkeit (langfristig „verträgliche“ menschliche Beziehungen) thematisiert. Im Unternehmensplanspiel (101-103-02) erleben die Studierenden unmittelbar die kurz- und langfristigen Auswirkungen ihrer eigenen Entscheidungen.</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer	Anteil in %
Klausur (60 Minuten)	90 %
Referat/Präsentation	10 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b>		
Prof. Dr. Jürgen Bruck		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b>	<b>Dauer</b>
	jedes Semester	1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Präsenz in SWS</b>
Das Modul beinhaltet ein Planspiel, in welchem u.a. eine bewertete Präsentation Bestandteil ist. Voraussetzung für die Teilnahme an der Präsentation ist die regelmäßige Teilnahme an den Planspiel-Veranstaltungen (max. zweimaliges Fehlen ohne ärztl. Krankheitsmeldung).	7,00	6,00
<b>Workload</b>		
7,00 x 25 Stunden = 175,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b>	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b>	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b>
67,5 Std. / 38,6 %	55,0 Std. / 31,4 %	52,5 Std. / 30,0 %

## Ausgestaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
101-103-01	Vorlesung Strategie und Führung
101-103-02	Unternehmensplanspiel

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-103-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Vorlesung Strategie und Führung
---------------------------	-----------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
<b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Fach:</b> Die Studierenden lernen die wesentlichen fachlichen und methodischen Grundlagen des Strategischen Managements (z.B. Analyseinstrumente) kennen und sind in der Lage, diese in realen Fällen anzuwenden. Die Studierenden lernen die wesentlichen Aspekte und Erklärungsmuster effektiver Personalführung kennen und sind in der Lage, die Komplexität dieses Themengebietes gedanklich zu durchdringen.			
<b>Systemische Kenntnisse und Fertigkeiten:</b> Die Studierenden verstehen, dass ein zentraler Erfolgsfaktor sowohl in der Strategieentwicklung als auch in der Personalführung das systemische Zusammenspiel der einzelnen Gestaltungsparameter ist und sind in der Lage, dies bei der Bearbeitung von entsprechenden Problemstellungen zu berücksichtigen.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Abhängigkeiten zwischen den Gestaltungsparametern des Managements (Strategie, Organisation, Philosophie / Kultur, Führung, u.a.m.) sowie zwischen diesen und der Umwelt</li><li>- Strategischer Planungsprozess und seine Komponenten (Zielbildung, Umweltanalyse, Unternehmensanalyse, Strategische Optionen, Strategiewahl, Strategieimplementierung)</li><li>- Bedeutung von Macht/Hierarchie in Unternehmen und Verständnis für die divergenten Interessen verschiedener Interessengruppen (Corporate Governance)</li><li>- Wesentliche Aspekte der Personalführung (Interaktive v strukturelle Führung, Führung und gesellschaftlicher Wertewandel, Bausteine erfolgreicher Führung: Führungserfolg, Führungsmodelle, Führungs(stil)theorien)</li></ul>			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Vorlesung mit Übung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Vorlesung mit fragend-entwickelnder Methode			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Vorlesungsskript („Grundgerüst“ der Vorlesung)</li><li>- Jung, Rüdiger; Heinzen, Mareike; Quarg, Sabine: Allgemeine Managementlehre – Lehrbuch für die angewandte Unternehmens- und Personalführung, 7. Aufl., Berlin 2018.</li></ul>			

- Weibler, J.: Personalführung, 4. Aufl., München 2023

- Weitere Literatur in Vorlesung

**Besonderes**

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 4,00	<b>Gruppeneinteilung</b> ja	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 4 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 55,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 0,0 Std.

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-103-02	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Unternehmensplanspiel
---------------------------	-------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
<b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Fach:</b> Die Studierenden werden mit der Komplexität, ein Unternehmen zu leiten, vertraut gemacht. Sie sind in der Lage, viele der in den ersten 4 Studiensemestern erworbenen Kenntnisse und Kompetenzen (z.B. Kostenrechnung, Finanzierung, Markt- und Unternehmensanalyse) auf diesen ganzheitlichen, für sie neuen Anwendungsfall zu übertragen und die komplexe Aufgabe zu meistern.			
<b>Systemische Fertigkeiten und Kompetenzen:</b> Die Studierenden erfahren als eigene Akteure die mannigfachen Rückkopplungen im System Unternehmen. Sie sind in der Lage, dieses komplexe System erfolgreich zu steuern.			
<b>Soziale Fertigkeiten:</b> Die Studierenden sind in der Lage, in ihrer Gruppe (5 Mitglieder) die Analyse- und Entscheidungsprozesse konstruktiv, respektvoll und einvernehmlich zu gestalten.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> - Gesamtgeschäftsführung eines Unternehmens über mehrere Perioden - Analyse umfangreicher Umwelt- und Unternehmensdaten - Entscheidungen für alle wesentlichen Unternehmensbereiche treffen - Gruppen sind wie "wirkliche" Unternehmen im gegenseitigen Wettbewerb - Praktisches Erfahren der Besonderheiten des Arbeitens in Gruppen (gruppenspezifische Prozesse, Entscheidungsfindung, Umgang mit Konflikten, etc.)			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Vorlesung mit Übung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Planspiel, Gruppenarbeit			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> Ausführliche Begleitunterlagen zum Planspiel			
<b>Besonderes</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• EDV-gestützte Simulation</li><li>• Bearbeitung in Gruppen</li><li>• Präsentation der Ergebnisse durch die Gruppen (10% der Prüfungsleistung des Moduls)</li></ul>			

- Voraussetzung für die Teilnahme an der Präsentation ist die regelmäßige Teilnahme an den Planspiel-Veranstaltungen (max. zweimaliges Fehlen ohne ärztl. Krankheitsmeldung)
- Sicherstellung der aktiven Mitarbeit der Studierenden durch Integration einer Verständnisfrage zum Planspiel in die Klausur zum Modul (Kommentierung der Situation von Unternehmen in einer vom Planspielleiter vorgegebenen Simulation).

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> ja	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 4 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 0,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 52,5 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-091	<b>Modulbezeichnung</b> 101-091 Recht des Marketings und der Organisation
------------------------	------------------------------------------------------------------------------

### Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> <p><b>Übergeordnetes Hauptziel</b> des Moduls ist es, dass Studierende die rechtlichen Rahmenbedingungen der Unternehmensführung (Recht der Organisation von Gesellschaften) sowie des Vertriebs von Produkten und Dienstleistungen kennen- und verstehen lernen. Sie sollen die Fähigkeiten erwerben, dieses Wissen konkret anzuwenden und auf neue Fragestellungen zu übertragen.</p> <p>Die <b>systemische Kompetenz</b> der Studierenden wird gefördert, indem die rechtlichen Aspekte der Organisation von Gesellschaften und das Recht des Vertriebs zusammengeführt werden. Zudem werden zahlreiche Bezüge zu den Themen/Modulen Unternehmensführung und Marketing hergestellt. Fertigkeiten und Kompetenzen im Hinblick auf die <b>Selbstorganisation</b> wird durch die selbständige Erarbeitung von Inhalten und Methoden auch betreffend die Gestaltung und Optimierung des eigenen Lernprozesses erworben.</p> <p>Durch Gruppenarbeit werden die <b>sozialen Fertigkeiten</b> der Studierenden gefördert (Gruppenkommunikation, gemeinsame Entscheidungsfindung).</p>
<b>Inhalte</b> Rechtliche Organisation von Personen- und Kapitalgesellschaften (z.B. OHG, GmbH, AG) Rechtliche Aspekte des Vertriebs (z.B. rechtliche Grenzen von Werbung, Umgang mit Daten, Wettbewerbsrecht)
<b>Lehr-/Lernformen</b>

### Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Die Teilnahme erfordert die Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen aus den Vorlesungen Wirtschaftsrecht I und II.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Vgl. die Hinweise zu den einzelnen Veranstaltungen

### Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Vorgelagerte Module Wirtschaftsrecht I und II und zu den parallel stattfindenden Modulen Management IV und Marketing sowie zu den entsprechenden Veranstaltungen in den Vertiefungsprogrammen Recht im Finanzmanagement und Corporate Compliance.
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

### Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

**Inhalte**

Die Vermittlung der rechtlichen Grenzen und rechtlichen Gestaltungsmöglichkeiten unternehmerischen Handelns trägt zur nachhaltigen Entwicklung von Unternehmen bei. Eine verantwortungsvolle Unternehmensführung ist ohne Regelkonformität und ohne Kenntnis der rechtlichen Handlungsspielräume nicht denkbar (Stichwort **Legal Compliance**). Die Einhaltung aller gesetzgeberischen sowie von selbst aufgestellten Regeln führt u.a. zur Vermeidung von zahlreichen Haftungsrisiken, zu einer stärkeren Beachtung der Auswirkungen unternehmerischen Handelns in sozialer wie ökologischer Hinsicht sowie zu mehr Integrität unternehmerischer Tätigkeit.

**Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)**

Art und Dauer	Anteil in %
Klausur (90 Minuten)	100 %

**Organisation**

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Claudia Stachel		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b> Prof. Dr. Katja Gabius		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> keine	<b>ECTS-Punkte</b> 4,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 4,00 x 25 Stunden = 100,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 45,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 30,0 Std. / 30,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 8,0 Std. / 8,0 %

**Ausgestaltung**

Code	Titel der Lehrveranstaltung
101-091-01	Recht der Organisation
101-091-02	Recht des Vertriebs / EU Marketing and Sales Law

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-091-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Recht der Organisation
---------------------------	--------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
<b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Fach:</b> Die Studierenden lernen die wesentlichen Grundzüge des Gesellschaftsrechts kennen und werden befähigt, ihre Kenntnisse auf einfachere einschlägige Rechtsfälle zu übertragen und eigenständig zu lösen.			
<b>Systemische Kenntnisse und Fertigkeiten:</b> Rechtsfälle entstehen regelmäßig nicht losgelöst von strategischen und operativen Führungsentscheidungen im Unternehmen. Die Veranstaltung geht hierauf ein und fördert in diesem Sinne auch den lösungsorientierten Umgang mit Systemen.			
<b>Fertigkeiten bezogen auf die Selbstorganisation und das Soziale:</b> Die Studierenden bereiten die Inhalte der Vorlesung selbständig vor und nach; es werden regelmäßig Methoden angesprochen und erarbeitet, den eigenen Lernprozess zu gestalten und zu optimieren. Durch Gruppenarbeit werden die sozialen Fertigkeiten der Studierenden gefördert (Gruppenkommunikation, gemeinsame Entscheidungsfindung).			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> - Gesellschaftsrechtliche Grundkenntnisse (unter Wiederholung der Grundzüge des Handelsrechts): wesentliche Gesellschaftsformen (im Personengesellschaftsrecht namentlich GbR, OHG und KG, im Kapitalgesellschaftsrecht GmbH und AG) und deren Besonderheiten, hierbei insbesondere Unternehmensstruktur, Rechtsfähigkeit, Teilnahme am Rechtsverkehr und Haftung. Die Merkmale der Gesellschaften werden auf neue Art gelehrt; nämlich aus der Sicht eines Existenzgründers. - Es wird zudem der Gesichtspunkt behandelt, welches die beste Rechtsform für unternehmerisches Handeln ist, abhängig von den im Einzelfall verfolgten Zielen. - Unternehmenserwerb und typische Abläufe			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Vorlesung mit Übung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Vorlesung mit fragend-entwickelnder Methode, Verwendung kleinerer Fallbeispiele; Gruppen- und Einzelarbeit Interaktive Vorlesung unter Verwendung zahlreicher praktischer Beispiele			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b>			

- Gesetze: Textausgaben aktuelle Wirtschaftsgesetze, z.B. Verlag NWB, Aktuelle Wirtschaftsgesetze 2018 (wichtig: BGB, HGB, GmbHG, AktG, PartGG); bzw. eigens für die HfWU erstellte Sammlung aus dem Boorberg-Verlag
- Vorlesungsfolien
- Förchler, Peter, Grundzüge des Wirtschaftsprivatrechts, Vahlen kompakt, Vahlen-Verlag, München 2018, Gesellschaftsrecht Kapitel 13
- Klunzinger, Eugen: Grundzüge des Gesellschaftsrechts, Verlag Vahlens, 16. Auflage 2012
- Windbichler, Christine: Gesellschaftsrecht, Verlag Beck, 23. Auflage 2013
- Timm/Schöne, Fälle zum Handels- und Gesellschaftsrecht I und II, Verlag Beck

**Besonderes**

**Organisation**

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> ja	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 4 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 15,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 4,0 Std.

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-091-02	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Recht des Vertriebs / EU Marketing and Sales Law
---------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
<b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Fach:</b> Die Studierenden lernen die wesentlichen Grundzüge des Vertriebsrechts kennen und werden befähigt, ihre Kenntnisse auf einfachere einschlägige Rechtsfälle zu übertragen und eigenständig zu lösen.			
<b>Systemische Kenntnisse und Fertigkeiten:</b> Vertriebsrecht und Gesellschaftsrecht werden nunmehr in einem Modul zusammengefasst. Die Entscheidung über die Organisationsform eines Unternehmens und die Positionierung auf dem Markt durch verschiedene Vertriebsaktivitäten sind wesentliche Aspekte unternehmerischen Handelns, die sich wechselseitig beeinflussen. Vertriebsrecht steht außerdem in einem sehr engen Zusammenhang mit Marketing; es geht letztlich darum, welchen rechtlichen Grenzen die Marketingaktivitäten eines Unternehmens unterliegen.			
<b>Fertigkeiten bezogen auf die Selbstorganisation und das Soziale:</b> Die Studierenden bereiten die Inhalte der Vorlesung selbständig vor und nach; es werden regelmäßig Methoden angesprochen und erarbeitet, den eigenen Lernprozess zu gestalten und zu optimieren. Durch Gruppenarbeit werden die sozialen Fertigkeiten der Studierenden gefördert (Gruppenkommunikation, gemeinsame Entscheidungsfindung)			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> - Recht des unlauteren Wettbewerbs (z.B. Marktverhaltensregeln, Werberecht, Irreführungsverbot) - Kartellrechtliche Grenzen im Wettbewerb (Verbot wettbewerbsbeschränkender Vereinbarungen, Monopole, Ausnutzen einer marktbeherrschenden Stellung, Zulässigkeit von Kooperationen) - Grenzen autonomer Preisgestaltung - Überblick gewerbliche Schutzrechte (Patent, Marke, Gebrauchsmuster, Geschmacksmuster, Urheberrecht, Know-How) - Elektronischer Geschäftsverkehr/Fernabsatz, Direktvertrieb, Telefonvertrieb, Informationspflichten für Diensteanbieter im Internet - Vertrieb durch Handelsvertreter, Absatzmittler und -helfer - Franchising - Datenschutzrecht			
<b>Lehr-/Lernformen</b>			

Vorlesung mit Übung
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Vorlesung mit fragend-entwickelnder Methode, Verwendung kleinerer Fallbeispiele; Gruppen- und Einzelarbeit Interaktive Vorlesung unter Verwendung zahlreicher praktischer Beispiele
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> - Gesetze: Textausgaben aktuelle Wirtschaftsgesetze, z.B. Verlag NWB, Aktuelle Wirtschaftsgesetze 2018 (wichtig: BGB, HGB, GmbHG, AktG, PartGG, Gesetz über den unlauteren Wettbewerb) bzw. eigens für die HfWU erstellte Sammlung aus dem Boorberg-Verlag (Bestellcode wird noch genannt) - Vorlesungsfolien - Förschler, Peter, Grundzüge des Wirtschaftsprivatrechts, Vahlen kompakt, Vahlen-Verlag, München 2018, Vertriebsrecht Kapitel 12 - Weitere Literatur wird in der Vorlesung bekannt gegeben
<b>Besonderes</b> Die Vorlesung wird zur Hälfte von Prof. Dr. Claudia Stachel und einem externen Experten, Herrn Dr. Thorsten Witt (McKesson Europe AG), gehalten

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> ja	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 4 Semester	<b>Sprache</b> Englisch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 15,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 4,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-022	<b>Modulbezeichnung</b> 101-022 Betriebswirtschaftliche Steuerlehre
------------------------	------------------------------------------------------------------------

### Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> In der Vorlesung „Betriebswirtschaftliche Steuerlehre“ werden die Grundzüge der wichtigsten Steuerarten (Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer, Umsatzsteuer), Besonderheiten der steuerlichen Bilanzierung und Gewinnermittlung sowie die Kernelemente der – auf der dynamischen Investitions- und Finanzierungstheorie aufbauenden – Steuerplanung vermittelt.
<b>Inhalte</b> Grundlagen der betriebswirtschaftlichen Steuerlehre Steuerbilanzen Gewinnermittlung nach § 4 Abs. 3 EStG Grundzüge der Einkommensteuer Grundzüge der Gewerbesteuer Ertragsteuerbelastung bei Personenunternehmen Grundzüge der Körperschaftsteuer Ertragsteuerbelastung bei Kapitalgesellschaften Grundzüge der Umsatzsteuer Steuerplanung: Grundlagen Standardmodell mit allgemeiner Gewinnsteuer Standardmodell mit deutscher Ertragsbesteuerung Entscheidungsneutralität der Besteuerung Standardmodell mit Cashflow-Besteuerung Standardmodell mit zinsbereinigter Einkommensteuer Standardmodell mit Besteuerung des ökonomischen Gewinns
<b>Lehr-/Lernformen</b>

### Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Die Studierenden verfügen über das im Grundlagenstudium eines Bachelorstudiums der Wirtschaftswissenschaften geforderte Kenntnisniveau der doppelten Buchführung und der
----------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	Betrieblichen Finanzwirtschaft, insbesondere der Investitions- und Finanzierungstheorie.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	<p>Scheffler, Wolfram: Besteuerung von Unternehmen I, Ertrag-, Substanz- und Verkehrsteuern, Heidelberg.</p> <p>Scheffler, Wolfram: Besteuerung von Unternehmen II, Steuerbilanz, Heidelberg.</p> <p>Scheffler, Wolfram: Besteuerung von Unternehmen III, Steuerplanung, Heidelberg.</p>

### Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

### Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b>
In den betriebswirtschaftlichen Entscheidungsmodellen wird der Mensch nicht nur als Investor, sondern auch als Konsument und Arbeitnehmer betrachtet. Es wird herausgearbeitet, dass die Wirtschaft keinen Selbstzweck darstellt, sondern dass der Mensch Urheber, Mittelpunkt und Ziel jeden wirtschaftlichen Handelns ist und deshalb ein verantwortungsvoller Umgang mit den natürlichen Ressourcen erforderlich ist.

### Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer	Anteil in %
Klausur (60 Minuten)	100 %

### Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Peter Rümmele		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> keine	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 6,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		

<b>Präsenz/Kontakt</b> 56,2 Std. / 37,5 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 60 Std. / 40,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 33,8 Std. / 22,53 %
----------------------------------------------	-------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------

### **Ausgestaltung**

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
-------------	------------------------------------

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-104	<b>Modulbezeichnung</b> 101-104 Marketing
------------------------	----------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> The students will learn how to <b>develop agile marketing plans</b> and to think critically when dealing with market data. This module is partly taught in the English language.
<b>Inhalte</b> The students will learn the most important <b>methods and concepts</b> in marketing. Special attention is given to "Marketing Research" and the new approach "Agile Marketing".
<b>Lehr-/Lernformen</b>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	- Agiles Marketing (Deutsch/Englisch) - Marketing-Research (English)
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Make sure your English language skills are good enough to understand the textbook, follow a lecture, communicate in class and write an exam under time pressure. Recommendation: You should have at least B2.1 level. If not, we strongly recommend to prepare online using our Speexx platform

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	The module is the basis for all marketing modules in semester 6 and semester 7
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b> The focus of the module is the sustainable development of a marketing concept, in which the economic, environmental and social issues are largely integrated
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Klausur (60 Minuten)	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Thomas Ginter		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b> Prof. Iris Ramme		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> There are no formal requirements for participation. Since the module is predominantly taught in English, the prerequisite for this module is a sound knowledge of the English language (active listening and speaking skills as well as reading comprehension and writing skills).	<b>ECTS-Punkte</b> 5,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 5,00 x 25 Stunden = 125,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 36,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 80,0 Std. / 64,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 0,0 Std. / 0,0 %

## Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-104-01	Agiles Marketing alternativ zu Principles of Marketing 101-104-03
101-104-02	Marketing Research

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-104-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Agiles Marketing
---------------------------	--------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Das Gedankengefängnis verstehen und beobachten (wie im Film "Die Matrix")</li> <li>• Marketing Management</li> <li>• Mindset</li> <li>• Programm</li> <li>• Struktur</li> <li>• Team-Konfiguration</li> <li>• Schlüssel-Prozesse</li> <li>• Kontrolle</li> </ul>			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Vorlesung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Lecture with discussion (due to group size not an essential part). The students are provided with copies of the lecture slides which can be downloaded from our neo platform.			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> Brandes, U. / Gemmer, P. (2014): Management Y: Agile, Scrum, Design Thinking & Co.: So gelingt der Wandel zur attraktiven und zukunftsfähigen Organisation Hamel, G. (2008): Das Ende des Managements: Unternehmensführung im 21. Jahrhundert Osterwalder, A. / Pigneur, Y. (2011): Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer			
<b>Besonderes</b> guest lecturers			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 4 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch oder Englisch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 32,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 0,0 Std.

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-104-02	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Marketing Research
---------------------------	----------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
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).			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b>			
Marketing Research Process, Secondary and Primary Data, Qualitative Data Collection, Data Collection Methods and its advantages and challenges, Measurement and Scaling, Questionnaire Design, Experiments, Fundamentals of Sampling: students learn the concepts, know the differences and learn when to apply which method.			
<b>Lehr-/Lernformen</b>			
Vorlesung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b>			
Lecture with discussion. The students are provided with copies of the lecture slides which can be downloaded from our neo platform. During in-class assignments they have to argue why a specific approach of marketing research is feasible or not.			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b>			
Malhotra, N. K. (2019). Marketing research: An applied orientation, 7th ed., Pearson Education Limited, available as an e-book in our library.			
<b>Besonderes</b>			
Two groups, both led by Iris Ramme, will ensure lively classroom communication. To keep the groups evenly sized, please register for your preferred time slot on neo as soon as possible			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> ja	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 4 Semester	<b>Sprache</b> Englisch
-------------------------------	--------------------------------	-----------------------------------------------	----------------------------

<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 48,0 Std.	<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 0,0 Std.
-------------------------------------	------------------------------------------------------	------------------------------------------------

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-104-03	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> <u>Principles of Marketing</u>
---------------------------	----------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>The students will learn and understand the most important concepts of marketing, various analysis tools, and how to use them for strategic marketing planning and the creation of a reasonable marketing mix. To support the theory part of the lecture, it will be enriched with various practical examples, many of them originating from the lecturer's own longtime industry experience</li> </ul>			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Vorlesung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Lecture with discussion. The students are provided with copies of the lecture slides which can be downloaded from our neo platform.			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> Recommended textbook: Kotler, Philip ; Armstrong, Gary: Principles of Marketing, Pearson, Global Edition, 19th ed., 2024			
<b>Besonderes</b> guest lecturers			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 4 Semester	<b>Sprache</b> Englisch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 32,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 0,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-105	<b>Modulbezeichnung</b> 101-105 Management Science
------------------------	-------------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Übergeordnetes Ziel des Moduls besteht darin, den Studierenden die mathematisch-analytische Denkweise in Bezug auf die Lösung ökonomischer Probleme nahezubringen und entsprechende Fertigkeiten einzuüben. Dies erfolgt anhand von ausgewählten Standardproblemen und -verfahren des Operations Research bzw. Management Science (siehe Inhalte).  Die Studierenden sollen grundsätzlich in die Lage versetzt werden, auch später bei realen Problemen mathematisch orientierte Methoden einsetzen zu können.
<b>Inhalte</b> Zweiteilung der Veranstaltung:  -Methoden der Entscheidungsfindung im Wettbewerb und bei Investitionen (Spiel- und Entscheidungstheorie, Verhaltensökonomik)  - Methoden zur Optimierung von Zuteilungsproblemen. (Lineare Optimierung: Modellbildung und Lösungsansätze)
<b>Lehr-/Lernformen</b>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	keine besonderen Voraussetzungen
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	In diesen Veranstaltungen werden Verknüpfungen zu den Veranstaltungen "Empirische Methoden 1 und 2", "Management 4 - Strategie und Führung" gezogen.
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b> In der Spieltheorie und Entscheidungstheorie werden gesellschaftliche und sozialwissenschaftliche Aspekte der Entscheidungsfindung aufgegriffen und im Plenum erarbeitet.
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer	Anteil in %
Schriftliche Arbeit	12 %
Klausur (90 Minuten)	88 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Mathias Engel		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b> Dr. Günter Winterholer		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> keine	<b>ECTS-Punkte</b> 5,00	<b>Präsenz in SWS</b> 5,00
<b>Workload</b> 5,00 x 25 Stunden = 125,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 56,2 Std. / 45,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 53,7 Std. / 43,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 15,0 Std. / 12,0 %

## Ausgestaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
101-105-03	eBusiness
101-105-01	Entscheidungs- und Verhaltensökonomik
101-105-02	Zuteilungsprobleme

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-105-03	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> eBusiness
---------------------------	-------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Befähigung der Studierenden zum unbefangenen Arbeiten in S4/HANA und dem dahinterstehenden ERP-Konzept. Befähigung der Studierenden zum Erkennen verschiedener Analysemöglichkeiten und deren Umsetzung mit einem geeigneten Data Science-Werkzeug.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> In diesem Submodul erlangen die Studierende hinreichende Kenntnisse in der Bearbeitung von Geschäftsvorgängen mit der Enterprise Resource Planning Suite von SAP "S4/HANA". In einer ersten Veranstaltung wird auf das Konzept eines ERP-Programms eingegangen. Daran anschließend wird auf die Navigation in S4/HANA mittels der Fiori-Weboberfläche erarbeitet. Nach einigen passenden Übungen kann sich jeder Studierende ein für seine Bedürfnisse passende Fallstudie herausuchen (Vertrieb, Einkauf, Marketing, Projektmanagement, Produktion, Controlling...) und sollte diese dann für die Prüfungsleistung erarbeiten.  In einem zweiten Teil dieses Submoduls werden Analysefähigkeiten für Textanalysen, Assoziationen und Predictions vermittelt. Allesamt mit einem Click-to-see Programm namens SimpleML (Google Sheets) und evtl. Orange3.			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Vorlesung mit Übung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Lehrgespräche, Übungen am System, PairProgramming-Methode (keine Programmierung!)			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b>			
<b>Besonderes</b> Zu dieser Veranstaltung gibt es Lehrvideos, welche zu Beginn adressiert werden.  Arbeiten am PC mit S4/HANA SimpleML (Google Sheets), Orange3, ChatGPT			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 1,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 4 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 11,2 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 5,7 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 5,0 Std.

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-105-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Entscheidungs- und Verhaltensökonomik
---------------------------	-----------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierenden lernen die grundlegenden Ansätze der Entscheidungs- und Spieltheorie kennen, können diese kritisch beurteilen und auf konkrete ökonomische Problemstellungen anwenden. Sie erlangen die wissenschaftlich-methodische Kompetenz zur Strukturierung und Modellierung wirtschaftlicher Entscheidungsprobleme und zur Ableitung rationaler Entscheidungen.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> Was sind Entscheidungen und wie entstehen diese? Wie kann evtl. eine Entscheidung und das beobachtbare Verhalten erklärt und beeinflusst werden? Diese Fragestellungen werden mittels entscheidungspsychologischen Methoden in der Betriebswirtschaft entgegnet. Anhand diverser Beispiele (aus unterschiedlichen Anwendungsgebieten) und Medien werden die empirischen und non-empirischen Entscheidungsmethoden, Phänomene, Heuristiken vermittelt. Dabei wird auf folgende Inhalte fokussiert: 1. Einführung: Was ist freier Wille, welche entscheidungspsychologischen Systeme gibt es, Was ist Nutzen? 2. rationales Entscheiden bei Ungewissheit: Methoden (Maximin, Maximax, Hurwicz, Savage-Niehans) 3. rationales Entscheiden bei Risiko: Methoden (Bayes, $\mu$ -Prinzip, Bernoulli (EU, SEU-Methode)) 4. Verhaltensökonomik: Phänomene und Heuristiken 5. Verhaltensökonomik: Prospect Theorie, Nudge, Gamification 6. Spieltheorie: Analyse1-3 von statisch diskreten Spielen, Begriffe, Formen, Nash GG, Symmetrien 7. Spieltheorie: Analyse2-3: Pareto-Effizienz, Dominanz, Vertrauensspiele und weitere Sonderformen 8. Spieltheorie: Analyse3-3: Gemischte Strategien, Gemischtes Nash GG, Nullsummen, Konstantsummenspiel 9. <i>Escape Room Game (Wissenverarbeitung der bisherigen 8 Veranstaltungen)</i> 10. Spieltheorie: Interessenkonflikte: Kooperations- und Koordinationsproblem 11. Spieltheorie: Kooperationen 12. Spieltheorie: Mehrstufige Spiele (Wiederholspiele und sequentielle Spiele)			

13. Spieltheorie: Stetige Spiele (Cournot Duopol)

14. *Business War Game (Wissensverarbeitung: angepasste Variante der Szenarioanalyse und des klassischen Business War Game mit spieltheoretischen Ansätzen)*

**Lehr-/Lernformen**

Vorlesung mit Übung

**Lehr-/Lernmethoden**

Die Konzepte der Entscheidungstheorie werden den Studierenden in einem interaktiven Lehrgespräch erklärt und anhand von typischen ökonomischen Anwendungen diskutiert, wobei besonderes Gewicht auf Fragen der Modellierung und Interpretation gelegt wird. Regelmäßig gestellte Hausaufgaben, die einzeln oder in Gruppen zu bearbeiten sind und in der jeweils folgenden Lehrveranstaltung ausführlich besprochen werden, ermöglichen es den Studierenden, ihre Lernfortschritte selbst fortlaufend zu kontrollieren. Darüber hinaus sollen die Studierenden nach dem Lehrgespräch die Inhalte reflektieren und ggf. Fragen in das darauffolgende Lehrgespräch einbringen.

**Literatur/Lehrmaterial**

- Engel: Entscheidungsökonomik, Kindle Publishing, Stuttgart 2020
- Bartholomae, Wiens: Spieltheorie, SpringerGabler, Wiesbaden 2016
- Pfister, Jungermann, Fischer: Die Psychologie der Entscheidung, Springer, Heidelberg 2017
- Winter: Grundlagen der Spieltheorie, Springer, Bochum 2017
- Skript
- und weitere siehe Vorlesungsankündigungen

**Besonderes**

Die Vorlesung wird mittels technischer Hilfsmittel weitestgehend interaktiv gestaltet. Basis ist ein Gamification-Ansatz. In der Vorlesung werden diverse Beispiele, Exponate und Videos eingesetzt. Diskussionen werden angeregt. In zwei Zwischenveranstaltungen (9. Block und 14. Block) werden spielbasierte Ansätze (Escape Room und Business War Game) zur Wissensverarbeitung eingesetzt. Wissenssequenzen und aktuelle Fälle werden parallel auf Soziale Medien (YouTube, Twitter und Instagram) veröffentlicht.

**Organisation**

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 4 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 24,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 5,0 Std.

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-105-02	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Zuteilungsprobleme
---------------------------	----------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
Die Studierenden lernen die grundlegenden Ansätze der linearen Optimierung kennen, können diese kritisch beurteilen und auf konkrete ökonomische Problemstellungen anwenden. Sie erlangen die wissenschaftlich-methodische Kompetenz zur Strukturierung und Modellierung wirtschaftlich optimaler Problemlösungen bzw. zur Ableitung rationaler Entscheidungen.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b>			
I. Mathematische Grundlagen der linearen Optimierung			
II. Betriebswirtschaftliche Anwendungen der linearen Optimierung			
III. Darstellungsformen, grafische Lösung und Lösungsfälle bei linearen Programmen			
IV. Simplex-Algorithmus (einschließlich Zwei-Phasen-Methode)			
V. Spezialprobleme der linearen Optimierung			
<b>Lehr-/Lernformen</b>			
Vorlesung mit Übung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b>			
Die Konzepte der linearen Optimierung werden den Studierenden in einem interaktiven Lehrgespräch erklärt und anhand von typischen ökonomischen Anwendungen diskutiert, wobei besonderes Gewicht auf Fragen der Modellierung und Interpretation gelegt wird. Regelmäßig gestellte Hausaufgaben, die einzeln oder in Gruppen zu bearbeiten sind und in der jeweils folgenden Lehrveranstaltung ausführlich besprochen werden, ermöglichen es den Studierenden, ihre Lernfortschritte selbst fortlaufend zu kontrollieren. Darüber hinaus sollen die Studierenden nach dem Lehrgespräch die Inhalte reflektieren und ggf. Fragen in das darauffolgende Lehrgespräch einbringen.			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b>			
Arbeitsmaterialien mit Beispielen, Formelsammlung und Übungsaufgaben			
Weitere Literatur wird in der Vorlesung genannt.			
<b>Besonderes</b>			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> ja	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 4 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
-------------------------------	--------------------------------	-----------------------------------------------	---------------------------

<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 24,0 Std.	<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 5,0 Std.
-------------------------------------	------------------------------------------------------	------------------------------------------------

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-106	<b>Modulbezeichnung</b> 101-106 Methodische Grundlagen III
------------------------	---------------------------------------------------------------

### Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Kern: wissenschaftliches (kritisch-reflektiertes) Denken und Arbeiten <ul style="list-style-type: none"><li>• relevante (praxisbezogene) Forschungsfragen formulieren können</li><li>• Recherche und Auswahl (internationaler) wissenschaftlicher Literatur</li><li>• englischsprachige, wissenschaftliche Aufsätze lesen und aufarbeiten können</li><li>• einfache Untersuchungsdesigns konzipieren</li><li>• wissenschaftliches Argumentieren und Schreiben mit dem Ziel der Erstellung eines Exposés</li></ul>
<b>Inhalte</b> Ziel des Moduls ist die Erstellung eines Exposés zu einer Forschungsfrage. Ausgehend von der Vergabe entsprechend eingegrenzter Themengebiete zum Ende des vorangegangenen Semesters erfolgt gemäß der in MG 2 vermittelten Inhalte eine Literaturrecherche sowie die darauf aufbauende Präsentation möglicher Forschungslücken zu Beginn des Semesters. Während des Semesters wird dann ein Forschungsdesign für die abschließend selektierte Forschungsfrage entwickelt und in dem geforderten Exposé schriftlich zusammengefasst. Input erfolgt im Rahmen von vier Vorlesungen zu Semesterbeginn sowie in zwei Coachingsgesprächen mit der/dem persönlichen Betreuer:in(Team von Professor:innen und Lehrbeauftragten). <b>Die Einführung in das Modul erfolgt zum Ende des vorlaufenden Semesters!</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Für das Sommersemester im Januar</li><li>• Für das Wintersemester im Juni</li></ul> <b>Bitte beachten Sie die entsprechenden Termine in neo!</b>
<b>Lehr-/Lernformen</b> Seminar

### Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	erforderlich: Kenntnisse aus MGI II
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Zentrale Einführungsveranstaltung zum Ende des Vorsemesters.

### Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Im Zuge der Vermittlung von Kompetenzen im wissenschaftlichen Arbeiten ist das Modul MG III im engen Zusammenhang mit den vorlaufenden Modulen MG I & II sowie dem Pflichtmodul zum "Wissenschaftlichen Arbeiten" in der Vertiefung zu sehen. Die
-------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	Veranstaltungen sollen insgesamt auf die Bachelorarbeit vorbereiten.
--	----------------------------------------------------------------------

<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	
-----------------------------------------	--

### Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b>
Aspekte der nachhaltigen Entwicklung werden in Form von Themenschwerpunkten der Seminarleiter:innen bzw. in einzelnen Themen der zu verfassenden Exposés eingebunden.

### Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Studienarbeit	100 %

### Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b>		
Prof. Dr. Dirk Funck		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>		
semesterweise tlw. wechselnde SeminarleiterInnen (Professor:innen und Lehrbeauftragte)		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b>	<b>Dauer</b>
	jedes Semester	1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Präsenz in SWS</b>
keine	3,00	2,00
<b>Workload</b>		
3,00 x 25 Stunden = 75,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b>	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b>	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b>
22,5 Std. / 30,0 %	52,5 Std. / 70,0 %	0,0 Std. / 0,0 %

### Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-019-01	Methodische Grundlagen III (Seminar)

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-019-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Methodische Grundlagen III (Seminar)
---------------------------	----------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> s.o.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> s.o.			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Seminar			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Einführungsveranstaltung zum Ende des vorlaufenden Semesters Konzentrierter zentraler Input in 4 Vorlesungen à 90 Min. Selbststudium Präsentation und (Peer-)Feedback Durchgängiges begleitendes Coaching			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> Döring, N.; Forschungsmethoden und Evaluation, Springer-Verlag, Wiesbaden - in der jeweils aktuellen Auflage. Lernplattform für wissenschaftliches Arbeiten (LeWA): <a href="https://lewawiki.hfwu.de/index.php?title=Hauptseite">https://lewawiki.hfwu.de/index.php?title=Hauptseite</a>			
<b>Besonderes</b> Verschiedene parallele Seminargruppen mit unterschiedlicher fachlicher Ausrichtung Kleine Seminargruppen mit begrenzter Teilnehmerzahl (i. d. R. 8, max. 12 Personen) Anmeldung und Einteilung zu den Seminargruppen am Ende des vorhergehenden Semesters Individuelles Coaching im Semesterverlauf			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> ja	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 4 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch oder Englisch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 52,5 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b>

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-109	<b>Modulbezeichnung</b> 101-109 Integriertes Auslandsstudium - Semester 4
------------------------	------------------------------------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b>
<b>Inhalte</b>
<b>Lehr-/Lernformen</b>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b>
----------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Sonstiges ( keine Einheit gewählt)	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Stefan Marx		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> keine Angabe	<b>Dauer</b> Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b>	<b>ECTS-Punkte</b> 30,00	<b>Präsenz in SWS</b> 0,00

<b>Workload</b>		
30,00 x 25 Stunden = 750,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b>	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b>	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b>

### **Ausgestaltung**

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
-------------	------------------------------------

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-031	<b>Modulbezeichnung</b> 101-031 Praktisches Studiensemester
------------------------	----------------------------------------------------------------

### Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierenden sollen folgende Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen erwerben:  <ol style="list-style-type: none"><li>1. Kompetenz zur selbstständigen beruflichen Orientierung</li><li>2. Kompetenzen zum erfolgreichen Einstieg in ein Praktikum</li><li>3. Wichtige überfachliche Kompetenzen während der Praxisphase</li><li>4. Fach- und Handlungskompetenz während der Praxisphase</li></ol>
<b>Inhalte</b> Ziel des Praktischen Studiensemesters ist es, praktische Erfahrungen zu sammeln und die im Studium erlernten Kenntnisse in der Praxis anzuwenden. Die Studierenden sollen Einblicke in die Arbeitsweisen und Abläufe eines Unternehmens erhalten und die theoretischen Inhalte des Studiums vertiefen. Die Mitarbeit in Projektteams bei der Lösung von Problemen sowie die selbständige Bearbeitung konkreter Aufgaben sind wünschenswert. Zwischen der Tätigkeit in der Praxisstelle und den Inhalten des Studiums muss ein Zusammenhang bestehen.
<b>Begleitende Veranstaltungen</b>  Vorbereitende Veranstaltungen: <ul style="list-style-type: none"><li>○ In der <u>Einführungsveranstaltung</u> erfahren die Studierenden die rechtlichen und organisatorischen Bedingungen des Praktischen Studiensemesters. Darüber hinaus soll im Teil „Standortbestimmung“ anhand von Übungen geklärt werden, welche PS-Stelle die richtige sein könnte.</li><li>○ Im <u>Erfahrungsaustausch I</u> werden die Studierenden über die Erfahrungen während des Praxissemesters informiert. Zudem lernen sie die Regeln des beruflichen Alltags kennen wie Umgangsformen, Kommunikationsregeln und Kleideretikette.</li></ul> Nachbereitende Veranstaltung: <ul style="list-style-type: none"><li>○ Im <u>Erfahrungsaustausch II</u> berichten die Studierenden nach dem Praxissemester über ihre Erfahrungen.</li></ul>
<b>Lehr-/Lernformen</b>  Workshops mit Übungen und Gruppendiskussion Arbeit im Unternehmen

### Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Stellensuche, Bewerbungsprozess, sicherer Auftritt in der Praxis
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Vorlesung und Übung in HR zu Bewerbungsprozess

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Querverbindungen zu HR Vorlesung und Übung
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	Nicht sinnvoll, da studiengangspezifisch

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b>
Je nach Praxisstelle im Unternehmen

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Keine, nur Anwesenheit bei Seminaren und im Unternehmen	

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b>		
Studiendekan:in derzeit Prof. Dr. Daniela Fischer		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>		
Christiane Fitzke		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b>	<b>Dauer</b>
	jedes Semester	3 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Präsenz in SWS</b>
	30,00	0,5
<b>Workload</b>		
30,00 x 25 Stunden = 750,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b>	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b>	
11,2 Std. / 1,5 %	738,8 Std. / 98,5 %	

## Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-031-01	Praktisches Studiensemester / begleitende Veranstaltungen

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-031-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Praktisches Studiensemester / begleitende Veranstaltungen
---------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<p><b>Vorbereitende Veranstaltungen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ In der <u>Einführungsveranstaltung</u> erfahren die Studierenden die rechtlichen und organisatorischen Bedingungen des Praktischen Studiensemesters. Ergänzend werden Informationen zu möglichen Studienverläufen gegeben und diskutiert.</li></ul> <p>Darüber hinaus soll im Teil „Standortbestimmung“ anhand von Übungen geklärt werden, welche PS-Stelle die richtige sein könnte.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Im <u>Erfahrungsaustausch I</u> werden die Studierenden über die Erfahrungen während des Praxissemesters informiert. Zudem lernen sie die Regeln des beruflichen Alltags kennen wie Umgangsformen, Kommunikationsregeln und Kleideretikette.</li></ul> <p>Nachbereitende Veranstaltungen</p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Im <u>Erfahrungsaustausch II</u> berichten die Studierenden nach dem Praxissemester über ihre Erfahrungen und stehen für Fragen zur Verfügung.</li></ul>
<p><b>Inhalte</b></p> <p>Was kann ich? Was will ich? Wie erreiche ich meine Ziele?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Organisatorische Rahmenbedingungen</li><li>- Mögliche Studienverläufe</li><li>- Relevanz und Nutzen der persönlichen Ressourcen, wie Interessen, Fähigkeiten und Vorerfahrungen</li><li>- Persönliche Werte und deren Bedeutung bei der Zielentwicklung</li><li>- Persönliche Ziele: für das Praktikum, langfristig, Strukturierung von Zielen</li><li>- Mein Netzwerk im realen Leben und Online</li><li>- Wo suche ich meine PS-Stelle?</li></ul> <p>Bewerbungsprozesse sind Inhalt der Vorlesung und Übung HR s. Modulbeschreibung 101-100</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Moderierte Diskussion über Erfahrungen in Unternehmen.</li><li>- Do's und Don'ts in Unternehmen</li><li>- Erwartungshaltung von Vorgesetzten und Kollegen an neue Mitarbeiter</li><li>- Gestaltung der ersten Wochen</li><li>- Fachliche Aufgaben</li><li>- Börse PS-Stellen</li></ul>
<p><b>Lehr-/Lernformen</b></p> <p>Praktikum, Seminar</p>

<p><b>Lehr-/Lernmethoden</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung durch Vortrag</li> <li>• Übungen und Gruppenarbeiten</li> <li>• Diskussion in der Seminarrunde</li> <li>• Vertiefung durch praktische Beispiele</li> </ul>
<p><b>Literatur/Lehrmaterial</b></p> <p>keine</p>
<p><b>Besonderes</b></p> <p>Nutzen für:</p> <p>Studierende ohne konkrete Idee / Option für das Praxissemester: Reflexion der persönlichen Ressourcen, Ideenentwicklung und -konkretisierung, Zielentwicklung und -konkretisierung</p> <p>Studierende mit unterschiedlichen Ideen / Optionen für das Praxissemester: Auf dem Hintergrund der neuen Erkenntnisse: Bewerten und Abwägen der Optionen, Entscheidungsfindung</p> <p>Studierende mit einem konkreten Ziel für das Praxissemester: Kritische Reflexion des Ziels auf Basis der neuen Erkenntnisse, Einsatz der neuen Erkenntnisse zur Selbstpräsentation im Bewerbungsprozess, Reflexion des konkreten Einsatzes und Nutzens der persönlichen Ressourcen zur Zielerreichung</p> <p>Methodenvielfalt mit Wahlmöglichkeiten für die Studierenden, Angebotscharakter der Methoden Erzielen von nachhaltigen Vorteilen aus dem Praxissemester (Kontakte, vertiefte Kenntnisse, Anknüpfungspunkte für spätere berufliche Zusammenarbeit)</p>

## Organisation

<p><b>Präsenz in SWS</b></p> <p>0,5</p>	<p><b>Gruppeneinteilung</b></p> <p>ja</p>	<p><b>empfohlenes Fachsemester</b></p> <p>3/5/6 Semester</p>	<p><b>Sprache</b></p> <p>Deutsch</p>
<p><b>Präsenz/Kontakt</b></p> <p>11,2 Std.</p>	<p><b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b></p> <p>738,8 Std.</p>		<p><b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b></p>

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-107	<b>Modulbezeichnung</b> 101-107 Wissenschaftliches Arbeiten
------------------------	----------------------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierenden sind in der Lage, <ul style="list-style-type: none"><li>• eine Forschungsarbeit (z.B. Bachelorarbeit) als Projekt erfolgreich zu planen</li><li>• die relevante (auch internationale) Literatur, insbesondere im Bereich der betriebswirtschaftlichen Forschung zu finden, sie kritisch zu lesen und analytisch gewinnbringend in der Forschungsarbeit aufzuarbeiten</li><li>• den passenden Ansatz (empirische Ansätze, Hermeneutik etc. siehe oben) für ihre Forschungsfragen und ihren Forschungsgegenstand auszuwählen</li><li>• sprachlich angemessen zu schreiben</li><li>• IT-Tools wie Literatur-Datenbanken, KI-Tools oder das Literaturverwaltungs-Programm Citavi effektiv und effizient einzusetzen</li><li>• die Arbeitsweise und Bedingungen wissenschaftlicher Forschungsprojekte besser einzuschätzen und damit Anregungen für eine mögliche spätere wissenschaftliche Laufbahn zu erhalten</li><li>• die Bachelorarbeit zielgerichtet vorzubereiten</li><li>• ein Exposé zu ihrer Forschungsarbeit zu erstellen</li></ul>
<b>Inhalte</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Effiziente Literatursuche</li><li>• Die Bachelorarbeit als Projekt / Projektmanagement</li><li>• Einsatz von Theorien in der Bachelorarbeit</li><li>• Überblick über empirische Forschungsmethoden (qualitativ / quantitativ) und andere Ansätze (Hermeneutik, Weiterentwicklung quantitativer Methoden, Forschungsarbeiten in Unternehmen, modelltheoretische Arbeiten)</li><li>• Effizientes Lesen wissenschaftlicher Aufsätze und kritischer Umgang mit Literatur</li><li>• Nutzung von künstlicher Intelligenz, insbesondere Large Language Models</li><li>• Optionen für die Veröffentlichung von Forschungsergebnissen</li><li>• Erstellung eines Forschungsexposés</li></ul>
<b>Lehr-/Lernformen</b> Seminaristischer Unterricht

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Grundkenntnisse im wissenschaftlichen Arbeiten werden vorausgesetzt.
----------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------

<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Eine erfolgreiche Teilnahme an den Veranstaltungen "Methodische Grundlagen I - III" und die Beherrschung der dort vermittelten Inhalte und Methoden wird vorausgesetzt.
-----------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Das Modul unterstützt die Studierenden dabei <ul style="list-style-type: none"> <li>• in anderen Modulen, die dem Ansatz des forschenden Lernens folgen, erfolgreiche Forschungsarbeit zu betreiben</li> <li>• ihre Bachelorarbeit erfolgreich zu planen und durchzuführen</li> </ul>
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

### Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b>
Im Rahmen der Arbeiten zu Theorien werden auch nachhaltigkeitsbezogene Theorien thematisiert.
Es werden zahlreiche nachhaltigkeitsbezogene Themen für die Erstellung des Exposés angeboten.

### Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Studienarbeit	100 %

### Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Dirk Funck		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> keine	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 2,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std. / 15,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 127,5 Std. / 85,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 0,0 Std. / 0,0 %

## Ausgestaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
101-107-01	Einführung in die sozialwissenschaftliche Forschung
101-107-02	Vorbereitung eines eigenen empirischen Forschungsprojektes

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-107-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Einführung in die sozialwissenschaftliche Forschung
---------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
<b>Kenntnisse und Fertigkeiten im Fach:</b>			
Die Studierenden können die wesentlichen Ansätze und Methoden im Bereich der Sozialwissenschaften sowie verschiedene Hilfsmittel (Literaturverwaltung, Datenbanken) effektiv und effizient nutzen.			
<b>Systemische Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen:</b>			
Die Studierenden erkennen die Wechselwirkung zwischen Forschungsfragen, Forschungsobjekten und Forschungsmethoden.			
<b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen bezogen auf die Selbstorganisation:</b>			
Die Studierenden lernen, eine Forschungs- bzw. Abschlussarbeit als Projekt für sich selbst zu planen und zu organisieren.			
<b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen bezogen auf die Sozialkompetenz:</b>			
Die Studierenden erarbeiten gemeinsam die Dokumente bis zum Coaching für den jeweiligen Meilenstein (siehe unten) und lernen so, die gemeinsame Arbeit zu organisieren und sich Feedback zu geben.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b>			
<ul style="list-style-type: none"><li>• Effiziente Literatursuche</li><li>• Die Bachelorarbeit als Projekt / Projektmanagement</li><li>• Einsatz von Theorien in der Bachelorarbeit</li><li>• Überblick über empirische Forschungsmethoden (qualitativ / quantitativ) und andere Ansätze (Hermeneutik, Weiterentwicklung quantitativer Methoden, Forschungsarbeiten in Unternehmen, modelltheoretische Arbeiten)</li><li>• Effizientes Lesen wissenschaftlicher Aufsätze und kritischer Umgang mit Literatur</li><li>• Optionen für die Veröffentlichung von Forschungsergebnissen</li><li>• Erstellung eines Forschungsexposés</li></ul>			
<b>Lehr-/Lernformen</b>			
Seminaristischer Unterricht			

<p><b>Lehr-/Lernmethoden</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorlesung</li> <li>• Praktische Übungen</li> </ul>
<p><b>Literatur/Lehrmaterial</b></p> <p>Nicola Döring: Forschungsmethoden und Evaluation, 6. Auflage, Springer 2023, Die in der Veranstaltung angegebene Literatur.</p> <p><b>Besonderes</b></p> <p>Die Vorlesung bereitet auf die selbständige Erstellung eines Exposés durch die Studierenden vor.</p> <p>Das regelmäßige Hochladen der Ergebnisse der Reflexionsaufgaben (mindestens 12 von 15 Terminen) ist Voraussetzung für das Bestehen des Moduls. Werden weniger Reflexionsaufgaben erledigt, wird das Modul als nicht bestanden bewertet.</p>

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 47,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 0,0 Std.

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-107-02	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Vorbereitung eines eigenen empirischen Forschungsprojektes
---------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
<b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Fach:</b>			
Die Studierenden können die Kenntnisse zu Projektplanung, Literaturrecherche und Forschungsmethoden für eine eigene Arbeit sicher anwenden.			
<b>Systemische Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen:</b>			
Die Studierenden erkennen die Wechselwirkung zwischen Forschungsfragen, Forschungsobjekten und Forschungsmethoden sowie die Beziehungen zwischen Individuum, Unternehmen und Gesellschaft.			
<b>Kenntnisse und Fertigkeiten bezogen auf die Selbstorganisation:</b>			
Die Studierenden planen und organisieren eine Forschungs- bzw. Abschlussarbeit als Projekt.			
<b>Kenntnisse und Fertigkeiten bezogen auf die Sozialkompetenz:</b>			
Die Studierenden erarbeiten gemeinsam die Dokumente bis zum Coaching für den jeweiligen Meilenstein und lernen so, die gemeinsame Arbeit zu organisieren und sich Feedback zu geben.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b>			
Erstellung eines Exposés zu einer eigenen Forschungsarbeit (insgesamt ca. 15 Seiten) mit folgenden Elementen:			
<ul style="list-style-type: none"><li>• Einführung (u.a. Darlegung der Bedeutung des Untersuchungsgegenstandes und der Forschungsfragen)</li><li>• Stand der Forschung und Forschungslücke</li><li>• Auswahl des Ansatzes (empirisch, hermeneutisch, methodisch, theoretisch) und im Fall eines empirischen Ansatzes Auswahl der empirischen Methode (Gründe, Stärken, Schwächen)</li><li>• Beschreibung und Planung des Vorgehens</li><li>• Erwartete Ergebnisse und deren mögliche Anwendung</li></ul>			
Die Studienarbeit wird semesterbegleitend erstellt.			
<b>Lehr-/Lernformen</b>			
Übung			

**Lehr-/Lernmethoden**

Projektarbeit mit regelmäßigem Coaching durch die Lehrenden (alle 2 Wochen eine Coaching-Sitzung von ca. 30 Minuten für jede Studierendengruppe. Das Coaching über die 15 Semesterwochen wird nach einem Meilensteinplan organisiert, der zu Semesterbeginn erläutert wird.

**Literatur/Lehrmaterial**

Siehe oben

**Besonderes**

Die Studierenden arbeiten in Zweiergruppen an einem Thema (im Regelfall, Einzelcoaching auch möglich). Gemeinsam bereiten sie die Dokumente (z.B. Darstellung der Literaturrecherche, Forschungslandkarte, Einleitung) vor und diskutieren zu jedem Meilenstein die Ergebnisse mit ihrem Coach. Nach dem Feedback des Coaches überarbeiten die Studierenden die Dokumente getrennt und geben als Prüfungsleistung auch zwei getrennte Exposés ab. Im Coaching erhalten die Studierenden formatives Feedback (ohne Noten), benotet wird erst das fertige Exposé, in das das Feedback des Coaches eingeflossen ist.

Am Ende des vorangehenden Semesters tragen sich die Studierenden bei einer Lehrperson für das Coaching ein. Die Plätze sind begrenzt. Dazu erfolgt jeweils rechtzeitig eine Information an die Studierenden.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-110	<b>Modulbezeichnung</b> 101-110 MKT/DBM Digitales Marketing
------------------------	----------------------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Verständnis für aktuelle Strategien und Ziele im digitalen Marketing entwickeln</li><li>2. Überblick über verschiedene digitale Marketing-Kommunikationskanäle erhalten</li><li>3. Fähigkeit erlangen, wichtige digitale Marketing Kommunikationstools zu nutzen</li></ol>
<b>Inhalte</b> <ul style="list-style-type: none"><li>· Einfluss der Digitalisierung aufs Marketing und Verhalten digitaler Konsumenten/ Kunden</li><li>· Digital Marketing Strategien und Erfolgsfaktoren in B2C und B2B</li><li>· Digital Marketing Kanäle &amp; Tools (inkl. praktischer Übungen), u.a.:<ul style="list-style-type: none"><li>• Websites: Usability &amp; Webcontrolling</li><li>• SEA &amp; SEO</li><li>• Display Advertisement &amp; Affiliate Marketing</li><li>• Social Media Marketing</li><li>• E-Mail Marketing</li><li>• Mobile Marketing</li></ul></li><li>· Erfolgsdeterminanten für die Kombination von digitalen Kommunikations-Kanälen und Erfolgsmessung digitaler Marketingkommunikation</li></ul>
<b>Lehr-/Lernformen</b>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Das Modul beschäftigt sich mit einzelnen in der Theorie behandelten sowie in der Praxis zu beobachtenden digitalen Marketingaktivitäten von Unternehmen
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Vgl. die Literaturangaben zu den einzelnen Lehrveranstaltungen

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Modul innerhalb der Vertiefungsprogramme Digital Business & Management sowie Marketing & Sales
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b> Aspekte der Nachhaltigkeit werden im Rahmen der Vorlesungen angesprochen.
---------------------------------------------------------------------------------------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
StA	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Stefan Detscher		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> Die im bisherigen Studium erworbenen Kenntnisse und Fertigkeiten im Hinblick auf die Unternehmensfunktion des Marketings werden vorausgesetzt.	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 75,0 Std. / 50,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 30,0 Std. / 20,0 %

## Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-110-01	Kommunikation

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-110-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Kommunikation
---------------------------	-----------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Einschätzen des Einflusses der Digitalisierung aufs Marketing und Verhalten digitaler Konsumenten/ Kunden</li><li>2. Verständnis für aktuelle Strategien und Ziele im digitalen Marketing erlangen</li><li>3. Überblick über verschiedene digitale Marketing-Kommunikationskanäle erhalten</li><li>4. Fähigkeit erwerben, wichtige digitale Marketing Kommunikationstools erfolgreich und messbar zu nutzen</li></ol>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> <ul style="list-style-type: none"><li>· <b>Einfluss der Digitalisierung aufs Marketing und Verhalten digitaler Konsumenten/ Kunden</b></li><li>· <b>Digital Marketing Strategien und Erfolgsfaktoren in B2C und B2B</b></li><li>· <b>Digital Marketing Kanäle &amp; Tools (inkl. praktischer Übungen), u.a.:</b><ul style="list-style-type: none"><li>• Websites: Usability &amp; Webcontrolling</li><li>• SEA &amp; SEO</li><li>• Display Advertisement &amp; Affiliate Marketing</li><li>• Social Media Marketing</li><li>• E-Mail Marketing</li><li>• Mobile Marketing</li></ul></li><li>· <b>Erfolgsdeterminanten für die Kombination von digitalen Kommunikations-Kanälen und Erfolgsmessung digitaler Marketingkommunikation</b></li></ul>			
<b>Lehr-/Lernformen</b> <p>Vorlesung mit Übung</p>			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> <p>Interaktive Vorlesung mit Diskussion und ggf. praktischer Übungen. Die Studierenden erhalten Kopien der Vorlesungsfolien, die von der neo-Plattform heruntergeladen werden können.</p>			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> <p>CHAFFEY, Chadwick/ ELLIS-CHADWICK, Fiona (2019): Digital Marketing – Strategy, Implementation &amp; Practice, 7th Edition, Harlow.</p> <p>KREUTZER, R. (2021): Praxisorientiertes Online-Marketing, 4. Auflage, Wiesbaden.</p>			

LAMMENETT, E. (2019): Praxiswissen Online-Marketing: Affiliate- und E-Mail-Marketing, Suchmaschinenmarketing, Online-Werbung, Social Media, Facebook-Werbung, 7. Auflage, Wiesbaden.

**Besonderes**

Intensive Nutzung digitaler Tools, u.a. im Rahmen eines Blended Learning Formats mit signifikantem Anteil an Video-Live-Terminen statt physischer Präsenz.

**Organisation**

<b>Präsenz in SWS</b> 4,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 75,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 30,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-111	<b>Modulbezeichnung</b> 101-111 MKT Grundlagen Sportmarketing
------------------------	------------------------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierenden sind in der Lage, <ul style="list-style-type: none"><li>• die wesentlichen Grundlagen, Modelle und Konzepte des Sportmarketings zu erläutern,</li><li>• die Besonderheiten des Sportbusiness zu benennen, und</li><li>• ausgewählte Grundlagen- und Trendthemen des Sportmarketings zu erklären.</li></ul>
<b>Inhalte</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Grundlagen Marketing (Wiederholung)</li><li>• Grundlagen der Sportökonomie</li><li>• Begriffe, Definitionen, Modelle</li><li>• Besonderheiten des Sportmarketing</li><li>• Markenmanagement im Sport</li><li>• Sportsponsoring</li><li>• Beziehungsmarketing im Sport</li></ul>
<b>Lehr-/Lernformen</b>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Es werden grundlegende Marketing-Kenntnisse und Interesse am Sportbusiness vorausgesetzt.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Siehe Literaturangabe

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Grundlagen Marketing
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b> Nachhaltigkeits-Marketing ist ein aktuelles Trendthema des Sportmarketings. Die Nachhaltigkeit wird ein immer bedeutenderer Aspekt in der Planung und Durchführung (internationaler) sportlicher Großereignisse.
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Referat/Präsentation	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. André Bühler		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Sommersemester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> Keine	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 20,0 Std. / 13,3 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 112,5 Std. / 75,0 %

## Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-111-01	Grundlagen Sportmarketing

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-111-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Grundlagen Sportmarketing
---------------------------	-----------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
<b>- Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Fach:</b>			
Die Studierenden kennen grundlegende Begriffsabgrenzungen und Modelle des Sportmarketing und sind in der Lage Grundlagenthemen von Trendthemen des modernen Sportmarketings abzugrenzen. Sie sind außerdem kompetent genug, das Sportbusiness hinsichtlich diverser Besonderheiten von normalen Wirtschaftsmärkten zu unterscheiden.			
<b>- Systemische Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen:</b>			
Die Studierenden kennen hauptsächlichen Grundlagen des Sportsponsorings und können diese anhand von Fallstudien auch anwenden.			
<b>- Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen bezogen auf die Selbstorganisation:</b>			
Die Studierenden können ein Sportsponsoring-Konzept eigenständig erarbeiten und professionell präsentieren.			
<b>- Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen bezogen auf die Sozialkompetenz:</b>			
Die Studierenden sind in der Lage, ihre Fertigkeiten und Kenntnisse im Bereich des Sportmarketings einzubringen sowie mit anderen Teammitgliedern kooperativ zusammen zu arbeiten.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b>			
- Definition und Begriffsabgrenzung Sportmarketing			
- Modelle des Sportmarketings			
- Grundlagen- und Trendthemen des modernen Sportmarketings (z.B. Sportsponsoring, Markenmanagement im Sport, Neuromarketing im Sport, Ambush Marketing, Social Media Marketing im Sport, etc.)			
- Die Besonderheiten des Sportbusiness			
<b>Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b>			
Vorlesung mit Präsentationen, Fallstudien und Praxisbeispielen, Diskussionen			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b>			
Skript (Handout mit Lückentexten)			
Lehrbuch:			

Nufer, Gerd / Bühler, André (2013): Marketing im Sport – Grundlagen und Trends des modernen Sportmarketing, Berlin (Erich Schmidt Verlag)

**Besonderes**

Wissenschaftliche Bearbeitung aktueller Fragestellungen im Bereich Sportmarketing

**Organisation**

<b>Präsenz in SWS</b> 4,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 20,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 112,5 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-112	<b>Modulbezeichnung</b> 101-112 MKT Softskills im Marketing
------------------------	----------------------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Das Modul gibt einen umfassenden Überblick über die erforderlichen Softskills im Marketing. . Darüber hinaus lernen die Studierenden die Grundsätze, Aufgaben und Werkzeuge eines wirksamen Selbstmanagements kennen und anwenden. Des Weiteren werden im Rahmen des Moduls marketingrelevante Softskills vorgestellt und trainiert.
<b>Inhalte</b> Im Vordergrund des Moduls steht die nachhaltige Entwicklung der Anbieter-Kunden-Beziehungen auf inhaltlicher und sozialer Ebene. Darüber hinaus geht es sehr stark um die unmittelbare Kompetenzentwicklung der Modulteilnehmer als Grundlage eines nachhaltigen Marketingverständnisses
<b>Lehr-/Lernformen</b>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Die im bisherigen Studium erworbenen Kenntnisse und Fertigkeiten im Hinblick auf die Unternehmensfunktion des Marketings werden vorausgesetzt.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Vgl. die Literaturangaben bzw. Hinweise in der Lehrveranstaltung

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Es bestehen Querverbindungen zu den Modulen, die sich mit dem Thema Marketing beschäftigen.
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b> Im Vordergrund des Moduls steht die unmittelbare Kompetenzentwicklung der Modulteilnehmer als Grundlage eines nachhaltigen Marketings.
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Referat/Präsentation	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Thomas Ginter		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Wintersemester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> Formale Voraussetzungen für die Teilnahme existieren nicht.	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 70,0 Std. / 46,7 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 35,0 Std. / 23,3 %

## Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-112-01	Softskills im Marketing

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-112-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Softskills im Marketing
---------------------------	---------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Vermittlung von Softskills im Marketing			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kreatives Denken</li> <li>• Kernkompetenzen im Management</li> <li>• Führungskompetenzen im Management</li> <li>• Umsetzungskompetenzen im Management</li> </ul>			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Seminar			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Vortrag, Diskussion, Gruppenarbeit, Selbststudien			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> Malik, F. (2006): Führen, Leisten, Leben: Wirksames Management für eine neue Zeit • Malik, F. (2007): Management: Das A und O des Handwerks			
<b>Besonderes</b> Fallweise Vorträge von Gastreferenten/innen			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 4,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 70,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 35,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-113	<b>Modulbezeichnung</b> 101-113 MKT B2B-Sales Management
------------------------	-------------------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p><b>Qualifikationsziele</b></p> <p>(1) Understand B2B-sales strategy in the overall context of the business and marketing strategy</p> <p>(2) Be able to identify challenges and key issues associated with the creation and management of professional sales organizations in the B2B environment.</p> <p>(3) Be especially aware of the B2B-Customer Journey and to interact with buying-centers</p> <p>(4) Develop a specific negotiation- and KAM/CRM-strategy</p>
<p><b>Inhalte</b></p> <p>This course offers an introduction to the strategic, operational and organizational challenges entailed in B2B sales management. We focus on the following aspects:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fundamental of B2B-Sales</li> <li>• B2B-Customer-Journey and Buying-Center</li> <li>• Key Account Management (KAM) and Customer Relationship-Management (CRM)</li> <li>• Negotiation Management (Harvard Concept)</li> <li>• Sales and Ethics</li> </ul> <p>The learnings are summarized and also tested in case studies.</p>
<p><b>Lehr-/Lernformen</b></p>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	./.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	./.

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Part of the program "Marketing"
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<p><b>Inhalte</b></p> <p>We will especially discuss challenges and questions regarding the Ethics of B2B-Sales.</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Studienarbeit	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Dirk Funck		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b> Lecturers: Gabriele Förschler and Melanie Sassmann		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Wintersemester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> . / .	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 40,0 Std. / 26,7 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 65,0 Std. / 43,3 %

## Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-113-01	Basics of Sales Management

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-113-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Basics of Sales Management
---------------------------	------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> s.o.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> s.o.			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Vorlesung, Übung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> lecture, case-study-work, coaching, teamteaching			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> You will get a list of suggested references in the first lecture.			
<b>Besonderes</b> In addition to the lecture the participants will get the opportunity to work on case studies in smaller groups and with international exchange students			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 4,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Englisch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 40,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 65,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b>	<b>Modulbezeichnung</b>
101-114	101-114 MKT/IHL/DBM Multi-Channel-Retailing

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierenden verstehen die Funktionen und die Position(en) des Handels in der Wertschöpfungskette. Sie kennen typische Fragestellungen im Management und Marketing von Multi-Channel-Geschäftsmodellen und können diese mithilfe einschlägiger Methoden und Instrumente lösen. Dabei sind sie im Rahmen von Fallstudien in der Lage, zwischen unterschiedlichen Bedingungs-lagen zu unterscheiden, zu entsprechend differenzierten Lösungen zu gelangen sowie diese zu bewerten.
<b>Inhalte</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Grundlagen Retail-Management</li><li>• Geschäftsmodellanalyse zu Fallbeispielen im Multi-Channel-Retailing (Methode: Business Model Canvas)</li><li>• Vertiefungen zu den Themen "Nachhaltigkeit" und "Digitalisierung"</li><li>• Case Study: "Multi-Channel-Retailing" bei der Porsche AG (Lehrbeauftragter / Exkursion geplant)</li></ul>
<b>Lehr-/Lernformen</b>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Es werden keine Kenntnisse vorausgesetzt, die über die im Grundlagenstudium in den ersten vier Semestern erworbenen Kompetenzen hinausgehen.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	keine

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Teil der Vertiefungsprogramme "Marketing", „Industrie/Handel/Logistik“ sowie "Digital Business & Management"
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b> Die Nachhaltigkeit in Multi-Channel-Geschäftsmodellen wird vertiefend behandelt und ist auch Gegenstand eines Teils der Studienarbeit.
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Studienarbeit ( keine Einheit gewählt)	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Dirk Funck		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b> Lehrbeauftragter Felix Raitelhuber (Porsche AG)		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Sommersemester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> Es werden keine Kenntnisse vorausgesetzt, die über die im Grundlagenstudium in den ersten vier Semestern erworbenen Kompetenzen hinausgehen.	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 55,0 Std. / 36,7 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 50,0 Std. / 33,3 %

## Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-114-01	Multi-Channel-Retailing

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-114-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Multi-Channel-Retailing
---------------------------	---------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
<b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Fach</b>			
<p>Die Studierenden erkennen, welche Fragen bei der Führung von Multi-Channel-Geschäftsmodellen vor dem Hintergrund der aktuellen Herausforderungen (insbesondere Digitalisierung und Nachhaltigkeit) auftreten. Die Studierenden sind in der Lage, fundierte Entscheidungen zu Geschäftsmodellen im Multi-Channel-Handel zu treffen, zu begründen und zu bewerten.</p>			
<b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen bezogen auf Systeme</b>			
<p>Die Studierenden gewinnen Einblick in den Zusammenhang zwischen den spezifischen Anforderungen und Fragen der Führung von Multi-Channel-Vertriebskonzepten und der Rolle, welche diese innerhalb der gesamten Volkswirtschaft übernehmen. Sie erkennen, dass nur solche Konzepte erfolgversprechend sind, die einen in der Gesamtwirtschaft bestehenden Bedarf unter Beachtung des Wettbewerbsumfeldes und der gesellschaftlichen Anforderungen befriedigen.</p>			
<b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen der Selbstorganisation</b>			
<p>Die Studierenden befassen sich selbstständig mit der Literatur zum Multi-Channel-Management. Sie sind in der Lage, diese in Verbindung mit den Vorlesungsinhalten zu bringen und zu erkennen, wie Entscheidungen in Multi-Channel-Systemen konzeptionell schlüssig und kontextabhängig getroffen und bewertet werden können.</p>			
<b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Umgang mit Anderen</b>			
<p>Die Studierenden diskutieren in der Lehrveranstaltung in der gesamten Gruppe und mit Referenten aus der Praxis sowie ggf. im Rahmen von Exkursionen über unterschiedliche Fragen der Entscheidungsfindung in Multi-Channel-Systemen. Sie können ihre Auffassungen artikulieren und im Disput mit gegenteiligen Meinungen – auch von erfahrenen Praktikern – vertreten. Im Rahmen von Gruppenaufgaben und Präsentationen werden Lösungen im Team erarbeitet und vorgestellt.</p>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b>			
1. Grundlagen Multi-Channel-Retailing			
2. Das Business Model Canvas als Analyserahmen			
2. Marktanalyse: Wettbewerbssituation / Verbraucherverhalten / Digitalisierung			
3. Ziele und CSR - Vertiefung "Nachhaltigkeit im Multi-Channel-Handel"			

4. Typologie der Kanäle: stationär, online & hybrid (multichannel vs. omnichannel)
5. Vertiefung: Digitalisierung von Wertschöpfungsketten
5. Das Marketinginstrumentarium im Multi-Channel-Handel
6. Partner, Prozesse, Ressourcen: Basis der Leistungserstellung im Multi-Channel-Handel
7. Controlling: G&V und zentrale Kennzahlen zur Steuerung von Multi-Channel-Systemen
8. Case-Study "Multi-Channel-Strategie der Porsche AG"
<b>Lehr-/Lernformen</b> Vorlesung, Seminar
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Vortrag des Dozenten, Fallstudien, Gastreferenten, Exkursion und Teilnahme an Tagungen, Diskussionen, Gruppenarbeiten.
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> <b>Literaturhinweise erfolgen in der Veranstaltung.</b>
<b>Besonderes</b> Exkursionen zum Fallunternehmen Porsche AG ist geplant

**Organisation**

<b>Präsenz in SWS</b> 4,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 55,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 50,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-115	<b>Modulbezeichnung</b> 101-115 MKT Marketing & Sustainability
------------------------	-------------------------------------------------------------------

### Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p><b>Qualifikationsziele</b></p> <p>Sustainability has become a key influencing factor for business success. This is especially relevant for the marketing function of organisations, due to the changing awareness and preferences of consumers, businesses and the society in general.</p> <p>In this module, the students understand how the megatrend sustainability impacts marketing strategy and execution. They learn about the sustainability drivers that impact business performance today, and how sustainability needs to be integrated in the corporate strategy &amp; business model in order to enable credible and sustainable market success. Further, the course provides knowledge and skills in consumer preferences, decision making of corporate customers and market research in the context of sustainable products, services and brands. The students understand how companies can successfully integrate the sustainability dimension in the 4 Ps of Marketing - Product, Placement, Pricing, Promotion - and what guidance companies should follow to execute their marketing activities in a sustainable manner. The industry experience of the lecturers is complemented by guest speakers from industry, field trips and case studies, to ensure that the students acquire knowledge and methods with high practical relevance and applicability.</p> <p>At the end of the course, the students are capable to design and implement a marketing approach in companies that allows for sustainable - meaning future-proof as well as responsible - business success.</p>
<p><b>Inhalte</b></p> <p>Part I: Why sustainability? Sustainability drivers and their impact on marketing and business, supported by the learning project "Climate interactive" (simulation and roleplay).</p> <p>Part II: Strategies and business model How sustainability and corporate strategy must be aligned, for sustainable business models, in order for sustainability marketing strategies to deliver their value (instead of creating a greenwashing risk)</p> <p>Part III: Preferences and market research Understanding customer preferences and willingness to pay, as well as other specific issues of market research in the context of sustainability</p> <p>Part IV: Sustainable marketing execution (4 Ps)</p>

What it means to integrate the sustainability dimension in marketing execution, across the areas product, placement, pricing and promotion. This includes a part about sustainability in marketing operations.

**Lehr-/Lernformen**

### Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	This course requires no special knowledge and skills beyond what is subject of the marketing classes in the first four semesters.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Lecture slides and reading list in neo

### Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	This module is an integrative part of the specialisations "Marketing" and "International Business and Management". In addition, this module is also a good match for the specialisation "Ganzheitliche Unternehmensführung".
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

### Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b>
Sustainable development requires sustainable strategies, business models and practices in all key functions of businesses and organisations. This module gives a deep insight in how this can be applied to the marketing function and activities.

### Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer	Anteil in %
Klausur (60 Minuten)	70 %
Studienarbeit ( keine Einheit gewählt)	30 %

### Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Robert Gabriel		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b> Prof. Dr. Iris Ramme, Prof. Dr. Carsten Herbes		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Wintersemester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b>	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00

<b>Workload</b>		
6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 117,5 Std. / 78,3 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 15,0 Std. / 10,0 %

### Ausgestaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
101-115-01	Marketing & Sustainability

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-115-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Marketing & Sustainability
---------------------------	------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
<p>Note: as this module consists of one integrated course (6 SWS), the description of the qualification objectives is identical to the description in the module above.</p> <p>Sustainability has become a key influencing factor for business success. This is especially relevant for the marketing function of organisations, due to the changing awareness and preferences of consumers, businesses and the society in general.</p> <p>In this module, the students understand how the megatrend sustainability impacts marketing strategy and execution. They learn about the sustainability drivers that impact business performance today, and how sustainability needs to be integrated in the corporate strategy &amp; business model in order to enable credible and sustainable market success. Further, the course provides knowledge and skills in consumer preferences, decision making of corporate customers and market research in the context of sustainable products, services and brands. The students understand how companies can successfully integrate the sustainability dimension in the 4 Ps of Marketing - Product, Placement, Pricing, Promotion - and what guidance companies should follow to execute their marketing activities in a sustainable manner. The industry experience of the lecturers is complemented by guest speakers from industry, field trips and case studies, to ensure that the students acquire knowledge and methods with high practical relevance and applicability.</p> <p>At the end of the course, the students are capable to design and implement a marketing approach in companies that allows for sustainable - meaning future-proof as well as responsible - business success.</p>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen

<b>Inhalte</b>
<p>Note: as this module consists of one integrated course (6 SWS), the content description is identical to the description in the module above.</p> <p>Part I: Why sustainability? Sustainability drivers and their impact on marketing and business, supported by the learning project "Climate interactive" (simulation and roleplay).</p> <p>Part II: Strategies and business model How sustainability and corporate strategy must be aligned, for sustainable business models, in order for sustainability marketing strategies to deliver their value (instead of creating a greenwashing risk)</p> <p>Part III: Preferences and market research</p>

Understanding customer preferences and willingness to pay, as well as other specific issues of market research in the context of sustainability

Part IV: Sustainable marketing execution (4 Ps)

What it means to integrate the sustainability dimension in marketing execution, across the areas product, placement, pricing and promotion. This includes a part about sustainability in marketing operations.

**Lehr-/Lernformen**

Vorlesung

**Lehr-/Lernmethoden**

Lecture (incl. guest speakers), practical exercises & case studies, learning projects (simulation and role play) and field trips.

**Literatur/Lehrmaterial**

Will be communicated at the beginning of the course.

**Besonderes**

The contributions of the three lecturers of this course are strongly integrated with each other and depend of the topic of each course element. For details, see the course planning at the beginning of the semester.

**Organisation**

<b>Präsenz in SWS</b> 4,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Englisch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 117,5 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 15,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-151	<b>Modulbezeichnung</b> 101-151 MKT/DBM-P Start-Up Development & Business
------------------------	------------------------------------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Fähigkeiten und Fertigkeiten zum Aufbau und der Vermarktung innovativer Geschäftsideen.
<b>Inhalte</b> - Start-Up Development - Business-Planning
<b>Lehr-/Lernformen</b>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Agilität, Iteration, Lösungsoffenheit, Nutzerorientierung, Transparenz, Multiperspektivität, Werteorientiertheit.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Vgl. die Literaturangaben bzw. Hinweise der einzelnen Lehrveranstaltungen

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Im Vordergrund des Moduls steht die nachhaltige Entwicklung eines Businessplans für eine neue innovative Geschäftsidee und dessen kommunikative Vermarktung.
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b> Bei der Entwicklung des Businessplans fließen implizit ökonomische, soziale und ökologische Aspekte ein.
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer	Anteil in %
Studienarbeit	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Stefan Detscher
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>

Prof. Dr. Thomas Ginter (SoSe); Edgar Müller + Moritz Schreyer (WiSe)		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> Formale Voraussetzungen für die Teilnahme existieren nicht. Die im bisherigen Studium erworbenen Kenntnisse und Fertigkeiten im Hinblick auf die Unternehmensfunktion Marketing und dessen agile Ausgestaltung werden vorausgesetzt.	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 42,5 Std. / 28,3 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 62,5 Std. / 41,7 %

### Ausgestaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
101-151-02	Start-Up Development
101-151-01	Business-Planning

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-151-02	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Start-Up Development
---------------------------	------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Verständnis für aktuelle Herausforderungen der Vermarktung und Kommunikation von Start-Ups erlangen</li><li>2. Überblick über verschiedene digitale Vermarktungs- und -Kommunikationsstrategien sowie Vermarktungskonzepte und Kommunikationskanäle für Start-Ups erhalten</li><li>3. Fähigkeit erlangen, ein Vermarktungs- und Kommunikations-konzept für Start-Ups oder neue Produkte/ Services aufzustellen</li></ol>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Ideengenerierung für ein Start-Up</li><li>• Ausarbeitung einer Produkt-/ Service-Idee</li><li>• Herausforderungen der Vermarktung und Kommunikation</li><li>• Digitale Vermarktungsstrategien und -konzepte neuer Produkte/ Services</li><li>• Kommunikationsstrategien und -kanäle für Start-Ups</li><li>• Fallstudie/ Gruppenarbeit zu Vermarktungs- und Kommunikationslaunch eines neuen Start-Ups/ Produkts/ Services</li></ul>			
<b>Lehr-/Lernformen</b> <p>Seminaristischer Unterricht</p>			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> <p>Interaktive Vorlesung und Gruppenarbeit inkl. Zwischenpräsentationen.</p> <p>Intensive Nutzung digitaler Tools, u.a. im Rahmen eines Blended Learning Formats mit signifikantem Anteil an Video-Live-Terminen statt physischer Präsenz.</p>			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> <p>ADAMS, R. L. (2016): Startup Marketing: 23 Online Marketing Strategies to Help Create Explosive Business Growth,</p> <p>KUCKERTZ, A. (2015): Management – Entrepreneurial Marketing, Wiesbaden.</p> <p>RIES, E. (2011): The Lean Startup – How Constant Innovation Creates Radically Successful Businesses, London.</p> <p>WEINBERG, G./ MARES, J. (2015): Traction: How Any Startup Can Achieve Explosive Customer Growth, New York.</p>			
<b>Besonderes</b> <p>Kurs wird i.d.R. im Sommersemester von Prof. Detscher/ Lehrbeauftragten E. Müller &amp; M. Schreyer und im Wintersemester von Prof. Ginter gehalten.</p>			

---

**Organisation**

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 22,5 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 22,5 Std.

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-151-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Business-Planning
---------------------------	---------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Fähigkeiten und Fertigkeiten zur Entwicklung eines Businessplans in einem dynamischen, komplexen Umfeld.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> Entwicklung eines Businessplans entsprechend anhand der Methode Business-Modeling-Canvas.			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Seminaristischer Unterricht			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Seminaristischer Unterricht / regelmäßige Präsentationen der Studierenden. Intensive Nutzung digitaler Tools, u.a. im Rahmen eines Blended Learning Formats mit signifikantem Anteil an Video-Live-Terminen statt physischer Präsenz.			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> Osterwalder, A. / Pugneur, Y. (2011): Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer			
<b>Besonderes</b> - Interaktive Veranstaltung - Gruppenarbeit - Intensive Vor- und Nachbereitungszeiten Kurs wird i.d.R. im Sommersemester von Prof. Detscher und im Wintersemester von Prof. Ginter gehalten.			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 20,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 40,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-152	<b>Modulbezeichnung</b> 101-152 MKT-P Consumer Insights
------------------------	------------------------------------------------------------

### Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierenden sollen lernen, wie differenziert Kundenbedürfnisse sind und wie Kundensegmente identifiziert und abgegrenzt werden können, um in der zielgruppengerechten Ansprache und der Abstimmung von Marketinginstrumenten erfolgreich zu sein. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, Marktforschungsmethoden kritisch zu hinterfragen und eine empirische Untersuchung selber durchzuführen. Diese empirische Untersuchung kann qualitativer oder quantitativer Natur sein und es kann sich um Primär- oder Sekundärforschung handeln. Im Falle von Primärforschung können verschiedene Datensammlungstechniken eingesetzt werden. Der Schwerpunkt liegt immer darauf, sich in eine Methode intensiv einzuarbeiten und diese Forschungsmethode kritisch zu begleiten.
<b>Inhalte</b> Konsumentinnen und Konsumenten müssen Mittelpunkt unternehmerischen Denken und Handelns sein. Customer Centricity ist das Erfolgskonzept und wird im Zuge der Digitalisierung immer wichtiger. Die Kenntnisse über das Konsumentenverhalten und die Möglichkeit der Erforschung und Aufdecken von Zusammenhängen ist entscheidend, um Customer Centricity zu ermöglichen. Dazu braucht es Research Methods und Strukturen (Erklärungsmodelle für Konsumentenverhalten) für die Messbarkeit von Verhalten. Die theoretischen Ausführungen von Methoden und Erklärungsansätzen zu Konsumentenstrukturen werden in einem praktischen Projekt live angewendet. Die Praxispartner und die Themen für dieses Projektmodul wechseln regelmäßig. Im SoSe 2026 werden wir die Motivation von Studierenden zur Teilnahme an Lehrveranstaltungen untersuchen und die Gründe eruieren, warum sie fernbleiben.
<b>Lehr-/Lernformen</b>

### Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Consumer Insights zu erhalten, gehört zu den strategisch wichtigen Aufgaben im Marketing. Daher lernen die Studierenden die Methoden, zu Consumer Insights zu gelangen und wie sich spezifisches Konsumentenverhalten (Consumer Behavior) erklären lässt. Um die Reaktionen der Zielgruppen entsprechend
----------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	berücksichtigen zu können, werden Erkenntnisse über menschliches Verhalten vermittelt und ferner verschiedene Ansätze der Zielgruppensegmentierung und empirischen Ergebnisse der Zielgruppenforschung dargelegt.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	<p>Kenntnisse in Marketing und Marktforschung sind Grundvoraussetzung. Von großer Wichtigkeit sind die Fähigkeit Ergebnisse zusammenzufassen, diese zielgruppengerecht zu kommunizieren und die Transferleistung von theoretisch Erlerntem auf ein Praxisprojekt zu erbringen.</p> <p>Hierzu sind auch Charaktereigenschaften wie Zuverlässigkeit unabdingbar, um die Inhalte für die Projektpartner einwandfrei und korrekt zu erarbeiten. Letztlich wird Sozialkompetenz für die erfolgreiche Zusammenarbeit in zum Teil internationalen Teams erwartet. Ferner: englische Sprachkenntnisse, weil ein Teil des Moduls in englischer Sprache unterrichtet wird und die Studienarbeit zum Teil in englischer Sprache zu erstellen sein wird.</p>

### Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Module innerhalb des Vertiefungsprogramms Marketing & Sales
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

### Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b>
Aspekte der Nachhaltigkeit werden im Rahmen der Theorievermittlung angesprochen, wie beispielsweise Wirkungen der LOHAS (Zielgruppe = Lifestyle of Health and Sustainability) auf die Gesellschaft und Unternehmen. Je nach Projektpartner kann das Thema der nachhaltigen Entwicklung (ökonomische, ökologische, soziale Aspekte) im Vordergrund stehen.

### Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer	Anteil in %
Studienarbeit	100 %

### Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Daniela Fischer
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b> Diplom-Betriebswirtin (FH) Anke Schramm

<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Sommersemester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> Grundlagen Marktforschung, Grundlagen Marketing, englische Sprachkenntnisse	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 15,0 Std. / 10,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 90,0 Std. / 60,0 %

### Ausgestaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
101-152-01	Consumer Behavior
101-152-02	Consumer Research

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-152-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Consumer Behavior
---------------------------	---------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Neben der Vermittlung von Fachwissen zur Konsumentenforschung steht die Anwendung des Wissens im Praxisprojekt im Vordergrund. Dazu gehören die zielgruppengerechte Aufbereitung der Erkenntnisse und die Kommunikation der Ergebnisse.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> Consumer Insights ist der Erfolgsfaktor für Unternehmen. Nur wer seine Kunden kennt, kann sein(e) Unternehmen / Brand / Produkte / Kommunikation usw. auf die Bedürfnisse der Konsumenten ausrichten. Dies ist Voraussetzung, damit Unternehmen in allen Marketingmaßnahmen erfolgreich agieren können. Das Teilmodul Consumer Behavior beschäftigt sich intensiv mit der Erklärung von Verhalten der Konsumenten und dies unter der Berücksichtigung der Digitalisierung der Gesellschaft und der damit verbundenen Veränderungen im Medien- und Konsumverhalten. Die Erkenntnisse über die Konsumenten müssen mit Research Methoden operationalisiert werden. Diese Methoden sind im Rahmen der Digitalisierung ebenfalls stark im Umbruch. Sie lernen klassische wie innovative Methoden kennen, mit denen man Konsumenten erforschen kann. Damit können Verhaltensstrukturen erfasst werden. Wichtige Bestandteile der Lehrveranstaltung sind: <ol style="list-style-type: none"><li>1. Psychische Determinanten des Konsumentenverhaltens</li><li>2. Zielgruppensegmentierung</li><li>3. Empirische Ergebnisse der Zielgruppenforschung</li></ol>			
<b>Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Vorlesung mit Praxisprojekt (projektbasiertes Lernen) und Exkursionen oder Gastvorträgen zum Praxispartner, weitere Gastvorträge zu Theorieteilen, Diskussionen, Gruppenarbeit und Referate für Projektarbeit. Wichtiges Merkmal ist integriertes Lernen in der Gruppe mit Coaching durch die Lehrenden			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> Werner Kroeber-Riel, Andrea Gröppel-Klein: Konsumentenverhalten. Verlag: Vahlen, 11. Auflage 2019. Dirk-Mario Boltz, Volker Trommsdorff: Konsumentenverhalten. Verlag: Kohlhammer; 9. Auflage 2022			
<b>Besonderes</b>			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 5,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 45,0 Std.

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-152-02	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Consumer Research
---------------------------	---------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Learning Objectives <p>This module is designed as an advanced course in marketing research (but not in statistics). 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). A very important learning objective is critical thinking, application of the suitable method and communication of the findings to a selected audience.</p>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> Qualitative and quantitative research Primary and secondary research Data collection methods including online Data analysis and presentation International aspects of marketing research (if necessary for the project) New approaches in Marketing Research like crowd measurement, WOM research, customer's journey through the sales funnel, trend management			
<b>Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> This module is designed as an applied class with own data collection (project-based learning). The students will work together with a project partner that gives the students the opportunity to apply their knowledge of carrying out their own primary research or using secondary research. An important feature is integrated learning in the group with coaching by the teachers			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Malhotra, N. K. (2019). Marketing research: An applied orientation, 7th ed., Pearson Education Limited, available as e-book in our library.</li><li>• Döring, N.; Bortz, J. (2022): Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften, 6. Aufl.</li></ul>			
<b>Besonderes</b>			

Collaboration with a project partner.

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Englisch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 10,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 45,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-153	<b>Modulbezeichnung</b> 101-153 MKT-P Projekt Sport Marketing
------------------------	------------------------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierenden sind in der Lage, <ul style="list-style-type: none"><li>· ein für sie interessantes Thema aus dem Sportmarketing zu identifizieren und über ein Semester hinweg zu bearbeiten</li><li>· eine Forschungsarbeit im Bereich Sportmarketing erfolgreich zu planen und durchzuführen</li><li>· die relevante (auch internationale) Sportmarketing-Literatur zu finden, sie kritisch zu lesen und analytisch gewinnbringend in der Forschungsarbeit aufzuarbeiten</li><li>· die passende empirische Methodik für ihre Forschungsfragen und ihren Forschungsgegenstand auszuwählen</li><li>· sprachlich angemessen zu schreiben</li><li>· die Studienarbeit ansprechend und professionell zu präsentieren.</li></ul>
<b>Inhalte</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Wiederholung Grundlagen Sportmarketing</li><li>• Grundlagen Marktforschung</li><li>• Marktforschung im Sport</li><li>• Analyseinstrumente im Sport</li><li>• Eigenes Forschungsprojekt: Themenwahl -Durchführung -Präsentation</li></ul>
<b>Lehr-/Lernformen</b>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Es werden grundlegende Marketing-Kenntnisse und Interesse am Sportbusiness vorausgesetzt. Idealerweise haben die Studierenden bereits das Wahlpflichtfach "MKT 101-111 Grundlagen Sportmarketing" besucht.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Siehe Literaturangabe

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	MKT 101-111 Grundlagen Sportmarketing
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<p><b>Inhalte</b></p> <p>Nachhaltigkeits-Marketing ist ein aktuelles Trendthema des Sportmarketings. Die Nachhaltigkeit wird ein immer bedeutenderer Aspekt in der Planung und Durchführung (internationaler) sportlicher Großereignisse.</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer	Anteil in %
Studienarbeit	100 %

## Organisation

<p><b>Modulverantwortliche/r</b></p> <p>Prof. Dr. André Bühler</p>		
<p><b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b></p>		
<p><b>Modulart</b></p>	<p><b>Turnus</b></p> <p>jedes Wintersemester</p>	<p><b>Dauer</b></p> <p>1 Semester</p>
<p><b>Zulassungsvoraussetzung</b></p> <p>Keine</p>	<p><b>ECTS-Punkte</b></p> <p>6,00</p>	<p><b>Präsenz in SWS</b></p> <p>4,00</p>
<p><b>Workload</b></p> <p>6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung</p>		
<p><b>Präsenz/Kontakt</b></p> <p>45,0 Std. / 30,0 %</p>	<p><b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b></p> <p>20,0 Std. / 13,3 %</p>	<p><b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b></p> <p>112,5 Std. / 75,0 %</p>

## Ausgestaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
101-153-01	Projekt Sportmarketing

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-153-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Projekt Sportmarketing
---------------------------	--------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
<b>- Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Fach:</b>			
Die Studierenden kennen grundlegende Begriffsabgrenzungen und Modelle des Sportmarketing und sind in der Lage Grundlagenthemen von Trendthemen des modernen Sportmarketings abzugrenzen. Sie sind außerdem kompetent genug, das Sportbusiness hinsichtlich diverser Besonderheiten von normalen Wirtschaftsmärkten zu unterscheiden.			
<b>- Systemische Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen:</b>			
Die Studierenden kennen die gängigsten Analyseinstrumente des Sportmarketings und sind in der Lage, diese grundsätzlich anzuwenden.			
<b>- Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen bezogen auf die Selbstorganisation:</b>			
Die Studierenden können Forschungsprojekte eigenständig organisieren und durchführen.			
<b>- Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen bezogen auf die Sozialkompetenz:</b>			
Die Studierenden sind in der Lage, ihre Fertigkeiten und Kenntnisse in Forschungsprojekte einzubringen sowie mit anderen Teammitgliedern kooperativ zusammen zu arbeiten.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b>			
<ul style="list-style-type: none"><li>• Wiederholung Grundlagen Sportmarketing</li><li>• Grundlagen Marktforschung</li><li>• Marktforschung im Sport</li><li>• Analyseinstrumente im Sport</li><li>• Eigenes Forschungsprojekt: Themenwahl -Durchführung -Präsentation</li></ul>			
<b>Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b>			
Vorlesung mit Präsentationen, Fallstudien und Praxisbeispielen, Diskussionen			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b>			
Skript (Handout mit Lückentexten)			
Lehrbuch:			
Nufer, Gerd / Bühler, André (2013): Marketing im Sport – Grundlagen und Trends des modernen Sportmarketing, Berlin (Erich Schmidt Verlag)			
<b>Besonderes</b>			
Wissenschaftliche Bearbeitung aktueller Fragestellungen im Bereich Sportmarketing			

---

**Organisation**

<b>Präsenz in SWS</b> 4,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 20,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 112,5 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-154	<b>Modulbezeichnung</b> 101-154 MKT-P International Marketing Project
------------------------	--------------------------------------------------------------------------

### Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> The objectives of the course are to develop the following skills: working in intercultural teams, linking information from different sources (academic and practical input) to enhance critical thinking, working under time pressure, combining online and F2F communication, coping with time differences, making presentations with a practical approach, understanding how a company with an international focus operates. You will get prepared for the real life in business.
<b>Inhalte</b> The field of international marketing is linked to many different disciplines like international trade or cross-cultural management. This module will provide a comprehensive, lively, contemporary and practical introduction to international marketing. It will cover the diversity of global values, popular culture, lifestyles and industries and their role and relationship in formulating marketing and communication strategies in detail. The lecture will cover the following topics: <ul style="list-style-type: none"><li>• Motives for Internationalization</li><li>• Cultural Differences</li><li>• Segmentation in International Marketing</li><li>• Market Entry Strategies</li><li>• Product Policy, Pricing, Distribution and Communication in International Marketing</li><li>• International Marketing Plan</li></ul> The global orientation will be accomplished by collaboration with an international partner. In WiSe 2025/26 we will quite probably collaborate with our partner university Universidad Panamericana in Mexico and a Mexican company
<b>Lehr-/Lernformen</b> Projekt

### Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Basic knowledge of marketing theory, interest in different cultures, basic knowledge of MS Office products, presentation skills in English language, willingness to work intensely within a limited amount of time in cross-cultural teams and actively contribute to the team-effort, global mindset
----------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Lecture slides on neo and recommended textbooks (see below).
-----------------------------------	--------------------------------------------------------------

### Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Module in Marketing & Sales
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

### Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b>
Ethics in Marketing, respect for people from different cultures (through teamwork with students and professors from partner universities). Depending on the nature of the chosen project the focus on sustainability issues will vary.

### Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Studienarbeit	100 %

### Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Daniela Fischer		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Wintersemester, nicht im WiSe 26/27	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> no restriction; the number of participants is limited.	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 15,0 Std. / 10,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 90,0 Std. / 60,0 %

### Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-154-01	International Marketing Project

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-154-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> International Marketing Project
---------------------------	-----------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> see above			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Subject: International Marketing (Entry Strategies, 4Ps in an international context), specific information on companies that operate in several countries</li><li>• System: Marketing in an international context, intercultural management by working with students from other cultural backgrounds</li><li>• Self: The class can be seen as a social process of getting to know each other and how to work closely together with people who have never met before and come from different cultural backgrounds</li><li>• Social: in group work sessions the students have to apply their often diverse knowledge. We will have exchange students and students from our partner universities who have different backgrounds in terms of study subjects, work experience, culture, age and maturity.</li></ul> <p>Important note: Depending on the case and the collaborating partner university, the project may be finished before XMas. This means that students will work very hard in the first three months of the semester. On the other hand they will not have to prepare for and write an exam during the exam period.</p>			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Projekt, Vorlesung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Project based learning with working in intercultural teams			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Svend Hollensen: Global Marketing; Pearson; 8th edition 2020</li><li>• Marieke de Mooji: Global Marketing and Advertising; 6th edition 2021</li><li>• Bodo Schlegelmilch: Global Marketing Strategy; 2nd edition 2022</li></ul>			
<b>Besonderes</b> In this module, you will get theoretical input and you will work in intercultural teams. The module will prepare you for the international workplace and will encourage you to work and study with people from different cultures.			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 4,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Englisch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 15,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 90,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-116	<b>Modulbezeichnung</b> 101-116 NUF Gesellschaftliche Verantwortung
------------------------	------------------------------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b>
<b>Inhalte</b> In heutiger Zeit ist verantwortungsvolles Handeln zentraler Bestandteil unternehmerischen Erfolgs geworden. Dies erfordert Mitarbeiter, die verstehen, wie sich Unternehmen so führen lassen, dass nachhaltiges Handeln den wirtschaftlichen Erfolg stärkt. Dies erfordert Kenntnisse der ethischen Grundlagen, der wertorientierten Unternehmensführung und der unternehmerischen Umwelt- und Sozialverantwortung (CSR) sowie ein Verständnis grundlegender umweltökonomischer Zusammenhänge und Handlungsoptionen.
<b>Lehr-/Lernformen</b>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Die Teilnahme erfordert Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen aus den verschiedensten Bereichen der BWL; Modul NUF Corporate Governance & Compliance sowie NUF Ges. Verantwortung ergänzen sich und sollten - egal in welcher Reihenfolge - beide belegt werden.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	<b>Modul 101-093 Verantwortungsvolles Handeln (1. Sem. BW)</b> Parallele Module der Vertiefungsprogramme <b>Ganzheitliche Unternehmensführung, v.a. Corporate Governance &amp; Compliance, Nachhaltigkeitssteuerung und-reporting, Sustainability Management &amp; Innovation</b>
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b> Dieses Modul behandelt unmittelbar alle Aspekte der Nachhaltigkeit i.S. einer Balance zwischen Ökonomie, Ökologie und Sozialbelangen (People, Profit, Planet).
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b> Klausur (90 Minuten)	<b>Anteil in %</b> 100 %
----------------------------------------------	-----------------------------

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Peter Förschler		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b> Prof. Dr. Gabriel		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b>	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 30,0 Std. / 20,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 75,0 Std. / 50,0 %

## Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
	Gesellschaftliche Verantwortung Grundlagen
	Grundlagen der Umweltökonomie

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Gesellschaftliche Verantwortung Grundlagen
-------------	----------------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierenden erhalten einen Einblick in die Grundlagen der Gesellschaftlichen Verantwortung und erreichen die unter "Inhalte" aufgeführten konkreten Lernziele.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> <b>Teil A Grundlagen Gesellsch. Verantwortung</b> - Einleitung - Zuschreibungsbegriff Verantwortung, Unternehmensverantwortung und Verantwortungsarten - Grundlagen der Nachhaltigkeit - Theorien der Copr. Social Responsibility - Ethische Grundlagen der gesellschaftlichen Verantwortung, Unternehmensethik <b>Teil B Management Gesellsch. Verantwortung</b> - Stakeholder-Analyse und Stakeholder-Engagement - Management einzelner Stakeholdergruppen - Integration von Stakeholderinteressen - Stakeholder-Kommunikation, insbesondere CSR-Berichtspflichten.			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Vorlesung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Impulsvorlesungen, Dokumentenanalysen, Literaturrecherchen, Erstellen von Abstracts, kurze Präsentationen, Diskussionen mit Brainstorming.			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> Brühl, Rolf: Corporate Social Responsibility - Die Ethik der gesellschaftlichen Verantwortung und ihre Umsetzung, Vahlen München, 2018 Kreipl, Claudia: Verantwortungsvolle Unternehmensführung, SpringerGabler, 2020			
<b>Besonderes</b>			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 3,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 33,8 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 22,5 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 60,0 Std

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Grundlagen der Umweltökonomie
-------------	---------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierenden erhalten einen Einblick in die Grundlagen der Umweltökonomik und erreichen die unter "Inhalte" aufgeführten konkreten Lernziele.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> <b>Kapitel 1:</b> Grundlagen - Sie können beschreiben, wie politische Entscheidungen durch unterschiedliche Schulen der Ökonomik beeinflusst werden. <b>Kapitel 2:</b> Ökologische Grenzen – Sie können erklären, in welcher Form die ökologischen Grenzen unser Verhalten und unser Wirtschaftssystem beeinflussen werden. <b>Kapitel 3:</b> Grenzen des Marktes – Sie können Interventionsmöglichkeiten abwägen: wie kann der Staat dem Versagen des Markts im Hinblick auf ökologische Aspekte am besten entgegenwirken? <b>Kapitel 4:</b> Umweltpolitik – Sie können einen Überblick über nationale und internationale Umweltschutzregeln geben.			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Vorlesung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Folgende Lernmethoden kommen unter anderem zum Einsatz: Rückfragen des Dozenten, Bearbeiten kleinerer Anwendungsaufgaben nach theoretischen Inputs, eigenes Strukturieren von Schlüsselbegriffen, Beziehungen zwischen Vorlesungsthemen und eigenem Handeln herstellen, Vertreten der eigenen Positionen zu unterschiedlichen Themen in der Gruppe, Entwickeln eigener Wiederholungsfragen			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> Michael Fritsch (2014): Marktversagen und Wirtschaftspolitik. Mikroökonomische Grundlagen staatlichen Handelns. 9., vollständig überarbeitete Auflage, Verlag Franz Vahlen München. N. Gregory Mankiw, Mark P. Taylor (2016): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. 6., überarbeitete und erweiterte Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart			
<b>Besonderes</b>			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 1,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
-------------------------------	----------------------------------	-----------------------------------------------	---------------------------

<b>Präsenz/Kontakt</b> 11,2 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 7,5 Std.	<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 15,0 Std.
-------------------------------------	-----------------------------------------------------	-------------------------------------------------

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-117	<b>Modulbezeichnung</b> 101-117 NUF Strategic Management in an International
------------------------	---------------------------------------------------------------------------------

### Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Qualification goals This course will give students an in-depth induction to the major issues, techniques, and challenges of developing, formulating and implementing strategies in a multi-national corporation (MNC), especially market entry strategies. Students will learn how to analyze the corporation's environment in foreign markets, become aware of risks and opportunities and how they influence internationalization strategies. They are familiarized with the most important market entry strategies including partnering strategies such as JV and M&A. A comprehensive case will give students the opportunity to apply their market entry strategy know-how and a field trip as well as talks by practitioners from companies will enrich their learning experience. Throughout the lecture and the case study, students will apply artificial intelligence (AI)-based tools and reflect critically on their opportunities and risks. Moreover, this module will help students understand the requirements that international business activities pose to sustainability. Finally, students will improve their capabilities of presenting and discussing a comprehensive topic in English.
<b>Inhalte</b> Contents <ul style="list-style-type: none"><li>• Reasons for international business activities</li><li>• Analysis of the international business environment</li><li>• Selection of internationalization strategies (greenfield, joint venture, M&amp;A etc.)</li><li>• Strategic tools (SWOT, KSF, McKinsey matrix etc.)</li><li>• AI-based tools in strategy work</li></ul> <p>Students will be assigned research tasks on a regular basis and will present and discuss their results with the class. A field trip and presentations by international business practitioners will offer ample opportunity for getting insights into the methods and practices of leading companies.</p>
<b>Lehr-/Lernformen</b>

### Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	None
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	None

## Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	
Einsatz in anderen Studiengängen	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b> A part of one session will be entirely dedicated to the international aspects of sustainability
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer	Anteil in %
Referat/Präsentation (40 Minuten)	40 %
Klausur (60 Minuten)	60 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Carsten Herbes		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Wintersemester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> None	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 60,0 Std. / 40,0 %

## Ausgestaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
101-117-01	Introduction into International Management
101-117-02	Case study seminar: International market entry strategies

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-117-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Introduction into International Management
---------------------------	----------------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<p><b>Qualifikationsziele</b></p> <p>Knowledge</p> <ul style="list-style-type: none"><li>· Know the reasons for international business activities</li><li>· Know the most important elements of the international corporate environment</li><li>· Know internationalization patterns and strategies</li><li>· Understand standard market entry strategies (greenfield, licensing, JV, M&amp;A etc.)</li><li>· Understand international implications for organization</li><li>· Know challenges for sustainable management in international business activities</li><li>· Understand the specific requirements of international activities as opposed to domestic activities</li></ul> <p>Skills</p> <ul style="list-style-type: none"><li>· Be able to analyze the corporate environment for relatively simple cases including the use of AI-based tools</li><li>· Be able to analyze internationalization strategies</li><li>· Be able to recognize advantages and disadvantages of generic market entry strategies in specific business situations</li><li>· Be able to present and discuss a comprehensive topic in English</li></ul> <p>Competencies</p> <ul style="list-style-type: none"><li>· Be able to deliver a meaningful analysis of a complex international business environment in their future job</li><li>· Be able to apply strategic tools on in complex real-life situations in their future job</li><li>· Be able to develop and keep to standards of sustainable management in a challenging international environment</li></ul>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Inhalte**

## Contents / outline

- Introduction
- The International Environment
- The Multinational Corporation
- o Definition
- o How international is a company – different measurands
- o Important concepts (Perlmutter, Bartlett/Ghoshal)
- Internationalization Strategies 1-3
- o Target market selection
- o Market entry strategies: export, licensing, greenfield investment
- o Market entry strategies: IJV, M&A, alliances etc.
- o Post-merger integration
- o Strategic instruments
- o Specific CSR challenges in international activities
- o The understanding of sustainability in different countries

## Field trip

**Lehr-/Lernformen**

Seminaristischer Unterricht

**Lehr-/Lernmethoden**

## Methods

- Regular research assignments (mostly group work)
- Mini cases
- Students' presentations
- Guest speakers

**Literatur/Lehrmaterial**

Literature: selected chapters from:

- Helen Deresky, *International Management*. 2017
- Fred Luthans & Jonathan P. Doh, *International Management*. 2021

**Besonderes**

Guest speakers from companies are invited, and we often go on field trips to companies

**Organisation**

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Englisch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 45,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 60,0 Std.

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-117-02	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Case study seminar: International market entry strategies
---------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
Knowledge			
<ul style="list-style-type: none"><li>· Deepen the knowledge on generic international marketing entry strategy</li><li>· Know about specific challenges of the M&amp;A in international M&amp;A cases</li></ul>			
Skills			
<ul style="list-style-type: none"><li>· Be able to apply attractiveness criteria to foreign markets and choose the most attractive markets, including the use of AI-based tools</li><li>· Be able to choose an appropriate market entry strategy</li><li>· Be able to handle a complex task under time pressure</li><li>· Be able to develop a solution in cooperation with other group members</li><li>· Be able to defend the solution / recommendation in discussion with a demanding "client"</li></ul>			
Competencies			
<ul style="list-style-type: none"><li>· Be able to develop an evaluation system for analyzing market attractiveness of foreign markets</li></ul>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b>			
Contents / outline			
<ul style="list-style-type: none"><li>· Comprehensive market entry case based on a real management consulting project</li></ul>			
<b>Lehr-/Lernformen</b>			
Seminaristischer Unterricht			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b>			
Methods			
<ul style="list-style-type: none"><li>· Group work on case, presentation of solutions, teamwork exercises</li></ul>			

Literature:

**Besonderes**

Other aspects

This class (2 hours) will be held as a compact course (not weekly), on one weekend. This allows evoking the feeling of a real life consulting project

**Organisation**

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Englisch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 0,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 0,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-118	<b>Modulbezeichnung</b> 101-118 NUF/CF Nachhaltigkeitssteuerung und -reporting
------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierenden wissen, wie die Steuerung der Nachhaltigkeit strategisch, operativ und organisatorisch in die Unternehmenssteuerung integriert und in der Praxis umgesetzt werden kann. Weiterhin verstehen sie die Anforderungen an ein modernes Nachhaltigkeits-Performance-Management und kennen die Praxis des Nachhaltigkeitsreporting.
<b>Inhalte</b> - strategische, operative und organisatorische Nachhaltigkeitssteuerung - Nachhaltigkeits-Performance-Management in Unternehmen - Nachhaltigkeits-Berichterstattung
<b>Lehr-/Lernformen</b>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Es werden nur die Inhalte des Grundstudiums vorausgesetzt.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Keine besondere Vorbereitung erforderlich.

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Dieses Modul ist vor allem für Studierende der Vertiefungsprogramme "Nachhaltige Unternehmensführung" und "Controlling" geeignet, es bietet eine Brücke zwischen diesen beiden Bereichen.
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b> Das Modul adressiert wesentliche Bereiche nachhaltiger Entwicklung mit Blick auf Unternehmen, mit Schwerpunkt im Bereich Unternehmenssteuerung, Controlling und Berichterstattung.
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Klausur (90 Minuten)	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Robert Gabriel		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b> Prof. Dr. Ulrich Sailer		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Sommersemester	<b>Dauer</b> Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b>	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 105,0 Std. / 70,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 0,0 Std. / 0,0 %

## Ausgestaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
101-118-01	Nachhaltigkeitssteuerung
101-118-02	Sustainability Performance Management & Reporting

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-118-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Nachhaltigkeitssteuerung
---------------------------	----------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierenden wissen, wie die Steuerung der Nachhaltigkeit strategisch, operativ und organisatorisch in die Unternehmenssteuerung integriert und in der Praxis umgesetzt werden kann.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> <b>Inhalte</b> <b>1. Grundlagen nachhaltigen Wirtschaftens</b> 1.1 Fakten zur Nachhaltigkeit 1.2 EN-ROADS-Workshop 1.3 Begriffe und Inhalte der Nachhaltigkeit 1.4 Begründung der Nachhaltigkeit  <b>2. Grundlagen betrieblicher Nachhaltigkeit</b> 2.1 Langfristige Wertsteigerung und Nachhaltigkeit 2.2 Nachhaltigkeit in der Unternehmenspraxis 2.3 Organisatorische Integration der Nachhaltigkeit  <b>3. Betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement</b> 3.1 Normatives Nachhaltigkeitsmanagement 3.2 Strategisches Nachhaltigkeitsmanagement 3.3 Nachhaltigkeit messen 3.4 Operatives Nachhaltigkeitsmanagement			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Vorlesung mit Übung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Veranstaltung mit Planspiel, Fallstudien, Praxisbeispielen			

**Literatur/Lernmaterial**

Vorlesungsskript, weiteres Material wird in neo zur Verfügung gestellt

- Sailer, U.: Nachhaltigkeitscontrolling, 3. Auflage, Konstanz/ München 2020
- Ernst, D./ Sailer, U./ Gabriel, R. (Hrsg.): Nachhaltige Betriebswirtschaftslehre, 2. Auflage, 2021

**Besonderes****Organisation**

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 52,5 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 0,0 Std.

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-118-02	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Sustainability Performance Management & Reporting
---------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Students understand the requirements of sustainability performance management in companies, and they learn the most relevant approaches that are currently used. Based on application examples, they understand which tools are being applied in practice, and they hear about the challenges in implementation. Further, they learn the basics of sustainability reporting and see how companies have integrated this approach in their processes.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> - Sustainability requirements for companies - Sustainability performance management in companies - Corporate sustainability performance - Product sustainability performance - Sustainability Reporting			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Vorlesung mit Übung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Lecture with discussions, examples, videos, case studies and software demonstrations.			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> Will be announced at the beginning of the class.			
<b>Besonderes</b> Class in english, pretty interactive, includes software demonstrations			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Englisch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 52,5 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 0,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b>	<b>Modulbezeichnung</b>
101-119	101-119 NUF Corporate Governance & Compliance

### Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> <p>Übergeordnetes Hauptziel des Moduls ist es, dass Studierende die verschiedenen Bereiche der <b>Corporate Compliance</b> in einem Unternehmen, deren rechtliche Grundvoraussetzungen sowie die Struktur und Wirkungsweise von <b>Compliance-Management-Systemen</b> kennen. Sie sollen in der Lage sein, dieses Wissen auf praktische compliance-relevante Fragestellungen zu übertragen und konkret anzuwenden.</p> <p>Über diese Wissens- und Methodenebene hinaus wird durch Zusammenführung sämtlicher Funktionsbereiche eines Unternehmens in einem unternehmensweiten ganzheitlichen Compliance-Management-System die systemische Kompetenz der Studierenden gefördert. Fertigkeiten bezogen auf Selbstorganisation werden durch individuelle kreative Entwicklung von Prozessen und Maßnahmen, deren Umsetzung in der Praxis und Ausrichtung des eigenen Handelns danach erworben.</p>
<b>Inhalte</b> <p>Grundlagen der <b>Good Governance</b>, des <b>Stakeholderausgleichs</b> und des <b>Risikomanagements</b>. Grundlagen der <b>Legal, Social, Ethical und Environmental Compliance</b> im Unternehmen; Haftung bei Non-Compliance, Einrichten und Verbessern von <b>Compliance-Management-Systemen</b> (CMS) nach DIN ISO 37301 und IDW PS 980: Compliance Kultur, Compliance Ziele, Compliance Risiken, Compliance-Programm Compliance-Organisation, Compliance Kommunikation, Compliance Kontrolle und Verbesserung.</p> <p>Ausgewählte Compliance-Bereiche <b>Antikorrruption</b> in Einkauf und Vertrieb, <b>Kartelle</b> im Vertrieb, <b>CSR</b> im Wirtschaftsunternehmen, <b>Wertemanagement</b>. <b>Praktische Übungen</b> zur Umsetzung von CMS im Unternehmen.</p>
<b>Lehr-/Lernformen</b>

### Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Die Teilnahme erfordert Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen aus den verschiedensten Bereichen der BWL, die allesamt einer Compliance-Betrachtung unterliegen können. Hilfreich sind Kenntnisse in der jur. Arbeitsweise und Kenntnisse im Risikomanagement sowie im Projektmanagement. Neue Rechtsbereiche wie Korruptionsstrafrecht oder Kartellrecht werden im Rahmen der Veranstaltung gemeinsam erarbeitet.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Vgl. Literaturangaben bzw. Hinweise in der Vorlesungsunterlagen.

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Vorgelagerte Module des Grundstudiums <b>Managementlehre</b> Parallele Module der Vertiefungsprogramme <b>Nachhaltige Unternehmensführung</b> insbesondere <b>Gesellschaftliche Verantwortung NUF 1</b> und <b>Konfliktmanagement NUF 7</b> ; das Modul ist aber auch für Vertiefer aus allen anderen Vertiefungsmodulen interessant!
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b>
Zur Erreichung der Nachhaltigkeitsziele Ökonomie, Ökologie und Soziales bedarf es über die Einhaltung von Rechtsregeln hinaus der Definition von Werten im Unternehmen. Unternehmen nehmen in diesem Sinne die Corporate Social Responsibility in entsprechenden Projekten wahr. Die Compliance-Organisation im Unternehmen implementiert diese Werte durch Compliance-Management-Systeme in den Unternehmensablauf, definiert Prozesse und Maßnahmen auf der Arbeitsebene und kontrolliert deren Einhaltung. Corporate Compliance wie auch Corporate Governance Regeln guter Unternehmensführung sind damit Nachhaltigkeitsgaranten in einem Unternehmen schlechthin. Das Modul ist daher für die nachhaltige Entwicklung von Unternehmen von zentraler Bedeutung. Rechtliche Verantwortung ist eine der fünf Verantwortungsarten

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Klausur (90 Minuten)	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Peter Förschler		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b>	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 90,0 Std. / 60,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 15,0 Std. / 10,0 %

## Ausgestaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
101-119-01	Grundlagen Corporate Compliance

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-119-01	Grundlagen Corporate Compliance

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
<p>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Fach: Die Studierenden lernen die wesentlichen Hintergründe und Grundlagen der Good Governance und der Corporate Compliance, deren Bereiche im kaufmännischen Unternehmen sowie die Anforderungen an ein Compliance-Regelwerk kennen und sind in der Lage, diese auf konkrete Fragestellungen zu übertragen und auf neue praktische Fällen anzuwenden.</p> <p>Systemische Kenntnisse und Fertigkeiten: Die Studierenden sind in der Lage, die in ausgewählten Compliance-Bereichen erworbenen Kenntnisse und Fertigkeiten in Bezug auf Compliance-Management-Systeme auf andere Compliance-Bereiche in Theorie und Praxis zu übertragen und selbst zum Aufbau von Compliance-Management-Systemen beizutragen.</p> <p>Fertigkeiten bezogen auf Selbstorganisation: Die Studierenden verarbeiten selbständig die Inhalte der Vorlesung und üben die Methoden an vorgegebenen Aufgabenstellungen ein. Sie sind in der Lage, ihre Kenntnisse und Fertigkeiten auf eigenes unternehmerisches Verhalten anzuwenden.</p> <p>Fertigkeiten und Kompetenzen bezüglich des Umgangs mit anderen Da Compliance in vielen Bereichen den Umgang mit Mitarbeitern und Kollegen im Unternehmen sowie die Übertragung von Compliance-Strukturen auf andere etwa durch Schulungen betrifft, sind sie auch in der Lage, ihre Kompetenzen in Verantwortung für andere wahrzunehmen und an diese weiterzugeben.</p>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b>			
<p>Grundlagen der Good Governance und des Stakeholderausgleichs, GRC-Ansatz, Wurzeln und Rechtsgrundlagen der Corporate Compliance, Haftung bei Non-Compliance, Phasen der Implementierung und Elemente von Compliance-Management-Systemen: Einrichten und Verbessern von CMS nach ISO 37301 und IDW PS 980: Compliance Kultur, Compliance Ziele, Compliance Risiken, Compliance-Programm Compliance-Organisation, Compliance Kommunikation, Compliance Kontrolle und Verbesserung.</p> <p>Ausgewählte Komplexe: - Anti-Korruptions-Compliance - Kartellrechts-Compliance - Exportkontroll-/Außenwirtschafts-Compliance; - Datenschutz-Compliance</p>			
<b>Lehr-/Lernformen</b>			
Vorlesung			

<p><b>Lehr-/Lernmethoden</b>          Vorlesung mit fragend-entwickelnder Methode, Diskussionen, Compliance-Simulations-Game; Dokumentenanalysen, Rechtsnormanalysen, Literaturrecherchen, Press-Review, kurze studentische Präsentationen, Diskussionen mit Brainstorming,...</p> <p>Interaktive Vorlesung, Forschendes Lernen mit Selbstarbeits-, Team- und Präsenzphasen, Exkursion, Expertenvorträge.</p>
<p><b>Literatur/Lehrmaterial</b>          Vorlesungsskript als Grundlage der Vorlesung  <b>Moosmayer, Klaus:</b> Compliance, Praxisleitfaden für Unternehmen, 4. Auflage München 2021  <b>Moosmayer, Klaus:</b> Compliance-Risikoanalyse, 2. Auflage München 2020  <b>Bay, Karl-Christian/Hastenrath, Katharina</b> (Hrsg.), Compliance-Management-Systeme – Praxiserprobte Elemente, Prozesse und Tools, 3. Aufl. München, 2022  <b>Kark, Andreas,</b> Compliance-Risikomanagement, 3. Aufl. München 2024</p>
<p><b>Besonderes</b></p>

## Organisation

<p><b>Präsenz in SWS</b> 4,00</p>	<p><b>Gruppeneinteilung</b> nein</p>	<p><b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester</p>	<p><b>Sprache</b> Deutsch</p>
<p><b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std.</p>	<p><b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 90,0 Std.</p>		<p><b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 15,0 Std.</p>

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 102-040	<b>Modulbezeichnung</b> 102-040 NUF Entrepreneurship and Innovation Management
------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------

### Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p><b>Qualifikationsziele</b></p> <p>Innovative products, services and process technologies are key drivers of competitiveness in modern economies, and are increasingly shaped by digitalization and sustainability requirements. In this module, students learn how established companies and start-ups design and implement innovation and entrepreneurship processes, and how they integrate sustainability into products and business models. Students are enabled to apply key concepts and tools such as innovation management models, design thinking, social business model canvas, financial modelling and life cycle assessment to analyze and develop entrepreneurial solutions.<sup>[1]</sup></p> <p>After completing the module, students are able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• explain the role of innovation management, typical innovation cycles and organizational set-ups in different types of companies.</li> <li>• analyze and design entrepreneurial value propositions and business models with a specific focus on social impact and sustainability.</li> <li>• assess environmental impacts of products over the life cycle and derive implications for product and business development.</li> <li>• work in teams on a practice-oriented study project that integrates innovation management, entrepreneurship and product sustainability perspectives.</li> </ul>
<p><b>Inhalte</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Principles and processes of innovation and entrepreneurship</li> <li>- Entrepreneurial mindset and opportunity development</li> <li>- Methods and tools for innovative business design</li> <li>- Financing and scaling new ventures</li> <li>- Leadership and personal development for entrepreneurs</li> <li>- Sustainable product and business development</li> </ul>
<p><b>Lehr-/Lernformen</b></p> <p>Lecture with exercises, discussions, case studies, videos, group work, workshop elements and supervised project work. A substantial part of the workload is dedicated to a study project that combines innovation, entrepreneurship and product sustainability topics</p>

### Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	No additional knowledge and competences required beyond what is taught in the first four semesters.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	See literature indications in the individual classes; additional material is announced at the beginning of each course.

### Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	
-------------------------------------------------------------------	--

Einsatz in anderen Studiengängen	
----------------------------------	--

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<p><b>Inhalte</b> Sustainable development is a central element of the module, with particular emphasis on sustainable innovation of products, services and processes, social entrepreneurship and environmental assessment of products.</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
StA	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Robert Gabriel		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b> Theodora Chatzipavlidis, Matthias Schulz		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b>	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 65,0 Std. / 43,3 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 40,0 Std. / 26,7 %

## Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
102-040-01	Innovation Management
102-040-02	Entrepreneurship
102-040-03	Product Sustainability

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

102-040-01	Innovation Management
------------	-----------------------

### Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> The students understand the relevance and challenges of innovation management in established companies and start-ups, including the influence of strategy and organizational culture. They learn key concepts, models and methods along the innovation process and are able to apply selected tools, for example in the analysis of a real company case such as Microsoft. Furthermore, they gain an overview of how innovation management contributes to sustainable products, services and process technologies and how it can support the development of new business models			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Introduction to the role of innovation management, and the impact of corporate strategy and culture</li><li>- Innovation cycles and innovation management models</li><li>- Organizational structures for innovation, including a case study</li><li>- Innovation management process in companies: ideation, project selection, product development and commercialization</li><li>- Start-up theory and application to a sample company; interfaces to entrepreneurship, business model innovation and sustainable product and process development.</li></ul>			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Lecture with integrated exercises and discussion.			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Lecture, supported by discussions, examples, case studies, videos, group work exercises and short application tasks related to the study project in the module.			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> Trott, P.: Innovation Management and New Product Development, latest edition, plus further articles and cases announced at the beginning of the course.			
<b>Besonderes</b> The course provides key conceptual foundations and tools that are further applied and integrated in the module-wide study project together with the courses Entrepreneurship and Product Sustainability.			

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

102-040-02	Entrepreneurship
------------	------------------

### Ausgestaltung

<p><b>Qualifikationsziele</b>          The students understand the mindset, behaviors and processes that characterize entrepreneurial action in start-ups and established organizations. They learn how entrepreneurial opportunities emerge from real problems, how target groups are analyzed and how value-creating, impact-oriented business models are developed. Furthermore, they gain basic skills in design thinking, financial modelling, financing and leadership for start-up teams, with a particular focus on social entrepreneurship and sustainability.</p>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<p><b>Inhalte</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrepreneurial mindset: characteristics and ways of thinking that drive entrepreneurial behavior.</li> <li>- Problem understanding as starting point; link to Sustainable Development Goals; target group analysis and persona framework.</li> <li>- Value Proposition and Value Proposition Canvas; design thinking as iterative, user-centered innovation process.</li> <li>- Social Business Model Canvas with focus on impact and sustainability; basics of financial modelling and key performance indicators.</li> <li>- Financing &amp; fundraising: grants, crowdfunding, business angels and venture capital; leadership, communication styles, leadership styles, psychological safety and Inner Development Goals.</li> </ul>			
<p><b>Lehr-/Lernformen</b>          Lecture with integrated exercises, group work and reflection sessions.</p>			
<p><b>Lehr-/Lernmethoden</b>          Short inputs, discussions, case examples, design-thinking style workshop elements, group work on business ideas, pitches and reflective exercises on leadership and personal development.</p>			
<p><b>Literatur/Lehrmaterial</b>          Will be announced at the beginning of the course.</p>			
<p><b>Besonderes</b>          The course is closely linked to the module-wide study project and provides the entrepreneurial concepts and tools needed to develop and present an integrated business idea together with Innovation Management and Product Sustainability.</p>			

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

102-040-03	Product Sustainability
------------	------------------------

## Ausgestaltung

<p><b>Qualifikationsziele</b>          The students understand major environmental challenges, core concepts of sustainability and the role of products and business models in a post-growth economy. They acquire basic knowledge of methods to measure and communicate the environmental performance of products, in particular life cycle assessment and sustainability-related communication tools. They can interpret such assessments and use them to derive improvement options for product and business development.</p>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<p><b>Inhalte</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sustainability – the big picture: overview of major environmental problems; clarification of the term sustainability and essential perspectives.</li> <li>- Sustainable development and economic growth – discussion of potential conflicts and introduction to post-growth economy ideas.</li> <li>- Measurement of products' environmental performance: introduction to life cycle assessment and typical indicators.</li> <li>- Communication of product sustainability: labels, declarations and other sustainability-related communication tools.</li> <li>- Application examples and links to innovation management and entrepreneurship projects developed in the module.</li> </ul>			
<p><b>Lehr-/Lernformen</b>          Lecture with interactive elements and exercises.</p>			
<p><b>Lehr-/Lernmethoden</b>          Lecture impulses, discussions, short calculation or interpretation exercises, case examples from industry and links to the students' study projects.</p>			
<p><b>Literatur/Lehrmaterial</b>          Will be announced at the beginning of the course.</p>			
<p><b>Besonderes</b>          The course provides the sustainability perspective for the module-wide study project and supports students in critically assessing the environmental performance of the main product of their business model study project.</p>			

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-122	<b>Modulbezeichnung</b> 101-122 NUF Konfliktmanagement in Unternehmen
------------------------	--------------------------------------------------------------------------

### Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p><b>Qualifikationsziele</b></p> <p>Übergeordnetes Hauptziel des Moduls ist es, dass Studierende die rechtlichen Voraussetzungen und Maßnahmen des <b>Forderungsmanagements</b> eines kaufmännischen Gewerbebetriebs und die Handlungsoptionen eines Unternehmens im <b>Rechtsstreit</b> kennen und verstehen. Darüber hinaus lernen sie verschiedene Handlungsoptionen von Unternehmen im Konfliktfall kennen und können die wesentlichen Grundlagen von Konfliktmanagementsystemen darstellen. Die Studierenden sollen in der Lage sein, dieses Wissen auf praktische Fragestellungen zu übertragen und konkret anzuwenden.</p> <p>Über diese Wissens- und Methodenebene hinaus werden die materiell-rechtlichen Aspekte von Rechtsansprüchen mit der prozessrechtlichen Vorgehensweise bei der Durchsetzung solcher Rechtsansprüche zusammengeführt. Die Studierenden lernen zusätzlich alternative Konfliktlösungsstrategien und ihre Auswirkungen auf die verschiedenen Unternehmensbereiche kennen. Die alternativen Konfliktlösungsstrategien werden der klassischen Konfliktlösung durch die Gerichte gegenübergestellt. Hierdurch wird die systemische Kompetenz der Studierenden gefördert.</p> <p>Fertigkeiten bezogen auf Selbstorganisation werden durch individuelle Erarbeitung des Stoffes und der Methoden im Wege des forschenden Lernens und durch Ausrichtung des eigenen Handelns danach erworben.</p>
<p><b>Inhalte</b></p> <p><b>Konfliktmanagement I: Forderungsmanagement -</b> Unternehmensexternes Konfliktmanagement, v.a. wegen Forderungen: Bonitätsprüfung, Scoring, Monitoring, Vertragsmanagement, kaufmännisches Mahnverfahren, Inkassounternehmen, Rechtsanwalt, Gerichtliche Verfahren wie gerichtliches Mahnverfahren, Klageverfahren, Zwangsvollstreckung.</p> <p><b>Konfliktmanagement II:</b> Typische Konflikte in Unternehmen, Konfliktmanagementsysteme, Mediation, Schlichtungsverfahren, Schiedsgerichte, Verhandlungsstrategien..</p>
<p><b>Lehr-/Lernformen</b></p>

### Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Die Teilnahme erfordert die Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen aus den Modulen Wirtschaftsrecht I, II und III sowie den betriebswirtschaftlichen Modulen des Grundstudiums.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Vgl. Literaturangaben bzw. Hinweise in der Vorlesungsunterlagen

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Module des Grundlagenstudiums Rechtsgeschäftslehre, Recht der Beschaffung und Produktion, Marketingrecht, Module der Vertiefung Nachhaltige Unternehmensführung
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<p><b>Inhalte</b></p> <p>Rechtsinhalte leisten im Sinne einer Legal Compliance einen zentralen Beitrag für die nachhaltige Entwicklung von Unternehmen. Sie weisen per se ökonomische und soziale Aspekte auf. Die Einhaltung rechtlicher Rahmenbedingungen, wie sie im vorliegenden Modul vermittelt werden, ist die Grundlage nachhaltigen Unternehmenserfolgs. Die vorbeugende Konfliktvermeidung und Konfliktsteuerung sowie die effektive Realisierung von Außenständen durch Forderungsmanagement dienen der nachhaltigen Bestandssicherung des Unternehmens. Konfliktmanagement sorgt für Stakeholderausgleich.</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Klausur (90 Minuten)	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Peter Förschler		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b> Prof. Dr. Stachel		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> keine Angabe	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> Teilnehmerbegrenzung 12 Teilnehmer gem. Zulassungssatzung	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 30,0 Std. / 20,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 75,0 Std. / 50,0 %

## Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
-------------	------------------------------------

101-122-01	Konfliktmanagement I (Forderungsmanagement)
101-122-02	Konfliktmanagement II

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-122-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Konfliktmanagement I (Forderungsmanagement)
---------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
<p>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Fach: Die Studierenden lernen die wesentlichen fachlichen Grundlagen des Forderungsmanagements als ein Teil des Risikomanagements im kaufmännischen Unternehmen sowie einer rechtlichen Auseinandersetzung mit Schuldern / Gläubigern kennen. Sie sind in der Lage, diese auf konkrete Fragestellungen zu übertragen, auf neue praktische Fälle anzuwenden.</p> <p>Systemische Kenntnisse und Fertigkeiten: Die Studierenden erkennen die Wechselwirkungen zwischen unternehmerischer Freiheit und Anforderungen des Rechtsstaats an Unternehmen. Sie sind in der Lage, rechtliche Anforderungen bei der Ausgestaltung ihrer unternehmerischen Entscheidungen zur Risikominimierung und Konfliktvermeidung zu berücksichtigen und ihr Handeln danach auszurichten. Sie erlernen die wissenschaftlichen Methoden geisteswissenschaftlicher Forschung.</p> <p>Fertigkeiten bezogen auf Selbstorganisation: Die Studierenden erarbeiten sich ausgehend von der Forschungsfrage teilweise selbständig den Stoff im Wege des „<b>forschenden Lernens</b>“, teilweise durch Kurzvorlesungen des Professors und üben die Methoden an praktischen Aufgabenstellungen ein. Die Veranstaltung bereitet die Studierenden insoweit auf Ihre Bachelorthesis vor.</p> <p>Fertigkeiten und Kompetenzen bezüglich des Umgangs mit anderen Die Studierenden arbeiten im „Forschungsteam“ zusammen trainieren verschiedene Rollen in einer rechtlichen Auseinandersetzung anhand eines Rollenspiels. Sie lernen verantwortungsvollen Umgang mit dem Gegner im Team wie auch in einer Konfliktsituation.</p>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b>			
<p>Die Inhalte ergeben sich aus den Forschungsansätzen der Studierenden. Im Wesentlichen bezieht sich der erarbeitete Stoff auf die Rechtsbereiche: Vorbeugendes Forderungsmanagement, Kaufmännisches Mahnverfahren und Inkassowesen / Rechtsanwälte, Unternehmen vor Gericht (gerichtliches Mahnverfahren, Klageverfahren/ Zivilprozess).</p>			
<b>Lehr-/Lernformen</b>			
Sonstige Lehrveranstaltung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b>			
Impulsvorlesungen, Elemente des "Forschenden Lernens", Dokumentenanalysen, Rechtsnormanalysen, Literaturrecherchen, Erstellen von Abstracts, kurze Präsentationen,			

Diskussionen mit Brainstorming.

**Literatur/Lehrmaterial**

**Förschler, Peter:** Der Zivilprozess: Einführung in Forderungsmanagement, Zivilprozess und Zwangsvollstreckung, 4. Auflage 2018

**Förschler, Peter: Privat- und Prozessrecht,** Kapitel 15,16, Bad Wörishofen, 3. Auflage 2023

**Förschler, Peter: Grundzüge des Wirtschaftsprivatrechts,** Kapitel 14, München 1. Auflage 2018

**Besonderes**

Während des Semesters erfolgen keine Prüfungsvorleistungen, den Abschluss bildet eine aus dem von den Studierenden erarbeiteten Stoff gebildete Klausur.

**Organisation**

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 15,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 30,0 Std.

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-122-02	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Konfliktmanagement II
---------------------------	-------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
<p>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Fach: Die Studierenden lernen verschiedene Arten von Konflikten in und zwischen Unternehmen kennen und bekommen einen vertieften Einblick in die wichtigsten außergerichtlichen Methoden, derartige Konflikte zu lösen oder ihnen präventiv zu begegnen. Sie werden in die Lage versetzt, ihre Kenntnisse auf konkrete Fragestellungen zu übertragen und auf neue Sachverhalte anzuwenden.</p>			
<p>Systemische Kenntnisse und Fertigkeiten: Die Studierenden lernen die Auswirkungen von Konflikten auf Unternehmen in verschiedenen Bereichen kennen (z.B. Risikomanagement, Finanzen). Darüber hinaus lernen sie, dass der Umgang mit Konflikten in Unternehmen von vielfältigen Faktoren abhängig ist (z.B. von den Führungs-persönlichkeiten oder der Konfliktkultur im jeweiligen Land). Die Studierenden können ihre Kenntnisse in Fallanalysen anwenden und werden in die Lage versetzt, in neuen Situationen geeignete Ansätze für Konfliktlösungsstrategien herauszuarbeiten und diese auch im Hinblick auf ihre Auswirkungen auf das gesamte Unternehmensumfeld zu bewerten.</p>			
<p>Kenntnisse und Fertigkeiten bezogen auf Selbstorganisation: Die Studierenden erarbeiten sich den Stoff zum Teil selbst; zum einen durch die Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, zum anderen durch selbständige Fallbearbeitung und -analysen in Einzel- oder Gruppenarbeit.</p>			
<p>Kenntnisse und Fertigkeiten bezüglich des Umgangs mit anderen: Die Studierenden arbeiten in Gruppenarbeitsphasen während der Vorlesung zusammen, wodurch sie Kenntnisse für den Umgang mit anderen erwerben. In Rollenspielen (z.B. Simulation einer Verhandlungssituation) können sie verschiedene Verhaltensweisen und Strategien gemeinsam ausprobieren, wodurch sie Erfahrungen mit dem Umgang in Konfliktsituationen sammeln können.</p>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b>			
<p>Begriff des Konfliktes, Typische Konflikte in Unternehmen und ihre Ursachen (interne/externe Konflikte), herkömmliche Konfliktlösungsmethoden, Nutzen von Konfliktmanagementsystemen (auch unter Berücksichtigung der Konfliktkosten). Verschiedene Strategien des Konfliktmanagements, Arten von Konfliktmanagementsystemen und Methoden zur Etablierung solcher Systeme Bedeutung der Konfliktprävention. Verschiedene außergerichtliche Konfliktlösungstools: Verhandeln, Mediation, Schiedsgericht, Schlichtung etc. Blick in die USA (rechtsvergleichend)</p>			

<p><b>Lehr-/Lernmethoden</b></p> <p>Forschendes Lernen mit Selbstarbeits-, Team- und Präsenzphasen. Diskussionen, Gruppenarbeiten, selbständige Fallbearbeitung, Fallanalysen, Rollenspiel</p>
<p><b>Literatur/Lehrmaterial</b></p> <p>Trenczek/Berning/Lenz/Will (Hrsg.): Mediation und Konfliktmanagement, 2. Aufl. Baden-Baden 2017</p> <p>Fünf verschiedene Studien der Europa-Universität Viadrina und PWC zum Konfliktmanagement in deutschen Unternehmen (Download unter <a href="https://www.ikm.europa-uni.de/de/kernbereiche/wirtschaft/projekte/km_im_unternehmen/index.html">https://www.ikm.europa-uni.de/de/kernbereiche/wirtschaft/projekte/km_im_unternehmen/index.html</a>)</p>
<p><b>Besonderes</b></p> <p>Gastreferenten/innen aus der Unternehmenspraxis</p>

## Organisation

<p><b>Präsenz in SWS</b></p> <p>2,00</p>	<p><b>Gruppeneinteilung</b></p> <p>nein</p>	<p><b>empfohlenes Fachsemester</b></p> <p>6 Semester</p>	<p><b>Sprache</b></p> <p>Deutsch</p>
<p><b>Präsenz/Kontakt</b></p> <p>22,5 Std.</p>	<p><b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b></p> <p>15,0 Std.</p>		<p><b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b></p> <p>45,0 Std.</p>

## Modulbeschreibung

<b>Code</b>	<b>Modulbezeichnung</b>
900-007	900-007 Social Innovation (HfWU-Modul)

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p><b>Qualifikationsziele</b></p> <p>Sustainability competences are addressed:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Systems thinking</li> <li>- Future orientation</li> <li>- Value-based thinking and acting</li> <li>- Strategic thinking</li> <li>- Cooperation</li> </ul>
<p><b>Inhalte</b></p> <p>Co-creation of social innovations or business models for social enterprises with selected local or regional stakeholders. The aim is to contribute to sustainable development in the city/region and to create a real learning space for the students' project work. This takes place in projects with local stakeholders (city administration, tradespeople, interest groups, citizens, districts, etc.).</p> <p>Possible project topics and results are</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Market analyses</li> <li>- future stories</li> <li>- concepts</li> <li>- Models &amp; plans (design)</li> <li>- Business models / business plans</li> <li>- Interventions and events</li> <li>- Creating social capital and networking</li> </ul> <p>Examples of projects from recent semesters: Summer 2024: Sustainable neighborhoods in Arnhem (NL); Summer 2025: Designing local food systems in Nürtingen (D); Greening "For-Profit-Companies" in Bucharest (Ro)</p>
<p><b>Lehr-/Lernformen</b></p> <p>Combination of weekly online course and a project week. The concept is based on an Erasmus partnership with various universities in Europe (e.g. in the Netherlands, Romania, Estonia and Germany &gt; Nürtingen). The project week is organized annually in rotation by the participating universities. In some cases, two to three alternative project weeks are offered.</p> <p>It is an interdisciplinary approach: the students and teachers involved have different professional backgrounds.</p>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	./.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	./.

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Part of the specialization "Sustainable corporate management"
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	HfWU module: Can be chosen by any HfWU student.

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

The focus of the seminar is on developing proposals for the sustainable development of the respective project region. Only projects related to sustainability are selected.

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer	Anteil in %
Study-Work	100%

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Dr. Ellen Fetzer, Prof. Dr. Dirk Funck, Prof. Dr. Friedemann Baisch		
<b>Modulart</b> HfWU module: interdisciplinary	<b>Turnus</b> Usually: summer term	<b>Dauer</b> 1 semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> ./.	<b>ECTS-Punkte</b> 6 (If necessary, up to 8 credits can be acquired through supplementary examinations)	<b>Präsenz in SWS</b> 4
<b>Workload</b> ECTS x 25 h = 150 h		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 60%	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 20%	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 20%

## Ausgestaltung

<b>Literatur/Lehrmaterial</b> Funck, D., Dreksler, B., Fetzer, E. (2023): People, Landscape, Sustainability: A Handbook for Community Innovation Promoters, Göttingen.  Link to free ebook / pdf: <a href="https://cu villier.de/de/shop/publications/8827-people-landscape-sustainability">https://cu villier.de/de/shop/publications/8827-people-landscape-sustainability</a>
<b>Besonderes</b> It is an interdisciplinary approach: the students and teachers involved have different professional backgrounds.

## Organisation

Präsenz in SWS	Gruppeneinteilung	empfohlenes Fachsemester	Sprache
see above	is carried out at the beginning of semester	6th/7th semester Bachelor or Master	Englisch

---

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 201-100	<b>Modulbezeichnung</b> 201-100 Bienen als Anwendungsobjekt für Social Entrepreneurship
------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------

### Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

#### Qualifikationsziele

Nach Abschluss des Moduls verstehen die Studierenden die Komplexität nachhaltiger Projekte in den verschiedenen Fachdimensionen am praktischen Beispiel der Biene. Darüber hinaus haben Sie für Teilfragestellungen konkrete und umsetzbare Lösungen entwickelt.

- Sie können auf Basis ihres Grundlagenwissens zur Bedeutung von Bienen für die biologische Vielfalt und ihrer Ökosystemleistungen fundierte Beiträge innerhalb nachhaltig orientierter Projekte leisten.
- Weiterhin können Sie wesentliche Werkzeuge der Geschäftsmodellentwicklung anwenden und daraus im Kontext gesellschaftlich verantwortlicher Unternehmensführung („social entrepreneurship“) konkrete Vorschläge entwickeln. Den Studierenden gelingt es, Ziel- und Interessenskonflikte innerhalb der nachhaltigen Landwirtschaft zu bewerten und an konstruktiven Lösungsvorschlägen mitzuwirken. Sie sind außerdem dazu in der Lage, sich bei gesellschaftlichen Diskussionen und im Bereich des Wissenstransfers einzubringen.

#### Inhalte

##### Bereich Bienenkunde und Imkerei

- Die Studierenden erlernen Kenntnisse zum komplexen Verhalten und biologischen/physiologischen Besonderheiten der staatenbildenden und solitär lebenden Bienen
- Die Bedeutung der Insekten für die biologische Vielfalt und die Bestäubungsleistungen von Honigbienen und Wildbienen sind bekannt, die Studierenden kennen außerdem die aktuellen Forschungsschwerpunkte innerhalb der Bienenwissenschaften
- Zu den theoretischen Grundlagen gehören über die Kenntnisse der Bienenbiologie hinaus, die wichtigsten Bienenkrankheiten, Bienenprodukte, Trachtpflanzen und Imkereitechniken.
- Die Studierenden kennen die Grundlagen der Bienenhaltung und sind in der Lage, unter Anleitung betreuende praktische Maßnahmen an den Lehr-Bienenvölkern durchzuführen sowie Bienenprodukte zu gewinnen

##### Bereich Geschäftsmodelle

- Die Studierenden erlernen wesentliche Methoden der Problemanalyse, Ideenfindung und Geschäftsmodellentwicklung, beispielsweise Design Thinking oder Business Model Canvas.
- Methoden zu Identifikation, Erfassung, Darstellung und Integration von gesellschaftlicher Wertschöpfung sind den Studierenden bekannt und von ihnen selbständig anwendbar.

· Die Studierenden verstehen, welche Rolle die Stakeholder im Aufbau von Geschäftsmodellen spielen und sind in der Lage, diese über einen qualifizierten Austausch und Dialog angemessen einzubinden.

### Bereich Projektarbeiten

Die erworbenen Grundlagenkenntnisse stellen die Basis für interdisziplinäre Projektarbeiten dar, deren gemeinsamer Nenner „**Die Biene als Anwendungsobjekt für social entrepreneurship**“ ist. Sie verbessern Ihr Wissen und Verständnis zu Zielkonflikten bei der Landnutzung. Über die Entwicklung eines Geschäftsmodells werden Sie in unternehmerischem Denken geschult. Sie entwickeln transdisziplinäre Problemlösungen, prüfen diese auf ihre Umsetzbarkeit und Rentabilität und präsentieren Ihren Vorschlag überzeugend vor einem Kreis aus Entscheidern.

### Lehr-/Lernformen

Exkursion

### Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Keine besonderen Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen erforderlich
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Die Teilnahme am Einführungstag der Universität Hohenheim wird empfohlen, stellt jedoch keine Voraussetzung dar: <a href="https://bienenkunde.uni-hohenheim.de/anfaengertag">https://bienenkunde.uni-hohenheim.de/anfaengertag</a>

### Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	keine HfWU-Modul in Planung
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

### Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b>	Ein Hochschulmodul „Bienen als Anwendungsobjekt für Social Entrepreneurship/Bees as application object of social entrepreneurship“ bietet interessierten Studierenden die Möglichkeit, sich vertieft mit einem aktuellen, interdisziplinären Handlungsfeld auseinandersetzen und fachliche, methodische und soziale Kompetenzen weiterzuentwickeln. Dadurch qualifizieren sie sich für aktive, reflektierte Beiträge zur nachhaltigen Entwicklung und Transformation unserer Gesellschaft.
----------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Studienarbeit	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Barbara Benz		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Sommersemester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b>	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 0,0 Std. / 0,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 0,0 Std. / 0,0 %

## Ausgestaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
201-100	Grundlagen Bienenkunde + Praktische Imkerei
201-100	Grundlagen Geschäftsmodelle und Projektarbeiten

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 201-100	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> 201-100 Grundlagen Bienenkunde + Praktische Imkerei
------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Lernziele de			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> <ul style="list-style-type: none"><li>· Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden Grundkenntnisse zur<ul style="list-style-type: none"><li>o Biologie, Lebensform und Kommunikation von Honig- und Wildbienen</li><li>o Leistungen der Bienen und Einfluss auf Biotope</li><li>o Bienengesundheit</li><li>o Trachtpflanzen</li><li>o Einfluss des Klimawandels auf Bienen</li><li>o Bienenprodukte (Honig, Pollen, Wachs, Kosmetikprodukte)</li></ul></li><li>· Die Studierenden kennen aktuelle Forschungsprojekte innerhalb der Bienenwissenschaften.</li><li>· Imkerliche Tätigkeiten zur Pflege von Honigbienenvölkern und zur Gewinnung von Produkten aus der Bienenhaltung sind den Studierenden in Theorie und Praxis bekannt. Sie sind dazu in der Lage, ein Bienenvolk unter Anleitung zu versorgen.</li></ul> <p>Die Studierenden können das Wissen zu Honig- und Wildbienen auf andere Bereiche der Biodiversität und auf andere Projekte übertragen.</p>			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Projekt, Seminaristischer Unterricht			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Praktische Übungen (am Bieneninformationszentrum Hofgut Tachenhausen), Demonstrationen (Bienenlehrpfad Hofgut Tachenhausen), Projektarbeit, Diskussionen, Übungen, Lernteamcoaching, Gruppenarbeit, Referate, Projektarbeit, begleitetes Selbststudium			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> Skripte, Internet, Fachzeitschriften			
<b>Besonderes</b> Integration praktischer Übungen an Lehr-Bienenvölkern am Bieneninformationszentrum des Hofgut Tachenhausen			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 1,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 11,2 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 0,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 0,0 Std.

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 201-100	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Grundlagen Geschäftsmodelle und Projektarbeiten
------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Nach Abschluss des Moduls besitzen die Studierenden Grundkenntnisse zu Geschäftsmodellen wie Value Proposition Canvas, Business Model Canvas und Social Business Model Canvas</li> <li>· Die Studierenden haben gelernt, zentrale Elemente der Entwicklung von Geschäftsmodellen und Unternehmen einzusetzen</li> <li>· Die Studierenden haben geübt, ein Produkt- oder Dienstleistungsangebot auf Basis der Bienenvölker zu entwickeln</li> <li>· Über die Entwicklung eines Geschäftsmodells sind sie darin geschult, in den Austausch mit wichtigen Stakeholdern zu gehen, Lösungen zu entwickeln, diese auf ihre Umsetzbarkeit und Rentabilität zu prüfen und Ihren Vorschlag überzeugend vor einem Kreis aus Entscheidern zu präsentieren.</li> </ul>			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Vorlesung, Übung, Exkursion			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Vorlesung, Design-Thinking, Projektarbeit			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> Literatur Wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben			
<b>Besonderes</b> HfWU-Modul in Planung			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 3,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 33,8 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 0,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 0,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-168	<b>Modulbezeichnung</b> 101-168 NUF/IHL-P Social Entrepreneurship & Social Innovation
------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Adressiert werden die Nachhaltigkeitskompetenzen: <ul style="list-style-type: none"><li>• Systemdenken</li><li>• Zukunftsorientierung</li><li>• Wertebasiertes Denken und Handeln</li><li>• Strategisches Denken</li><li>• Zusammenarbeit</li></ul>
<b>Inhalte</b> Co-Kreation von Sozialen Innovationen oder Geschäftsmodellen für Sozialunternehmen mit ausgewählten lokalen bzw. regionalen Akteuren. Das Ziel ist es, Beiträge zur nachhaltigen Entwicklung in der Stadt/Region zu leisten und einen realen Lernraum für die Projektarbeit der Studierenden zu schaffen. Dieses geschieht in Projekten mit den Akteuren vor Ort (Stadtverwaltung, Gewerbetreibende, Interessengemeinschaften, Bürger, Stadtteile etc.). Mögliche Projektthemen und Ergebnisse sind: <ul style="list-style-type: none"><li>• Marktanalysen</li><li>• Zukunftstories</li><li>• Konzepte</li><li>• Modelle &amp; Pläne (Gestaltung)</li><li>• Geschäftsmodelle / Businesspläne</li><li>• Interventionen und Events</li><li>• Soziales Kapital und Vernetzung schaffen</li></ul> Beispiele für Projekte aus den letzten Semestern: Vom Weltladen zum Welthaus (SoSe 2021); Eine Community-Farm für Nürtingen (WiSe 2021/22) oder ein Businessplan für ein Start Up zur tiergestützten Therapie (SoSe 2022), Konzept und Businessplan für die Zwischennutzung einer Immobilie in der 1a-Lage (SoSe 2023)
<b>Lehr-/Lernformen</b>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Es werden keine Kenntnisse vorausgesetzt, die über die im Grundlagenstudium in den ersten vier Semestern erworbenen Kompetenzen hinausgehen.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	./.

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Projektmodul in den Vertiefungen "NUF" und "IHL"
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b>
Im Mittelpunkt des Seminars steht die Erarbeitung von Vorschlägen zur nachhaltigen Entwicklung der Region. Es werden ausschließlich Projekte mit Nachhaltigkeitsbezug gewählt.

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Studienarbeit	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Dirk Funck		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Wintersemester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> . / .	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 35,0 Std. / 23,3 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 70,0 Std. / 46,7 %

## Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-168-01	Social Entrepreneurship & Social Innovation

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-168-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Social Entrepreneurship & Social Innovation
---------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> s.o.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> s.o.			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Projekt			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Community-Lab: Co-Kreation von Sozialen Innovationen oder Geschäftsmodellen für Sozialunternehmen mit ausgewählten lokalen bzw. regionalen Akteuren. Die Studierenden arbeiten entlang des Design-Thinking-Ansatzes (understand, observe/synthesezise, ideate, prototype, test) und mit Hilfe des Social Business Model Canvas.			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> Funck, D.; Dreksler, B.; Fetzer, E. (2023): People, Landscape, Community: A Handbook for Community Innovation Promoters, Göttingen. <a href="https://cuvillier.de/de/shop/publications/8827-people-landscape-sustainability">https://cuvillier.de/de/shop/publications/8827-people-landscape-sustainability</a>			
<b>Besonderes</b> Projektarbeit mit Akteuren in Nürtingen - fallweise in Zusammenarbeit mit anderen Studienprogrammen und Fakultäten der HfWU.			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 4,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 und 7 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 35,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 70,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-123	<b>Modulbezeichnung</b> 101-123 PER Personal-/ Organisationsentwicklung
------------------------	----------------------------------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierenden werden in die wesentlichen Inhalte von Personalcontrolling, Personalentwicklung, Organisationsentwicklung, Wirtschaftspsychologie und Wirtschaftsethik eingeführt. Fallbeispiele und Gruppenarbeiten wenden das vorgetragene Wissen in Übungen an.
<b>Inhalte</b> Grundlagen der Personalentwicklung, Organisationsentwicklung, des Personalcontrollings und wirtschaftsethischer Aspekte, sowie nachhaltiges Human Resources Management
<b>Lehr-/Lernformen</b>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Das Modul vermittelt theoretische Kenntnisse der PE/OE, die auch in Übungen und Gruppenarbeiten angewandt werden.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Es gibt ein vorlesungsbegleitendes Lehrbuch: C.Achouri, Human Resources, Kohlhammer 2022, die Kapitel 9, 10 und 11 sind vor allem relevant. Zusätzlich sind die Bücher: Achouri, C., Ist Kapitalismus gerecht? Die menschliche Natur in Kapitalismus, Sozialismus und Evolution, Kohlhammer 2017, sowie: Achouri, C., Der Traum vom freien Leben. Philosophische Skizzen des individuellen Anarchismus, Kohlhammer 2023 für Kapitel 11 resp. die Referate vorlesungsbegleitend.

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Das Vertiefungsprogramm Personal hat 3 Personalmodule. Dieses ist das Modul 1.
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b> Besonderen Wert wird auf die Vermittlung von nachhaltigen Personalmanagementkonzepten gelegt. Diese werden im Bereich Wirtschaftsethik, demografiebezogener Personalarbeit sowie im Gesundheitsmanagement behandelt. Das Modul soll die Studierenden dazu anregen über Wertefragen in der Personalentwicklung sowie hinsichtlich ihrer gesamtgesellschaftlichen und politischen Dimension selbständig nachzudenken.
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Klausur (60 Minuten)	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Cyrus Achouri		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> keine. Wünschenswert ist die Teilnahme am Modul Grundlagen HR Management (Pflichtmodul 3. Semester). Die Inhalte können aber auch über das vorlesungsbegleitende Lehrbuch eingesehen werden.	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 10,0 Std. / 6,7 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 95,0 Std. / 63,3 %

## Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-123-01	Personal-/ Organisationsentwicklung

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-123-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Personal-/ Organisationsentwicklung
---------------------------	---------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Eine Einführung in die wissenschaftlichen Konzepte betrieblicher PE/OE, HR-Controlling und nachhaltigem HR-Management			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> Personalentwicklungsinstrumente, Organisationsentwicklungsinstrumente, Wirtschaftsethische Fragestellungen, HR-Controlling, Nachhaltigkeit und Gesundheitsmanagement im HR.			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Vorlesung mit Übung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Vorlesung mit Gruppenarbeiten, Gruppendiskussionen, Referate, Gruppenarbeiten, Fallbeispiele, Übungen, Präsentationen			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> -Lehrbuch C. Achouri, Human Resources Management, Kohlhammer 2022 -Achouri, C., Ist Kapitalismus gerecht? Die menschliche Natur in Kapitalismus, Sozialismus und Evolution, Kohlhammer 2017 -Achouri C., Der TRaum vom freien Leben. Philosophische Skizzen des individuellen Anarchismus. Kohlhammer 2023.			
<b>Besonderes</b> Es wird erwartet, dass die teilnehmenden Studierenden ein unbenotetes Referat vortragen und ebenso die Bereitschaft von Gruppenarbeit, Übungen und Präsentationen.			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 4,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 10,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 95,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-121	<b>Modulbezeichnung</b> 101-121 PER Personalführung
------------------------	--------------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Eine Einführung in die traditionellen und aktuellen wissenschaftlichen Theorien der Personalführung
<b>Inhalte</b> Die Studierenden erarbeiten sich zunächst die traditionellen Personalführungstheorien. Danach erfolgt eine Einführung in aktuelle Theorien wie z.B. Transformationaler oder Systemischer Ansatz. Schließlich werden im Kapitel Neuroleadership aktuelle Erkenntnisse der Neurophysiologie für die Personalführung in ihrer Relevanz aufgezeigt.
<b>Lehr-/Lernformen</b>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Die Studierenden erhalten einen Einblick in traditionelle und aktuelle Personalführungstheorien. Sie nehmen in Referaten Stellung zu aktuellen Thesen der Personalführung und wenden in Gruppenarbeiten und Fallstudien die Theorien auch praktisch an.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Es gibt ein Lehrbuch, in dem die klausurrelevanten Inhalte nachzulesen sind.

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Das Vertiefungsprogramm Personal hat 3 Module. Dieses Modul 2 (Personalführung) baut im Vertiefungsprogramm Personal auf dem Modul 1( Personal/Organisationsentwicklung) auf.
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b> Das Modul reflektiert insbesondere systemtheoretische Inhalte, in denen Nachhaltigkeitsthemen wissenschaftlich verankert sind.
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Klausur (60 Minuten)	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Cyrus Achouri		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> Kenntnisse der Grundlagen HR Management aus dem 3. Semester (Pflichtveranstaltung). Wünschenswert: Kenntnisse aus dem Modul Personal-/ Organisationsentwicklung. Diese können aber auch mit dem vorhandenen Lehrbuch erarbeitet werden.	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 10,0 Std. / 6,7 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 95,0 Std. / 63,3 %

## Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-121-01	Personalführung

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-121-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Personalführung
---------------------------	-------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Eine Einführung in traditionale und aktuelle wissenschaftliche Personalführungstheorien			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> Klassische Personalführungstheorien, Aktuelle Personalführungstheorien, Systemisches Management, Neuroleadership			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Vorlesung mit Übung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Vortrag, Diskussionen, Übungen, Fallanalysen, Rollenspiel, Gruppenarbeit, Gruppenpräsentationen, Referate			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> Vorlesungsbegleitendes Lehrbuch: C.Achouri, Human Resoures. Kohlhammer, 2022, vor allem Kapitel 12 und 13. Zusätzlich das Buch: Achouri, C., Wenn Sie wollen, nennen Sie es Führung. Systemisches Management im 21. Jahrhundert. Gabal 2011 vorlesungsbegleitend für Kapitel 13.			
<b>Besonderes</b> Bereitschaft zur Übernahme von nicht benoteten Referaten			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 4,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 10,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 95,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-124	<b>Modulbezeichnung</b> 101-124 PER Internationales Personalmanagement
------------------------	---------------------------------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierenden lernen die Herausforderungen internationaler Human Resources Abteilungen in Unternehmen.
<b>Inhalte</b> Personal- und Organisationsentwicklungsaufgaben, sowie Personalführungsherausforderungen im internationalen Kontext
<b>Lehr-/Lernformen</b>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Die Studierenden lernen die Herausforderungen internationaler Personalabteilungen kennen und simulieren mit Case Studies praktische Situationen, wie z.B. Delegationen.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Es gibt ein vorlesungsbegleitendes Lehrbuch: Achouri, C., Human Resources, Kohlhammer, 2022. Hier ist das Kapitel 14 vor allem relevant. Zusätzlich vorlesungsbegleitend ist das Buch: Achouri, C., Kultur und Autonomie. Ein Beitrag zur orientalisches-abendländischen Kulturverständnis, Springer VS 2012

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Das Programm Personal hat 3 Personalmodule, dieses ist das Modul 3 (1-3 bauen aufeinander auf).
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b> Nachhaltige Bezüge fließen sowohl in demografische, ökologische, als auch wirtschaftsethische und menschenrechtliche Erläuterungen mit ein.
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Referat/Präsentation	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Cyrus Achouri		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> keine	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 30,0 Std. / 20,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 75,0 Std. / 50,0 %

## Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
	PER Internationales Personalmanagement

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> PER Internationales Personalmanagement
-------------	------------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Kennenlernen der Herausforderungen internationaler Personalabteilungen, Einführung in die vergleichende Kulturwissenschaft und Anthropologie, Erarbeiten von praktischen Lösungsansätzen für die Personalarbeit insbesondere multinationaler Unternehmen			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> Anthropologische, kulturwissenschaftliche und internationale Human Resources Inhalte.			
<b>Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Vorlesung, Fallstudien, Referat, Einzel- und Gruppenpräsentationen			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> Vorlesungsbegleitendes Lehrbuch: Achouri, C., Human Resources, Kohlhammer, 2022, sowie Achouri, C., Kultur und Autonomie. Ein Beitrag zur orientalistisch-abendländischen Kulturverständigung, Springer VS 2012			
<b>Besonderes</b> Bereitschaft zur aktiven Mitarbeit und Erarbeitung einer komplexen Fallstudie zur Delegation			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 0,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 0,0 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 30,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 75,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-125	<b>Modulbezeichnung</b> 101-125 PER Arbeitsrecht
------------------------	-----------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierenden sind imstande, im Beteiligungsmanagement, in der Vorstandsebene und in der Personalabteilung erfolgreich arbeiten zu können, erkennen die dort abgelagerten Aufgabenbereiche und Herausforderungen und wenden die gelernten Inhalte unmittelbar an.
<b>Inhalte</b> Die Veranstaltung ist zweigeteilt:  - PER 1 mit RA Dr. Kittelberger behandelt die klassische Situation des individuellen und des kollektiven Arbeitsrechtes und vermittelt die Inhalte anhand von Praxisbeispielen.  PER2 bei Prof. Dr. Gabius widmet sich dem Schnittpunkt zwischen Arbeitsrecht und Gesellschaftsrecht und betrachtet die Führungsstrukturen in den unterschiedlichen Organisationsstrukturen der Unternehmen. Anstellungsverträge, Haftung und Berufshaftpflichtversicherung werden ebenso behandelt, wie die unterschiedlichen Lebenszyklen der Unternehmen und die dadurch verursachten Besonderheiten für Geschäftsleitung, Aufsicht und Führungskräfte.
<b>Lehr-/Lernformen:</b> Die Veranstaltung erfolgt im Vorlesungsformat, gemeinsam mit Referaten, wobei die Diskussion der Inhalte wesentlich ist. Es wird vorausgesetzt, dass die Studierenden an mindestens 80% der Veranstaltungen anwesend sind und die Inhalte der Vorträge diskutieren können.

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	PER 1: Dr. Kittelberger: kollektives und individuelles Arbeitsrecht PER 2: Professor Dr. Katja Gabius: Schnittstelle Arbeitsrecht - Gesellschaftsrecht  Die Studierenden kennen die Organisationsformen der Unternehmen sowie die daraus folgenden Besonderheiten für die Unternehmensleitung und deren Aufsicht, aber auch für die Führungskräfte. Sie sind in der Lage, die entsprechenden Anstellungsverträge zu erstellen, erkennen die damit verbundenen Besonderheiten aus dem Arbeitsrecht und Gesellschaftsrecht und beherrschen die aus dem Beteiligungsmanagement in der Praxis auftretenden Herausforderungen. Die Studierenden erkennen die Herausforderungen der Unternehmensführung und reflektieren diese kritisch im Rahmen der Diskussionen. Anwesenheit wird vorausgesetzt!
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Vertiefung PER Recht der Organisation
-------------------------------------------------------------------	------------------------------------------

Einsatz in anderen Studiengängen	
----------------------------------	--

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte
---------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer	Anteil in %
Klausur (45 Minuten) + R	50 % - 50%

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Katja Gabius		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b> LB RA Dr. Ralf Kittelberger		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> keine Angabe	<b>Dauer</b> Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> erfolgreich abgeschlossenes Grundstudium	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 0,0 Std. / 0,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 0,0 Std. / 0,0 %

## Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
-------------	------------------------------------

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-173	<b>Modulbezeichnung</b> 101-173 DBM/PER Digital Content Management & Social Recruiting
------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------

### Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Sie erwerben formal die grundlegenden Fähigkeiten als Social Media Recruiter, Social Media-Beauftragte(r), Social Media Analyst(in) etc. zu arbeiten.
<b>Inhalte</b> <b>Inhaltlich ist das Modul wie folgt unterteilt:</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Aufbau einer Social Media Strategie für ein (fiktives) Produkt oder eine auszuschreibende Stelle im Unternehmen.</li><li>2. Analyse und Festlegung der Zielplattformen sowie der Ziel-KPIs: Detaillierte Betrachtung verschiedener Social Media Plattformen und Festlegung spezifischer Leistungsindikatoren.</li><li>3. Analyse der Zielgruppe und Festlegen der Hebel durch verhaltensökonomische Phänomene/Heuristiken: Vertiefung in das Verständnis der Zielgruppe unter Berücksichtigung verhaltensökonomischer Aspekte.</li><li>4. Erstellung von Text-, Bild-, (Ton- und/oder Videobeiträgen): Praktische Anwendung von Techniken zur Erstellung von Inhalten, einschließlich der Nutzung von realen Kameras und generativen KI-Modellen wie ChatGPT und Leonardo.ai.</li><li>5. (Fiktives) Gezieltes Posten der Beiträge: Simulation der Veröffentlichung von Inhalten auf ausgewählten Plattformen.</li><li>6. Evtl. (fiktive) Analyse der Kampagne: Einsatz von BI-Dashboards zur Bewertung der Kampagnenleistung und Ableitung von Verbesserungsmaßnahmen.</li></ol>
<b>Lehr-/Lernformen</b>

### Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	<p>In diesem Modul erwerben Sie die nötigen Kenntnisse, Fertigkeiten aber auch Kompetenzen um die Voraussetzungen mitzubringen als z.B. Social Media Recruiter, Social Media-Beauftragte(r), Social Media-Analyst(in) in einem Unternehmen zu arbeiten.</p> <p><b>Inhaltlich ist das Modul wie folgt unterteilt:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Aufbau einer Social Media Strategie für ein (fiktives) Produkt oder eine Stelle im Unternehmen</li><li>• Analyse und Festlegung der Zielplattformen sowie der Ziel-KPI's</li><li>• Analyse der Zielgruppe und Festlegen der Hebel durch verhaltensökonomische Phänomene/Heuristiken</li><li>• Erstellung von Bild, Ton und/oder Videobeiträgen mit realen Kameras und generativen KI's (Leonardo.ai)</li><li>• Erstellung von Textbeiträgen mit Unterstützung von generativen KI's (ChatGPT, Google Bard)</li></ul>
----------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evtl. Erstellung von Ton und Videobeiträgen</li> <li>• (fiktives) Gezieltes Posten der Beiträge</li> <li>• (fiktive) Analyse der Kampagne mittels einem BI-Dashboard</li> </ul> <p><b>Sie erwerben Kenntnisse bei folgenden Techniken:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erstellung von redaktionellen zielgruppenorientierte Texte</li> <li>• Umgang mit Kameras (Smartphone, DSLMs*) und Technikgrundlagen</li> <li>• Umgang mit Licht und Studioaufbauten für Produktfotografie/ videografie, Interviews, Schulungsvideos etc.</li> <li>• Grundlagen und fortgeschrittene Techniken im Umgang mit generativen KI-Modellen wie ChatGPT und Leonardo.ai, einschließlich der Entwicklung effektiver Prompts.</li> <li>• Evtl. Umgang mit Ton für Video oder Podcasts</li> </ul> <p><b>Fertigkeiten, Kompetenzen:</b></p> <p>Sie erwerben Fertigkeiten im Umgang mit obigen Techniken und vereinzelt Kompetenzen in deren Anwendung. Vereinzelt daher, da Sie in Ihrer Prüfungsleistung evtl. nur Teile davon anwenden werden.</p> <p><b>Weitere Hinweise:</b></p> <p>*DSLMS sind Systemkameras mit Wechselobjektiven. Wir haben derartige Geräte vorrätig, so dass Sie keine eigenen Geräte besorgen müssen. Auch alles weitere wird von der Hochschule und dem Dozenten bereitgestellt (Ton, Licht, Kameras, Studio, Gadgets, etc.)</p>
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Für dieses Modul gibt es ergänzend zu passenden Inhalten entsprechende Lehrvideos, welche je Vorlesungseinheit angekündigt werden und in der Folge zu Beginn angeschaut werden können.

### Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	gewollte Schnittpunkte gibt es zu diversen Modulen des Personal und des DBM.
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

### Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte
---------

### Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer	Anteil in %
Referat/Präsentation	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Mathias Engel		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> Formale Voraussetzungen für die Teilnahme existieren nicht. Die im bisherigen Studium erworbenen Kenntnisse und Fertigkeiten werden vorausgesetzt. Eine gewisse Affinität zu künstlerischen Elementen wie z.B.: redaktionelles Texten gestalterisches Fotografieren, Videografieren Bild-/Videoaufbereitung für Social Media-Plattformen sollte gegeben sein.	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 67,5 Std. / 45,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 37,5 Std. / 25,0 %

## Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-173-01	Digital Content Management & Social Recruiting

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-173-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Digital Content Management & Social Recruiting
---------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Sie erwerben formal die grundlegenden Fähigkeiten als Social Media Recruiter, Social Media-Beauftragte(r), Social Media Analyst(in) etc. zu arbeiten.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> <b>Inhaltlich ist das Modul wie folgt unterteilt:</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Aufbau einer Social Media Strategie für ein (fiktives) Produkt oder eine auszuschreibende Stelle im Unternehmen.</li><li>2. Analyse und Festlegung der Zielplattformen sowie der Ziel-KPIs: Detaillierte Betrachtung verschiedener Social Media Plattformen und Festlegung spezifischer Leistungsindikatoren.</li><li>3. Analyse der Zielgruppe und Festlegen der Hebel durch verhaltensökonomische Phänomene/ Heuristiken: Vertiefung in das Verständnis der Zielgruppe unter Berücksichtigung verhaltensökonomischer Aspekte.</li><li>4. Erstellung von Text-, Bild-, (Ton- und/oder Videobeiträgen): Praktische Anwendung von Techniken zur Erstellung von Inhalten, einschließlich der Nutzung von realen Kameras und generativen KI-Modellen wie ChatGPT und Leonardo.ai.</li><li>5. (Fiktives) Gezieltes Posten der Beiträge: Simulation der Veröffentlichung von Inhalten auf ausgewählten Plattformen.</li><li>6. Evtl. (fiktive) Analyse der Kampagne: Einsatz von BI-Dashboards zur Bewertung der Kampagnenleistung und Ableitung von Verbesserungsmaßnahmen.</li><li>7.</li></ol>			
<b>Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> interaktives Seminar mit Blended Learninginhalten			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Headworth, A. (2015). Social Media Recruitment: How to Successfully Integrate Social Media into Recruitment Strategy. Kogan Page Publishers.</li><li>2. Kawasaki, G. &amp; Fitzpatrick, P. (2014). The Art of Social Media: Power Tips for Power Users. Portfolio.</li><li>3. Halvorson, K. &amp; Rach, M. (2012). Content Strategy for the Web. Second Edition. New Riders.</li><li>4. Handley, A. (2014). Everybody Writes: Your Go-To Guide to Creating Ridiculously Good Content. Wiley.</li></ol>			

5. Ariely, D. (2008). Predictably Irrational: The Hidden Forces That Shape Our Decisions. HarperCollins.
6. Safko, L. (2012). The Social Media Bible: Tactics, Tools, and Strategies for Business Success. Third Edition. Wiley.
7. Ryan, D. (2014). Understanding Social Media: How to Create a Plan for Your Business that Works. Kogan Page Publishers.
8. Horenstein, H. (2011). Digital Photography: A Basic Manual. Little, Brown and Company.

**Besonderes**

zu der Lehrveranstaltung gibt es Lehrvideos. Ausserdem wird das effektive Prompting für generative KI's wie ChatGPT/Google Bard aber auch Leonardo.ai vermittelt. Evtl. werden Experten (Social Media-Beauftragte, Social Media-Analysten, Influencer) während der Vorlesungsreihe in Kamingesprächen zur Verfügung stehen.

**Organisation**

<b>Präsenz in SWS</b> 4,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 7 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 67,5 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 37,5 Std.

---

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-169	<b>Modulbezeichnung</b> 101-169 PER HR/Workforce Analytics
------------------------	---------------------------------------------------------------

### Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

#### Qualifikationsziele

Nach Abschluss dieses Moduls werden die Studierenden in der Lage sein:

- HR/WF Analytics verstehen und anwenden: Definition, Bedeutung und Anwendung von HR/WF Analytics in Geschäftsszenarien verstehen und erklären.
- Analytics-Arten beherrschen: Deskriptive, Predictive und Prescriptive Analytics verstehen, erklären und in der Praxis (auch im BWG) einsetzen.
- Datenanalyse-Kompetenzen: Methoden zur Datensammlung, -verarbeitung und -analyse beherrschen und für die Dateninterpretation nutzen.
- Trend- und Mustererkennung: Trends und Muster in HR/WF-Daten erkennen, interpretieren und datenbasierte Entscheidungen treffen.
- HR/WF-Prozessoptimierung: HR Analytics zur Verbesserung von HR-Prozessen und Workforce Analytics zur Optimierung der Arbeitskräfteplanung anwenden.
- Bewertung von Implementierungsvorteilen: Vor- und Nachteile der Implementierung von HR/WF Analytics verstehen und erläutern.
- Ethische Verantwortung: Ethische Herausforderungen bei der Nutzung von HR/WF-Daten erkennen und berücksichtigen.
- KI-gestützte Analyse (Sprachassistenten): Hölderlin und weitere für Recherche, Analyse und Berichterstellung nutzen und effektive Prompting-Strategien entwickeln.
- Business War Game – Konzeption und Durchführung: Ein interaktives Business War Game konzipieren, entwickeln und durchführen, um HR/WF-Probleme zu simulieren und Analytics-Kenntnisse anzuwenden.
- Business War Game – Analyse und Präsentation: Die Ergebnisse des Business War Games analysieren, interpretieren und präsentieren, um datenbasierte Schlussfolgerungen abzuleiten.

## Inhalte

### Ziel dieser Veranstaltung:

Die Studierenden erwerben fundierte Kenntnisse in HR/WF Analytics und wenden diese praktisch an, indem sie ein interaktives Business War Game entwickeln und durchführen.

### Theoriephase – Inhalte:

- Einführung in HR/WF Analytics: Definition, Bedeutung und Abgrenzung der beiden Bereiche.
- Analytics-Arten: Überblick über Deskriptive, Predictive und Prescriptive Analytics im Kontext von HR.
- Datengrundlagen: Methoden zur Datenerhebung, -verarbeitung sowie Datenschutz und ethische Aspekte.
- Soziale Netzwerkanalyse: Grundlagen und Anwendung zur Analyse von Mitarbeiterbeziehungen.
- Dateninterpretation: Erkennen von Trends und Mustern durch statistische Methoden und Analysewerkzeuge.
- Anwendungsbereiche: Konkrete Einsatzmöglichkeiten von HR/WF Analytics zur Verbesserung von Prozessen und Optimierung der Arbeitskräfteplanung.
- Ethische Herausforderungen: Verantwortungsvoller Umgang mit sensiblen Mitarbeiterdaten.
- KI-gestützte Analyse (ChatGPT): Einführung in die Anwendung von KI-Tools zur effizienten Datenanalyse und Berichterstellung, inklusive Prompting-Techniken.

### Projektphase – Business War Game:

- Gruppenarbeit: Die Studierenden arbeiten in Gruppen zusammen, um ein typisches HR-Szenario zu simulieren.
- Szenario-Entwicklung: Jede Gruppe konzipiert und entwickelt ein interaktives Business War Game, das reale HR/WF-Probleme aufgreift.
- Interaktives Gameplay: Die Studierenden gestalten das Game so, dass es die Anwendung von Analytics-Kenntnissen und die Entscheidungsfindung unter Unsicherheit erfordert.
- Durchführung und Evaluation: Die entwickelten War Games werden von den anderen Gruppen durchgeführt und anschließend evaluiert.

### Abschlussphase – Durchführung und Präsentation:

- Präsentation und Diskussion: Jede Gruppe präsentiert ihr War Game und diskutiert die Ergebnisse.
- Reflexion: Die Studierenden reflektieren den Lernprozess und die Anwendung ihrer Analytics-Kenntnisse.

### Bewertung:

- Entwicklung und Umsetzung des Business War Games (60%)
- Durchführung und Evaluation (20%)
- Präsentation und Reflexion (20%)

**Hinweis:** Während der Projektphase wird die Nutzung von Sprachassistenten und anderen KI-Tools zur Unterstützung der Szenarientwicklung, Datenanalyse und Entscheidungsfindung vermittelt und gefördert.

## Lehr-/Lernformen

## Voraussetzungen für die Teilnahme

### Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen

Im Modul HR Analytics und Workforce Analytics werden folgende Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen bei den Studierenden gefördert:

	<p><b>Kenntnisse:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlegende Kenntnisse in HR Analytics und Workforce Analytics</li> <li>• Verständnis der verschiedenen Analysemethoden (Descriptive, Predictive, Prescriptive Analytics) und ihrer Anwendung in der HR-Praxis</li> <li>• Grundkonzepte der sozialen Netzwerkanalyse</li> <li>• Bewusstsein für die Vor- und Nachteile der Implementierung von HR Analytics und Workforce Analytics in Unternehmen</li> <li>• Einblick in die Rolle und Möglichkeiten von KI-Tools, insbesondere ChatGPT, in der HR-Datenanalyse.</li> </ul> <p><b>Fertigkeiten:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fähigkeit, HR- und Workforce-Daten zu sammeln, zu verarbeiten und zu analysieren.</li> <li>• Fähigkeit, Trends und Muster in HR-Daten zu erkennen und zu interpretieren.</li> <li>• Fähigkeit, datenbasierte Entscheidungen in der Personalabteilung zu treffen.</li> <li>• Fertigkeiten im Umgang mit modernen Analysetools wie Microsoft Excel, Power BI und ChatGPT für die Datenaufbereitung und -analyse.</li> <li>• Fähigkeit, effektiv mit ChatGPT zu interagieren, um Recherchen durchzuführen, Ideen zu entwickeln und Analysen zu unterstützen.</li> </ul> <p><b>Kompetenzen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kompetenz in der Anwendung von HR Analytics und Workforce Analytics zur Verbesserung der HR-Prozesse und Strategien.</li> <li>• Kompetenz in der Nutzung von HR Analytics und Workforce Analytics zur Prognose zukünftiger HR-Trends und -Herausforderungen.</li> <li>• Kompetenz in der ethischen Nutzung von HR- und Workforce-Daten und im Umgang mit den damit verbundenen ethischen Herausforderungen.</li> <li>• Fähigkeit, die Grenzen und Möglichkeiten von KI und maschinellem Lernen in der HR-Analyse kritisch zu bewerten.</li> <li>• Fähigkeit, ChatGPT für fortgeschrittene Anfragen und Analyseaufgaben zu nutzen (Prompting-Techniken).</li> </ul>
<p><b>Vorbereitung für das Modul</b></p>	<p>Für dieses Modul kann man sich mit folgender Literatur im Vorfeld vorbereiten:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bauer, T., Erdogan, B., Caughlin, D., &amp; Truxillo, D. (2018). <i>Human Resource Management: People, Data, and Analytics</i>. SAGE Publications.</li> </ol> <p>Dieses Buch bietet einen grundlegenden Überblick über das Talentmanagement mit integrierter Berücksichtigung von Datenanalysen und wie diese zur Informationsgewinnung und Unterstützung von Entscheidungen über Personen in einer Organisation verwendet werden können.</p>

	<p>2. Diez. F. (2019). <i>Fundamentals of HR Analytics</i>. Emerald Publishing.</p> <p>Ein wichtiges Buch sowohl für neue als auch erfahrene HR-Profis und Datenanalysten, die an Workforce-Projekten arbeiten, und bietet eine solide Grundlage für HR Analytics.</p> <p>3. Green, D., &amp; Ferrar, J. (2021). <i>Excellence in People Analytics</i>. Kogan Page Ltd.</p> <p>Dieses Buch versorgt Geschäfts- und Personalressourcenleiter mit allem, was sie über die Wertschöpfung aus Personalanalysen wissen müssen.</p> <p>4. Edwards M., Edwards K. (2019). <i>Predictive HR Analytics: Mastering the HR Metric</i>. Kogan Page.</p> <p>Dieses Buch bietet einen umfassenden Überblick über prädiktive HR-Analysen und diskutiert Themen wie die Investition in Mitarbeiter und die finanziellen Auswirkungen von HR-Initiativen.</p> <p>5. Isson, J. P., &amp; Harriott, J. S. (2016). <i>People Analytics in the Era of Big Data</i>. Verlag. Marr, B. (Jahr). <i>Big Data: Using SMART Big Data, Analytics and Metrics To Make Better Decisions and Improve Performance</i>. Wiley.</p> <p>Beide Bücher bieten wertvolle Einblicke in die Menschenanalytik und die Nutzung von Big Data für bessere Entscheidungen und Leistungsverbesserungen.</p> <p>6. Saxena A., et. al. (2021). <i>HR Analytics: Quantifying the Intangible: Linking People, Processes, and Analytics</i>. Kindle Publ.</p> <p>Dieses Buch zeigt die zunehmende Bedeutung von Analysen im Personalmanagement und hilft den Lesern, die Grundkonzepte leicht zu verstehen.</p> <p>7. Hollstein B., Straus F. (2006). <i>Qualitative Netzwerkanalyse</i>, Springer Link</p> <p>Dieses Buch geht auf die Bedeutung von Sozialen Kreisen ein. Wer nimmt welche Rolle in einem sozialen Kreis ein.</p>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Vertiefungsmodule der Vertiefung Personal werden in Teilen angesprochen.
-------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------

	Dieses Modul kann als Grundlagenvorlesung für Data Science gesehen werden. In HR/WF Analytics wird <b>nicht</b> auf mathematische, statistische, KI-Kompetenzen, Programmierkompetenzen eingegangen. Diese werden in Data Science entwickelt.
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nachhaltiges Personalmanagement: Die Studierenden werden verstehen, wie HR- und Workforce-Analytics genutzt werden können, um nachhaltige Personalstrategien zu entwickeln. Sie werden Kenntnisse über die Integration von Vielfalt und Inklusion, Talententwicklung, Schaffung gesunder Arbeitsumgebungen und Förderung von lebenslangem Lernen erwerben.</li> <li>2. Umweltbewusstes HRM: Der Kurs wird die Bedeutung der Rolle von HR bei der Förderung und Unterstützung umweltbewusster Praktiken in Organisationen betonen. Die Studierenden lernen, wie sie Mitarbeiter für nachhaltige Praktiken sensibilisieren und die Einhaltung von Umweltstandards überwachen können.</li> <li>3. Soziale Verantwortung: Das Modul wird die Rolle von HR in Bezug auf die soziale Verantwortung des Unternehmens beleuchten. Die Studierenden werden Themen wie ethische Einstellungspraktiken, gerechte Vergütungsstrategien und die Unterstützung von Gemeinschaftsinitiativen behandeln.</li> <li>4. Analyse von Nachhaltigkeitsmetriken: Die Studierenden werden lernen, wie sie HR Analytics und Workforce Analytics nutzen können, um Nachhaltigkeitsmetriken zu verfolgen und zu analysieren. Dies beinhaltet die Vermittlung von Kenntnissen über die Messung und Bewertung von Metriken wie Mitarbeiterbindung, Gesundheit und Wohlbefinden der Mitarbeiter, Vielfalt und Inklusion.</li> </ol>

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Studienarbeit	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Mathias Engel		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Sommersemester	<b>Dauer</b> Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b>	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme existieren nicht. Die im bisherigen Studium erworbenen Kenntnisse und Fertigkeiten (allen voran die der Entscheidungsökonomik, Personal und Excel) werden vorausgesetzt aber auch erneut sofern relevant vertieft.		
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 67,5 Std. / 45,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 37,5 Std. / 25,0 %

### Ausgestaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
101-169-01	HR/Workforce Analytics

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-169-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> HR/Workforce Analytics
---------------------------	--------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
Nach Abschluss dieses Moduls werden die Studierenden in der Lage sein:			
1. HR Analytics und Workforce Analytics zu definieren und anzuwenden:			
• Verstehen und Erklären der Bedeutung und Anwendung von HR Analytics und Workforce Analytics in Geschäftsszenarien.			
2. Unterschiede und Gemeinsamkeiten erkennen:			
• Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen HR Analytics und Workforce Analytics erklären und deren Beitrag zur Optimierung von HR- und Arbeitsprozessen verstehen.			
3. Analytics-Arten beherrschen:			
• Descriptive, Predictive und Prescriptive Analytics verstehen, erklären und spezifische Anwendungsbereiche in HR und Workforce identifizieren.			
4. Methoden zur Datenanalyse meistern:			
• Methoden zur Datensammlung, -verarbeitung und -analyse beherrschen und effektiv für die Dateninterpretation einsetzen.			
5. Trends und Muster analysieren:			
• Fähigkeit, Trends und Muster in HR- und Arbeitsdaten zu erkennen, zu interpretieren und datenbasierte Entscheidungen zu treffen.			
6. Anwendung in HR-Prozessen:			
• HR Analytics zur Verbesserung von HR-Prozessen und Workforce Analytics zur Optimierung der Arbeitskräfteplanung anwenden.			
7. Implementierungsvorteile bewerten:			
• Vor- und Nachteile der Implementierung von HR Analytics und Workforce Analytics in Unternehmen verstehen und erläutern.			
8. Ethische Aspekte berücksichtigen:			
• Ethische Herausforderungen bei der Nutzung von HR- und Workforce-Daten verstehen und in der Praxis berücksichtigen.			
9. Effektive Nutzung von generativer KI wie ChatGPT:			
• Kompetente Nutzung von ChatGPT für Recherche, Analyse und Berichterstattung, inklusive Entwicklung von Prompting-Strategien.			
10. Praktische Anwendung durch Fallstudien:			
• Erfolgreiche Durchführung und Analyse von Fallstudien und praktischen Übungen zur Anwendung von HR und Workforce Analytics in realen Geschäftsszenarien.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen

## **Inhalte**

1. Einführung in HR Analytics und Workforce Analytics:
  - Definition und Bedeutung in der modernen Unternehmenswelt.
  - Abgrenzung und Synergien zwischen HR Analytics und Workforce Analytics.
2. Analytics-Arten und ihre Anwendung in HR:
  - Descriptive, Predictive, und Prescriptive Analytics.
  - Spezifische Einsatzbereiche und Beispiele in HR- und Workforce-Analyse.
3. Datensammlung und -verarbeitung:
  - Methoden zur Datenerhebung in HR, einschließlich digitaler und traditioneller Ansätze.
  - Datenverarbeitungstechniken, Datenschutz und ethische Überlegungen.
4. Grundlagen der sozialen Netzwerkanalyse:
  - Konzepte und Anwendung in der Analyse von Mitarbeiterbeziehungen und -dynamiken.
5. Interpretation von HR-Daten:
  - Erkennen von Trends und Mustern.
  - Anwendung statistischer Methoden und Analysewerkzeuge.
6. Anwendungsbereiche in HR und Workforce Analytics:
  - Verbesserung von HR-Prozessen durch Analytics.
  - Optimierung der Arbeitskräfteplanung und -verwaltung durch Workforce Analytics.
7. Vor- und Nachteile von HR und Workforce Analytics:
  - Diskussion der Auswirkungen auf Unternehmen und Mitarbeiter.
8. Ethische Aspekte:
  - Herausforderungen und Verantwortung beim Umgang mit sensiblen Mitarbeiterdaten.
9. Integration von ChatGPT in HR Analytics:
  - Anwendung von KI-Tools wie ChatGPT für effiziente Recherchen, Datenanalyse und Berichterstellung.
  - Lernen von effektiven Prompting-Techniken.
10. Praktische Anwendung durch Fallstudien:
  - Erarbeitung von Fallstudien, die reale Geschäftsszenarien simulieren.
  - Einsatz der gelernten Tools und Konzepte in praktischen Projekten.
11. Abschlussprojekt:
  - Entwicklung und Präsentation einer eigenen Fallstudie unter Anwendung von HR Analytics und Workforce Analytics.

### **Lehr-/Lernformen**

### **Lehr-/Lernmethoden**

interaktives Seminar

### **Literatur/Lehrmaterial**

Für dieses Modul kann man sich mit folgender Literatur im Vorfeld vorbereiten:

1. Bauer, T., Erdogan, B., Caughlin, D., & Truxillo, D. (2018). *Human Resource Management: People, Data, and Analytics*. SAGE Publications.

Dieses Buch bietet einen grundlegenden Überblick über das Talentmanagement mit integrierter Berücksichtigung von Datenanalysen und wie diese zur Informationsgewinnung und Unterstützung von Entscheidungen über Personen in einer Organisation verwendet werden können.

2. Diez, F. (2019). *Fundamentals of HR Analytics*. Emerald Publishing.

Ein wichtiges Buch sowohl für neue als auch erfahrene HR-Profis und Datenanalysten, die an Workforce-Projekten arbeiten, und bietet eine solide Grundlage für HR Analytics.

3. Green, D., & Ferrar, J. (2021). *Excellence in People Analytics*. Kogan Page Ltd.

Dieses Buch versorgt Geschäfts- und Personalressourcenleiter mit allem, was sie über die Wertschöpfung aus Personalanalysen wissen müssen.

4. Edwards M., Edwards K. (2019). *Predictive HR Analytics: Mastering the HR Metric*. Kogan Page.

Dieses Buch bietet einen umfassenden Überblick über prädiktive HR-Analysen und diskutiert Themen wie die Investition in Mitarbeiter und die finanziellen Auswirkungen von HR-Initiativen.

5. Isson, J. P., & Harriott, J. S. (2016). *People Analytics in the Era of Big Data*. Verlag. Marr, B. (Jahr). *Big Data: Using SMART Big Data, Analytics and Metrics To Make Better Decisions and Improve Performance*. Wiley.

Beide Bücher bieten wertvolle Einblicke in die Menschenanalytik und die Nutzung von Big Data für bessere Entscheidungen und Leistungsverbesserungen.

6. Saxena A., et. al. (2021). *HR Analytics: Quantifying the Intangible: Linking People, Processes, and Analytics*. Kindle Publ.

Dieses Buch zeigt die zunehmende Bedeutung von Analysen im Personalmanagement und hilft den Lesern, die Grundkonzepte leicht zu verstehen.

7. Hollstein B., Straus F. (2006). *Qualitative Netzwerkanalyse*, Springer Link

Dieses Buch geht auf die Bedeutung von Sozialen Kreisen ein. Wer nimmt welche Rolle in Einem sozialen Kreis ein.

### **Besonderes**

Diese Lehrveranstaltung zeichnet sich durch ihre innovative Vermittlung moderner Analysemethoden in HR Analytics und Workforce Analytics aus und hebt sich besonders durch die Einbindung generativer KI-Technologien wie ChatGPT hervor. Die Studierenden erlernen nicht nur fortgeschrittene Datenanalysetechniken, sondern auch die Kunst des Promptings, um das volle Potenzial von KI in der Analyse und Entscheidungsfindung auszuschöpfen. Dieser praxisnahe Ansatz bereitet sie optimal auf die Herausforderungen und Chancen in der digitalen Arbeitswelt vor.

---

**Organisation**

<b>Präsenz in SWS</b> 4,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 67,5 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 37,5 Std.

Modul-Nr.101-175	Modulname 101-175 PER Intercultural Management
------------------	---------------------------------------------------

<b>Organisation</b>
---------------------

<b>SPO-Version</b>
--------------------

<b>Modulverantwortlicher</b>	Prof. Dr. Sabine Biege
------------------------------	------------------------

<b>Weitere Lehrende</b>
-------------------------

<b>Semester</b>	6/7
-----------------	-----

<b>Angebotshäufigkeit</b>	WiSe
---------------------------	------

<b>Moduldauer</b>	1 Semester
-------------------	------------

<b>Modulart</b>	Wahlmodul
-----------------	-----------

<b>Zulassungsvoraussetzung Modul</b>	Keine
--------------------------------------	-------

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen</b>	Keine
----------------------------------------	-------

<b>Verwendung in den Studiengängen</b>	-
----------------------------------------	---

<b>Credits / Leistungspunkte</b>	6
----------------------------------	---

	<b>Gesamt</b>	<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
<b>Workload</b>	150	60	90

<b>Enthaltene Lehrveranstaltungen</b>	<b>Nr.</b>	<b>Lehrveranstaltung</b>	<b>Lern-/Lehrformen</b>	<b>SWS</b>	<b>Sprache</b>
		Intercultural Management, Vorlesung und Studienarbeit, 4 SWS, Englisch			

<b>Prüfung (Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten)</b>
-------------------------------------------------------------------

<b>Leistungsnachweise mit Dauer</b>	<b>Leistungsnachweise mit Dauer</b>	<b>Ermittlung Modulnote</b>
	Studienarbeit (Gruppenreferat, 25 min) – 40% Klausur 60 Minuten– 60%	

<b>Zur Prüfung zugelassene Hilfsmittel</b>
--------------------------------------------

<b>Voraussetzung für die Zulassung zur Prüfung</b>	-
----------------------------------------------------	---

<b>Weitere studienbegleitende Rückmeldungen</b>
-------------------------------------------------

<b>Bemerkungen</b>
--------------------

## Modulziele / Lernergebnisse

This course introduces the major theories, concepts and analytical perspectives of culture and intercultural management. Students learn to critically evaluate cultural models such as those developed by Hofstede, Hall, Trompenaars and Schein, and to conduct independent research beyond the models introduced in class. Through reflective exercises, students become aware of their own cultural background, implicit biases and stereotypes, and learn to apply cultural concepts to real-life intercultural encounters.

The course explores the role of national and corporate cultures in international business activities and analyzes culturally bound management practices across major world regions. Students gain the ability to compare cultural settings, assess intercultural challenges in communication and collaboration, and apply concepts of intercultural management in academic writing, including bachelor-level research papers. Interactive methods—such as simulations, student presentations and a field trip—support application and practice. Dedicated sessions cover intercultural negotiation and intercultural leadership as essential competencies in global business.

Upon successful completion, students will be able to:

- (1) Explain, compare and critically evaluate key cultural theories and concepts.
- (2) Conduct structured analyses of countries, organizations and intercultural business situations.
- (3) Reflect on their own cultural background, values and stereotypes.
- (4) Apply theoretical concepts to intercultural communication and conflict situations.
- (5) Distinguish between national cultures and corporate cultures and evaluate their impact on international management.
- (6) Analyze cultural patterns across major world regions and their implications for global business.
- (7) Apply intercultural management concepts to academic research and bachelor-level papers.
- (8) Conduct and critically assess intercultural negotiations.
- (9) Compare leadership styles across cultures and develop strategies for leading diverse teams.
- (10) Present complex intercultural topics professionally in English.

Bereich	Das Modul trägt in diesem Bereich zum Kompetenzerwerb bei (bitte ggf. ankreuzen)
Fachkompetenz	X
Wissenschaftskompetenz	X
Selbstkompetenz	X
Sozialkompetenz	x

## Inhalte

Introduction: Why cultural theories matter  
Major culture frameworks (Hofstede, Hall, Trompenaars, Schein, GLOBE)  
Intercultural communication and conflict  
Cultural self-reflection and stereotype awareness  
National vs. corporate culture  
Cultural patterns in major world regions  
Intercultural negotiation  
Intercultural leadership and multicultural team management  
Applying theories in academic writing  
Student presentations  
Field trip to an international organization/company

## Bezüge des Moduls zu nachhaltiger Entwicklung: Welche Aspekte nachhaltiger Entwicklung (ökonomische, ökologische, soziale) werden behandelt? Bitte in nachfolgende Zeile eintragen.

Economic: Understanding cultural differences enhances international business relationships and reduces costs through more effective collaboration and conflict prevention.

---

Ecological: Intercultural management promotes global cooperation that can support sustainable supply chains and resource-efficient practices.

Social: The module strengthens intercultural competence, fosters inclusion and equal opportunities in global teams, and thus contributes to social sustainability.

---

## Literatur

---

Holtbrügge, D.: Intercultural Management: Concepts, Practice, Critical Reflection, Sage Publications Ltd., 2022

---

---

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-127	<b>Modulbezeichnung</b> 101-127 CF Operatives Controlling
------------------------	--------------------------------------------------------------

### Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p><b>Qualifikationsziele</b></p> <p>Die Studierenden entwickeln die Fähigkeit, unternehmerische Entscheidungen mit entscheidungsrelevanten Informationen zu unterstützen. Hierdurch sollen die Entscheidungsträger in den Unternehmen in die Lage versetzt werden, rational zu handeln. Vor diesem Hintergrund nutzen die Studierenden die theoretischen Kenntnisse zur Lösung von betrieblichen Entscheidungsproblemen. Da Entscheidungen immer auf zukünftige Ereignisse gerichtet sind, extrahieren die Studierenden entscheidungsrelevante Informationen. Dabei achten Sie insbesondere auf die Form der Übermittlung der Informationen an den Entscheidungsträger sowie die Vorgehensweise bei der Planung.</p> <p>Die Studierenden kennen die Ziele, Konzeption und Instrumente des operativen Controllings sowie deren organisatorische Implementierung. Sie können entsprechende Problemstellungen mit den jeweils dafür geeigneten Methoden beschreiben, analysieren, lösen und die Ergebnisse interpretieren.</p> <p>Die praktischen Fertigkeiten werden anhand konkreter betrieblicher Probleme in Gruppenarbeit erarbeitet.</p>
<p><b>Inhalte</b></p> <p>Die hohe Umweltdynamik und die Komplexität in betrieblichen Unternehmen führen dazu, dass die Entscheidungsträger in den Unternehmen Schwierigkeiten haben, rationale Entscheidungen zu treffen. Das Controlling hat die Aufgabe, die Rationalität im Führungssystem zu sichern. Dies wird durch eine Koordination des Planungs- und Kontrollsystems mit dem Informationsversorgungssystem erreicht.</p> <p>Das Modul „operatives Controlling“ vermittelt den Studierenden zum einen die theoretischen Grundlagen des entscheidungsorientierten Rechnungswesens und zum anderen lernen die Studierenden die Instrumente des entscheidungsorientierten Rechnungswesens einzusetzen.</p> <p>Die Instrumente des entscheidungsorientierten Rechnungswesens werden durch umfangreiche Fallstudien und Praxisbeispielen erarbeitet.</p> <p>Das Modul beinhaltet eine Übung mit einer Planungs- und Berichtssoftware</p>
<p><b>Lehr-/Lernformen</b></p> <p>Übung/Blockseminar</p>

### Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Formale Voraussetzungen für die Teilnahme existieren nicht. Die im bisherigen Studium erworbenen Kenntnisse und Fertigkeiten im Hinblick auf das externe und interne Rechnungswesen sowie
	die Inhalte aus dem Modul "Einführung in das Controlling" werden vorausgesetzt.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Vgl. die Literaturangaben zu den einzelnen Lehrveranstaltungen

### Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Das Modul ist der Vorlesung Einführung Management II nachgelagert. Es baut auf den Grundkenntnissen der Module I.4 externes Rechnungswesen und II.5 internes Rechnungswesen auf.
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

### Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b>
Neben dem Fokus auf die ökonomischen Ziele, werden insbesondere die sozialen Zielsetzungen bei der operativen Steuerung behandelt. Es wird deutlich, welche Inhalte der Nachhaltigkeit mit Hilfe des entscheidungsorientierten Rechnungswesens gesteuert werden können und wo eine Erweiterung des entscheidungsorientierten Rechnungswesens notwendig ist.

### Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Klausur (90 Minuten)	100 %

### Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Stefan Marx		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b> Patrick Kersting; Heiko Dold		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b>	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 60,0 Std. / 40,0 %

## Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-127-01	Operatives Controlling
101-127-02	Softwareanwendung operatives Controlling

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-127-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Operatives Controlling
---------------------------	--------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierenden wenden die Methoden des entscheidungsorientierten Rechnungswesens an und können die theoretischen Grundlagen auf neue und veränderte praktische Fragestellungen anwenden. Die Studierenden können die Entscheidungsträger in den Unternehmen mit entscheidungsrelevanten Informationen versorgen, so dass betriebswirtschaftlich sinnvolle Entscheidungen getroffen werden können. Anhand von umfangreichen Fallstudien üben die Studierenden die theoretischen Grundlagen.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Controllingkonzeption</li><li>2. Institutionelles Controlling</li><li>3. Entscheidungsorientiertes Rechnungswesen und entscheidungsorientierter Kostenbegriff basierend auf den theoretischen Aussagen nach Riebel</li><li>4. Grenzplankostenrechnung nach Kilger</li><li>5. Prozesskostenrechnung</li><li>6. Target Costing nach Horváth</li><li>7. Kuppelkalkulation</li><li>8. Fixkostenmanagement</li></ol>			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Vorlesung mit Übung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Die Lerninhalte werden in einer Mischung aus klassischer Vorlesung, aus interaktivem Lehrgespräch, aus Fallstudien sowie aus verschiedenen praktischen Beispielen erarbeitet. Für bestimmte Themen (z.B. Budgetierung, Prozesskostenrechnung, Fixkostenmanagement etc.) werden Referenten aus der Praxis eingeladen.			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Umfassendes Vorlesungsskript</li><li>• Barth, D.; Barth, T.: Controlling, 2. Auflage, München 2008</li><li>• Barth, D.; Ernst, D.: Kosten- und Erlösrechnung; Schritt für Schritt; München 2017</li><li>• Horváth, P.; Gleich, R.; Seiter, M.: Controlling. 14. Auflage, München 2020.</li><li>• Küpper, H.-U.: Controlling, 5. Auflage, Stuttgart 2008.</li><li>• Trossmann, E.: Controlling als Führungsfunktion: Eine Einführung in die Mechanismen betrieblicher Koordination, 2. Aufl., München 2008</li></ul>			

- Trossmann, E.; Werkmeister, C.; Baumeister, A.: Managementfallstudien im Controlling, 3. Auflage, München 2013
- Däumler, K.-D.; Grabe, J.: Kostenrechnung 3, Plankostenrechnung, 7. Auflage, Berlin/Herne 2004.
- Freidank, C.-C.: Kostenrechnung, 7. Auflage, München, Wien 2001.
- Michel, R.; Torspecken, H.-D.; Jandt, J.: Neuere Formen der Kostenrechnung mit Prozesskostenrechnung. Kostenrechnung II, 4. Auflage, München, Wien 1998.
- Riebel, P: Einzelkosten- und Deckungsbeitragsrechnung. Grundfragen einer markt und entscheidungsorientierten Unternehmensrechnung, 7. Auflage, Wiesbaden 1994.
- Kilger, W., Vikas, K.; Pampel, J.: Flexible Plankosten- und Deckungsbeitragsrechnung, 13. Auflage, Stuttgart 2012.

**Besonderes**

Für bestimmte Themen (z.B. Budgetierung, Prozesskostenrechnung, Fixkostenmanagement etc.) werden regelmäßig Referenten aus der Praxis eingeladen

**Organisation**

<b>Präsenz in SWS</b> 3,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 33,8 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 45,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 0,0 Std.

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-127-02	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Softwareanwendung operatives Controlling
---------------------------	--------------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierenden bearbeiten in 3er bzw. 4er Gruppen in mehreren Präsenzterminen und anschließend eigenverantwortlich eine mehrstufige Fallstudie. Sie sind fähig, die stärker theoretisch gewonnenen Erkenntnisse aus den Grundlagenveranstaltungen des Controllings und der Kosten- und Leistungsrechnung mittels einer Controllingsoftware in die unternehmerische Praxis zu transferieren. Dadurch werden die grundlegenden Anforderungen an die Strukturierung und Durchführung einer Unternehmensplanung und die Berichterstattung in Form von Managementreports erworben. Die Bearbeitung in der Gruppe befähigt die Studierenden, systematisch Entscheidungen zu begründen und zu gemeinsamen Lösungen zu finden. Die Studierenden gewinnen einen hervorragenden Einblick in die Praxis des Controllings, der fachlichen Anforderungen sowie der notwendigen Systemkompetenz.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Grundkonzepte von Planungs- und Berichtssystemen</li><li>• Darstellung von Informationen in Managementreports</li><li>• Aufbau und Struktur einer Controllingsoftware</li><li>• Systematischer Aufbau einer Unternehmensplanung im Rahmen einer Fallstudie</li></ul>			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Übung/Blockseminar			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Die praxisorientierte Anwendung des operativen Controllings erfolgt anhand einer umfassenden Fallstudie unter Nutzung der Controlling-Software Corporate Planner. Die Ergebnisse werden in Kleingruppen erarbeitet. Dadurch können alternative Lösungswege diskutiert und bewertet werden. Außerhalb der Veranstaltung werden Informationen, Musterlösungen etc. über neo zur Verfügung gestellt.			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Vorlesungsbegleitendes Skript</li><li>• Fallstudie</li><li>• Zugang zum Controlling-Tool Corporate Planner</li><li>• Online-Benutzerhandbuch</li></ul>			
<b>Besonderes</b> Die Studierenden werden in die grundlegende Nutzung einer Controlling-Software eingewiesen, so dass sie selbständig das erlernte Wissen aus dem Controlling und dem Rechnungswesen			

anwenden können. Somit bestehen grundlegende Kenntnisse und Erfahrungen im Aufbau und der praktischen Nutzung eines vor allem auf mittelständische Unternehmen zugeschnittenen Controlling-Tools.

### Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 1,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 11,2 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 0,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 60,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-128	<b>Modulbezeichnung</b> 101-128 CF/DBM Digitales Controlling & Analytics
------------------------	-----------------------------------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierenden kennen die Auswirkungen der Digitalisierung auf die Unternehmenssteuerung. Sie überblicken die vielfältigen Möglichkeiten zur Steigerung der Effizienz und der Effektivität mittels digitaler Methoden und Tools. Sie können Methoden und Werkzeuge zur Analyse und zur Vorhersage (Predictive Analytics) nutzen und damit praktische Fragestellungen bearbeiten.
<b>Inhalte</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Digitalisierung und Controlling</li><li>• Data Science und Business Analytics</li><li>• Planung in einem dynamischen Umfeld</li><li>• Predictive Analytics</li></ul>
<b>Lehr-/Lernformen</b>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Grundlagen des Controllings aus dem Grundlagenstudium
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	vgl. Literaturangaben

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Die Digitalisierung wirkt sich auf sämtliche Controlling- und Finanzprozesse aus, weshalb es Beziehungen zu sämtlichen Modulen im Vertiefungsprogramm Controlling und Finanzen gibt.
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b> Controlling umfasst neben der Steuerung ökonomischer Inhalte auch die Steuerung sozialer und ökologischer Inhalte.
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer	Anteil in %
Klausur (60 Minuten)	50 %
Referat/Präsentation ( Monate)	50 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Ulrich Sailer		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b> Prof. Dr. Sebastian Moll		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> Es werden keine besonderen Kenntnisse vorausgesetzt, die über die im Grundlagenstudium erworbenen Kompetenzen aus den Managementmodulen I – IV hinausgehen.	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 60,0 Std. / 40,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 45,0 Std. / 30,0 %

## Ausgestaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
101-128-01	Digitales Controlling
101-128-02	Business Analytics

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-128-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Digitales Controlling
---------------------------	-------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Kenntnisse und Fertigkeiten im Fach: Die Studierenden kennen die wesentlichen Begriffe, Inhalte und Abhängigkeiten der Digitalisierung im Controlling. Wie wissen, welche Veränderungen sich hierdurch ergeben und wie digitale Möglichkeiten genutzt werden können, um den modernen Herausforderungen der Unternehmenssteuerung zu begegnen. Systemische Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen: Das Erkennen der vielfältigen Abhängigkeiten der Controllingprozesse untereinander und zu den betrieblichen Prozessen ist eine wesentliche Grundlage, um Steuerungssysteme effektiv zu gestalten. Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen bezogen auf die Selbstorganisation: Die Entdeckung komplexer Systeme erlaubt zugleich Einblicke in die eigene Wahrnehmung und das bisherige Entscheidungsverhalten. Die Studierenden erlangen die Kompetenz, dieses unter Berücksichtigung komplexer Systeme weiter zu entwickeln. Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen bezogen auf die Sozialkompetenz: Die Studierenden erkennen die Bedeutung einer engen Einbindung von Mitarbeitern in die Digitalisierung. Der Erfolg einer Digitalisierung ist vor allem hiervon abhängig und nachrangig von Tools.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Digitalisierung und Controlling</li><li>• Digitalisierungsstrategie</li><li>• Data Science und Business Analytics</li><li>• Planung in einem dynamischen Umfeld</li><li>• Rolle und Kompetenzen der Controller</li></ul>			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Seminaristischer Unterricht			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Seminaristische Vorlesung</li><li>• Gruppenarbeiten</li></ul>			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> In Neo werden ein umfangreiches Skript und verschiedene Materialien zur Verfügung gestellt.			
<b>Besonderes</b> Die Studierenden lernen das Analyse- und Visualisierungstool Tableau kennen.			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 30,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 10,0 Std.

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-128-02	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Business Analytics
---------------------------	----------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Studierende lernen in dieser Veranstaltung: <ul style="list-style-type: none"><li>• die Bedeutung von Business Analytics zur evidenzbasierten Unternehmenssteuerung kennen.</li><li>• den Data Science Prozess kennen und können die Bedeutung von Big Data, Predictive Analytics und Künstlicher Intelligenz für Aufgaben und Organisation des Controlling einordnen.</li><li>• ausgewählte Business Analytics Fragestellungen kennen und können diese prototypisch in KNIME umsetzen.</li><li>• die praktische Arbeit eines Data Scientist anhand eigener Datenanalysen und Modelle kennen, die im Rahmen eines Referates mit Hilfe der Advanced Analytics Plattform KNIME bearbeiten.</li></ul>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> Zentrale Rolle von Business Analytics im Rahmen der Digitalisierung von Unternehmen Grundkonzepte, Prozessmodell und generelle Herausforderungen bei Business Analytics Anwendungen Theoretische Grundlagen und praktische Anwendungsbeispiele ausgewählter Business Analytics Fragestellungen Praktische Umsetzung ausgewählter Business Analytics Fragestellungen mit der Advanced Analytics Plattform KNIME			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Seminaristischer Unterricht			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Interaktives Lehrgespräch Fallstudien und Anwendungsbeispiele Übungen zur Anwendung der Konzepte in KNIME in Gruppenarbeit			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> <b>Ng, A., Soo, K.:</b> Data Science – Was ist das eigentlich ?!, Algorithmen des maschinellen Lernens verständlich erklärt, Springer, 2017.			
<b>Seiter, M.: Business Analytics – Wie Sie Daten für die Steuerung von Unternehmen nutzen, Vahlen, 2019.</b>			

**Besonderes**

Studierende lernen und üben die Umsetzung von ausgewählten Business Analytics Ansätzen mit Hilfe der Advanced Analytics Platform KNIME

**Organisation**

<b>Präsenz in SWS</b> 1,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 11,2 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 30,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 35,0 Std.

---

## Modulbeschreibung

<b>Code</b>	<b>Modulbezeichnung</b>
101-129	101-129 CF Risikomanagement und interne Kontrollsysteme

### Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p><b>Qualifikationsziele</b></p> <p>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.</p> <p>Die Studierenden kennen die Ziele, Konzeption und Instrumente des Risikomanagement, der internen Revision und der Sanierung. Sie können entsprechende Problemstellungen mit den jeweils dafür geeigneten Methoden beschreiben, analysieren, lösen und die Ergebnisse interpretieren.</p> <p>Die praktischen Fertigkeiten werden anhand konkreter betrieblicher Probleme in Gruppenarbeit erarbeitet.</p>
<p><b>Inhalte</b></p> <p>Das Thema Risikomanagement ist seit der Einführung durch das KonTraG (§ 91 Abs. 2 AktG) eine verbindliche Aufgabe des Managements.</p> <p>Das Modul „Sanierungsmanagement“ vermittelt den Studierenden zum einen die theoretischen Grundlagen des Risiko- und Sanierungsmanagements und zum anderen lernen die Studierenden die Instrumente des Risikomanagements und der internen Revision einzusetzen.</p> <p>Das Modul umfasst das gesamte Spektrum des Risikomanagements. Zunächst gilt es im Rahmen des Risikomanagements Risiken zu erkennen, zu bewerten und zu steuern. Die Interne Revision hilft hierbei bei der Aufdeckung von Fehlern. Für den Fall, dass das Unternehmen trotzdem in die Krise gerät, werden vor- und nachinsolvenzliche Maßnahmen diskutiert.</p> <p>In Gruppen werden umfangreiche Fallstudien zu den Aufgaben des Risikomanagements und der Sanierung von den Studierenden erarbeitet. In diesem Rahmen werden die zur Verfügung stehenden Instrumente und Methoden ebenfalls anhand von umfangreichen Fallstudien und Praxisbeispielen erarbeitet.</p> <p>Das Modul beinhaltet ein Referat im Bereich Sanierungsmanagement, in dem die Studierenden Referate über die einzelnen Aufgaben und Phasen der Sanierung ausarbeiten.</p>
<p><b>Lehr-/Lernformen</b></p>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Es werden keine besonderen Kenntnisse vorausgesetzt, die über die im Grundlagenstudium erworbenen Kompetenzen hinausgehen.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Vgl. die Literaturangaben zu den einzelnen Lehrveranstaltungen

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Die Grundlagen des Rechnungswesens und der Managementmethoden (Management II) sind für das Verständnis wichtig.
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b>
Die Nachhaltigkeit im Sinne des Fortbestands des Unternehmens ist zentraler Bestandteil des Moduls. Hierbei wird neben den ökonomischen auch die sozialen Aspekte betrachtet.

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Klausur (90 Minuten)	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Stefan Marx		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b> Dirk Eichelbaum, Claudio Lecciso, Prof. Stehr		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> keine	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 0,0 Std. / 0,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 0,0 Std. / 0,0 %

## Ausgestaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
101-129-01	Unternehmensweites RisikoManagement
101-129-02	Interne Revision
101-129-03	Referat Sanierungsmanagement

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-129-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Unternehmensweites Risiko Management
---------------------------	----------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
<b>Ø Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Fach</b>			
Die Studierenden erlernen die Beurteilung und den Umgang mit Risiken aus unternehmerischer Tätigkeit. Dabei werden gängige, praxisrelevante Methoden der Risikoanalyse und -bewertung vorgestellt. Die Studierenden werden dabei befähigt neuere Methoden aber auch eigene Entwicklungen kritisch zu begleiten und auch praxisbezogen im Unternehmen einzusetzen.			
<b>Ø Kenntnisse und Fertigkeiten bezogen auf Systeme</b>			
Die Studierenden erkennen die Notwendigkeit zur Schaffung vertrauensschaffender Transparenz in der Berichterstattung. Sie erlernen für die eigene Informationsaufbereitung und Analyse gegebene Informationen kritisch zu hinterfragen und handlungsorientiert - auch in der Beratung zu Absicherungsalternativen - umzusetzen.			
<b>Ø Fertigkeiten bezogen auf die Selbstorganisation</b>			
Die Studierenden können das Risikomanagement in die Unternehmensorganisation einordnen und von anderen Funktionen, wie z.B. dem Controlling abgrenzen sowie Handlungsalternativen für ein Unternehmen erarbeiten. Die Studenten verarbeiten und reflektieren dabei selbständig den Stoff durch die Bearbeitung des Fragenkataloges, in dieser Form wird eine praxisorientierte und strukturierte Vorgehensweise geübt.			
<b>Ø Fertigkeiten und Kompetenzen bezüglich des Umgangs mit Anderen</b>			
Durch Kurzreferate werden die Studierenden wesentlich in die Veranstaltungsgestaltung und deren Lernerfolg einbezogen. In den studentenseitigen Referaten und Diskussionen sollen dabei auch das kritische Hinterfragen sowie die konstruktive Argumentation in der Auseinandersetzung mit anderen Meinungen geübt werden.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen

## Inhalte

### Von Unternehmen und Risiken

- Was macht ein Unternehmen wirklich aus?
- Was heißt denn hier eigentlich Risiko?
- Das unternehmerisch notwendig einzugehende Risiko

### Anforderungen an ein unternehmensweites RisikoManagement

- Transparenz, Regulation und Risiko
- Eine wirtschaftliche Einordnung von Risiko

- Risiko als Preis der Opportunitäten
  - Absicherung durch Hedging
  - Make or Buy Decision
- Zur Wirklichkeit von Lösungen im RisikoManagement

### Risiko als Prozess im Unternehmen

- Organisation und Verortung des RisikoManagement
- Das RisikoManagement in Phasen
  - Identifikation
  - Bewertung
  - Steuerung
  - Überwachung
- Handlungsoptionen beim RisikoManagement
  - Vermeiden
  - Vermindern
  - Übertragen
  - Selbsttragen
- Early Warning System und Risiko-Radar
- Resilienz und Risikokultur

### Lehr-/Lernformen

Vorlesung

### Lehr-/Lernmethoden

Die didaktische Konzeption der Veranstaltung folgt einem konstruktivistischen Ansatz. Das bedeutet insbesondere, dass den Lernenden eine aktive Teilnahme und eigenständiges Aneignen und Verarbeiten auch in den Präsenzveranstaltungen ermöglicht wird.

Neben dem Unterrichtsgespräch werden entsprechend aktivierende Lehr-Lern-Methoden eingesetzt wie z. B. verschiedene Formen der Eigenarbeit sowie der Partner- und Kleingruppenarbeit. Darüber hinaus werden die Studierenden angeregt, konkrete Praxisanwendungen mit Hilfe geeigneter Computer-Programme (Google/Wikipedia) auch experimentell zu bearbeiten.

Zur Festigung und vertiefenden Bearbeitung erhalten die Studierenden umfangreiche Übungsaufgaben zur Verfügung gestellt.

### Literatur/Lehrmaterial

**Ein Skript paßt nicht in den methodischen Ansatz dieser Veranstaltung!**

Anton **Burger**, Anton **Buchhart**, *Risiko-Controlling*, De Gruyter Oldenbourg

Christopher L. **Culp**, *The ART of Risk Management: Alternative Risk Transfer, Capital Structure and the Convergence of Insurance and Capital Markets*, John Wiley and Sons

Roland **Erben**, Frank **Romeike**, *Allein auf stürmischer See: Risikomanagement für Einsteiger*, Wiley-VCH

Karsten **Füser**, *Intelligentes Scoring und Rating*, Gabler,

Gerd **Gigerenzer**, *Risiko: Wie man die richtigen Entscheidungen trifft*, btb Verlag / Random House

Werner **Gleißner**, *Grundlagen des Risikomanagements: Mit fundierten Informationen zu besseren Entscheidungen*, Vahlen

Werner **Gleißner**, Karsten **Füser**, *Praxishandbuch Rating und Finanzierung: Strategien für den Mittelstand*, Vahlen

Werner **Gleißner**, Frank **Romeike** (Hrsg.), *Praxishandbuch Risikomanagement: Konzepte - Methoden – Umsetzung*, Erich Schmidt

Frank **Romeike**, Peter **Hager**, *Erfolgsfaktor Risiko-Management 3.0: Methoden, Beispiele, Checklisten Praxishand-buch für Industrie und Handel*, Springer Gabler

Henner **Schierenbeck** (Hrsg.), *Risk Controlling in der Praxis: Rechtliche Rahmenbedingungen und geschäftspolitische Konzeptionen in Banken, Versicherungen und Industrie*, Schäffer Poeschel

<https://www.risknet.de> sowie separat verteilte Back-up-Folien

#### **weitergehende Literaturhinweise:**

George A. **Akerlof**, Robert J. **Shiller**, *Phishing for Fools: Manipulation und Täuschung in der freien Marktwirtschaft*, Econ

Thomas **Barth**, Andreas **Giannaku**, *Unternehmensanalyse mit Bilanzkennzahlen*, UVK Verlagsgesellschaft

Daniel **Kahneman**, *Schnelles Denken, langsames Denken*, Penguin

Philipp **Lepenies**, *Die Macht der einen Zahl – Eine politische Geschichte des Bruttoinlandsproduktes*, edition suhrkamp

Steffen **Mau**, *Das metrische Wir – Über die Quantifizierung des Sozialen*, edition suhrkamp

Nassim Nicholas **Taleb**, *Der Schwarze Schwan: Die Macht höchst unwahrscheinlicher Ereignisse*, Albrecht Knaus

**sowie allgemein: Wikipedia, Google und Wirtschaftszeitungen (Handelsblatt)**

#### **Besonderes**

Ein umfangreicher Katalog an Übungsfragen (zur vertieften Be- und Erarbeitung des Stoffes durch die Studierenden in Einzel- oder Gruppenarbeit) sowie Back-up-Folien werden 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!**

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 1,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 11,2 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 0,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 0,0 Std.

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-129-02	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Interne Revision
---------------------------	--------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierenden wenden die Methoden und Instrumente der internen Revision auf praktische Problemstellungen an und können diese auch auf neue unbekannte Fragestellungen übertragen. Die organisatorische Einordnung der internen Revision sowie die Planung eines Audits werden anhand von verschiedenen Gruppenarbeiten geübt.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> 1. Unternehmenskontrolle und Corporate Governance 2. Interne Revision als Funktion im Unternehmen 3. Der Ansatz der Internen Revision 4. Dolose Handlungen 5. Zusammenhang zum Risikomanagement 6. Das Selbstverständnis der modernen Internen Revision			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Vorlesung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> 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.			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> Literatur/Lehrmaterial <ul style="list-style-type: none"><li>• 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</li><li>• Bodenmann, Jan Marc: Unternehmenssteuerung und -überwachung : Beitrag von Risikomanagement, interner und externer Revision zu einer effektiven Corporate Governance, 2004</li><li>• Deutsches Institut f. Interne Revision e.V. (Hrsg): Die Interne Revision: Bestandsaufnahme und Entwicklungsperspektiven, Berlin 2005</li><li>• Förtschle, Gerhart (Hrsg.): Wirtschaftsprüfung und interne Revision, Heidelberg 2004</li></ul>			

- 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 2011
- Küting, Karlheinz (Hrsg.): Saarbrücker Handbuch der Betriebswirtschaftlichen Beratung; Berlin 2007
- Lück, Wolfgang (Hrsg.): Zentrale Tätigkeitsbereiche der Internen Revision : aktuelle und zukünftige Schwerpunkte erfolgreicher Revisionsarbeit, Berlin 2006
- Lück, Wolfgang: Lexikon der Internen Revision, München 2001

**Besonderes**

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 1,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 11,2 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 0,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 0,0 Std.

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-129-03	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Referat Sanierungsmanagement
---------------------------	--------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierenden werden in mehreren Präsenzterminen mit den Aufgaben des Sanierungsmanagements vertraut gemacht. Zum Abschluss werden in Gruppen Lösungen zu praxisorientierten Aufgaben des Sanierungsmanagement präsentiert			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> Zunächst machen Sie sich mit den betriebswirtschaftlichen und rechtlichen Grundlängen für Krisenfrüherkennung, Sanierung und Insolvenzmanagement vertraut. Sie lernen, die Probleme eines Unternehmens entlang der Wertschöpfungskette zu analysieren und probate Sanierungsziele zu definieren. Dabei beschäftigen Sie sich insbesondere mit den strategischen Optionen und Risiken einer außergerichtlichen Sanierung sowie einer Sanierung unter Insolvenzschutz. <ul style="list-style-type: none"><li>• Rechtliche und betriebswirtschaftliche Grundlagen der Sanierung</li><li>• Erstellung von Sanierungskonzepten</li><li>• Sanierung im Insolvenzverfahren</li><li>• Grundlagen des Insolvenzrechts und des Insolvenzverfahrens</li><li>• Finanzierung und Krisenmanagement aus Gläubigersicht</li><li>• Arbeitsrecht in der Krise</li><li>• Rechtliche Rahmenbedingungen, Handlungsoptionen und Haftungsrisiken für Gesellschaften in Krise und Insolvenz</li><li>• Insolvenz und Strafrecht</li><li>• Mitwirkungsrechte und Möglichkeiten der Gläubiger</li></ul>			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Seminaristischer Unterricht			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Vorlesung mit anschließendem Referat durch die Studierenden			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Begleitendes Skript</li></ul>			
<b>Besonderes</b>			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b>	<b>Sprache</b> Deutsch
-------------------------------	----------------------------------	---------------------------------	---------------------------

	6 Semester	
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 0,0 Std.	<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 0,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-130	<b>Modulbezeichnung</b> 101-130 CF M&A / Beteiligungsmanagement
------------------------	--------------------------------------------------------------------

### Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Der Kauf und Verkauf von Unternehmen oder von Unternehmensteilen und die Auswahl und Zusammenarbeit mit Investoren werden als wichtiges, aber auch riskantes strategisches Instrument erkannt. Die Studierenden erlernen den Umgang mit Übernahmen und Beteiligungen, können diese auf praktische Übernahmefälle übertragen und sie können die dabei aufgetretenen Stärken, aber auch Fehler, erkennen. Die Studierenden erkennen die Ursachen unerwünschter Ergebnisse und erarbeiten Verbesserungsvorschläge. Für das Modul werden zahlreiche Kenntnisse und Methoden verschiedener betriebswirtschaftliche Funktionen (Controlling, Finanzen, Rechnungswesen, Steuern, Organisation, Wirtschaftsrecht,...) benötigt. Die Studierenden tragen diese verschiedenen Kenntnisse zusammen, wägen deren Nutzen für M&A ab und integrieren diese für nachhaltig tragfähige Entscheidungen. Sie erkennen dabei das komplexe Zusammenwirken all dieser Aspekte.
<b>Inhalte</b> Wie werden Unternehmen gekauft oder verkauft? Wovon hängt ein erfolgreicher Unternehmenszusammenschluss ab? Wie wird ein aufgekauftes Unternehmen integriert? Wie steuert sich ein Unternehmen mit zahlreichen Tochtergesellschaften? Wie werden Unternehmen bewertet? Wie beschafft sich ein Start-up Kapital? Wie planen junge Unternehmen ihre Geschäftsentwicklung? Wie arbeiten Beteiligungsgesellschaften, insbesondere Venture-Capital-Gesellschaften?
<b>Lehr-/Lernformen</b>

### Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Voraussetzung für eine erfolgreiche Teilnahme sind gute betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse aus einem erfolgreichen Grundlagenstudium. Es sind insbesondere finanzwirtschaftliche, strategische und organisationstheoretische Kenntnisse notwendig.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Vgl. Literaturangaben der beiden Modulelemente, ebenso sind die M&A-relevanten Berichte in der Wirtschaftspresse zu lesen, um den Fundus an praktischen Beispielen und Erfahrungswerten zu verbreitern.

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Vorgelagerte Module I.2 Externes Rechnungswesen III.1 Betriebliche Finanzwirtschaft
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b>
Neben ökonomischen Aspekten sind bei Unternehmensübernahmen vor allem soziale Aspekte relevant. Übernahmen finden weit über die Unternehmensgrenzen hinaus Beachtung und werden teilweise dadurch auch maßgeblich beeinflusst (z.B. öffentliche Ablehnung einer Übernahme, Einmischung der Politik,...). Im Modul werden daher auch die sozialen Aspekte thematisiert. Ökologische Aspekte spielen mehr am Rande eine Rolle, insbesondere wenn veränderte ökologische Anforderungen zum Kauf oder Verkauf von Unternehmen motiviert (z.B. Energiebranche, Cleantec-Branche, Mobilität,...).

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Klausur (90 Minuten)	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Thomas Barth		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b> Matthias Helfrich, Dietmar Ernst		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> keine	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 75,0 Std. / 50,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 30,0 Std. / 20,0 %

## Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-130-01	M&A-Grundlagen

101-130-02	Venture Capital-Management
101-130-03	Unternehmensbewertung

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-130-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> M&A-Grundlagen
---------------------------	------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierenden erwerben sich die fachlichen Kompetenzen, welche für eine erfolgreiche Durchführung von Unternehmenszusammenschlüssen notwendig sind. Sie können generell empfohlene Methoden hinterfragen und mit den spezifischen Besonderheiten praktischer Fälle abgleichen. Die Studierenden erkennen die Zusammenhänge zwischen den verschiedenen, für die M&A notwendigen betriebswirtschaftlichen Funktionen und wägen die jeweils geeignete Vorgehensweise ab. Sie überblicken die Quellen, um sich das notwendige Wissen für die spezifischen M&A-Fälle anzueignen. In Projektgruppen, welche die Studierenden selbständig organisieren, werden M&A-spezifische Fragestellungen gelöst.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> 1. Grundlagen: M&A-Begriff, M&A-Markt, Akteure, Transaktionsmotive, Erwerbsformen 2. Informationsprobleme beim M&A 3. Vorbereitung des M&A-Prozesses 4. Auswahl und Mandatierung von Beratern 5. Transaktionsstrukturierung 6. Käuferuniversum und Marktansprache 7. Wichtige Transaktionsdokumente 8. Due Diligence 9. Vertragsverhandlung und –gestaltung 10. Besonderheiten bei öffentlichen Übernahmen (public take-overs) 11. Post Merger Integration			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Vorlesung mit Übung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Vorlesung mit Übungen zur Durchführung von M&A-Transaktionen. Die Veranstaltung wird durch zahlreiche praktische Beispiele sowie durch Fallstudien ergänzt. Den Studierenden wird ein Lehrbuch empfohlen, in dem wichtige Inhalte zur Vorlesung behandelt werden, und zu speziellen Themen ergänzend ein Skript zur Verfügung gestellt. Komplexere Aufgabenstellungen werden in Gruppen ausgearbeitet. Das gleiche gilt für die Diskussion und Beurteilung von historischen Unternehmenszusammenschlüssen aus der Praxis. Durch die Gruppenarbeiten werden bereits vor der Klausur Prüfungsleistungen erbracht.			

**Literatur/Lehrmaterial**

Den Studierenden wird ein Skript zur Verfügung gestellt. Daneben werden in neo zu den jeweiligen Kapiteln verschiedene Artikel online bereitgestellt.

Dreher, M. und Ernst, D. Mergers & Acquisitions, München 2014

Ragotzky, S.: Unternehmensverkauf und asymmetrische Information, Frankfurt a.M. 2003

**Besonderes**

Bearbeitung einer Fallstudie zur Unternehmensübernahme; Verknüpfung von strategischem Management und M&A sowie ausgewählten rechtlichen Themen (Vertragsgestaltung, Due Diligence); Bearbeitung praktisch relevanter Fragen aus M&A.

**Organisation**

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 25,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 15,0 Std.

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-130-02	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Venture Capital-Management
---------------------------	------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierenden lernen den Markt für Beteiligungskapital, insbesondere für Risikokapital und die Gepflogenheiten dieses Marktes kennen. Sie erwerben die fachliche Kompetenz, um selbst Risikokapital zu beschaffen und können dabei die Interessen und Methoden der verschiedenen Akteure angemessen berücksichtigen. In von den Studierenden selbst organisierten Gruppen werden kapitalsuchende Unternehmen analysiert, Entscheidungen herbeigeführt und vor dem Semester vertreten.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> 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			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Vorlesung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Vorlesung, um das Geschäftsmodell Venture Capital und damit zusammenhängende Besonderheiten, wie das Zusammenwirken von Investoren, Venture Capital-Gesellschaft und Portfoliounternehmen verstehen zu können. Wissen und Verständnis für die Geschäftsplanung junger Unternehmen werden vermittelt und in Gruppenarbeit zusammengefasst. Der 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.			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> Den Studierenden wird eine umfangreiche Präsentation zur Verfügung gestellt. Darüber hinaus werden für die Case Studies notwendige Unterlagen bereitgestellt. Schefczyk, M.: Finanzieren mit Venture Capital, Stuttgart 2000			

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

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

Pankotsch, F.: Kapitalbeteiligungsgesellschaften und ihre Portfoliounternehmen, Wiesbaden 2005

Grabenwarter/ Weidig: Exposed to the J-Curve, Understanding and Managing Private Equity Fund Investments, London 2006

**Besonderes**

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 1,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 11,2 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 40,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 0,0 Std.

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-130-03	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Unternehmensbewertung
---------------------------	-------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
Im Hinblick auf die Stufe des Kennens und Verstehens, sind die Studierenden in der Lage:			
? einen Überblick über die wichtigsten Bewertungsmethoden zu geben.			
? die Unternehmensbewertung in Zusammenhang mit anderen Themen des Corporate Finance wie Mergers & Acquisitions, Going Public und Private Equity/Venture Capital zu setzen.			
? nach Abschluss des Bachelor Studiums als Bewertungsexperte zu arbeiten.			
Im Hinblick auf die Stufe der Fertigkeiten, sind die Studierenden in der Lage:			
? ein professionelles Standardmodell zur Unternehmensbewertung unter Anwendung der Prinzipien des Financial Modeling zu erstellen.			
? überzeugend die Ergebnisse der Unternehmensbewertung zu präsentieren.			
? die Ergebnisse der Unternehmensbewertung zu interpretieren und selbständig Schlussfolgerungen für Corporate Finance Transaktionen zu ziehen.			
? als Unternehmensbewertungsexperte zu arbeiten, der zuverlässig das Top-Management unterstützt.			
Im Hinblick auf die Stufe der Kompetenzen, sind die Studierenden in der Lage:			
? die Ergebnisse der Unternehmensbewertung auf andere Veranstaltungen wie Financial Management, Financial Analysis und Portfolio Management zu übertragen und mit diesen zu kombinieren.			
? ein Project im Bereich Unternehmensbewertung zu managen und in einer Gruppe von Bewertungsspezialisten zu arbeiten.			
? den Prozess der Unternehmensbewertung zu strukturieren und die Prinzipien professionellen Financial Modeling anzuwenden.			
? theoretische und empirische Herausforderungen der Unternehmensbewertung zu meistern.			
? eine transparente und abgeschlossene Dokumentation der Annahmen und Methoden im gegebenen Bewertungsprojekt zu erstellen..			
? ihre Kenntnisse für gegeben Bewertungsprojekte anzuwenden und an echte Bewertungssituationen anzupassen.			
? die Annahmen, Algorithmen und Ergebnisse jedes Bewertungsansatzes kritisch zu hinterfragen.			
? von Informationsanbietern wie Bloomberg die notwendigen Daten für die Unternehmensbewertung zu beschaffen und zu verarbeiten.			
? Die Ergebnisse der Bewertung vor Kunden zu präsentieren und zu verteidigen.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b>			
1. Überblick über Anlässe und Methoden der Unternehmensbewertung			

2. Ermittlung von Cashflows
  - a. Operative Free Cashflows
  - b. Cash flows to equity
3. Berechnung der Kapitalkosten
  - a. Eigenkapitalkosten
  - b. Fremdkapitalkosten
  - c. Durchschnittlicher, gewichteter Kapitalkostensatz (WACC)
4. Durchführung der Unternehmensbewertung
  - a. WACC Ansatz
  - b. Periodenspezifischer WACC
  - c. Equity Ansatz
  - d. APV Ansatz

#### **Lehr-/Lernformen**

Vorlesung mit Übung

#### **Lehr-/Lernmethoden**

Vorlesung und Fallstudie zur Durchführung einer Unternehmensbewertung. Die Veranstaltung verbindet die Methoden der Unternehmensbewertung mit der gleichzeitigen Anwendung des Erlernten in einer Fallstudie. Den Studierenden steht das Lehrbuch „Unternehmensbewertungen erstellen und verstehen“ zur Verfügung. Den Studierenden wird eine Excel-basierte Fallstudie zur Verfügung gestellt. Jeder Studierende bringt sein Laptop in die Vorlesung mit und bearbeitet die Fallstudie in

Excel. Die Datengewinnung wird mit den Studierenden kritisch diskutiert und in der Vorlesung vorgenommen.

#### **Literatur/Lehrmaterial**

Ernst, D., Heyd, R. (2014): Unternehmensbewertung nach IFRS.

Amann, T., Ernst, D., Großmann, M., Lump (2012): Internationale Unternehmensbewertung, Pearson, München.

Ernst, D., Schneider, S., Thielen, B. (2018): Unternehmensbewertungen erstellen und nachvollziehen: Ein Praxisleitfaden, 6. Auflage, München.

Eayrs, W., E., Ernst, D., Prexl, S. (2011): Corporate Finance Training, 2. Auflage, Stuttgart.

Ernst, D., Häcker, J. (2011): Applied International Corporate Finance - The Practical Guide to Corporate Finance for Professionals and Academics, 2. Auflage, München.

#### **Besonderes**

Bearbeitung einer Fallstudie zur Unternehmensbewertung; Verknüpfung von Unternehmensplanung, Kapitalmarkttheorie und Unternehmensbewertung; Bearbeitung praktisch relevanter Fragen der Unternehmensbewertung von der Datengewinnung über Methodenfragen.

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 1,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 11,2 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 10,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 15,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-1761	<b>Modulbezeichnung</b> 101 -176 Corporate Finance & Financial Markets
-------------------------	---------------------------------------------------------------------------

### Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Ausgehend von der Notwendigkeit zur allgemeinen (externen) Analyse und Bewertung unternehmerischen Handelns, lernen die Studierenden sich über Bilanzkennziffern sowie deren adäquaten Abgrenzung einen ersten bewertenden Eindruck von einem Unternehmen zu verschaffen. Dabei ermöglicht regelmäßiges Hinterfragen der systematischen Bilanzanalysemethoden den Studierenden ein ganzheitlich vernetztes Denken zur eigenständigen Urteilsfindung zu entwickeln. Diese gewonnenen Fähigkeiten werden in den Diskussionen zu Finanzierungsalternativen von Unternehmen konstruktiv und problemorientiert eingesetzt. Durch Selbst- und Gruppenstudium auf Basis des umfangreichen Fragenkatalogs erfolgt die Einübung einer handlungsorientierten Herangehensweise.
<b>Inhalte</b> Unternehmen unterscheiden sich lediglich in der Einzigartigkeit ihrer verfolgten Geschäftsidee. Diese Idee spiegelt sich in der Bilanz (Aktiva) wieder und muß letztendlich durch die Finanzierungsstruktur (Passiva) entsprechend abgesichert werden. Wesentlich für die Unternehmensfinanzierung wird damit die Unternehmensanalyse/Bilanzanalyse auch und vor allem durch unternehmensexterne Know-How-Träger.  Es werden studentenseitig Kurzvorträge zu einzelnen Bilanz- und Bonitätsanalysemethoden erstellt und gemeinsam anwendungsorientiert diskutiert. Die Berücksichtigung quantitativer wie qualitativer Aspekte (und auch ethischer Gesichtspunkte) in die Gesamtbewertung eines Unternehmens findet dabei Eingang in die Diskussion mit den Studierenden. Die Studierenden lernen so nicht nur Jahresabschlüsse kritisch zu hinterfragen sondern auch externe Finanzberatung (Corporate Finance / Rating Advisory) aktiv zu begleiten.  Die Übernahme von Kurzreferaten (Wiki-Übung) erfolgt in dem Modulelement ohne Note auf freiwilliger Basis. An Hand von Fallstudien (Einzel- und Gruppenarbeit) erhalten die Studierenden praxisorientierte Übung sowie erste Erfahrungen zum Einsatz der Bilanzanalyse und dem Vergleich von Finanzierungsalternativen (Referatsleistung). Referatsleistungen (alternative) zu den Grundzügen des IFRS runden den Modulinhalt ab.
<b>Lehr-/Lernformen</b>

### Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Voraussetzung für eine erfolgreiche Teilnahme sind gute betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse aus einem erfolgreichen Grundlagenstudium. Es sind insbesondere buchhalterische, finanzwirtschaftliche und strategische Kenntnisse hilfreich.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Vgl. die Literaturangaben zu den einzelnen Lehrveranstaltungen

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Vorgelagerte Module, insbesondere: I.2 Externes Rechnungswesen III.1. Management II: Finanzen / Controlling  Ergänzende Module im Programm Controlling & Finanzen, insbesondere RisikoManagement und Internationale Finanzmärkte
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b>
Neben den ökonomischen Aspekten des Controllings, der Finanzierung und der Investition werden auch die spezifischen gesellschaftlichen und ökologischen Anforderungen in Diskussionen thematisiert, wie etwa nachhaltig orientierte Finanzprodukte, ökologische Befindlichkeiten bei Investoren oder an ethischen Standards ausgerichtete Kreditinstitute bzw. Investmentstrategien.

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Referat und Klausur (K 45)	R 60 / K 40

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Holger Graf		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b> Prof. Barth, Andreas Giannaku		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> Zulassung zum Vertiefungsstudium	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 75,0 Std. / 50,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 40,0 Std. / 26,7 %

## Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
-------------	------------------------------------

101-131-01	Unternehmensfinanzierung
101-131-02	Bilanzanalyse und Finanzierungsoportunitäten (Übungen und Referat)
101-131-03	Grundzüge der Internationalen Rechnungslegung nach IFRS für Controlling und Finanzmanagement (Referat)

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-131-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Unternehmensfinanzierung
---------------------------	----------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
<b>Ø Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Fach</b>			
Die Studierenden erlernen den Umgang mit gängigen praxisrelevanten Methoden der Bilanzanalyse und erkennen den jeweiligen Interessenbezug. Sie werden dabei befähigt neuere Methoden aber auch eigene Entwicklungen kritisch zu begleiten und praxisbezogen umzusetzen.			
<b>Ø Kenntnisse und Fertigkeiten bezogen auf Systeme</b>			
Die Studierenden erkennen die Notwendigkeit zur Schaffung vertrauensschaffender Transparenz in der Berichterstattung. Sie erlernen für die eigene Informationsaufbereitung und Analyse gegebene Informationen kritisch zu Hinterfragen und handlungsorientiert - auch in der Beratung zu Finanzierungsalternativen - umzusetzen.			
<b>Ø Fertigkeiten bezogen auf die Selbstorganisation</b>			
Die Studenten verarbeiten und reflektieren selbständig den Stoff durch die Bearbeitung des Fragenkataloges. Dabei wird eine praxisorientierte und strukturierte Vorgehensweise geübt.			
<b>Ø Fertigkeiten und Kompetenzen bezüglich des Umgangs mit Anderen</b>			
Durch Kurzreferate werden die Studierenden wesentlich in die Veranstaltungsgestaltung und deren Lernerfolg einbezogen. In den studentenseitigen Referaten und Diskussionen sollen dabei auch das kritische Hinterfragen sowie die konstruktive Argumentation in der Auseinandersetzung mit anderen Meinungen geübt werden.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b>			
- Geschäftsidee im Spiegel der Bilanzstruktur			
- Qualitative und quantitative Bilanzanalysemethoden			
- Liquiditätsmanagement			
- Debitorenmanagement			
- Finanzierungsalternativen und deren spezifische Risiken			
<b>Lehr-/Lernformen</b>			
Vorlesung, Übung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b>			
Die didaktische Konzeption der Veranstaltung folgt einem konstruktivistischen Ansatz. Das bedeutet insbesondere, dass den Lernenden eine aktive Teilnahme und eigenständiges Aneignen und Verarbeiten auch in den Präsenzveranstaltungen ermöglicht wird.			

Neben dem Unterrichtsgespräch werden entsprechend aktivierende Lehr-Lern-Methoden eingesetzt wie z. B. verschiedene Formen der Eigenarbeit sowie freiwillig der Partner- und Kleingruppenarbeit. Darüber hinaus werden die Studierenden angeregt, konkrete Praxisanwendungen mit Hilfe geeigneter Computer-Programme (EXCEL, GOOGL, WIKIPEDIA) auch eigenständig zu bearbeiten.

Zur Festigung und vertiefenden Bearbeitung erhalten die Studierenden umfangreiche Übungsaufgaben zur Verfügung gestellt.

**Literatur/Lehrmaterial**

**Ein Skript paßt nicht in den methodischen Ansatz dieser Veranstaltung!**

- Stefan Behringer, Cash-flow und Unternehmensbeurteilung, akt. Auflage
- Leopold A. Bernstein / John J. Wild, Analysis of Financial Statements, akt. Auflage
- Karl Born, Bilanzanalyse international, akt. Auflage
- Adolf G. Coenenberg, Jahresabschluß und Jahresabschlußanalyse, akt. Auflage
- Karsten Fuser, Intelligentes Scoring und Rating, akt. Auflage
- Reinhard Heyd, Rechnungslegung nach IFRS, akt. Auflage
- Karlheinz Küting / Claus-Peter Weber, Die Bilanzanalyse, akt. Auflage
- Volker H. Peemoller, Bilanzanalyse und Bilanzpolitik, akt. Auflage
- Andreas Dahmen / Philipp Jacobi/Peter Roßbach, Corporate Banking, akt. Auflage
- Jochen Drukarczyk, Finanzierung, akt. Auflage
- Bernd Fahrholz, Neue Formen der Unternehmensfinanzierung, akt. Auflage
- Christian Garhammer, Grundlagen der Finanzierungspraxis, akt. Auflage
- Alan C. Shapiro/Sheldon D. Balbirer, Modern Corporate Finance, akt. Auflage
- Heinz J. Hockmann / Friedrich Thießen (Hrsg.) Investment Banking, akt. Auflage
- Und weitere Spezialliteratur zu den jeweiligen Kapiteln
- sowie allgemein: Wikipedia, Google und Wirtschaftszeitungen (Handelsblatt)

**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!

**Organisation**

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
-------------------------------	----------------------------------	-----------------------------------------------	---------------------------

<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 60,0 Std.	<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 30,0 Std.
-------------------------------------	------------------------------------------------------	-------------------------------------------------

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-131-02	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Bilanzanalyse und Finanzierungsoportunitäten (Übungen und Referat)
---------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
Ø <b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Fach</b>			
Die Studierenden erwerben sich die fachlichen Kompetenzen, welche für eine erfolgreiche Durchführung einer Unternehmensanalyse notwendig sind. Sie können allgemein empfohlene Analyse-Methoden sowie (Einzel-)Bilanzinformationen kritisch hinterfragen und mit den spezifischen Besonderheiten entsprechend bewerten.			
Ø <b>Kenntnisse und Fertigkeiten bezogen auf Systeme</b>			
Den Studierenden wird durch eigene Referate Möglichkeit gegeben Finanzalternativen sinnvoll sowie Dritten entsprechend beratend zur Seite zu stehen.			
Ø <b>Fertigkeiten bezogen auf die Selbstorganisation</b>			
Fertigkeiten bezogen auf Selbstorganisation werden durch individuelle Einübung der Methoden und Ausrichtung des eigenen Handelns in der Veranstaltung sowie danach erworben.			
Ø <b>Fertigkeiten und Kompetenzen bezüglich des Umgangs mit Anderen</b>			
Durch die Einzel- sowie Gruppenarbeiten sollen die Studierenden zur konstruktiven Diskussion und gemeinsamen Erarbeitung von praxisrelevanten Handlungsvorschlägen herangeführt werden.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b>			
1. Praktische Bilanzanalyse 2. Vergleichende Beurteilung von Finanzierungsalternativen			
<b>Lehr-/Lernformen</b>			
Übung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b>			
Die Studierenden wird unter Anleitung und gemeinsamen Diskussionen die Möglichkeit mittels des zur Verfügung gestellten Excel-Tools zur eigenen Bilanzanalyse eines Unternehmens gegeben.  Unter Zuhilfenahme des Finanzsteckbriefes (Word-Template) erhalten die Studierenden durch Übernahme von Kurz-Referate die Möglichkeiten zur strukturierten Vergleichsanalyse von Finanzierungsalternativen aufgezeigt.			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b>			
In Abhängigkeit von den jeweils ausgegebenen Themen werden zu Semesterbeginn auch die wichtigsten Literaturquellen (siehe dazu auch VI.3.5.1) benannt.			

**Besonderes**

Den Studierenden wird ein Excel-Tool zur eigenständigen Bilanzanalyse sowie eine Struktur (Finanzsteckbrief/Word-Template) zur möglichen Analyse und Beurteilung von Finanzierungsalternativen bereitgestellt.

Die Teilnahme an der Veranstaltung Grundzüge der Internationalen Rechnungslegung nach IFRS (101-049-03) ist verpflichtend.

**Organisation**

<b>Präsenz in SWS</b> 1,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 11,2 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 7,5 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 5,0 Std.

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-131-03	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Grundzüge der Internationalen Rechnungslegung nach IFRS für Controlling und Finanzmanagement (Referat)
---------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
<b>Ø Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Fach</b>			
Die Studierenden sind fähig, eine anspruchsvolle Themenstellung der IFRS-Rechnungslegung zu bearbeiten, zu präsentieren und in der Diskussion zu vertreten. Sie erkennen die Zusammenhänge zu anderen IFRS Standards sowie Gemeinsamkeiten und Unterschiede zur HGB-Rechnungslegung.			
<b>Ø Kenntnisse und Fertigkeiten bezogen auf Systeme</b>			
Den Studierenden lernen einen oder mehrere IFRS-Standards zu erarbeiten und vorlesungsgerecht aufzubereiten.			
<b>Ø Fertigkeiten bezogen auf die Selbstorganisation</b>			
Fertigkeiten bezogen auf Selbstorganisation werden durch individuelle Einübung der Methoden und Ausrichtung des eigenen Handelns in der Veranstaltung sowie danach erworben.			
<b>Ø Fertigkeiten und Kompetenzen bezüglich des Umgangs mit Anderen</b>			
Durch den inhaltlichen Vortrag (auch mit Bezug zu einem konkreten Unternehmen) sollen in der anschließenden Fragerunde die Studierenden zur konstruktiven Diskussion herangeführt werden.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b>			
Erstellung und Durchführung einer Präsentation zu aktuellen Themen auf dem Gebiet der internationalen Rechnungslegung nach IFRS mit konkretem Bezug auf einen veröffentlichten Unternehmensabschluss. Die Themen der Referate werden jeweils zu Beginn des Semesters ausgegeben			
<b>Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b>			
Die Veranstaltung wird mit einer Kick-Off-Veranstaltung gestartet. Hierbei werden die Themen an die Studierenden ausgegeben. Die Studierenden erhalten wöchentlich die Möglichkeit die Gliederung sowie die Inhalte mit dem Professor zu besprechen. Gegen Semesterende halten die Studierenden die Referate zu ihren Themen.			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b>			
In Abhängigkeit von den jeweils ausgegebenen Themen werden zu Semesterbeginn auch die wichtigsten Literaturquellen benannt			
<b>Besonderes</b>			

Die Teilnahme an der Veranstaltung Bilanzanalyse und Finanzierungsoportunitäten (101-049-02) ist verpflichtend.

### Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 1,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 11,2 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 7,5 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 5,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-118	<b>Modulbezeichnung</b> 101-118 NUF/CF Nachhaltigkeitssteuerung und -reporting
------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierenden wissen, wie die Steuerung der Nachhaltigkeit strategisch, operativ und organisatorisch in die Unternehmenssteuerung integriert und in der Praxis umgesetzt werden kann. Weiterhin verstehen sie die Anforderungen an ein modernes Nachhaltigkeits-Performance-Management und kennen die Praxis des Nachhaltigkeitsreporting.
<b>Inhalte</b> - strategische, operative und organisatorische Nachhaltigkeitssteuerung - Nachhaltigkeits-Performance-Management in Unternehmen - Nachhaltigkeits-Berichterstattung
<b>Lehr-/Lernformen</b>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Es werden nur die Inhalte des Grundstudiums vorausgesetzt.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Keine besondere Vorbereitung erforderlich.

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Dieses Modul ist vor allem für Studierende der Vertiefungsprogramme "Nachhaltige Unternehmensführung" und "Controlling" geeignet, es bietet eine Brücke zwischen diesen beiden Bereichen.
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b> Das Modul adressiert wesentliche Bereiche nachhaltiger Entwicklung mit Blick auf Unternehmen, mit Schwerpunkt im Bereich Unternehmenssteuerung, Controlling und Berichterstattung.
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Klausur (90 Minuten)	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Robert Gabriel		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b> Prof. Dr. Ulrich Sailer		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Sommersemester	<b>Dauer</b> Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b>	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 105,0 Std. / 70,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 0,0 Std. / 0,0 %

## Ausgestaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
101-118-01	Nachhaltigkeitssteuerung
101-118-02	Sustainability Performance Management & Reporting

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-118-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Nachhaltigkeitssteuerung
---------------------------	----------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierenden wissen, wie die Steuerung der Nachhaltigkeit strategisch, operativ und organisatorisch in die Unternehmenssteuerung integriert und in der Praxis umgesetzt werden kann.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> <b>Inhalte</b> <b>1. Grundlagen nachhaltigen Wirtschaftens</b> 1.1 Fakten zur Nachhaltigkeit 1.2 EN-ROADS-Workshop 1.3 Begriffe und Inhalte der Nachhaltigkeit 1.4 Begründung der Nachhaltigkeit <b>2. Grundlagen betrieblicher Nachhaltigkeit</b> 2.1 Langfristige Wertsteigerung und Nachhaltigkeit 2.2 Nachhaltigkeit in der Unternehmenspraxis 2.3 Organisatorische Integration der Nachhaltigkeit <b>3. Betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement</b> 3.1 Normatives Nachhaltigkeitsmanagement 3.2 Strategisches Nachhaltigkeitsmanagement 3.3 Nachhaltigkeit messen 3.4 Operatives Nachhaltigkeitsmanagement			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Vorlesung mit Übung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Veranstaltung mit Planspiel, Fallstudien, Praxisbeispielen			

**Literatur/Lehrmaterial**

Vorlesungsskript, weiteres Material wird in neo zur Verfügung gestellt

- Sailer, U.: Nachhaltigkeitscontrolling, 3. Auflage, Konstanz/ München 2020
- Ernst, D./ Sailer, U./ Gabriel, R. (Hrsg.): Nachhaltige Betriebswirtschaftslehre, 2. Auflage, 2021

**Besonderes****Organisation**

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 52,5 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 0,0 Std.

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-118-02	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Sustainability Performance Management & Reporting
---------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Students understand the requirements of sustainability performance management in companies, and they learn the most relevant approaches that are currently used. Based on application examples, they understand which tools are being applied in practice, and they hear about the challenges in implementation. Further, they learn the basics of sustainability reporting and see how companies have integrated this approach in their processes.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> - Sustainability requirements for companies - Sustainability performance management in companies - Corporate sustainability performance - Product sustainability performance - Sustainability Reporting			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Vorlesung mit Übung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Lecture with discussions, examples, videos, case studies and software demonstrations.			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> Will be announced at the beginning of the class.			
<b>Besonderes</b> Class in english, pretty interactive, includes software demonstrations			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Englisch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 52,5 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 0,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-159	<b>Modulbezeichnung</b> 101-159 CF/DBM-P Business Analytics
------------------------	----------------------------------------------------------------

### Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p><b>Qualifikationsziele</b></p> <p>Die Studierenden sind fähig, in Zusammenarbeit mit Unternehmen für praktische Herausforderungen evidenzbasierte Lösungen zu erarbeiten. Sie verstehen sowohl die fachlichen als auch die überfachlichen Anforderungen, um die Akzeptanz für die Lösungsvorschläge zu gewinnen. Sie erlernen den Umgang mit unternehmerischen Fragestellungen, deren betriebswirtschaftliche Bewertung unter der Nutzung Business Analytics Methoden, die Entwicklung und Bewertung von Lösungsvorschlägen und die zielgruppengerechte Präsentation der Erkenntnisse.</p>
<p><b>Inhalte</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unternehmerische Fragestellung kennen lernen</li> <li>• Einsatz von Business Analytics in der Praxis kennenlernen</li> <li>• Projektmanagement</li> <li>• Analyse der Ausgangslage, eigene Recherche</li> <li>• Konzeptentwicklung und Abstimmung mit dem Praxispartner</li> <li>• Entwicklung eines Business Analytics Prototypen</li> <li>• Präsentation der Ergebnisse</li> <li>• Feedback</li> </ul>
<p><b>Lehr-/Lernformen</b></p>

### Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	BWL-Kenntnisse aus dem Grundstudium, GRundkenntnisse aus Empirische Methoden I + II, Anwenderkenntnisse MS Excel
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	abhängig vom jeweiligen Thema

### Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Durch das Format des Praxisprojekts werden sowohl Inhalte aus anderen Veranstaltungen benötigt als auch Impulse für andere Module gesetzt.
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

### Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<p><b>Inhalte</b></p> <p>Die ist von der jeweiligen Fragestellung des Projektgebers abhängig.</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Studienarbeit	100 %

### Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. oec. Sebastian Moll		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> keine Angabe	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> keine	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 0,0 Std. / 0,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 0,0 Std. / 0,0 %

### Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
-------------	------------------------------------

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-177	<b>Modulbezeichnung</b> 101- 177 Controlling Projekt
------------------------	---------------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierenden sind erfahren in der Durchführung eines praktischen Projekts und können, in enger Abstimmung mit einem Praxispartner, zielgerichtet die Fragestellungen bearbeiten.
<b>Inhalte</b> Es wird ein praktisches Projekt mit dem Schwerpunkt Innovationen bearbeitet.
<b>Lehr-/Lernformen</b>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Kenntnisse der Grundlagenveranstaltung zum Controlling
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Grundkenntnisse zum Projektmanagement

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b> Innovationen sind ein wesentlicher Hebel um Unternehmen nachhaltiger zu entwickeln.
-------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Studienarbeit	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Ulrich Sailer		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b> Serge Reit		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b>

<b>Zulassungsvoraussetzung</b> keine	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 0,0 Std. / 0,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 0,0 Std. / 0,0 %

### Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
-------------	------------------------------------

---

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 102-xxx	<b>Modulbezeichnung</b> Vertiefungsstudium – Finanzdienstleistungen
------------------------	------------------------------------------------------------------------

Gewählt werden können alle Verfügbaren Module (mit 6 ECTS) aus IFB im 5. Und 7. Semester

Die Modulbeschreibungen befinden sich hier unter dem aktuellen Modulhandbuch IFB:

<https://www.hfwu.de/studium/studienangebot/internationales-finanzmanagement/#c90549>

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-174	<b>Modulbezeichnung</b> 101-174 IHL/DBM Strategisches Produktions- und Innovationsmanagement
------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierende sollen in die Lage versetzt werden, strategische und taktische Fragestellung des Produktionsmanagement sowie des Innovationsmanagements mit wissenschaftlichen Methoden zu analysieren und Lösungen hierfür zu erarbeiten.
<b>Inhalte</b> siehe unten.
<b>Lehr-/Lernformen</b>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Begriffe und Grundzusammenhänge der industriellen Produktion sowie für Innovationsthemen.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Zulassung zum Hauptstudium

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Vielfältige Anknüpfungspunkte zu Themen des strategischen Managements, des Supply Chain Managements und des Marketings.
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b>
----------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer	Anteil in %
Klausur (60 Minuten)	65 %
Referat/Präsentation	35 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Christoph Zanker
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>

<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Wintersemester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> keine besonderen Voraussetzungen	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 0,0 Std. / 0,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 0,0 Std. / 0,0 %

### Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
	Industrie- und Serviceinnovation

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Industrie- und Serviceinnovation
-------------	------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierende sollen in die Lage versetzt werden, strategische und taktische Fragestellung des Produktionsmanagement sowie des Innovationsmanagements mit wissenschaftlichen Methoden zu analysieren und Lösungen hierfür zu erarbeiten.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> Vertieft werden die folgenden Themenbereiche: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategisches Produktionsmanagement: Marktorientierte Sicht, ressourcenorientierte Sicht, Prozessmanagement.</li> <li>• Digitalisierung der industriellen Wertschöpfung/Industrie 4.0</li> <li>• Planung und Gestaltung von Innovationsprozessen im Betrieb: Grundbegriffe, Arten, Innovationsprozess, Synergieeffekte, Kompetenze</li> <li>• Produktinnovationen: Grundbegriffe, Arten, Modi</li> <li>• Technische Prozessinnovationen: Grundbegriffe, Arten, Vernetzung von Technologien, Technologie-Portfolio, Technologie-Roadmaps</li> <li>• Industrielle Geschäftsmodelle (Hybride Geschäftsmodelle)</li> <li>• Globale Produktions- und Innovationsnetzwerke</li> </ul>			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Projekt, Vorlesung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaktive Vorlesung mit Beispielen und eingestreuten Übungen (65%)</li> <li>• Forschendes Lernen in Gruppenarbeit (Bearbeitung von Real-UseCases und Präsentation der Ergebnisse) (35%)</li> </ul>			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> Wird in der Vorlesung angegeben.			
<b>Besonderes</b> Fallweise Vortrag von Gastreferent und/oder Exkursion			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 4,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
-------------------------------	----------------------------------	-----------------------------------------------	---------------------------

<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 0,0 Std.	<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 0,0 Std.
-------------------------------------	-----------------------------------------------------	------------------------------------------------

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-178	<b>Modulbezeichnung</b> 101-178 IHL Einkaufs- und Beschaffungsmanagement
------------------------	-----------------------------------------------------------------------------

### Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierenden werden in die Lage versetzt, strategische, taktische und operative Fragestellungen des Beschaffungsmanagements mit wissenschaftlichen Methoden zu analysieren und praxisorientierte Lösungen zu entwickeln. Sie verstehen die Bedeutung der Beschaffung für den Unternehmenserfolg sowie deren Rolle im Zusammenspiel mit anderen Unternehmensfunktionen. Sie können Beschaffungsstrategien zielgerichtet ableiten, Sourcing-Konzepte bewerten, Lieferanten strukturieren und wesentliche Methoden wie Bedarfsanalyse, Nutzwertverfahren oder Portfolioansätze anwenden. Darüber hinaus erlernen sie die systematische Vorbereitung und Durchführung von Einkaufsverhandlungen und sind in der Lage, spieltheoretische Ansätze zur Entscheidungsunterstützung im Beschaffungskontext einzuordnen und anzuwenden.	
<b>Lehr-/Lernformen: Vorlesung und Gruppenreferat zu ausgewählten Themen</b>	
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	
<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Das Themengebiet Beschaffungsmanagement stellt übergreifende Funktionen in der Betriebswirtschaftslehre dar. Um das notwendige Grundverständnis zur Erlangung der hier vermittelten Kenntnisse und Kompetenzen mitzubringen, ist die Erlangung der Qualifikationsziele insb. aus den verwandten vorangegangenen Modulen (Grundlagen BWL, insbesondere Beschaffung und Produktion) aber auch aus den fachspezifischen betriebswirtschaftlichen Modulen Voraussetzung.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Vgl. die Literaturangaben bzw. Hinweise der einzelnen Lehrveranstaltungen
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	
<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Das Modul ergänzt die Angebote des Moduls aus dem Programm „Industrie, Handel, Logistik“
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	
<b>Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung</b>	
<b>Inhalte</b> In der Lehrveranstaltung „Beschaffungsmanagement“ (VI.5.4.1) werden potenzielle Zielkonflikte zwischen ökonomischen, ökologischen und sozialen Zielsetzungen thematisiert. Anhand von Übungen erleben die Studierenden, wie traditionelle Beschaffungskonzepte bei Erweiterung des ökonomischen Zielsystems um ökologische und soziale Ziele teilweise infrage gestellt werden.	

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
K45+ StA	60/40

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Sabine Biege		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b>	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 80,0 Std. / 53,3 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 25,0 Std. / 16,7 %

## Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-133-01	Beschaffungsmanagement Vorlesungsteil Prof. Biege

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-133-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Beschaffungsmanagement
---------------------------	--------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

### Qualifikationsziele

Die Studierenden werden in die Lage versetzt, strategische, taktische und operative Fragestellungen des Beschaffungsmanagements mit wissenschaftlichen Methoden zu analysieren und praxisorientierte Lösungen zu entwickeln. Sie verstehen die Bedeutung der Beschaffung für den Unternehmenserfolg sowie deren Rolle im Zusammenspiel mit anderen Unternehmensfunktionen.

Sie können Beschaffungsstrategien zielgerichtet ableiten, Sourcing-Konzepte bewerten, Lieferanten strukturieren und wesentliche Methoden wie Bedarfsanalyse, Nutzwertverfahren oder Portfolioansätze anwenden. Darüber hinaus erlernen sie die systematische Vorbereitung und Durchführung von Einkaufsverhandlungen und sind in der Lage, spieltheoretische Ansätze zur Entscheidungsunterstützung im Beschaffungskontext einzuordnen und anzuwenden.

Wissen

Kenntnisse

Fertigkeiten

Kompetenzen

### Inhalte

- Strategisches Beschaffungsmanagement: Einkaufsstrategie als Funktionalstrategie, Make-or-Buy-Entscheidungen, Materialgruppenstrategien, globale und lokale Sourcing-Konzepte.
- Lieferantenmanagement und Lieferantenbewertung: Auswahl, Bewertung und Entwicklung von Lieferanten; Portfolioansätze, Lieferantenaudits, Integration in die Wertschöpfungskette.
- Verhandlungsführung in der Beschaffung: Systematische Vorbereitung und Durchführung von Preis- und Vertragsverhandlungen; taktische und strategische Ansätze; Einbindung rechtlicher Rahmenbedingungen.
- Spieltheorie in der Beschaffung: Anwendung spieltheoretischer Modelle (z. B. Auktionen, Preisverhandlungen, Kooperationsspiele) zur fundierten Entscheidungsfindung und Verhandlungsunterstützung.
- Beschaffungsprozesse und -methoden: Bedarfsermittlung, Angebotsmanagement, Preis- und Wirtschaftlichkeitsanalysen, Nutzwertanalyse, operative Prozessgestaltung.
- Digitale Beschaffung und E-Procurement: Plattformen, Automatisierung, Datenmanagement und der Einsatz künstlicher Intelligenz im Einkauf.
- Nachhaltigkeit und Risiko in der Beschaffung: ESG-Anforderungen, Lieferkettengesetze, resiliente Strategien zur Risikominimierung und Versorgungsabsicherung.
- Fallstudien und Praxisprojekte: Analyse realer Beschaffungsentscheidungen, Präsentationen, Diskussion von Best Practices.

<b>Lehr-/Lernformen</b> Vorlesung und Gruppenreferat zu ausgewählten Themen
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Vorlesung und interaktive Übungen, Rechenbeispiele, Verhandlungssimulation, Auktionen
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> Wird in der Vorlesung angegeben.
<b>Besonderes</b> Vorträge aus der Unternehmenspraxis

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 40,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 15,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-134	<b>Modulbezeichnung</b> 101-134 IHL Gestaltung von Produktionssystemen
------------------------	---------------------------------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Übergeordnete Ziele des Moduls bestehen darin, dass die Studierenden im Themengebiet Materialfluss einschließlich der logistischen Grundfunktionen relevante Begriffe und Zusammenhänge kennen und aktiv in realer Aufgabenstellung anwenden können.
<b>Inhalte</b> Gegenstand der Betrachtung sind Struktur und Ablaufsteuerung im Materialflusssnetzen, die Gestaltung der logistischen Grundfunktionen und konkrete Anwendungen in Industriebetrieben
<b>Lehr-/Lernformen</b>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	keine besonderen Voraussetzungen
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	inhaltlich Nähe zu IHL-1, IHL-2 und IHL-4
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b> An den entsprechenden inhaltlichen Stellen wird auch auf Aspekte von Nachhaltigkeit eingegangen. Es werden aber vor allem ökonomische und technische Aspekte behandelt.
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Klausur (90 Minuten)	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Christoph Zanker
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>

<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Sommersemester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b>	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 0,0 Std. / 40,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 0,0 Std. / 30,0 %

### **Ausgestaltung**

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-134-01	Vorlesung mit Übungen: Materialfluss

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-134-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Vorlesung mit Übungen: Materialfluss
---------------------------	----------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Grundbegriffe und Zusammenhänge (siehe unten) werden erläutert und teilweise anhand von eingestreuten Übungen gefestigt. Die Studierenden sollen später in der Lage sein, logistische System verstehen und auch entwerfen zu können.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> 1. Einführung: Logistik, Netzplantechnik 2. Gestaltung und Optimierung von Materialflussnetzen 3. Layoutplanung 4. Planung und Gestaltung von globalen Produktionsnetzwerken			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Vorlesung mit Übung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Interaktive Vorlesung mit Beispielen und eingestreuten Übungen. Die Grundbegriffe der jeweiligen Thematik werden anhand praktischer Beispiele erläutert.  Neben den Grundbegriffen werden grundlegende Konzepte erörtert - Alternativen werden bzgl. möglicher Vor- und Nachteile diskutiert – Übungen werden eingestreut.			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> Umfangreiches Skript incl. Übungsaufgaben mit Lösungen  Literatur wird im Skript angegeben			
<b>Besonderes</b> Fallweise Vortrag von Gastreferent und/oder Exkursion			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 4,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 0,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 0,0 Std.

---

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-172	<b>Modulbezeichnung</b> 101-172 IHL Logistics Management
------------------------	-------------------------------------------------------------

### Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p><b>Qualifikationsziele</b></p> <p>The main objective of the module is to enable students to understand and apply the key strategic, operational and legal aspects and methods of logistics management. In addition, they should be able to transfer this knowledge to practical issues and apply it concretely, and students should acquire a comprehensive understanding of the logistics function in companies as well as practical skills.</p> <p><b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Fach</b></p> <p>In addition to the objectives, tasks, processes, players and instruments of distribution logistics, these include, above all, the possibilities of designing distribution systems and networks for industrial, retail and logistics companies as well as the evaluation of these design options based on multidimensional target systems of logistics and networks for industrial, retail and logistics companies and the evaluation of these design options on the basis of multidimensional logistics target systems.</p> <p><b>Kenntnisse und Fertigkeiten bezogen auf Systeme</b></p> <p>Students will be able to formulate target systems and constraints for specific issues in logistics (e.g. location planning for distribution warehouses) and develop solution spaces for these planning problems using heuristic approaches.</p> <p><b>Fertigkeiten bezogen auf die Selbstorganisation</b></p> <p>Students independently process the content of the lecture and practise the methods on given tasks. They work on partial aspects and special cases from the literature.</p> <p><b>Inhalte/Contents</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Basics (definition, development, delimitation and tasks)</li><li>- Strategic and operational logistics management</li><li>- Procurement logistics</li><li>- Internal logistics (inbound/outbound)</li><li>- Distribution logistics</li><li>- Disposal logistics</li><li>- Sustainability in logistics</li><li>- Digitalization and information flows</li></ul>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Logistics management is a cross-sectional topic in business administration. In order to gain the necessary basic understanding to acquire the knowledge and skills imparted here, it is necessary to have acquired the qualification objectives, in particular from related previous modules (Fundamentals of Business Administration) but also from the subject-specific business administration modules.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Cf. the literature references and notes for the individual courses

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	The module complements the modules offered in the program "Industry, trade, logistics"
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b>
Logistics management has a significant connection to sustainability, as it plays a central role in reducing environmental pollution and promoting social and economic responsibility. Students learn about the three aspects of sustainability (economic, ecological and social) in relation to logistics and understand the prevailing conflict of objectives.

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer	Anteil in %
Klausur (90 Minuten)	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Sabine Biege		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b> keine		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b>	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		

<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 85,0 Std. / 56,7 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 20,0 Std. / 13,3 %
----------------------------------------------	---------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------

### **Ausgestaltung**

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-135-01	Logistikmanagement - Logistics Management

---

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-135-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Logistikmanagement
---------------------------	----------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>  Students will be able to understand and apply the core principles, systems, and processes of logistics in a business context. They will develop the ability to critically evaluate logistics concepts and use methods to design efficient, responsive, and sustainable logistics solutions. They will gain familiarity with key logistics functions (transport, storage, handling, order picking). Students will be able to assess different transport modes, warehouse types, and logistics services in terms of cost, quality, and sustainability. Furthermore, students will develop competencies in logistics planning, network design, and the analysis of logistical value creation. They will be able to recognize the impact of megatrends (e.g., sustainability, digitalization, globalisation) on logistics systems and propose adequate responses. Case studies, group exercises, and simulations (e.g., Beer Distribution Game) foster skills in data analysis, teamwork, and strategic thinking.
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<b>Lehr-/Lernformen</b> Lecture
------------------------------------

<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Interactive lecture with examples and exercises, lectures from guest lecturers from the industry
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<b>Literatur/Lehrmaterial</b>  At lecture  Logistics : Basics — Exercises — Case Studies by Harald Gleissner, J. Christian Femerling
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<b>Besonderes</b> Presentations from Business Practice & Excursions
------------------------------------------------------------------------

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 4,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Englisch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 85,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 20,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-136	<b>Modulbezeichnung</b> 101-136 IHL Supply Chain Management
------------------------	----------------------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierenden vertiefen ihr Wissen zu unternehmensübergreifenden Wertschöpfungsketten in Industrie und Handel. Sie sind in der Lage, strategische Handlungsoptionen zu analysieren und in entsprechenden Projekten aktiv mitzuwirken. Zudem kennen sie geeignete Steuerungskonzepte und können diese mithilfe moderner Softwaresysteme umsetzen.  Darüber hinaus erwerben die Studierenden anhand einer integrierten betriebswirtschaftlichen Softwarelösung (SAP) praxisnahe Handlungskompetenz im professionellen Einsatz von Unternehmenssoftware.
<b>Inhalte</b> Die Studierenden lernen, unternehmensübergreifende Wertschöpfungsketten ganzheitlich zu betrachten und typische Planungsszenarien einzuordnen. Dabei werden auch bewährte Referenzprozesse wie das SCOR-Modell oder CPFR vertieft behandelt. Im praktischen Teil erarbeiten sich die Studierenden den Umgang mit aktueller betriebswirtschaftlicher Software (z. B. SAP R/3), um diese Konzepte professionell umzusetzen.
<b>Lehr-/Lernformen</b>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Kenntnisse in Logistik und Produktion, Optimierung von Prozessen, SAP Grundkenntnisse
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Vgl. die Literaturangaben bzw. Hinweise der einzelnen Lehrveranstaltungen

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Produktionsmanagement und Logistik beleuchten die Supply-Chain aus Sicht des Einzelunternehmens, während die SCM-Veranstaltung den Gesamtzusammenhang über mehrere Stufen betont.
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b> In der Gestaltung der Supply-Chain ist die Nachhaltigen Entwicklung immer eine Gestaltungsdimension, so dass die Studierenden erkennen, welche Maßnahmen diesem Ziel Rechnung tragen.
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer	Anteil in %
Klausur (60 Minuten)	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Sabine Biege		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Wintersemester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> keine	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 87,0 Std. / 58,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 18,0 Std. / 12,0 %

## Ausgestaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
101-136-01	Grundlagen des SCM
101-136-02	SAP im SCM

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-136-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Grundlagen des SCM
---------------------------	----------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<p><b>Qualifikationsziele</b></p> <p><b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Fach</b> Die Studierenden erwerben grundlegende fachliche und methodische Kenntnisse, um unternehmensübergreifende Wertschöpfungsketten zu gestalten, zu steuern und zu optimieren. Sie lernen, zentrale Konzepte, Instrumente und Ansätze des Supply Chain Management an deren Auswirkungen auf Effizienz, Resilienz und Nachhaltigkeit fundiert zu bewerten.</p> <p><b>Systemische Kenntnisse und Fertigkeiten</b> Die Studierenden verstehen den Aufbau und die Funktionsweise von Supply Chains als komplexe, dynamische Netzwerke aus Mensch Organisationen, technischen Systemen und Informationsflüssen. Sie sind in der Lage, dieses Zusammenspiel erfolgreich zu analysieren Maßnahmen zur Verbesserung von Kooperation, Koordination und Performance innerhalb der Wertschöpfungskette zu entwickeln.</p> <p><b>Fertigkeiten und Kompetenzen im Umgang mit Anderen</b> Die Studierenden entwickeln soziale und kommunikative Kompetenzen für die erfolgreiche Zusammenarbeit in unternehmensübergreifende Wertschöpfungsnetzwerken. Sie lernen, unterschiedliche Interessenlagen von Stakeholdern zu erkennen und konstruktiv in Entscheidung einzubringen. Durch Gruppenarbeiten und Fallstudien üben sie, in internationalen und interdisziplinären Teams gemeinsam Lösungen z und umzusetzen</p>
<p><b>Inhalte</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Grundlagen, Ziele und Erfolgsfaktoren des Supply Chain Management sowie Abgrenzung zur innerbetrieblichen Logistik</li><li>• Planung, Gestaltung und Steuerung unternehmensübergreifender Wertschöpfungsnetzwerke, einschließlich Standort- und Netzwerkplanung</li><li>• Strategien und Methoden zur Koordination und Integration von Akteuren innerhalb der Supply Chain (z. B. Kooperation, Partnerschaften, Informationsflüsse)</li><li>• Supply Chain Controlling und Performance Management, inklusive Kennzahlen und SCOR-Modell</li><li>• Risiko-, Nachhaltigkeits- und Resilienzmanagement in globalen Lieferketten</li><li>• Digitalisierung in der Supply Chain, etwa durch Plattformen, KI, IoT und Blockchain</li><li>• Fallstudien, Simulationen und Praxisprojekte zur Anwendung und Vertiefung der Inhalte</li></ul>
<p><b>Lehr-/Lernformen</b></p> <p>Vorlesung</p>
<p><b>Lehr-/Lernmethoden</b></p> <p>Vorlesung und interaktive Übungen</p>
<p><b>Literatur/Lehrmaterial</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Wird in der Vorlesung bekannt gegeben</li></ul>

---

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 77,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 18,0 Std.

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-136-02	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> SAP im SCM
---------------------------	--------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
<b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Fach:</b> Die Studierenden lernen wesentliche fachliche und methodische Aspekte eines modernen Informationssystems für die Unterstützung von Aufgaben in der Supply-Chain.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> Die Konzepte der SAP-Softwarefamilie für operative, dispositive und strategische SCM-Aufgaben werden in der Präsenzveranstaltung vorgestellt und darauf aufbauend im System an Hand von Fallstudien eingeübt, so dass die Studierenden einen Überblick über die mögliche Softwareunterstützung der Supply-Chain haben und so in entsprechenden Projekten direkt wesentliche Beiträge liefern können.			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Vorlesung mit Übung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> 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. Interaktive Vorlesung (Erarbeitung vieler Sachverhalt durch Diskussion im Plenum) unter Verwendung zahlreicher praktischer Beispiele			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> Auswahl aus den Lehrunterlagen der SAP			
<b>Besonderes</b>			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 1,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 11,2 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 10,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 0,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b>	<b>Modulbezeichnung</b>
101-114	101-114 MKT/IHL/DBM Multi-Channel-Retailing

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierenden verstehen die Funktionen und die Position(en) des Handels in der Wertschöpfungskette. Sie kennen typische Fragestellungen im Management und Marketing von Multi-Channel-Geschäftsmodellen und können diese mithilfe einschlägiger Methoden und Instrumente lösen. Dabei sind sie im Rahmen von Fallstudien in der Lage, zwischen unterschiedlichen Bedingungs-lagen zu unterscheiden, zu entsprechend differenzierten Lösungen zu gelangen sowie diese zu bewerten.
<b>Inhalte</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Grundlagen Retail-Management</li><li>• Geschäftsmodellanalyse zu Fallbeispielen im Multi-Channel-Retailing (Methode: Business Model Canvas)</li><li>• Vertiefungen zu den Themen "Nachhaltigkeit" und "Digitalisierung"</li><li>• Case Study: "Multi-Channel-Retailing" bei der Porsche AG (Lehrbeauftragter / Exkursion geplant)</li></ul>
<b>Lehr-/Lernformen</b>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Es werden keine Kenntnisse vorausgesetzt, die über die im Grundlagenstudium in den ersten vier Semestern erworbenen Kompetenzen hinausgehen.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	keine

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Teil der Vertiefungsprogramme "Marketing", „Industrie/Handel/Logistik“ sowie "Digital Business & Management"
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b> Die Nachhaltigkeit in Multi-Channel-Geschäftsmodellen wird vertiefend behandelt und ist auch Gegenstand eines Teils der Studienarbeit.
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Studienarbeit	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Dirk Funck		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b> Lehrbeauftragter Felix Raitelhuber (Porsche AG)		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Sommersemester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> Es werden keine Kenntnisse vorausgesetzt, die über die im Grundlagenstudium in den ersten vier Semestern erworbenen Kompetenzen hinausgehen.	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 55,0 Std. / 36,7 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 50,0 Std. / 33,3 %

## Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-114-01	Multi-Channel-Retailing

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-114-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Multi-Channel-Retailing
---------------------------	---------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
<b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Fach</b>			
<p>Die Studierenden erkennen, welche Fragen bei der Führung von Multi-Channel-Geschäftsmodellen vor dem Hintergrund der aktuellen Herausforderungen (insbesondere Digitalisierung und Nachhaltigkeit) auftreten. Die Studierenden sind in der Lage, fundierte Entscheidungen zu Geschäftsmodellen im Multi-Channel-Handel zu treffen, zu begründen und zu bewerten.</p>			
<b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen bezogen auf Systeme</b>			
<p>Die Studierenden gewinnen Einblick in den Zusammenhang zwischen den spezifischen Anforderungen und Fragen der Führung von Multi-Channel-Vertriebskonzepten und der Rolle, welche diese innerhalb der gesamten Volkswirtschaft übernehmen. Sie erkennen, dass nur solche Konzepte erfolgversprechend sind, die einen in der Gesamtwirtschaft bestehenden Bedarf unter Beachtung des Wettbewerbsumfeldes und der gesellschaftlichen Anforderungen befriedigen.</p>			
<b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen der Selbstorganisation</b>			
<p>Die Studierenden befassen sich selbstständig mit der Literatur zum Multi-Channel-Management. Sie sind in der Lage, diese in Verbindung mit den Vorlesungsinhalten zu bringen und zu erkennen, wie Entscheidungen in Multi-Channel-Systemen konzeptionell schlüssig und kontextabhängig getroffen und bewertet werden können.</p>			
<b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Umgang mit Anderen</b>			
<p>Die Studierenden diskutieren in der Lehrveranstaltung in der gesamten Gruppe und mit Referenten aus der Praxis sowie ggf. im Rahmen von Exkursionen über unterschiedliche Fragen der Entscheidungsfindung in Multi-Channel-Systemen. Sie können ihre Auffassungen artikulieren und im Disput mit gegenteiligen Meinungen – auch von erfahrenen Praktikern – vertreten. Im Rahmen von Gruppenaufgaben und Präsentationen werden Lösungen im Team erarbeitet und vorgestellt.</p>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b>			
1. Grundlagen Multi-Channel-Retailing			
2. Das Business Model Canvas als Analyserahmen			
2. Marktanalyse: Wettbewerbssituation / Verbraucherverhalten / Digitalisierung			
3. Ziele und CSR - Vertiefung "Nachhaltigkeit im Multi-Channel-Handel"			

4. Typologie der Kanäle: stationär, online & hybrid (multichannel vs. omnichannel)
5. Vertiefung: Digitalisierung von Wertschöpfungsketten
5. Das Marketinginstrumentarium im Multi-Channel-Handel
6. Partner, Prozesse, Ressourcen: Basis der Leistungserstellung im Multi-Channel-Handel
7. Controlling: G&V und zentrale Kennzahlen zur Steuerung von Multi-Channel-Systemen
8. Case-Study "Multi-Channel-Strategie der Porsche AG"
<b>Lehr-/Lernformen</b> Vorlesung, Seminar
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Vortrag des Dozenten, Fallstudien, Gastreferenten, Exkursion und Teilnahme an Tagungen, Diskussionen, Gruppenarbeiten.
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> <b>Literaturhinweise erfolgen in der Veranstaltung.</b>
<b>Besonderes</b> Exkursionen zum Fallunternehmen Porsche AG ist geplant

**Organisation**

<b>Präsenz in SWS</b> 4,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 55,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 50,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-137	<b>Modulbezeichnung</b> 101-137 IHL Innovative B2B-Geschäftsmodelle
------------------------	------------------------------------------------------------------------

### Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p><b>Qualifikationsziele</b></p> <p><u>Aufbau eines fundierten Verständnisses über die Gestaltungsfelder und Wirkmechanismen hybrider B2B-Geschäftsmodelle:</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Konzeptionelles und theoretisches Verständnis von hybriden B2B-Geschäftsmodellen, Servitization und Innovation</li><li>• Wissen, welchen Einfluss digitale Technologien auf hybride Geschäftsmodelle haben</li><li>• Fähigkeit, die Wirkmechanismen hybrider B2B-Geschäftsmodelle zu verstehen</li><li>• Fähigkeit, hybride B2B-Geschäftsmodelle (Real Fallstudien aus der Praxis) verorten und bewerten zu können.</li></ul> <p><u>Aufbau von Fähigkeiten für die systematische Entwicklung von innovativen B2B-Geschäftsmodellen in Industrieunternehmen:</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Sicherer Umgang mit Methoden und Instrumenten zum Design/Engineering innovativer hybrider B2B-Geschäftsmodelle</li><li>• Sicherer Umgang mit Methoden zur Bewertung hybrider B2B-Geschäftsmodelle</li><li>• Fähigkeit, einen eigenen Business Plan für ein B2B-Geschäftsmodell entwickeln zu können.</li></ul>
<p><b>Inhalte</b></p> <p>Das Modul befasst sich mit hybriden B2B-Geschäftsmodellen (Kombination aus physischem Gut und immaterieller Dienstleistung im B2B-Umfeld) und besteht aus zwei Kernelemente:</p> <p><u>A) Management von hybriden Geschäftsmodellen und B) Design und Engineering hybrider Geschäftsmodelle</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Konzeptionelle Grundlagen hybride B2B-Geschäftsmodelle (Logik, Wirkmechanismen)</li><li>• Empirische Bedeutung hybrider Geschäftsmodell und mögliche Entwicklungspfade</li><li>• Einfluss digitaler Technologien auf die Entwicklung und Umsetzung hybrider Geschäftsmodelle</li><li>• Konzeptionelles Verständnis über Handlungsfelder</li><li>• Management und Organisation hybrider B2B-Geschäftsmodelle</li></ul> <p><u>B) Design und Engineering hybrider B2B-Geschäftsmodelle</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Methoden zum Design/Engineering</li><li>• Systematischer Engineering-Prozess (Von der Idee zur Marktimplementierung)</li><li>• Grundlagen Business Plan mit Fokus auf hybride B2B-Geschäftsmodelle</li><li>• Schnittstellen Produktentwicklung, Service-Entwicklung, Innovationsmanagement, Business Development</li></ul>
<p><b>Lehr-/Lernformen</b></p>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	keine

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Zusammenhang zu 101-132 "Strategisches Produktions- und Innovationsmanagement".
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b>
Das Modul adressiert einen der zentralen Trends im Industriesektor, die Immaterialisierung des Leistungsangebots.

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Klausur (45 Minuten)	50 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Christoph Zanker		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b> Dr. Christian Lerch		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Sommersemester	<b>Dauer</b> Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b>	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 0,0 Std. / 0,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 0,0 Std. / 0,0 %

## Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
-------------	------------------------------------

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-168	<b>Modulbezeichnung</b> 101-168 NUF/IHL-P Social Entrepreneurship & Social
------------------------	-------------------------------------------------------------------------------

### Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Adressiert werden die Nachhaltigkeitskompetenzen: <ul style="list-style-type: none"><li>• Systemdenken</li><li>• Zukunftsorientierung</li><li>• Wertebasiertes Denken und Handeln</li><li>• Strategisches Denken</li><li>• Zusammenarbeit</li></ul>
<b>Inhalte</b> Co-Kreation von Sozialen Innovationen oder Geschäftsmodellen für Sozialunternehmen mit ausgewählten lokalen bzw. regionalen Akteuren. Das Ziel ist es, Beiträge zur nachhaltigen Entwicklung in der Stadt/Region zu leisten und einen realen Lernraum für die Projektarbeit der Studierenden zu schaffen. Dieses geschieht in Projekten mit den Akteuren vor Ort (Stadtverwaltung, Gewerbetreibende, Interessengemeinschaften, Bürger, Stadtteile etc.). Mögliche Projektthemen und Ergebnisse sind: <ul style="list-style-type: none"><li>• Marktanalysen</li><li>• Zukunftstories</li><li>• Konzepte</li><li>• Modelle &amp; Pläne (Gestaltung)</li><li>• Geschäftsmodelle / Businesspläne</li><li>• Interventionen und Events</li><li>• Soziales Kapital und Vernetzung schaffen</li></ul> Beispiele für Projekte aus den letzten Semestern: Vom Weltladen zum Welthaus (SoSe 2021); Eine Community-Farm für Nürtingen (WiSe 2021/22) oder ein Businessplan für ein Start Up zur tiergestützten Therapie (SoSe 2022), Konzept und Businessplan für die Zwischennutzung einer Immobilie in der 1a-Lage (SoSe 2023)
<b>Lehr-/Lernformen</b>

### Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Es werden keine Kenntnisse vorausgesetzt, die über die im Grundlagenstudium in den ersten vier Semestern erworbenen Kompetenzen hinausgehen.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	./.

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Projektmodul in den Vertiefungen "NUF" und "IHL"
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b>
Im Mittelpunkt des Seminars steht die Erarbeitung von Vorschlägen zur nachhaltigen Entwicklung der Region. Es werden ausschließlich Projekte mit Nachhaltigkeitsbezug gewählt.

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Studienarbeit	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b>		
Prof. Dr. Dirk Funck		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b>	<b>Dauer</b>
	jedes Semester	1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Präsenz in SWS</b>
./.	6,00	4,00
<b>Workload</b>		
6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b>	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b>	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b>
45,0 Std. / 30,0 %	35,0 Std. / 23,3 %	70,0 Std. / 46,7 %

## Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-168-01	Social Entrepreneurship & Social Innovation

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-168-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Social Entrepreneurship & Social Innovation
---------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> s.o.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> s.o.			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Projekt			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Community-Lab: Co-Kreation von Sozialen Innovationen oder Geschäftsmodellen für Sozialunternehmen mit ausgewählten lokalen bzw. regionalen Akteuren. Die Studierenden arbeiten entlang des Design-Thinking-Ansatzes (understand, observe/synthesezise, ideate, prototype, test) und mit Hilfe des Social Business Model Canvas.			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> Funck, D.; Dreksler, B.; Fetzer, E. (2023): People, Landscape, Community: A Handbook for Community Innovation Promoters, Göttingen. <a href="https://cuvillier.de/de/shop/publications/8827-people-landscape-sustainability">https://cuvillier.de/de/shop/publications/8827-people-landscape-sustainability</a>			
<b>Besonderes</b> Projektarbeit mit Akteuren in Nürtingen - fallweise in Zusammenarbeit mit anderen Studienprogrammen und Fakultäten der HfWU.			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 4,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 und 7 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 35,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 70,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-138	<b>Modulbezeichnung</b> 101-138 SW Bilanzen I
------------------------	--------------------------------------------------

### Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> In dem zum Programm „Steuerberatung/Wirtschaftsprüfung“ gehörenden Modul Bilanzen I lernen die Studierenden praxisbezogen im Rahmen von Fallstudien komplexe Fragestellungen der Bilanzierung nach HGB und Steuerrecht zu strukturieren und Lösungsansätze (z.B. für die Bewertung) zu erarbeiten und die Lösungsansätze bzw. zur Bewertung vorhandenen Modelle kritisch zu hinterfragen. Die ökonomische Analyse erfolgt anhand der – auf der Basis der Investitions- und Finanzierungstheorie entwickelten – Modelle der Steuerplanung.
<b>Inhalte</b> Entscheidungstheoretische Grundlagen Rechnungslegung nach HGB und Steuerrecht Steuerabgrenzung (Latente Steuern) Unternehmensbewertung Veräußerung von Unternehmen Gründung von Unternehmen Eigenkapital, Gewinnverwendungsrechnung, Ausschüttung bei der Aktiengesellschaft Kapitalerhöhung bei Aktiengesellschaften Mindestertragsbedarfsrechnung Eigenkapital, Gewinnverwendungsrechnung, Ausschüttung bei der Gesellschaft mit beschränkter Haftung Eigenkapital und Gewinnverteilung bei der OHG Eigenkapital und Gewinnverteilung bei der KG
<b>Lehr-/Lernformen</b>

### Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Die Ausbildung baut auf den im Grundlagenstudium vermittelten Kenntnissen des Externen Rechnungswesens, der Betrieblichen Finanzwirtschaft (Investitions- und Finanzierungstheorie) und der Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre auf.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Eisele, Wolfgang/Knobloch, Alois Paul: Technik des betrieblichen Rechnungswesens. Buchführung und Bilanzierung, Kosten und Leistungsrechnung, Sonderbilanzen, München.

	<p>Horschitz, Harald/Fanck, Bernfried/Guschl, Harald/Kirschbaum, Jürgen/Schustek, Heribert/Haug, Thilo: Bilanzsteuerrecht und Buchführung, Stuttgart.</p> <p>Kahle, Holger/Kopp, Nicolas: Grundzüge der Handels- und Steuerbilanz, München.</p> <p>Schildbach, Thomas/Stobbe, Thomas/Freichel, Christoph/Hamacher, Katrin: Der handelsrechtliche Jahresabschluss, Berlin.</p>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Bilanzen II, Bilanzen III, Steuerberatung I, Steuerberatung II, Steuerberatung III, Wirtschaftsprüfung I, Wirtschaftsprüfung II
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

### Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<p><b>Inhalte</b></p> <p>In den betriebswirtschaftlichen Entscheidungsmodellen wird der Mensch nicht nur als Investor, sondern auch als Konsument und Arbeitnehmer betrachtet. Es wird herausgearbeitet, dass die Wirtschaft keinen Selbstzweck darstellt, sondern dass der Mensch Urheber, Mittelpunkt und Ziel jeden wirtschaftlichen Handelns ist und deshalb ein verantwortungsvoller Umgang mit den natürlichen Ressourcen erforderlich ist.</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Klausur (60 Minuten)	100 %

### Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Peter Rümmele		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> Die Teilnehmerzahl ist auf 25 begrenzt.	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		

<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 30,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 40,0 %
----------------------------------------------	---------------------------------------------------	-----------------------------------------

### **Ausgestaltung**

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
-------------	------------------------------------

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-139	<b>Modulbezeichnung</b> 101-139 SW Bilanzen II
------------------------	---------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> In dem zum Programm „Steuerberatung/Wirtschaftsprüfung“ gehörenden Modul Bilanzen II lernen die Studierenden praxisbezogen im Rahmen von Fallstudien komplexe Fragestellungen der Bilanzierung nach HGB und Steuerrecht zu strukturieren und Lösungsansätze (z.B. für die Bewertung) zu erarbeiten und die Lösungsansätze bzw. zur Bewertung vorhandenen Modelle kritisch zu hinterfragen. Die ökonomische Analyse erfolgt anhand der – auf der Basis der Investitions- und Finanzierungstheorie entwickelten – Modelle der Steuerplanung.
<b>Inhalte</b> Rechnungslegung nach HGB und Steuerrecht Steuerabgrenzung (Latente Steuern) Finanzierung von Investitionsprojekten mit Darlehen Steuerbilanzpolitik Umkehrung der Umsatzsteuerschuld – Reverse Charge Verfahren Differenzbesteuerung Steuerfreie Rücklagen Erwerb von Wirtschaftsgütern (Kauf, Tausch) Ratenkauf Erwerb gegen Renten Mietkauf Leasing Finanzierung durch Rückstellungen Teilsteuerrechnung Einnahmen-Überschussrechnung nach § 4 Abs. 3 EStG Wechsel der Gewinnermittlungsmethode
<b>Lehr-/Lernformen</b>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Die Ausbildung baut auf den im Grundlagenstudium vermittelten Kenntnissen des Externen Rechnungswesens, der Betrieblichen Finanzwirtschaft (Investitions- und Finanzierungstheorie) und der Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre auf.
----------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<b>Vorbereitung für das Modul</b>	<p>Eisele, Wolfgang/Knobloch, Alois Paul: Technik des betrieblichen Rechnungswesens. Buchführung und Bilanzierung, Kosten und Leistungsrechnung, Sonderbilanzen, München.</p> <p>Horschitz, Harald/Fanck, Bernfried/Guschl, Harald/Kirschbaum, Jürgen/Schustek, Heribert/Haug, Thilo: Bilanzsteuerrecht und Buchführung, Stuttgart.</p> <p>Kahle, Holger/Kopp, Nicolas: Grundzüge der Handels- und Steuerbilanz, München.</p> <p>Schildbach, Thomas/Stobbe, Thomas/Freichel, Christoph/Hamacher, Katrin: Der handelsrechtliche Jahresabschluss, Berlin.</p>
-----------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Bilanzen I, Bilanzen III, Steuerberatung I, Steuerberatung II, Steuerberatung III, Wirtschaftsprüfung I, Wirtschaftsprüfung II
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

### Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<p><b>Inhalte</b></p> <p>In den betriebswirtschaftlichen Entscheidungsmodellen wird der Mensch nicht nur als Investor, sondern auch als Konsument und Arbeitnehmer betrachtet. Es wird herausgearbeitet, dass die Wirtschaft keinen Selbstzweck darstellt, sondern dass der Mensch Urheber, Mittelpunkt und Ziel jeden wirtschaftlichen Handelns ist und deshalb ein verantwortungsvoller Umgang mit den natürlichen Ressourcen erforderlich ist.</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer	Anteil in %
Klausur (60 Minuten)	100 %

### Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Peter Rümmele		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b>	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00

<b>Workload</b>		
6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 0,0 Std. / 40,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 0,0 Std. / 30,0 %

### Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
-------------	------------------------------------

## Modulbeschreibung

<b>Code</b>	<b>Modulbezeichnung</b>
101-141	101-141 SW Steuerberatung I

### Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

#### Qualifikationsziele

Die Studierenden sind mit den zentralen Fragestellungen und Fachtermini der Besteuerung von Körperschaften, insbesondere von Kapitalgesellschaften, der Umsatzbesteuerung von Lieferungen und sonstigen Leistungen und der Gewerbesteuerermittlung vertraut. Im Fokus der Untersuchungen stehen die Wirkungs- und Gestaltungslehre (gestalterische Beratung). Die Studierenden beherrschen die einschlägigen gesetzlichen Grundlagen, insbesondere aus dem Körperschaftsteuergesetz, Gewerbesteuergesetz und dem Umsatzsteuergesetz. Die Studierenden erkennen die Besteuerungsgrundlagen, können diese konkret benennen und ermitteln und leiten aus dieser Analyse konkrete Gestaltungsempfehlungen ab. Dabei berücksichtigen die Studierenden verschiedene steuerlich relevante Situationen der jeweiligen Steuersubjekte. Die Studierenden sind in der Lage zu beurteilen, welche Rechtsform für Steuerpflichtige mit Betriebsvermögen in verschiedenen Situationen angemessen ist. Die Studierenden sind in der Lage, nicht nur einzelne steuerrelevante Aspekte zu beurteilen, sondern die gesamten grundlegenden steuerrelevanten Fragestellungen aufzugreifen. Dies stets unter Beachtung grundsätzlicher betriebswirtschaftlicher Überlegungen. Neben der genannten Fachkompetenz erweitern die Studierenden durch fallbezogene Diskussionen soziale Kompetenzen. Weiterhin schulen die Studierenden ihre Selbstkompetenz im Sinne von Organisationsfähigkeit.

#### Inhalte

Ertragsbesteuerung bei Körperschaften, insbesondere Kapitalgesellschaften, insbesondere Steuerpflicht, Ermittlung steuerpflichtiger Gewinn, Ermittlung zu versteuerndes Einkommen, Besteuerung offener und verdeckter Gewinnausschüttungen bei verschiedenartigen Anteilseignern, Anschaffungskosten von Anteilen an Kapitalgesellschaften, steuerbilanzielle Aspekte im Rahmen der Gewinnermittlung, Zinsschranke, Veräußerung von Beteiligungen, Nulleinkünfteverfahren, Ermittlung der Körperschaftsteuer.

Gewerbesteuerermittlung, insbesondere Steuerpflicht, Arten von Gewerbebetrieben, Steuerschuldner, Ermittlung Gewerbeertrag, Ermittlung Gewerbesteuermessbetrag, Ermittlung Gewerbesteuer, Aufteilung Gewerbesteuer, Anrechnung Gewerbesteuer auf Einkommensteuerschuld.

Umsatzsteuerermittlung, insbesondere umsatzsteuerlicher Unternehmer, Unternehmensvermögen, Leistungen, Lieferungen, sonstigen Leistungen, innergemeinschaftlicher Erwerb und innergemeinschaftliche

Lieferungen, Ausfuhrlieferungen, Vorsteuerabzug, Vorsteuerberichtigung, Umsatzsteueranmeldungen.  
Umfassende Veranstaltungsunterlagen mit zahlreichen Fallbeispielen werden zu Verfügung gestellt.

**Lehr-/Lernformen**

### Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Die Studierenden verfügen über das im Grundlagenstudium eines Bachelorstudiums der Wirtschaftswissenschaften oder der Rechtswissenschaften geforderte Kenntnisniveau der Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre (alternativ Grundlagen des Steuerrechts). Sie können diese Kenntnisse auf bekannte Fragestellungen anwenden.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Aktuelle Veranstaltungsskripte mit Angaben zur jeweils aktuell eingesetzten Literatur

### Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Bilanzen I und II, Wirtschaftsprüfung I und II, Module aus den Vertiefungsprogrammen Controlling und Finanzen, Industrie/Handel/Logistik, Finanzdienstleistungen
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

### Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b>	Im Rahmen des Moduls werden die Besteuerung von Kapitalgesellschaften und anderen Steuersubjekten und die Besteuerung von Waren- und Dienstleistungsverkehr untersucht. Es bestehen gegenwärtig keine wissenschaftlich begründete Erkenntnisse, die konkrete Aussagen zu Bezügen des deutschen Steuersystems zu dem Begriff „Nachhaltige Entwicklung“ zulassen würden. Diese Problematik wird im Rahmen des Moduls diskutiert.
----------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer	Anteil in %
Klausur (60 Minuten)	100 %

### Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Thomas Barth		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b>	<b>Dauer</b>

	jedes Wintersemester	1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b>	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 0,0 Std. / 0,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 0,0 Std. / 0,0 %

### **Ausgestaltung**

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-141-01	Steuerberatung I

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-141-01	Steuerberatung I

### Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
<p>Die Studierenden sind mit den zentralen Fragestellungen und Fachtermini der Besteuerung von Körperschaften, insbesondere von Kapitalgesellschaften, der Umsatzbesteuerung von Lieferungen und sonstigen Leistungen und der Gewerbesteuerermittlung vertraut. Im Fokus der Untersuchungen stehen die Wirkungs- und Gestaltungslehre (gestalterische Beratung). Die Studierenden beherrschen die einschlägigen gesetzlichen Grundlagen, insbesondere aus dem Körperschaftsteuergesetz, Gewerbesteuergesetz und dem Umsatzsteuergesetz. Die Studierenden erkennen die Besteuerungsgrundlagen, können diese konkret benennen und ermitteln und leiten aus dieser Analyse konkrete Gestaltungsempfehlungen ab. Dabei berücksichtigen die Studierenden verschiedene steuerlich relevante Situationen der jeweiligen Steuersubjekte. Die Studierenden sind in der Lage zu beurteilen, welche Rechtsform für Steuerpflichtige mit Betriebsvermögen in verschiedenen Situationen angemessen ist. Die Studierenden sind in der Lage, nicht nur einzelne steuerrelevante Aspekte zu beurteilen, sondern die gesamten grundlegenden steuerrelevanten Fragestellungen aufzugreifen. Dies stets unter Beachtung grundsätzlicher betriebswirtschaftlicher Überlegungen. Neben der genannten Fachkompetenz erweitern die Studierenden durch fallbezogene Diskussionen soziale Kompetenzen. Weiterhin schulen die Studierenden ihre Selbstkompetenz im Sinne von Organisationsfähigkeit.</p>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b>			
<p>Ertragsbesteuerung bei Körperschaften, insbesondere Kapitalgesellschaften, insbesondere Steuerpflicht, Ermittlung steuerpflichtiger Gewinn, Ermittlung zu versteuerndes Einkommen, Besteuerung offener und verdeckter Gewinnausschüttungen bei verschiedenartigen Anteilseignern, Anschaffungskosten von Anteilen an Kapitalgesellschaften, steuerbilanzielle Aspekte im Rahmen der Gewinnermittlung, Zinsschranke, Veräußerung von Beteiligungen, Nulleinkünfteverfahren, Ermittlung der Körperschaftsteuer.</p> <p>Gewerbesteuerermittlung, insbesondere Steuerpflicht, Arten von Gewerbebetrieben, Steuerschuldner, Ermittlung Gewerbeertrag, Ermittlung Gewerbesteuermessbetrag, Ermittlung Gewerbesteuer, Aufteilung Gewerbesteuer, Anrechnung Gewerbesteuer auf Einkommensteuerschuld.</p> <p>Umsatzsteuerermittlung, insbesondere umsatzsteuerlicher Unternehmer, Unternehmensvermögen, Leistungen, Lieferungen, sonstigen Leistungen, innergemeinschaftlicher Erwerb und</p>			

innergemeinschaftliche Lieferungen, Ausfuhrlieferungen, Vorsteuerabzug, Vorsteuerberichtigung, Umsatzsteueranmeldungen.  
 Umfassende Veranstaltungsunterlagen mit zahlreichen Fallbeispielen werden zu Verfügung gestellt.

**Lehr-/Lernformen**

Vorlesung

**Lehr-/Lernmethoden**

Vorlesung mit Diskussion, Vorlesung mit Fällen, begleitendes Selbststudium.

**Literatur/Lehrmaterial**

**Besonderes**

**Organisation**

<b>Präsenz in SWS</b> 4,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 45,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 10,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b>	<b>Modulbezeichnung</b>
101-142	101-142 SW Steuerberatung II

### Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

#### Qualifikationsziele

Die Studierenden sind mit den zentralen Fragestellungen und Fachtermini der Besteuerung von Personengesellschaften und natürlichen Personen im privaten Vermögensbereich vertraut. Im Fokus der Untersuchungen stehen die Wirkungs- und Gestaltungslehre (gestalterische Beratung). Die Studierenden beherrschen die einschlägigen gesetzlichen Grundlagen, insbesondere aus dem Einkommensteuergesetz, Erbschaftsteuergesetz, der Abgabenordnung und der Finanzgerichtsgerichtsordnung. Die Studierenden erkennen die Besteuerungsgrundlagen, können diese konkret benennen und ermitteln und leiten aus dieser Analyse konkrete Gestaltungsempfehlungen ab. Dabei berücksichtigen die Studierenden verschiedene steuerlich relevante Situationen der jeweiligen Steuersubjekte. Die Studierenden sind in der Lage zu beurteilen, welche Rechtsform für Steuerpflichtige mit Betriebsvermögen in verschiedenen Situationen angemessen ist.

Die Studierenden sind in der Lage, nicht nur einzelne steuerrelevante Aspekte zu beurteilen, sondern die gesamten grundlegenden steuerrelevanten Fragestellungen aufzugreifen. Dies stets unter Beachtung grundsätzlicher betriebswirtschaftlicher Überlegungen.

Neben der genannten Fachkompetenz erweitern die Studierenden durch fallbezogene Diskussionen soziale Kompetenzen. Weiterhin schulen die Studierenden ihre Selbstkompetenz im Sinne von Organisationsfähigkeit.

#### Inhalte

Ertragsbesteuerung bei Einzelunternehmen und Personengesellschaften, insbesondere Steuerpflicht, Ermittlung steuerpflichtiger Gewinn, Ermittlung zu versteuerndes Einkommen, Anrechnung Gewerbesteuer, steuerliche Berücksichtigung privater Aufwendungen, steuerbilanzielle Aspekte im Rahmen der Gewinnermittlung, Ermittlung der Einkommensteuerschuld.

Erbschaft- und Schenkungsteuer, insbesondere zivilrechtliche Erbfolge, Steuerpflicht, Ermittlung erbschaft- und schenkungsteuerpflichtige Bemessungsgrundlage, Steuerfreiheit, Ermittlung Erbschaft- bzw. Schenkungsteuer, Wege der Unternehmensnachfolge.

Abgaben- und Finanzgerichtsordnung, insbesondere Verwaltungsakt, Steuerbescheid, Einspruchsverfahren, Korrektur von Steuerbescheiden, Grundlagen- und Folgebescheide, Termine, Fristen, Haftung, neue Tatsachen.

Umfassende Veranstaltungsunterlagen mit zahlreichen Fallbeispielen werden zu Verfügung gestellt.

<b>Lehr-/Lernformen</b>
-------------------------

**Voraussetzungen für die Teilnahme**

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Die Studierenden verfügen über das im Grundlagenstudium eines Bachelorstudiums der Wirtschaftswissenschaften oder der Rechtswissenschaften geforderte Kenntnisniveau der Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre (alternativ Grundlagen des Steuerrechts). Sie können diese Kenntnisse auf bekannte Fragestellungen anwenden.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Aktuelle Veranstaltungsskripte mit Angaben zur jeweils aktuell eingesetzten Literatur

**Verwendbarkeit des Moduls**

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Bilanzen I und II, Wirtschaftsprüfung I und II, Module aus den Vertiefungsprogrammen Controlling und Finanzen, Industrie/Handel/Logistik, Finanzdienstleistungen
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

**Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung**

<b>Inhalte</b>
Im Rahmen des Moduls wird die Besteuerung von Personengesellschaften und anderen Steuersubjekten untersucht. Es bestehen gegenwärtig keine wissenschaftlich begründete Erkenntnisse, die konkrete Aussagen zu Bezügen des deutschen Steuersystems zu dem Begriff „Nachhaltige Entwicklung“ zulassen würden. Diese Problematik wird im Rahmen des Moduls diskutiert.

**Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)**

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Klausur (60 Minuten)	100 %

**Organisation**

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Thomas Barth		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Sommersemester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b>	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00

<b>Workload</b>		
6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 0,0 Std. / 40,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 0,0 Std. / 30,0 %

### Ausgestaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
101-142-01	Steuerberatung II

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-142-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Steuerberatung II
---------------------------	---------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
<p>Die Studierenden sind mit den zentralen Fragestellungen und Fachtermini der Besteuerung von Personengesellschaften und natürlichen Personen im privaten Vermögensbereich vertraut. Im Fokus der Untersuchungen stehen die Wirkungs- und Gestaltungslehre (gestalterische Beratung). Die Studierenden beherrschen die einschlägigen gesetzlichen Grundlagen, insbesondere aus dem Einkommensteuergesetz, Erbschaftsteuergesetz, der Abgabenordnung und der Finanzgerichtsgerichtsordnung. Die Studierenden erkennen die Besteuerungsgrundlagen, können diese konkret benennen und ermitteln und leiten aus dieser Analyse konkrete Gestaltungsempfehlungen ab. Dabei berücksichtigen die Studierenden verschiedene steuerlich relevante Situationen der jeweiligen Steuersubjekte. Die Studierenden sind in der Lage zu beurteilen, welche Rechtsform für Steuerpflichtige mit Betriebsvermögen in verschiedenen Situationen angemessen ist.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, nicht nur einzelne steuerrelevante Aspekte zu beurteilen, sondern die gesamten grundlegenden steuerrelevanten Fragestellungen aufzugreifen. Dies stets unter Beachtung grundsätzlicher betriebswirtschaftlicher Überlegungen.</p> <p>Neben der genannten Fachkompetenz erweitern die Studierenden durch fallbezogene Diskussionen soziale Kompetenzen. Weiterhin schulen die Studierenden ihre Selbstkompetenz im Sinne von Organisationsfähigkeit.</p>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen

<b>Inhalte</b>
<p>Ertragsbesteuerung bei Einzelunternehmen und Personengesellschaften, insbesondere Steuerpflicht, Ermittlung steuerpflichtiger Gewinn, Ermittlung zu versteuerndes Einkommen, Anrechnung Gewerbesteuer, steuerliche Berücksichtigung privater Aufwendungen, steuerbilanzielle Aspekte im Rahmen der Gewinnermittlung, Ermittlung der Einkommensteuerschuld.</p> <p>Erbschaft- und Schenkungsteuer, insbesondere zivilrechtliche Erbfolge, Steuerpflicht, Ermittlung erbschaft- und schenkungsteuerpflichtige Bemessungsgrundlage, Steuerfreiheit, Ermittlung Erbschaft- bzw. Schenkungsteuer, Wege der Unternehmensnachfolge.</p> <p>Abgaben- und Finanzgerichtsordnung, insbesondere Verwaltungsakt, Steuerbescheid, Einspruchsverfahren, Korrektur von Steuerbescheiden, Grundlagen- und Folgebescheide, Termine, Fristen, Haftung, neue Tatsachen.</p>

Umfassende Veranstaltungsunterlagen mit zahlreichen Fallbeispielen werden zu Verfügung gestellt.

**Lehr-/Lernformen**

Vorlesung

**Lehr-/Lernmethoden**

Vorlesung mit Diskussion, Vorlesung mit Fällen, begleitendes Selbststudium.

**Literatur/Lehrmaterial**

**Besonderes**

**Organisation**

<b>Präsenz in SWS</b> 4,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 0,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 0,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-143	<b>Modulbezeichnung</b> 101-143 SW Steuerberatung III
------------------------	----------------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Siehe Module Steuerberatung I und II
<b>Inhalte</b> Ertragsbesteuerung im Privatvermögen, vor allem Besteuerung von Arbeitseinkünften, Alterseinkünften (Renten, Wiederkehrende Bezüge), Miet- und Pachteinkünften und Kapitaleinkünften, jeweils anfallend im Privatvermögen. Steurliche Berücksichtigung von Alters- und Krankheitsvorsorgeaufwendungen sowie anderen privaten Aufwendungen (Sonderausgaben und außergewöhnliche Belastungen), Aspekte des Familienlastenausgleichs (Kindergeld, Kinderfreibetrag), Aspekte der Nachhaltigkeit ("Grünes Steuerrechtssystem").
<b>Lehr-/Lernformen</b>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	siehe Module Steuerberatung I und II
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Siehe Module Steuerberatung I und II

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Siehe Module Steuerberatung I und II.  dieses Modul III wird im Sommersemester im Umfang von 2 SWS und im Wintersemester im Umfang von 2 SWS angeboten. D.h. die Veranstaltung erstreckt sich über zwei Semester. Es kann aber in jedem Semester eine Prüfung abgelegt werden.
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b> Siehe Module Steuerberatung I und II
--------------------------------------------------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer	Anteil in %
Klausur (60 Minuten)	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Stefan Marx		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> keine	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 0,0 Std. / 0,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 0,0 Std. / 0,0 %

## Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-143-01	Steuerberatung III (SoSe)
101-143-02	Steuerberatung III (WiSe)

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-143-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Steuerberatung III (SoSe)
---------------------------	-----------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b>			
<b>Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b>			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b>			
<b>Besonderes</b>			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 7 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 0,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 0,0 Std.

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-143-02	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Steuerberatung III (WiSe)
---------------------------	-----------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b>			
<b>Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b>			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b>			
<b>Besonderes</b>			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 0,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 0,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-162	<b>Modulbezeichnung</b> 101-162 SW Interne Revision
------------------------	--------------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierenden sind mit den Rechtsgrundlagen des Jahresabschlusses und der Prüfung des Jahresabschlusses nach den deutschen Rechnungslegungsstandards sowie dem risikoorientierten Prüfungsansatz incl. der Techniken der Bilanzanalyse betraut und lernen die Prüfung der einzelnen Posten der Bilanz und der Gewinn- und Verlustrechnung sowie des Anhangs und Lageberichts kennen. Grundzüge der Berichterstattung des Abschlussprüfers unter anderem in Form des Aufbaus und Inhalt des Prüfungsberichts sowie des Bestätigungsvermerks werden erarbeitet.
<b>Inhalte</b> Das Modul Wirtschaftsprüfung I umfasst inhaltlich die Prüfung des Jahresabschlusses nach den deutschen Rechnungslegungsvorschriften des HGB bzw. der DRS. Zudem wird der Berufsstand des Wirtschaftsprüfers vorgestellt sowie die verschiedenen Formen des Berufszugangs. Im Rahmen des risikoorientierten Prüfungsansatzes wird nicht nur der Ansatz selbst erläutert sondern auch der gesamte Prüfungsprozess von der Auftragsanlage bis zur Berichterstattung diskutiert. Die Prüfung einzelner Jahresabschlussposten erfordert neben den Kenntnissen des externen Rechnungswesens auch solche des internen Rechnungswesen, der Bilanzanalyse, des Wirtschaftsrechts, der betriebswirtschaftlichen Steuerlehre, der Unternehmensbewertung sowie der Investitions- und Finanzierungsrechnung, die in für die Prüfung relevanten Ausschnitten ebenfalls Teil des Moduls sind.
<b>Lehr-/Lernformen</b>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Coenenberg, Adolf, G.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 23. Auflage, Stuttgart 2014

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Bilanzen I, II und III, Steuerberatung I, II und III sowie Prüfung des IFRS Konzernabschlusses
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

### Inhalte

In den betriebswirtschaftlichen Entscheidungsmodellen wird der Mensch nicht nur als Investor, sondern auch als Konsument und Arbeitnehmer betrachtet. Es wird herausgearbeitet, dass die Wirtschaft keinen Selbstzweck darstellt, sondern dass der Mensch Urheber, Mittelpunkt und Ziel jeden wirtschaftlichen Handelns ist und deshalb ein verantwortungsvoller Umgang mit den natürlichen Ressourcen erforderlich ist. Dabei ist die Wirtschaftsprüfung selbst die gesetzliche Verankerung für die Sicherstellung der nachhaltigen Einhaltung von Vorschriften im Bereich der Jahres- und Konzernabschlüsse nach deutschen und internationalen Normen.

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer	Anteil in %
Klausur (60 Minuten)	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Stefan Marx		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Sommersemester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b>	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 132,5 Std. / 88,3 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 0,0 Std. / 0,0 %

## Ausgestaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
101-162-01	Prüfung des Jahresabschlusses

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-162-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Prüfung des Jahresabschlusses
---------------------------	---------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierenden sind mit den Rechtsgrundlage des Jahresabschlusses und der Prüfung des Jahresabschlusses sowie dem risikoorientierten Prüfungsansatz betraut und lernen die Prüfung der einzelnen Posten der Bilanz und der Gewinn- und Verlustrechnung sowie die Prüfung des Anhangs und des Lageberichts kennen. Grundzüge des Aufbaus und Inhalt des Prüfungsberichts sowie des Bestätigungsvermerks werden erarbeitet			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> 1. Rechtsgrundlagen des Jahresabschlusses 2. Rechtsgrundlagen für die Prüfung des Jahresabschlusses 3. Prüfungsdurchführung, risikoorientierter Prüfungsansatz 4. Prüfung der Posten der Bilanz und der Gewinn- und Verlustrechnung 5. Prüfung des Anhangs und des Lageberichts 6. Prüfungsbericht und Bestätigungsvermerk			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Vorlesung mit Übung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Seminaristische Vorlesung mit Übungen			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> IDW(Hrsg.) WP-Handbuch 2012, 14. Aufl., Bd. I, Düsseldorf IDW(Hrsg.) WP-Handbuch 2008, 13. Aufl., Bd. II, Düsseldorf IDW(Hrsg.) IDW Prüfungsstandards (IDW PS) IDW Stellungnahmen zur Rechnungslegung (IDW RS) Düsseldorf Graumann, M., Wirtschaftliches Prüfungswesen, Bonn Krommes, W., Handbuch Jahresabschlussprüfung, Wiesbaden Beck'scher Bilanzkommentar Handelsbilanz Steuerbilanz, München Scherrer, G., Rechnungslegung nach neuem HGB, 3. Aufl., München			
<b>Besonderes</b> Die Vorlesungsinhalte werden anhand von Praxisbeispielen und Fallstudien vertieft. Die Vorlesung Wirtschaftsprüfung I findet nur im Sommersemester statt.			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 4,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 132,5 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 0,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-170	<b>Modulbezeichnung</b> 101-170 Prüfung des Konzernabschlusses, Tax Accounting und Sonderbilanzen
------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierenden 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.
<b>Inhalte</b> 1 Grundlagen des Konzernabschlusses 2. Die Einbeziehung von Unternehmen mittels Vollkonsolidierung, Quotenkonsolidierung und ad Equity 3. Sonderfragen, Währungsumrechnung, Latente Steuern 4. Gliederung und Prüfung des Konzernabschlusses 5. Aktuelle Steuerrechtsänderungen, geplante Steuerreformen 6. Unternehmensberatung - ausgewählte Schwerpunkte
<b>Lehr-/Lernformen</b>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Das Modul baut auf den im Grundlagenstudium vermittelten Kenntnissen des externen und internen Rechnungswesen, der Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre, der Investitions- und Finanzierungsrechnung, des Wirtschaftsrechts
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Baetge/ Kirsch/ Thiele: Konzernbilanzen, 11. Aufl., Düsseldorf 2015

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Bilanzen I, II und III, Steuerberatung I, II und III sowie Prüfung des Jahresabschlusses
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b> In den betriebswirtschaftlichen Entscheidungsmodellen wird der Mensch nicht nur als Investor, sondern auch als Konsument und Arbeitnehmer betrachtet. Es wird herausgearbeitet, dass die
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Wirtschaft keinen Selbstzweck darstellt, sondern dass der Mensch Urheber, Mittelpunkt und Ziel jeden wirtschaftlichen Handelns ist und deshalb ein verantwortungsvoller Umgang mit den natürlichen Ressourcen erforderlich ist. Dabei ist die Wirtschaftsprüfung selbst die gesetzliche Verankerung für die Sicherstellung der nachhaltigen Einhaltung von Vorschriften im Bereich der Jahres- und Konzernabschlüsse nach deutschen und internationalen Normen.

### Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer	Anteil in %
Klausur (60 Minuten)	100 %

### Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Stefan Marx		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Wintersemester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b>	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 105,0 Std. / 70,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 0,0 Std. / 0,0 %

### Ausgestaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
101-170-01	Prüfung des Konzernabschlusses, Tax Accounting und Sonderbilanzen

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-170-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Prüfung des Konzernabschlusses, Tax Accounting und Sonderbilanzen
---------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierenden 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.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> 1 Grundlagen des Konzernabschlusses 2. Die Einbeziehung von Unternehmen mittels Vollkonsolidierung, Quotenkonsolidierung und ad Equity 3. Sonderfragen, Währungsumrechnung, Latente Steuern 4. Gliederung und Prüfung des Konzernabschlusses 5. Aktuelle Steuerrechtsänderungen, geplante Steuerreformen 6. Unternehmensberatung - ausgewählte Schwerpunkte			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Vorlesung mit Übung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Seminaristische Vorlesung mit Übungen			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> IDW(Hrsg.) WP-Handbuch 2012, 14. Aufl., Bd. I, Düsseldorf 2012 IDW(Hrsg.) WP-Handbuch 2008, 13. Aufl., Bd. II, Düsseldorf 2008 IDW(Hrsg.) IDW Prüfungsstandards (IDW PS) IDW Stellungnahmen zur Rechnungslegung (IDW RS) Düsseldorf 2011 Kütting, K., Weber, C.P., Der Konzernabschluss, Praxis der Konzernrechnungslegung nach HGB und IFRS, 12. Aufl., Stuttgart 2010 Meyer, C., Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht, 23. Aufl., Herne 2012 Bitz, M., Schneeloch, D., Wittstock, W., Der Jahresabschluss, Nationale und internationale Rechnungsvorschriften, Analyse und Politik, 5. Aufl., München 2011			
<b>Besonderes</b> Die Vorlesungsinhalte werden anhand von Praxisbeispielen und Fallstudien vertieft			

Die Vorlesung Wirtschaftsprüfung II findet nur im Wintersemester statt

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 4,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 132,5 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 0,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-160	<b>Modulbezeichnung</b> 101-160 SW-P Wirtschaftsprüfung
------------------------	------------------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b>
<b>Inhalte</b>
<b>Lehr-/Lernformen</b>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b>
----------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Studienarbeit	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Stefan Marx		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> keine Angabe	<b>Dauer</b> Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b>	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00

**Workload**

6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung

<b>Präsenz/Kontakt</b>	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b>	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b>
------------------------	-----------------------------------------	-------------------------------

**Ausgestaltung**

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
-------------	------------------------------------

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-146	<b>Modulbezeichnung</b> 101-146 DBM-P Digital Business Models
------------------------	------------------------------------------------------------------

### Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> 1. Understanding role of digitalization of businesses and of digital customer development funnels 2. Knowing value & growth drivers for digital (marketing based) business models 3. Gaining overview on different digital (marketing based) business models 4. Capability to evaluate digital business models 5. Understand digital business model transformation strategies
<b>Inhalte</b> 1. Digitalization of Business Models and of Marketing + Customer Development Funnel & Phases 2. Digital (Marketing Based) Business Model Value & Growth Drivers 3. Typical Digital (Marketing Based) Business Models: a)E-Commerce (incl. Dropshipping and Amazon FBA) b)Portals: Affiliate & Display Marketing Businesses c)Apps d)Online-enabled Service Businesses/ LeadGen 4. Case Study/ Group Work on Digital Business Models: a)Presentation Set-Up b)Analysis of Strengths and Weaknesses of the Business Model c)Derivation of Business Value & Growth Drivers d)Final Presentation on the Analyzed Business Model 5. Digital Business Model Transformation
<b>Lehr-/Lernformen</b>

### Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	There will be an intensive use of digital tools, including a blended learning format with a significant proportion of live video sessions instead of physical presence.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	The module is core of the specialization / elective "Digital Business & Management". Therefore it is strongly recommended for all students of that specialization / elective to choose that module. A further good fit is to many modules of the specialization / elective "Marketing & Sales", esp. "Digitales Marketing".
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b>
----------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Studienarbeit	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Stefan Detscher		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b> Michael Heimrich		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Sommersemester	<b>Dauer</b> Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> Basic knowledge of business administration/ strategic management and marketing. Good knowlegde of English language	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 30,0 Std. / 20,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 75,0 Std. / 50,0 %

## Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
	Digital Business Model Management
	Digital Business Model Transformation

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Digital Business Model Management
-------------	-------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> 1. Understanding role of digital marketing in digitalization of businesses and of digital customer development funnels 2. Knowing value & growth drivers for digital marketing based business models 3. Gaining overview on different digital marketing based business models 4. Capability to evaluate digital (marketing based) business models (esp. B2C)			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> 1. Role of Digital Marketing in Digitalization of Businesses + Customer Development Funnel & Phases 2. Digital (Marketing Based) Business Model Value & Growth Drivers 3. Typical Digital (Marketing Based) Business Models a) E-Commerce (incl. Dropshipping and Amazon FBA) b) Portals: Affiliate & Display Marketing Businesses c) Apps d) Online-enabled Service Businesses/ LeadGen 4. Case Study/ Group Work on Digital (Marketing Based) Business Models a) Presentation Set-Up b) Analysis of Strengths and Weaknesses of the Business Model c) Derivation of Business Value & Growth Drivers d) Final Presentation on the Analyzed Business Model			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Seminaristischer Unterricht			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Interactive lecture and seminar sessions</li><li>• Online lectures &amp; seminar sessions in MS Teams</li><li>• In-class assignments/ feedbacks</li><li>• Case study work and interim/ final documentation/ presentation</li><li>• Lecture slides can be downloaded from neo</li><li>• More details beyond slides can be learned in the recommended literature</li></ul>			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> ELLIS, S./ BROWN, M. (2017): Hacking Growth: How Today's Fastest-Growing Companies Drive Breakout Success, New York			

Besonderes
------------

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> ja	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6./7. Semester	<b>Sprache</b> Englisch oder Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 15,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 37,5 Std.

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Digital Business Model Transformation
-------------	-----------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> 1. Understanding different types of Business Models (BM) 2. Understanding different impact levels of digitalization/digital transformation 3. Analyzing actual BM of existing companies and competition 4. Analyzing areas with need/potential for transformation/digitalization 5. Developing transformation strategies (from established BM to digitalized BM) 6. Identification of barriers for transformation processes			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> 1. Different Business Models 2. Impact of digitalization in different levels of business 3. Tools to analyze, communicate and develop Business models and transformation strategies: - Business Model Canvas – Strategyzer AG, Alexander Osterwalder - St. Galler Business Model Navigator – Karolin Frankenberger, Michaela Csik und Oliver Gassmann - Lean Stack, Ash Maurya, 2009 - Transformationwheel – Double YUU, Willms Buhse			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Seminaristischer Unterricht			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Interactive lecture and seminar sessions Online lectures & seminar sessions in MS Teams In-class assignments/ feedbacks Case study work and interim/ final documentation/ presentation Lecture slides can be downloaded from NEO More details beyond slides can be learned in the recommended literature			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers (Strategyzer) (Englisch)			

Geschäftsmodelle entwickeln: 55+ innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator (Deutsch) von Oliver Gassmann (Autor), Karolin Frankenberger (Autor), Michaela Choudury (Autor)

Startup Lean von Ash Maurya - Running Lean: Iterate from Plan A to a Plan That Works (Lean Series) (Englisch)

Der Loop Approach von Sebastian Klein

**Besonderes**

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 0,00	<b>Gruppeneinteilung</b> ja	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6./7. Semester	<b>Sprache</b> Englisch oder Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 0,0 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 15,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 37,5 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-174	<b>Modulbezeichnung</b> 101-174 IHL/DBM Strategisches Produktions- und Innovationsmanagement
------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierende sollen in die Lage versetzt werden, strategische und taktische Fragestellung des Produktionsmanagement sowie des Innovationsmanagements mit wissenschaftlichen Methoden zu analysieren und Lösungen hierfür zu erarbeiten.
<b>Inhalte</b> siehe unten.
<b>Lehr-/Lernformen</b>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Begriffe und Grundzusammenhänge der industriellen Produktion sowie für Innovationsthemen.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Zulassung zum Hauptstudium

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Vielfältige Anknüpfungspunkte zu Themen des strategischen Managements, des Supply Chain Managements und des Marketings.
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b>
----------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Klausur (60 Minuten)	65 %
Referat/Präsentation	35 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Christoph Zanker
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>

<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Wintersemester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> keine besonderen Voraussetzungen	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 30,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 40,0 %

### Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-174-01	Industrie- und Serviceinnovation

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-174-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Industrie- und Serviceinnovation
---------------------------	------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierende sollen in die Lage versetzt werden, strategische und taktische Fragestellung des Produktionsmanagement sowie des Innovationsmanagements mit wissenschaftlichen Methoden zu analysieren und Lösungen hierfür zu erarbeiten.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> Vertieft werden die folgenden Themenbereiche: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategisches Produktionsmanagement: Marktorientierte Sicht, ressourcenorientierte Sicht, Prozessmanagement.</li> <li>• Digitalisierung der industriellen Wertschöpfung/Industrie 4.0</li> <li>• Planung und Gestaltung von Innovationsprozessen im Betrieb: Grundbegriffe, Arten, Innovationsprozess, Synergieeffekte, Kompetenze</li> <li>• Produktinnovationen: Grundbegriffe, Arten, Modi</li> <li>• Technische Prozessinnovationen: Grundbegriffe, Arten, Vernetzung von Technologien, Technologie-Portfolio, Technologie-Roadmaps</li> <li>• Industrielle Geschäftsmodelle (Hybride Geschäftsmodelle)</li> <li>• Globale Produktions- und Innovationsnetzwerke</li> </ul>			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Projekt, Vorlesung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaktive Vorlesung mit Beispielen und eingestreuten Übungen (65%)</li> <li>• Forschendes Lernen in Gruppenarbeit (Bearbeitung von Real-UseCases und Präsentation der Ergebnisse) (35%)</li> </ul>			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> Wird in der Vorlesung angegeben.			
<b>Besonderes</b> Fallweise Vortrag von Gastreferent und/oder Exkursion			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 4,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
-------------------------------	----------------------------------	-----------------------------------------------	---------------------------

<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 0,0 Std.	<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 0,0 Std.
-------------------------------------	-----------------------------------------------------	------------------------------------------------

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-110	<b>Modulbezeichnung</b> 101-110 MKT/DBM Digitales Marketing
------------------------	----------------------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Verständnis für aktuelle Strategien und Ziele im digitalen Marketing entwickeln</li><li>2. Überblick über verschiedene digitale Marketing-Kommunikationskanäle erhalten</li><li>3. Fähigkeit erlangen, wichtige digitale Marketing Kommunikationstools zu nutzen</li></ol>
<b>Inhalte</b> <ul style="list-style-type: none"><li>· <b>Einfluss der Digitalisierung aufs Marketing und Verhalten digitaler Konsumenten/ Kunden</b></li><li>· <b>Digital Marketing Strategien und Erfolgsfaktoren in B2C und B2B</b></li><li>· <b>Digital Marketing Kanäle &amp; Tools (inkl. praktischer Übungen), u.a.:</b><ul style="list-style-type: none"><li>• Websites: Usability &amp; Webcontrolling</li><li>• SEA &amp; SEO</li><li>• Display Advertisement &amp; Affiliate Marketing</li><li>• Social Media Marketing</li><li>• E-Mail Marketing</li><li>• Mobile Marketing</li></ul></li><li>· <b>Erfolgsdeterminanten für die Kombination von digitalen Kommunikations-Kanälen und Erfolgsmessung digitaler Marketingkommunikation</b></li></ul>
<b>Lehr-/Lernformen</b>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Das Modul beschäftigt sich mit einzelnen in der Theorie behandelten sowie in der Praxis zu beobachtenden digitalen Marketingaktivitäten von Unternehmen
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Vgl. die Literaturangaben zu den einzelnen Lehrveranstaltungen

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Modul innerhalb der Vertiefungsprogramme Digital Business & Management sowie Marketing & Sales
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b>
Aspekte der Nachhaltigkeit werden im Rahmen der Vorlesungen angesprochen.

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Schriftliche Arbeit	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b>		
Prof. Dr. Stefan Detscher		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b>	<b>Dauer</b>
	jedes Semester	1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Präsenz in SWS</b>
Die im bisherigen Studium erworbenen Kenntnisse und Fertigkeiten im Hinblick auf die Unternehmensfunktion des Marketings werden vorausgesetzt.	6,00	4,00
<b>Workload</b>		
6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b>	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b>	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b>
45,0 Std. / 30,0 %	75,0 Std. / 50,0 %	30,0 Std. / 20,0 %

## Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-110-01	Kommunikation

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-110-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Kommunikation
---------------------------	-----------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Einschätzen des Einflusses der Digitalisierung aufs Marketing und Verhalten digitaler Konsumenten/ Kunden</li><li>2. Verständnis für aktuelle Strategien und Ziele im digitalen Marketing erlangen</li><li>3. Überblick über verschiedene digitale Marketing-Kommunikationskanäle erhalten</li><li>4. Fähigkeit erwerben, wichtige digitale Marketing Kommunikationstools erfolgreich und messbar zu nutzen</li></ol>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> <ul style="list-style-type: none"><li>· <b>Einfluss der Digitalisierung aufs Marketing und Verhalten digitaler Konsumenten/ Kunden</b></li><li>· <b>Digital Marketing Strategien und Erfolgsfaktoren in B2C und B2B</b></li><li>· <b>Digital Marketing Kanäle &amp; Tools (inkl. praktischer Übungen), u.a.:</b><ul style="list-style-type: none"><li>• Websites: Usability &amp; Webcontrolling</li><li>• SEA &amp; SEO</li><li>• Display Advertisement &amp; Affiliate Marketing</li><li>• Social Media Marketing</li><li>• E-Mail Marketing</li><li>• Mobile Marketing</li></ul></li><li>· <b>Erfolgsdeterminanten für die Kombination von digitalen Kommunikations-Kanälen und Erfolgsmessung digitaler Marketingkommunikation</b></li></ul>			
<b>Lehr-/Lernformen</b> <p>Vorlesung mit Übung</p>			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> <p>Interaktive Vorlesung mit Diskussion und ggf. praktischer Übungen. Die Studierenden erhalten Kopien der Vorlesungsfolien, die von der neo-Plattform heruntergeladen werden können.</p>			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> <p>CHAFFEY, Chadwick/ ELLIS-CHADWICK, Fiona (2019): Digital Marketing – Strategy, Implementation &amp; Practice, 7th Edition, Harlow.</p> <p>KREUTZER, R. (2021): Praxisorientiertes Online-Marketing, 4. Auflage, Wiesbaden.</p>			

LAMMENETT, E. (2019): Praxiswissen Online-Marketing: Affiliate- und E-Mail-Marketing, Suchmaschinenmarketing, Online-Werbung, Social Media, Facebook-Werbung, 7. Auflage, Wiesbaden.

**Besonderes**

Intensive Nutzung digitaler Tools, u.a. im Rahmen eines Blended Learning Formats mit signifikantem Anteil an Video-Live-Terminen statt physischer Präsenz.

**Organisation**

<b>Präsenz in SWS</b> 4,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 75,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 30,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b>	<b>Modulbezeichnung</b>
101-114	101-114 MKT/IHL/DBM Multi-Channel-Retailing

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierenden verstehen die Funktionen und die Position(en) des Handels in der Wertschöpfungskette. Sie kennen typische Fragestellungen im Management und Marketing von Multi-Channel-Geschäftsmodellen und können diese mithilfe einschlägiger Methoden und Instrumente lösen. Dabei sind sie im Rahmen von Fallstudien in der Lage, zwischen unterschiedlichen Bedingungs-lagen zu unterscheiden, zu entsprechend differenzierten Lösungen zu gelangen sowie diese zu bewerten.
<b>Inhalte</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Grundlagen Retail-Management</li><li>• Geschäftsmodellanalyse zu Fallbeispielen im Multi-Channel-Retailing (Methode: Business Model Canvas)</li><li>• Vertiefungen zu den Themen "Nachhaltigkeit" und "Digitalisierung"</li><li>• Case Study: "Multi-Channel-Retailing" bei der Porsche AG (Lehrbeauftragter / Exkursion geplant)</li></ul>
<b>Lehr-/Lernformen</b>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Es werden keine Kenntnisse vorausgesetzt, die über die im Grundlagenstudium in den ersten vier Semestern erworbenen Kompetenzen hinausgehen.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	keine

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Teil der Vertiefungsprogramme "Marketing", „Industrie/Handel/Logistik“ sowie "Digital Business & Management"
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b> Die Nachhaltigkeit in Multi-Channel-Geschäftsmodellen wird vertiefend behandelt und ist auch Gegenstand eines Teils der Studienarbeit.
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Studienarbeit	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Dirk Funck		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b> Lehrbeauftragter Felix Raithelhuber (Porsche AG)		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Sommersemester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> Es werden keine Kenntnisse vorausgesetzt, die über die im Grundlagenstudium in den ersten vier Semestern erworbenen Kompetenzen hinausgehen.	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 55,0 Std. / 36,7 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 50,0 Std. / 33,3 %

## Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-114-01	Multi-Channel-Retailing

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-114-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Multi-Channel-Retailing
---------------------------	---------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
<b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Fach</b>			
<p>Die Studierenden erkennen, welche Fragen bei der Führung von Multi-Channel-Geschäftsmodellen vor dem Hintergrund der aktuellen Herausforderungen (insbesondere Digitalisierung und Nachhaltigkeit) auftreten. Die Studierenden sind in der Lage, fundierte Entscheidungen zu Geschäftsmodellen im Multi-Channel-Handel zu treffen, zu begründen und zu bewerten.</p>			
<b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen bezogen auf Systeme</b>			
<p>Die Studierenden gewinnen Einblick in den Zusammenhang zwischen den spezifischen Anforderungen und Fragen der Führung von Multi-Channel-Vertriebskonzepten und der Rolle, welche diese innerhalb der gesamten Volkswirtschaft übernehmen. Sie erkennen, dass nur solche Konzepte erfolgversprechend sind, die einen in der Gesamtwirtschaft bestehenden Bedarf unter Beachtung des Wettbewerbsumfeldes und der gesellschaftlichen Anforderungen befriedigen.</p>			
<b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen der Selbstorganisation</b>			
<p>Die Studierenden befassen sich selbstständig mit der Literatur zum Multi-Channel-Management. Sie sind in der Lage, diese in Verbindung mit den Vorlesungsinhalten zu bringen und zu erkennen, wie Entscheidungen in Multi-Channel-Systemen konzeptionell schlüssig und kontextabhängig getroffen und bewertet werden können.</p>			
<b>Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Umgang mit Anderen</b>			
<p>Die Studierenden diskutieren in der Lehrveranstaltung in der gesamten Gruppe und mit Referenten aus der Praxis sowie ggf. im Rahmen von Exkursionen über unterschiedliche Fragen der Entscheidungsfindung in Multi-Channel-Systemen. Sie können ihre Auffassungen artikulieren und im Disput mit gegenteiligen Meinungen – auch von erfahrenen Praktikern – vertreten. Im Rahmen von Gruppenaufgaben und Präsentationen werden Lösungen im Team erarbeitet und vorgestellt.</p>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b>			
1. Grundlagen Multi-Channel-Retailing			
2. Das Business Model Canvas als Analyserahmen			
2. Marktanalyse: Wettbewerbssituation / Verbraucherverhalten / Digitalisierung			
3. Ziele und CSR - Vertiefung "Nachhaltigkeit im Multi-Channel-Handel"			

4. Typologie der Kanäle: stationär, online & hybrid (multichannel vs. omnichannel)
5. Vertiefung: Digitalisierung von Wertschöpfungsketten
5. Das Marketinginstrumentarium im Multi-Channel-Handel
6. Partner, Prozesse, Ressourcen: Basis der Leistungserstellung im Multi-Channel-Handel
7. Controlling: G&V und zentrale Kennzahlen zur Steuerung von Multi-Channel-Systemen
8. Case-Study "Multi-Channel-Strategie der Porsche AG"
<b>Lehr-/Lernformen</b> Vorlesung, Seminar
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Vortrag des Dozenten, Fallstudien, Gastreferenten, Exkursion und Teilnahme an Tagungen, Diskussionen, Gruppenarbeiten.
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> <b>Literaturhinweise erfolgen in der Veranstaltung.</b>
<b>Besonderes</b> Exkursionen zum Fallunternehmen Porsche AG ist geplant

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 4,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 55,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 50,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-128	<b>Modulbezeichnung</b> 101-128 CF/DBM Digitales Controlling & Analytics
------------------------	-----------------------------------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierenden kennen die Auswirkungen der Digitalisierung auf die Unternehmenssteuerung. Sie überblicken die vielfältigen Möglichkeiten zur Steigerung der Effizienz und der Effektivität mittels digitaler Methoden und Tools. Sie können Methoden und Werkzeuge zur Analyse und zur Vorhersage (Predictive Analytics) nutzen und damit praktische Fragestellungen bearbeiten.
<b>Inhalte</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Digitalisierung und Controlling</li><li>• Data Science und Business Analytics</li><li>• Planung in einem dynamischen Umfeld</li><li>• Predictive Analytics</li></ul>
<b>Lehr-/Lernformen</b>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Grundlagen des Controllings aus dem Grundlagenstudium
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	vgl. Literaturangaben

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Die Digitalisierung wirkt sich auf sämtliche Controlling- und Finanzprozesse aus, weshalb es Beziehungen zu sämtlichen Modulen im Vertiefungsprogramm Controlling und Finanzen gibt.
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b> Controlling umfasst neben der Steuerung ökonomischer Inhalte auch die Steuerung sozialer und ökologischer Inhalte.
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer	Anteil in %
Klausur (60 Minuten)	50 %
Referat/Präsentation ( Monate)	50 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Ulrich Sailer		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b> Prof. Dr. Sebastian Moll		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> Es werden keine besonderen Kenntnisse vorausgesetzt, die über die im Grundlagenstudium erworbenen Kompetenzen aus den Managementmodulen I – IV hinausgehen.	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 60,0 Std. / 40,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 45,0 Std. / 30,0 %

## Ausgestaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
101-128-01	Digitales Controlling
101-128-02	Business Analytics

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-128-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Digitales Controlling
---------------------------	-------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Kenntnisse und Fertigkeiten im Fach: Die Studierenden kennen die wesentlichen Begriffe, Inhalte und Abhängigkeiten der Digitalisierung im Controlling. Wie wissen, welche Veränderungen sich hierdurch ergeben und wie digitale Möglichkeiten genutzt werden können, um den modernen Herausforderungen der Unternehmenssteuerung zu begegnen. Systemische Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen: Das Erkennen der vielfältigen Abhängigkeiten der Controllingprozesse untereinander und zu den betrieblichen Prozessen ist eine wesentliche Grundlage, um Steuerungssysteme effektiv zu gestalten. Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen bezogen auf die Selbstorganisation: Die Entdeckung komplexer Systeme erlaubt zugleich Einblicke in die eigene Wahrnehmung und das bisherige Entscheidungsverhalten. Die Studierenden erlangen die Kompetenz, dieses unter Berücksichtigung komplexer Systeme weiter zu entwickeln. Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen bezogen auf die Sozialkompetenz: Die Studierenden erkennen die Bedeutung einer engen Einbindung von Mitarbeitern in die Digitalisierung. Der Erfolg einer Digitalisierung ist vor allem hiervon abhängig und nachrangig von Tools.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Digitalisierung und Controlling</li><li>• Digitalisierungsstrategie</li><li>• Data Science und Business Analytics</li><li>• Planung in einem dynamischen Umfeld</li><li>• Rolle und Kompetenzen der Controller</li></ul>			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Seminaristischer Unterricht			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Seminaristische Vorlesung</li><li>• Gruppenarbeiten</li></ul>			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> In Neo werden ein umfangreiches Skript und verschiedene Materialien zur Verfügung gestellt.			
<b>Besonderes</b> Die Studierenden lernen das Analyse- und Visualisierungstool Tableau kennen.			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 30,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 10,0 Std.

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-128-02	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Business Analytics
---------------------------	----------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Studierende lernen in dieser Veranstaltung: <ul style="list-style-type: none"><li>• die Bedeutung von Business Analytics zur evidenzbasierten Unternehmenssteuerung kennen.</li><li>• den Data Science Prozess kennen und können die Bedeutung von Big Data, Predictive Analytics und Künstlicher Intelligenz für Aufgaben und Organisation des Controlling einordnen.</li><li>• ausgewählte Business Analytics Fragestellungen kennen und können diese prototypisch in KNIME umsetzen.</li><li>• die praktische Arbeit eines Data Scientist anhand eigener Datenanalysen und Modelle kennen, die im Rahmen eines Referates mit Hilfe der Advanced Analytics Plattform KNIME bearbeiten.</li></ul>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> Zentrale Rolle von Business Analytics im Rahmen der Digitalisierung von Unternehmen Grundkonzepte, Prozessmodell und generelle Herausforderungen bei Business Analytics Anwendungen Theoretische Grundlagen und praktische Anwendungsbeispiele ausgewählter Business Analytics Fragestellungen Praktische Umsetzung ausgewählter Business Analytics Fragestellungen mit der Advanced Analytics Plattform KNIME			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Seminaristischer Unterricht			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Interaktives Lehrgespräch Fallstudien und Anwendungsbeispiele Übungen zur Anwendung der Konzepte in KNIME in Gruppenarbeit			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> <b>Ng, A., Soo, K.:</b> Data Science – Was ist das eigentlich ?!, Algorithmen des maschinellen Lernens verständlich erklärt, Springer, 2017.			
<b>Seiter, M.: Business Analytics – Wie Sie Daten für die Steuerung von Unternehmen nutzen, Vahlen, 2019.</b>			

**Besonderes**

Studierende lernen und üben die Umsetzung von ausgewählten Business Analytics Ansätzen mit Hilfe der Advanced Analytics Platform KNIME

**Organisation**

<b>Präsenz in SWS</b> 1,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 11,2 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 30,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 35,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-147	<b>Modulbezeichnung</b> 101-147 DBM Recht der Digitalisierung
------------------------	------------------------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p><b>Qualifikationsziele</b></p> <p><b>Übergeordnetes Hauptziel</b> des Moduls ist es, dass Studierende hochaktuelle Fragestellungen im Hinblick auf die Digitalisierungsbestrebungen von Unternehmen kennen- und verstehen lernen. Sie sollen die Fähigkeiten erwerben, dieses Wissen konkret anzuwenden und auf neue Fragestellungen zu übertragen.</p> <p>Die <b>systemische Kompetenz</b> der Studierenden wird gefördert, indem rechtliche und ethische Fragestellungen in einen Zusammenhang mit den Interessen und Geschäftsmodellen der Unternehmen gestellt werden. Zudem werden zahlreiche Bezüge zu den Themen/Modulen Recht des Marketing und der Organisation, Digital Business Models und Digitales Marketing hergestellt.</p> <p>Fertigkeiten und Kompetenzen im Hinblick auf die <b>Selbstorganisation</b> wird durch die selbständige Erarbeitung von Inhalten und Methoden auch betreffend die Gestaltung und Optimierung des eigenen Lernprozesses erworben.</p> <p>Durch Gruppenarbeit werden die <b>sozialen Fertigkeiten</b> der Studierenden gefördert (Gruppenkommunikation, gemeinsame Entscheidungsfindung).</p>
<p><b>Inhalte</b></p> <p>Grundlagen des Datenschutzrechts (Deutschland/EU); Geschäftsmodelle und Datenschutz im Onlinemarketing; Recht an Daten; ausgewählte Geschäftsmodelle mit Big Data; Smart Contracts und Blockchain; Kryptowährungen; Rechtsprobleme und ethische Fragestellungen bei Künstlicher Intelligenz</p>
<p><b>Lehr-/Lernformen</b></p>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Die Studierenden können rechtliche und ethische Fragestellungen im Hinblick auf die Digitalisierung erkennen und analysieren. Sie können mit juristischen und ethischen Methoden und anhand des geltenden Rechts aktuelle Fragestellungen diskutieren und tragfähige Lösungen entwickeln.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	RMO im 4. Semester

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Gute Ergänzung zu Digital Business Models, Digitales Marketing; (Multi-Channel Retailing), Digitales Controlling & Analytics
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b> Viele Bezüge zur sozialen Nachhaltigkeit, insbesondere im Kontext ethischer Fragen.
-------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer	Anteil in %
Klausur (90 Minuten)	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Claudia Stachel		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b> Prof. Dr. Peter Foerschler		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Wintersemester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b>	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 53,0 Std. / 35,3 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 52,0 Std. / 34,7 %

## Ausgestaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
101-47-1	Recht der Digitalisierung I
101-47-2	Recht der Digitalisierung II

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-047-1	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> <b>Recht der Digitalisierung I</b>
--------------------------	--------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<p><b>Qualifikationsziele</b> Die Studierenden kennen die 8 Säulen des europäischen und deutschen Datenrechts im Überblick und in ausgewählten Bereichen im Detail: Sie verstehen die Begriffe der „Daten“ und der „Digitalisierung“. Sie lernen rechtliche Einordnungen der Zuordnung von Daten (Eigentum? Immaterialgüterrecht? Anderes?) kennen und anzuwenden. Sie lernen den Daten-Wertschöpfungsprozess und die digitale Verarbeitung von Daten durch selbstlernende Maschinen und KI kennen. Sie vermögen Datenbanken, Datensets und Algorithmen rechtlich einzuordnen (Urheberrechtsschutz, Geheimnisschutz, Leistungsschutzrechte) und auf Fallgestaltungen anzuwenden. Sie erfassen die rechtliche Bedeutung von Smart Contracts und ihre Wirkungsweise im Geschäftsverkehr. Sie sind in der Lage eine Big Data Analyse von automotive Daten (autonomes Fahren) nachzuvollziehen und die im selbstfahrenden Fahrzeug anfallenden personenbezogenen Daten nach dem europäischen Datenschutzrecht zutreffend zu bewerten. Sie kennen die rechtliche Haftungssituation für Schäden durch autonome Systeme.</p>			
Digitale Transformation, Säulen des europäischen Datenrechts, Daten & Digitalisierung, Zuordnung von Daten, Machine Learning & KI, Datensets, Datenbanken und Algorithmen, Smart Contracts, Big Data Analyse & Automotive Daten, Europäisches Datenschutzrecht am Beispiel des autonomen Fahrens, Haftung für autonome Systeme.			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Vorlesung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Interaktive Vorlesung mit fragend-entwickelnder Methode, Diskussionen, Fallanalysen			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> Ausgewählte Gesetzestexte wie DS-GVO, UrhRG, GeschGehG, BGB; ausgewählte Fachaufsätze; Vorlesungsskript & Vorlesungspräsentation mit Literaturverweisen			
<b>Besonderes</b> Die Vorlesung Grundlagen findet online via Teams statt			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 26,0 Std.		<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 26,0 Std

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-47-2	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Recht der Digitalisierung II
-------------------------	--------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
<p>Das Teilmodul behandelt zentrale rechtliche Fragestellungen im Kontext der digitalen Transformation und Künstlichen Intelligenz. Schwerpunkte liegen auf aktuellen Rechtsproblemen im Zusammenhang mit KI-Systemen, insbesondere Large Language Models, der Digitalstrategie der EU sowie der Regulierung digitaler Dienste und Plattformen. Ergänzend werden die rechtlichen Herausforderungen im Bereich des E-Commerce analysiert.</p> <p>Die Studierenden setzen sich mit den regulatorischen Ansätzen der EU auseinander (u. a. AI Act, Digital Services Act, Digital Markets Act) und untersuchen deren Auswirkungen auf Unternehmen, Plattformbetreiber und Endnutzer. Der Umgang mit Haftung, Datenschutz, Urheberrecht sowie Transparenz- und Rechenschaftspflichten bei KI-Systemen wird kritisch reflektiert.</p>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b>			
<p>Rechtsprobleme im Zusammenhang mit KI und Digitalstrategie der EU (v.a. EU AI Act) Regulierung und Herausforderungen im Hinblick auf digitale Dienste und Plattformen (v.a. EU Digital Services Act)</p> <p>Rechtliche Herausforderungen beim E-Commerce</p> <p>Rechtliche Aspekte bei Large Language Modellen (personenbezogene Daten; Urheberrecht; Haftung bei falschen, diskriminierenden oder gefährlichen Inhalten; Transparenz)</p>			
<b>Lehr-/Lernformen</b>			
Vorlesung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b>			
Interaktive Vorlesung mit fragend-entwickelnder Methode, Diskussionen, Fallanalysen			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b>			
Ausgewählte Gesetzestexte wie DSGVO, UrhRG, ausgewählte Fachaufsätze; Vorlesungsskript & Vorlesungspräsentation mit Literaturverweisen			
<b>Besonderes</b>			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 27,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 26,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-173	<b>Modulbezeichnung</b> 101-173 DBM/PER Digital Content Management & Social Media Recruiting
------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------

### Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Sie erwerben formal die grundlegenden Fähigkeiten als Social Media Recruiter, Social Media-Beauftragte(r), Social Media Analyst(in) etc. zu arbeiten.
<b>Inhalte</b> <b>Inhaltlich ist das Modul wie folgt unterteilt:</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Aufbau einer Social Media Strategie für ein (fiktives) Produkt oder eine auszuscheidende Stelle im Unternehmen.</li><li>2. Analyse und Festlegung der Zielplattformen sowie der Ziel-KPIs: Detaillierte Betrachtung verschiedener Social Media Plattformen und Festlegung spezifischer Leistungsindikatoren.</li><li>3. Analyse der Zielgruppe und Festlegen der Hebel durch verhaltensökonomische Phänomene/Heuristiken: Vertiefung in das Verständnis der Zielgruppe unter Berücksichtigung verhaltensökonomischer Aspekte.</li><li>4. Erstellung von Text-, Bild-, (Ton- und/oder Videobeiträgen): Praktische Anwendung von Techniken zur Erstellung von Inhalten, einschließlich der Nutzung von realen Kameras und generativen KI-Modellen wie ChatGPT und Leonardo.ai.</li><li>5. (Fiktives) Gezieltes Posten der Beiträge: Simulation der Veröffentlichung von Inhalten auf ausgewählten Plattformen.</li><li>6. Evtl. (fiktive) Analyse der Kampagne: Einsatz von BI-Dashboards zur Bewertung der Kampagnenleistung und Ableitung von Verbesserungsmaßnahmen.</li></ol>
<b>Lehr-/Lernformen</b>

### Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	<p>In diesem Modul erwerben Sie die nötigen Kenntnisse, Fertigkeiten aber auch Kompetenzen um die Voraussetzungen mitzubringen als z.B. Social Media Recruiter, Social Media-Beauftragte(r), Social Media-Analyst(in) in einem Unternehmen zu arbeiten.</p> <p><b>Inhaltlich ist das Modul wie folgt unterteilt:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Aufbau einer Social Media Strategie für ein (fiktives) Produkt oder eine Stelle im Unternehmen</li><li>• Analyse und Festlegung der Zielplattformen sowie der Ziel-KPI's</li><li>• Analyse der Zielgruppe und Festlegen der Hebel durch verhaltensökonomische Phänomene/Heuristiken</li><li>• Erstellung von Bild, Ton und/oder Videobeiträgen mit realen Kameras und generativen KI's (Leonardo.ai)</li><li>• Erstellung von Textbeiträgen mit Unterstützung von generativen KI's (ChatGPT, Google Bard)</li></ul>
----------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evtl. Erstellung von Ton und Videobeiträgen</li> <li>• (fiktives) Gezieltes Posten der Beiträge</li> <li>• (fiktive) Analyse der Kampagne mittels einem BI-Dashboard</li> </ul> <p><b>Sie erwerben Kenntnisse bei folgenden Techniken:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erstellung von redaktionellen zielgruppenorientierte Texte</li> <li>• Umgang mit Kameras (Smartphone, DSLMs*) und Technikgrundlagen</li> <li>• Umgang mit Licht und Studioaufbauten für Produktfotografie/ videografie, Interviews, Schulungsvideos etc.</li> <li>• Grundlagen und fortgeschrittene Techniken im Umgang mit generativen KI-Modellen wie ChatGPT und Leonardo.ai, einschließlich der Entwicklung effektiver Prompts.</li> <li>• Evtl. Umgang mit Ton für Video oder Podcasts</li> </ul> <p><b>Fertigkeiten, Kompetenzen:</b></p> <p>Sie erwerben Fertigkeiten im Umgang mit obigen Techniken und vereinzelt Kompetenzen in deren Anwendung. Vereinzelt daher, da Sie in Ihrer Prüfungsleistung evtl. nur Teile davon anwenden werden.</p> <p><b>Weitere Hinweise:</b></p> <p>*DSLMS sind Systemkameras mit Wechselobjektiven. Wir haben derartige Geräte vorrätig, so dass Sie keine eigenen Geräte besorgen müssen. Auch alles weitere wird von der Hochschule und dem Dozenten bereitgestellt (Ton, Licht, Kameras, Studio, Gadgets, etc.)</p>
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Für dieses Modul gibt es ergänzend zu passenden Inhalten entsprechende Lehrvideos, welche je Vorlesungseinheit angekündigt werden und in der Folge zu Beginn angeschaut werden können.

### Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	gewollte Schnittpunkte gibt es zu diversen Modulen des Personal und des DBM.
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

### Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b>
----------------

### Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Referat/Präsentation	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Mathias Engel		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> Formale Voraussetzungen für die Teilnahme existieren nicht. Die im bisherigen Studium erworbenen Kenntnisse und Fertigkeiten werden vorausgesetzt. Eine gewisse Affinität zu künstlerischen Elementen wie z.B.: redaktionelles Texten gestalterisches Fotografieren, Videografieren Bild-/Videoaufbereitung für Social Media-Plattformen sollte gegeben sein.	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 67,5 Std. / 45,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 37,5 Std. / 25,0 %

## Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-173-01	Digital Content Management & Social Recruiting

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-173-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Digital Content Management & Social Recruiting
---------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Sie erwerben formal die grundlegenden Fähigkeiten als Social Media Recruiter, Social Media-Beauftragte(r), Social Media Analyst(in) etc. zu arbeiten.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> <b>Inhaltlich ist das Modul wie folgt unterteilt:</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Aufbau einer Social Media Strategie für ein (fiktives) Produkt oder eine auszuschreibende Stelle im Unternehmen.</li><li>2. Analyse und Festlegung der Zielplattformen sowie der Ziel-KPIs: Detaillierte Betrachtung verschiedener Social Media Plattformen und Festlegung spezifischer Leistungsindikatoren.</li><li>3. Analyse der Zielgruppe und Festlegen der Hebel durch verhaltensökonomische Phänomene/ Heuristiken: Vertiefung in das Verständnis der Zielgruppe unter Berücksichtigung verhaltensökonomischer Aspekte.</li><li>4. Erstellung von Text-, Bild-, (Ton- und/oder Videobeiträgen): Praktische Anwendung von Techniken zur Erstellung von Inhalten, einschließlich der Nutzung von realen Kameras und generativen KI-Modellen wie ChatGPT und Leonardo.ai.</li><li>5. (Fiktives) Gezieltes Posten der Beiträge: Simulation der Veröffentlichung von Inhalten auf ausgewählten Plattformen.</li><li>6. Evtl. (fiktive) Analyse der Kampagne: Einsatz von BI-Dashboards zur Bewertung der Kampagnenleistung und Ableitung von Verbesserungsmaßnahmen.</li><li>7.</li></ol>			
<b>Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> interaktives Seminar mit Blended Learninginhalten			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Headworth, A. (2015). Social Media Recruitment: How to Successfully Integrate Social Media into Recruitment Strategy. Kogan Page Publishers.</li><li>2. Kawasaki, G. &amp; Fitzpatrick, P. (2014). The Art of Social Media: Power Tips for Power Users. Portfolio.</li><li>3. Halvorson, K. &amp; Rach, M. (2012). Content Strategy for the Web. Second Edition. New Riders.</li><li>4. Handley, A. (2014). Everybody Writes: Your Go-To Guide to Creating Ridiculously Good Content. Wiley.</li></ol>			

5. Ariely, D. (2008). Predictably Irrational: The Hidden Forces That Shape Our Decisions. HarperCollins.
6. Safko, L. (2012). The Social Media Bible: Tactics, Tools, and Strategies for Business Success. Third Edition. Wiley.
7. Ryan, D. (2014). Understanding Social Media: How to Create a Plan for Your Business that Works. Kogan Page Publishers.
8. Horenstein, H. (2011). Digital Photography: A Basic Manual. Little, Brown and Company.

**Besonderes**

zu der Lehrveranstaltung gibt es Lehrvideos. Ausserdem wird das effektive Prompting für generative KI's wie ChatGPT/Google Bard aber auch Leonardo.ai vermittelt. Evtl. werden Experten (Social Media-Beauftragte, Social Media-Analysten, Influencer) während der Vorlesungsreihe in Kamingesprächen zur Verfügung stehen.

**Organisation**

<b>Präsenz in SWS</b> 4,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 7 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 67,5 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 37,5 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-151	<b>Modulbezeichnung</b> 101-151 MKT/DBM-P Start-Up Development & Business
------------------------	------------------------------------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Fähigkeiten und Fertigkeiten zum Aufbau und der Vermarktung innovativer Geschäftsideen.
<b>Inhalte</b> - Start-Up Development - Business-Planning
<b>Lehr-/Lernformen</b>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Agilität, Iteration, Lösungsoffenheit, Nutzerorientierung, Transparenz, Multiperspektivität, Werteorientiertheit.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Vgl. die Literaturangaben bzw. Hinweise der einzelnen Lehrveranstaltungen

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Im Vordergrund des Moduls steht die nachhaltige Entwicklung eines Businessplans für eine neue innovative Geschäftsidee und dessen kommunikative Vermarktung.
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b> Bei der Entwicklung des Businessplans fließen implizit ökonomische, soziale und ökologische Aspekte ein.
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer	Anteil in %
Studienarbeit	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Stefan Detscher
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>

Prof. Dr. Thomas Ginter (SoSe); Edgar Müller + Moritz Schreyer (WiSe)

<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> Formale Voraussetzungen für die Teilnahme existieren nicht. Die im bisherigen Studium erworbenen Kenntnisse und Fertigkeiten im Hinblick auf die Unternehmensfunktion Marketing und dessen agile Ausgestaltung werden vorausgesetzt.	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 42,5 Std. / 28,3 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 62,5 Std. / 41,7 %

### Ausgestaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
101-151-02	Start-Up Development
101-151-01	Business-Planning

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-151-02	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Start-Up Development
---------------------------	------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Verständnis für aktuelle Herausforderungen der Vermarktung und Kommunikation von Start-Ups erlangen</li><li>2. Überblick über verschiedene digitale Vermarktungs- und -Kommunikationsstrategien sowie Vermarktungskonzepte und Kommunikationskanäle für Start-Ups erhalten</li><li>3. Fähigkeit erlangen, ein Vermarktungs- und Kommunikations-konzept für Start-Ups oder neue Produkte/ Services aufzustellen</li></ol>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Ideengenerierung für ein Start-Up</li><li>• Ausarbeitung einer Produkt-/ Service-Idee</li><li>• Herausforderungen der Vermarktung und Kommunikation</li><li>• Digitale Vermarktungsstrategien und -konzepte neuer Produkte/ Services</li><li>• Kommunikationsstrategien und -kanäle für Start-Ups</li><li>• Fallstudie/ Gruppenarbeit zu Vermarktungs- und Kommunikationslaunch eines neuen Start-Ups/ Produkts/ Services</li></ul>			
<b>Lehr-/Lernformen</b> <p>Seminaristischer Unterricht</p>			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> <p>Interaktive Vorlesung und Gruppenarbeit inkl. Zwischenpräsentationen.</p> <p>Intensive Nutzung digitaler Tools, u.a. im Rahmen eines Blended Learning Formats mit signifikantem Anteil an Video-Live-Terminen statt physischer Präsenz.</p>			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> <p>ADAMS, R. L. (2016): Startup Marketing: 23 Online Marketing Strategies to Help Create Explosive Business Growth,</p> <p>KUCKERTZ, A. (2015): Management – Entrepreneurial Marketing, Wiesbaden.</p> <p>RIES, E. (2011): The Lean Startup – How Constant Innovation Creates Radically Successful Businesses, London.</p> <p>WEINBERG, G./ MARES, J. (2015): Traction: How Any Startup Can Achieve Explosive Customer Growth, New York.</p>			
<b>Besonderes</b> <p>Kurs wird i.d.R. im Sommersemester von Prof. Detscher/ Lehrbeauftragten E. Müller &amp; M. Schreyer und im Wintersemester von Prof. Ginter gehalten.</p>			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 22,5 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 22,5 Std.

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-151-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Business-Planning
---------------------------	---------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Fähigkeiten und Fertigkeiten zur Entwicklung eines Businessplans in einem dynamischen, komplexen Umfeld.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> Entwicklung eines Businessplans entsprechend anhand der Methode Business-Modeling-Canvas.			
<b>Lehr-/Lernformen</b> Seminaristischer Unterricht			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Seminaristischer Unterricht / regelmäßige Präsentationen der Studierenden. Intensive Nutzung digitaler Tools, u.a. im Rahmen eines Blended Learning Formats mit signifikantem Anteil an Video-Live-Terminen statt physischer Präsenz.			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> Osterwalder, A. / Pigneur, Y. (2011): Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer			
<b>Besonderes</b> - Interaktive Veranstaltung - Gruppenarbeit - Intensive Vor- und Nachbereitungszeiten Kurs wird i.d.R. im Sommersemester von Prof. Detscher und im Wintersemester von Prof. Ginter gehalten.			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 2,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 22,5 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 20,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 40,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-159	<b>Modulbezeichnung</b> 101-159 CF/DBM-P Business Analytics
------------------------	----------------------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierenden sind fähig, in Zusammenarbeit mit Unternehmen für praktische Herausforderungen evidenzbasierte Lösungen zu erarbeiten. Sie verstehen sowohl die fachlichen als auch die überfachlichen Anforderungen, um die Akzeptanz für die Lösungsvorschläge zu gewinnen. Sie erlernen den Umgang mit unternehmerischen Fragestellungen, deren betriebswirtschaftliche Bewertung unter der Nutzung Business Analytics Methoden, die Entwicklung und Bewertung von Lösungsvorschlägen und die zielgruppengerechte Präsentation der Erkenntnisse.
<b>Inhalte</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Unternehmerische Fragestellung kennen lernen</li><li>• Einsatz von Business Analytics in der Praxis kennenlernen</li><li>• Projektmanagement</li><li>• Analyse der Ausgangslage, eigene Recherche</li><li>• Konzeptentwicklung und Abstimmung mit dem Praxispartner</li><li>• Entwicklung eines Business Analytics Prototypen</li><li>• Präsentation der Ergebnisse</li><li>• Feedback</li></ul>
<b>Lehr-/Lernformen</b>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	BWL-Kenntnisse aus dem Grundstudium, GRundkenntnisse aus Empirische Methoden I + II, Anwenderkenntnisse MS Excel
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	abhängig vom jeweiligen Thema

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Durch das Format des Praxisprojekts werden sowohl Inhalte aus anderen Veranstaltungen benötigt als auch Impulse für andere Module gesetzt.
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b> Die ist von der jeweiligen Fragestellung des Projektgebers abhängig.
----------------------------------------------------------------------------------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Studienarbeit	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. oec. Sebastian Moll		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> keine Angabe	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> keine	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 0,0 Std. / 0,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 0,0 Std. / 0,0 %

## Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
-------------	------------------------------------

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-171	<b>Modulbezeichnung</b> 101-171 FM Data Science und KI
------------------------	-----------------------------------------------------------

### Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p><b>Qualifikationsziele</b></p> <p>Die Studierenden erwerben eine umfassende <b>Applied AI Literacy</b>. Sie sind nicht nur in der Lage, KI-Konzepte theoretisch einzuordnen, sondern können diese technisch implementieren, ökonomisch bewerten und praktisch anwenden.</p> <p><b>Konkrete Kompetenzen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>KI-Infrastruktur &amp; Tooling:</b> Die Studierenden können lokale KI-Umgebungen (Docker, Ollama, OpenWebUI) sowie Sandbox-Umgebungen (Jupyter Notebooks) aufsetzen. Sie verstehen das <b>Model Context Protocol (MCP)</b>, um standardisierte Werkzeuge (Tools) in KI-Agenten zu integrieren.</li><li>• <b>AI-Driven Data Science:</b> Sie nutzen LLMs als "Code Interpreter", um Data Science Pipelines (Bereinigung bis Auswertung) per Prompt zu generieren.</li><li>• <b>Strategische Modellauswahl &amp; Benchmarking:</b> Sie können Kosten-Nutzen-Analysen (via ArtificialAnalysis.ai) durchführen und entwickeln <b>eigene, anwendungsspezifische Benchmarks</b>, um für konkrete Branchen (z.B. Maschinenbau vs. Handwerk) das qualitativ beste Modell zu identifizieren.</li><li>• <b>Search &amp; Retrieval Evaluation:</b> Sie sind fähig, verschiedene Informationsquellen zu vergleichen und zu integrieren – von lokalen Suchmaschinen (SearXNG) bis hin zu kommerziellen APIs (Google, Tavily), unter Berücksichtigung von Datenschutz und Kosten.</li><li>• <b>Prozessautomatisierung (Low-Code):</b> Sie sind befähigt, mittels n8n komplexe Geschäftsabläufe zu automatisieren und KI-Agenten zu entwickeln, die autonom Aufgaben erledigen.</li></ul>
<p><b>Inhalte</b></p> <p>Das Modul verbindet technisches Verständnis ("The New Stack") mit betriebswirtschaftlicher Entscheidungsfindung und praktischer Anwendung.</p> <p><b>1. KI-Infrastruktur &amp; Ökonomie (The New Stack):</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Grundlagen der Container-Technologie (Docker).</li><li>• Setup und Betrieb lokaler LLMs mit Ollama und OpenWebUI.</li><li>• <b>Advanced Tooling:</b> Jupyter Notebooks als Docker-Container (Code Interpreter) und Integration des <b>Model Context Protocol (MCP)</b> via Docker-Container zur Tool-Erweiterung.</li><li>• <b>Wirtschaftliche Modellauswahl:</b> Nutzung von OpenRouter als Gateway und Analyse von Performance/Kosten-Daten.</li><li>• <b>Domain-Specific Benchmarking:</b> Entwicklung eigener Test-Szenarien, um die Eignung von Modellen für spezifische Use-Cases (z.B. technischer Fachjargon vs. kreatives Schreiben) empirisch zu ermitteln.</li></ul>

## 2. Generative KI in der Praxis:

- Advanced Prompting (Chain-of-Thought) und RAG-Systeme (Wissensdatenbanken).
- **Web-Search Integration:** Aufbau einer lokalen Metasuchmaschine (**SearXNG** im Docker-Container) und Vergleich der Ergebnisse/Kosten mit kommerziellen APIs (Tavily, Brave, Google PSE).
- **Fine-Tuning & Customization:** Einführung in das Nachtrainieren von Modellen ("Instruction Tuning") zur Anpassung an spezifische Unternehmenssprache oder Formate.
- **Live-Demonstration:** Durchführung eines Fine-Tuning-Prozesses mittels des Frameworks **OpenTuneWeaver**. Erstellung und Bereinigung von Trainingsdaten (Dataset Engineering) und Evaluation des angepassten Modells im Vergleich zum Basismodell.
- Nutzung multimodaler Modelle (Vision) zur Bildanalyse.

## 3. Workflow Automation (The Builder):

- Einführung in n8n (Self-hosted) und Nutzung von MCP-Tools innerhalb von Workflows.
- Entwicklung von "AI Agents", die autonom recherchieren, entscheiden und berichten.
- *Ausblick:* Erstellung eigener MCP-Server (z.B. Jar-El) zur Erweiterung der Agentenfähigkeiten (bei entsprechender Zeit/Fortschritt).

## 4. Data Science (Blended Learning & Generative):

- Grundlagen des Supervised und Unsupervised Learning (Videotutorials).
- **Generative Data Science:** Nutzung des Code Interpreters, um statistische Analysen per Prompt zu erstellen.
- Praktische Umsetzung von Vorhersagemodellen mit Orange3.

## ### Semesterplanung (Kurfassung)

- **Woche 1-2: The New Stack & Model Economics** Setup der lokalen KI-Infrastruktur (Docker, Ollama) und Einführung in AI Literacy. Strategische, datengestützte Auswahl des kosteneffizientesten Modells für das Semesterprojekt (Analyse via ArtificialAnalysis.ai und OpenRouter).
- **Woche 3-4: RAG & Knowledge Management** Praktische Umsetzung von Retrieval Augmented Generation (RAG). Aufbau persistenter Wissensdatenbanken in OpenWebUI und Integration eigener Unternehmensdaten (PDFs, Excel).
- **Woche 5-6: Advanced Customization & Search** Strategien zur Modellanpassung: Wann RAG, wann Fine-Tuning? Live-Demo eines Fine-Tuning-Prozesses mit **OpenTuneWeaver**. Integration lokaler Websuche (SearXNG) und Benchmarking verschiedener Ansätze.
- **Woche 7-9: Workflow Automation (n8n)** Einführung in n8n (Self-hosted). Verarbeitung von Webhooks und JSON-Daten. Integration von LLMs in Workflows zur automatisierten Analyse von Texten und E-Mails.
- **Woche 10-11: AI Agents & MCP** Bau autonomer Agenten, die Werkzeuge nutzen (Model Context Protocol). Implementierung von "Human-in-the-Loop"-Prozessen für Genehmigungen und Entscheidungen.

- **Woche 12-13: Data Science (Blended Learning)** Grundlagen des Machine Learning (Orange3) via Video-Tutorials. Nutzung von LLMs als "Code Interpreter" (Jupyter Container) zur generativen Erstellung von Data-Science-Pipelines.

- **Woche 14-15: Projektphase & Abschluss** Betreute "Projekt-Werkstatt" zur Finalisierung der Studienarbeiten (Automatisierung/Bot). Abschlusspräsentation der Ergebnisse und Live-Demos.

### Studienarbeit (100 %)

Die Prüfungsleistung besteht aus der **Entwicklung und Dokumentation eines "Applied AI"-Artefakts.**

- **Inhalt:** Dies kann z.B. ein funktionierender n8n-Automatisierungsworkflow, ein konfigurierter KI-Agent (mit MCP-Tools), ein RAG-System oder ein umfangreicher Modell-Benchmark für eine spezifische Branche sein.
- **Dokumentation:** Der technische Prototyp wird durch eine schriftliche Ausarbeitung ergänzt, die den Business Case (Problemstellung), die ökonomische Betrachtung (Kosten/Nutzen) und die technische Umsetzung erläutert.

**Lehr-/Lernformen**

**Interaktives Labor & Blended Learning (4 SWS)**

Das Modul folgt dem Konzept "**Theory & Lab**":

- **Präsenzzeit (Labs):** Die wöchentliche Veranstaltung (4 SWS) teilt sich in theoretische Impulse und umfangreiche **Hands-on-Sessions** am eigenen Laptop. Studierende setzen die gezeigten Technologien (Local AI, n8n, RAG) direkt in Übungsszenarien um.
- **Blended Learning (Data Science):** Der Themenblock "Data Science & Predictive Analytics" wird im **Flipped-Classroom-Format** unterrichtet. Studierende erarbeiten sich die Grundlagen (Algorithmen, Nutzung von Orange3) mittels bereitgestellter Videotutorials im Selbststudium. Die Präsenzzeit wird anschließend genutzt, um konkrete Business Cases zu lösen und Ergebnisse zu diskutieren.
- **Projektarbeit:** Parallel zu den Veranstaltungen entwickeln die Studierenden in der zweiten Semesterhälfte eigenständig (oder in Kleingruppen) ein Automatisierungs- oder KI-Projekt.

**Voraussetzungen für die Teilnahme**

<p><b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b></p>	<p><b>Inhaltliche Voraussetzungen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Formale Voraussetzungen existieren nicht.</li> <li>• <b>Wichtig:</b> Eine hohe Affinität zu digitalen Prozessen und die Bereitschaft, sich in neue technische Tools (Low-Code, Command Line Basics) einzuarbeiten, sind unerlässlich. Vorkenntnisse in Python sind hilfreich, aber nicht zwingend erforderlich.</li> </ul> <p><b>Technische Voraussetzungen (BYOD - Bring Your Own Device):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Teilnahme erfordert zwingend einen <b>eigenen Laptop</b> (Windows, macOS oder Linux).</li> </ul>
-----------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Admin-Rechte:</b> Studierende müssen auf ihrem Gerät über uneingeschränkte Administrator-Rechte verfügen, um Systemsoftware (insb. Docker Desktop) zu installieren.</li> <li>• <b>Hardware-Empfehlung:</b> 16 GB RAM werden empfohlen (für den flüssigen Betrieb lokaler KI-Modelle), weniger wäre denkbar, dann aber eher mit API-Modellen.</li> <li>• <b>Ausschluss:</b> Tablets (iPad, Android) oder Chromebooks sind für dieses Modul <b>nicht ausreichend</b>, da die Container-Virtualisierung dort nicht unterstützt wird.</li> </ul>
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Vgl. die Literaturangaben zu den einzelnen Lehrveranstaltungen

### Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Die Studierenden lernen KI-Literacy, eine unabdingbare Soft Skill für jeden BWL-Absolventen.
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

### Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte
---------

### Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Studienarbeit	100 %

### Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Mathias Engel		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Sommersemester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> Formale Voraussetzungen für die Teilnahme existieren nicht.	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		

<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 67,5 Std. / 45,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 37,5 Std. / 25,0 %
----------------------------------------------	---------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------

### Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-171-01	Data Science und KI

### Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-171-01	Data Science und KI

### Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
Siehe Modulziele...			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen

**Inhalte**

Siehe Modulinhalte...

**Lehr-/Lernformen**

Vorlesung/ Blended Learning

**Lehr-/Lernmethoden**

interaktive Vorlesung

## Literatur/Lehrmaterial

### Skripte & Tutorials:

- Engel, M.: *YouTube Playlist "Data Science mit Orange3"* (bereitgestellt via LMS).
- Offizielle Dokumentationen: *n8n Docs, Ollama Library, Docker Docs, OpenWebUI Documentation, MCP Protocol Spec.*

### Software & Frameworks (Prof. Engel):

- **OpenTuneWeaver** (Fine-Tuning Framework): <https://github.com/ProfEngel/OpenTuneWeaver>
- **Jar-EI** (MCP Agent Server): <https://github.com/ProfEngel/jar-ei>
- **Kaepsele** (Local AI Helper): <https://github.com/ProfEngel/Kaepsele>
- **Datasets** (Übungsdaten für Lab & Fine-Tuning): <https://github.com/ProfEngel/datasets>

### Literatur:

- Engel, M.: *KI in a Brainshell*, kdpublishing, 2026.
- Engel, M.: *KI-Literacy*, kdpublishing, 2026.
- Runkler, T.: *Data Mining*, Springer, 2015.
- *Aktuelle Whitepaper und Reports zu Modell-Benchmarks (z.B. von ArtificialAnalysis.ai).*

### Besonderes

-

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 4,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 67,5 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 37,5 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b>	<b>Modulbezeichnung</b>
101-150	101-150 FM KSK Visiting Professorship

### Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b>
Will depend on the lecturer's subject area
<b>Inhalte</b>
The content of this lecture will vary and depend on the KSK Visiting professor's subject area and expertise. We will only offer this module if we have a KSK Visiting professor whose skills and expertise comply with the requirements of this module. Therefore, we only know about the offer a semester before the module takes place and cannot guarantee a regular offer. If you are interested in this class, please get in touch with Prof. Dr. Iris Ramme.
<b>Lehr-/Lernformen</b>
kein Typ gewählt

### Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Will depend on the lecturer's subject area
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Will depend on the lecturer's subject area

### Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Will depend on the lecturer's subject area
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

### Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b>
Will depend on the lecturer's subject area

### Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer	Anteil in %
Referat/Präsentation	100 %

### Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b>
Prof. Dr. Leander Geisinger

<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b> KSK visiting professor (t.b.d.)		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> keine Angabe	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> Basic knowledge in Business Administration and English language skills	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 55,0 Std. / 36,7 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 50,0 Std. / 33,3 %

### Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-150	t.b.d.

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-150	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> t.b.d.
------------------------	----------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> Will depend on the lecturer's subject area			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> Will depend on the lecturer's subject area			
<b>Lehr-/Lernformen</b> kein Typ gewählt, Vorlesung			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Will depend on the lecturer's subject area			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b> Will depend on the lecturer's subject area			
<b>Besonderes</b> The lecturer will be a KSK Visiting professor. For more details please see <a href="https://www.hfwu.de/weiterbildung/fuer-dozenten/ksk-visiting-professorship-program-1/">https://www.hfwu.de/weiterbildung/fuer-dozenten/ksk-visiting-professorship-program-1/</a> . The module will not take place in WiSe 2023/24.			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 4,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Englisch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 55,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 50,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-164	<b>Modulbezeichnung</b> 101-164 FM Wirtschaftspsychologie
------------------------	--------------------------------------------------------------

### Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Ziel des Moduls ist es, Wissen über die Grundlagen der Differentiellen Psychologie und Persönlichkeitspsychologie zu erlangen und dessen Bezug zur Berufspraxis, v.a. im Personal- und Organisationsbereich, zu verstehen. Der Fokus liegt dabei sowohl auf der theoretischen Herleitung interindividueller Unterschiede sowie auf den Grundlagen der psychologischen Diagnostik im Bereich Persönlichkeit und Intelligenz.
<b>Inhalte</b> LV 1 <b>ACHTUNG LV findet in Geislingen im Studiengang Wirtschaftspsychologie statt!</b> Einführung in das Fachgebiet und Paradigmen der Persönlichkeitspsychologie Persönlichkeitsmerkmale: Konstrukt, Testung und Praxisanwendung Intelligenz: Konstrukt, Testung und Praxisanwendung Weitere Eigenschaften: Konstrukte, Testung und Praxisanwendung Theorien der Differentiellen Psychologie Einflüsse, Stabilität, Verhaltensvorhersagen psychologischer Merkmale  LV 2 Nach einem kurzen Input zu Erkenntnissen aus der Neuropsychologie werden die Studierenden die Themen aus der Differentiellen Psychologie in Bezug zu Ihrer Vertiefung setzen. Dies mündet am Ende des Semesters in einem 20-minütigen Referat.
<b>Literatur</b> LV 1: Asendorpf, J. (2024): Persönlichkeitspsychologie für Bachelor (5. Auflage). Springer. Asselmann, E. (2022). Woran wir wachsen. Ariston. Hagemann, D., Spinath, F.M. & Mueller, E.M. (2022). Differentielle Psychologie und Persönlichkeitsforschung (9. Auflage). Kohlhammer. Maltby, J., Day, L., Macaskill, A. (2022). Personality, Individual Differences and Intelligence (5. Auflage). Pearson. Nerdinger, F., Blickle, G., Schaper, N. (2019): Arbeits- und Organisationspsychologie (4. Auflage). Springer. Neyer, F. J. & Asendorpf, J.B. (2024): Psychologie der Persönlichkeit (7. Auflage). Springer. Rammsayer, T. & Weber, H. (2016). Differentielle Psychologie – Persönlichkeitstheorien. Hogrefe.  LV 2 Roth, G., Strüber, N.: Wie das Gehirn die Seele macht, Stuttgart: Klett-Cotta, 2018 Roth, G., Heinz, A., Walter, H.: Psychoneurowissenschaften Berlin; Heidelberg: Springer Spektrum, 2020 Roth, G., Ryba, A.: Coaching, Beratung und Gehirn: neurobiologische Grundlagen wirksamer Veränderungskonzepte Stuttgart: Klett-Cotta, 2022 Reimann, M., Weber B.: Neuroökonomie: Grundlagen – Methoden – Anwendungen Wiesbaden: Gabler, 2011

### Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	

### Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	Je nach Fokus im Seminaranteil: Vertiefung Personal, Marketing etc.
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

### Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

--

### Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Klausur 90 Min /Referat	80/20

### Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Fischer		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner:</b> Prof. Dr. Sara Köser, Christiane Fitzke		
<b>Modulart</b> Freies Modul	<b>Turnus</b> Jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> Zulassung zum Vertiefungsstudium	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 5,00

<b>Workload</b>		
<b>Gesamt</b>	<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium/Gruppe</b>
<b>125</b>	45 h	40 / 40 h
25 h	15 h	10 h
<b>Präsenz/Kontakt</b>	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b>	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b>

### Ausgestaltung

	<b>Titel der Lehrveranstaltungen:</b>			
	<b>Nr. Lehrveranstaltung</b>	<b>Lern-/Lehrformen</b>	<b>SWS</b>	<b>Sprache</b>
	1	Differentielle Psychologie Interaktive Vorlesung	4	deutsch
2	Seminar Wirtschaftspsychologie Diskussion	1	deutsch	

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-165	<b>Modulbezeichnung</b> 101 165 Cross-Cultural Experience
------------------------	--------------------------------------------------------------

### Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p><b>Qualifikationsziele</b></p> <p>The students will learn how to do research on intercultural topics and on topics in social sciences. They will profit from a hands on experience of voluntary work in German organizations, and can reflect their experience with the theories learned in the lecture.</p>
<p><b>Inhalte</b></p> <p>The module starts with an introduction to academic writing (participation optional if you have passed at least MG2 at NGU). This is followed by a two-day seminar on "Intercultural Competence" (mandatory attendance). After that you will engage in voluntary work and reflect your experience in a seminar on social sciences.</p> <p>An important part of the module consists of voluntary work, for example in an organization here in Nürtingen. You will then share your experiences with other students in a seminar. In this seminar, you will receive theoretical input on social science topics, which you will then reflect on in a report and presentation together with your experiences in volunteering. In doing so, you will draw comparisons to other countries and cultures from both literature research and discussions with our students from many different countries and cultures.</p>
<p><b>Lehr-/Lernformen</b></p>

### Voraussetzungen für die Teilnahme

<p><b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b></p>	<p>Subject: Intercultural Theories, Social Sciences</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• System: Social Sciences in an international context, intercultural differences by working with students from other cultural backgrounds</li> <li>• Self: The class can be seen as a social process of getting to know each other and how to work closely together with people who have never met before and come from different cultural backgrounds</li> <li>• Social: in group work sessions the students have to apply their often diverse knowledge. We will have exchange students and students from our university who have different backgrounds in terms of study subjects, work experience, culture, age and maturity.</li> </ul> <p>Important note: The class will start in the last week of the semester break</p>
<p><b>Vorbereitung für das Modul</b></p>	

### Verwendbarkeit des Moduls

<p><b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b></p>	
--------------------------------------------------------------------------	--

Einsatz in anderen Studiengängen	
----------------------------------	--

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b> The social pillar of sustainability is core to this module
------------------------------------------------------------------------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Studienarbeit	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Sabine Biege		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b> Andrea Heißler-Keinath; Janine Saupp		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> jedes Semester	<b>Dauer</b> Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b> For exchange students: at least second year students; for NGU students all requirements needed to start your majors (Vertiefungsstudium)	<b>ECTS-Punkte</b> 6,00	<b>Präsenz in SWS</b> 4,00
<b>Workload</b> 6,00 x 25 Stunden = 150,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 45,0 Std. / 30,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 25,0 Std. / 16,7 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 80,0 Std. / 53,3 %

## Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-165-01	Intercultural Seminar
101-165-02	Social Sciences

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-165-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Intercultural Seminar
---------------------------	-------------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> see module description			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> Concepts of culture (Hofstede, Schein, Hall, Trompenaars, ...) Analysis of the concepts of intercultural conflict and intercultural communication. Application to students' experiences Cultures of different regions and countries and their impact on business and corporate cultures Goal: Learning to deal with different cultures			
<b>Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Role play, active participation, theory input through the lecturer			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b>			
<b>Besonderes</b> Attendance is prerequisite for the remaining parts of the class. No attendance - no credits.			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 0,50	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Englisch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 5,6 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 10,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 80,0 Std.

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-165-02	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Social Sciences
---------------------------	-------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b> see module description			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b> 1. Introduction to academic writing 2. Selection among one of the programs: Tandem and school program, Voluntary work program 3. Class on Social Sciences: Topics such as social change, modern family development, social action, social stratification, inequality, and especially global social inequality from the perspective of sociology. Special attention is given to statistics and secondary data.			
<b>Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b> Objective is to reflect on experiences from one of the four programs and to establish connections to the content learned in the intercultural seminar and the course Social Sciences.			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b>			
<b>Besonderes</b>			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 3,50	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 6 Semester	<b>Sprache</b> Englisch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 39,4 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 15,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 0,0 Std.

## Modulbeschreibung

<b>Code</b> 101-073	<b>Modulbezeichnung</b> 101-073 Bachelorarbeit
------------------------	---------------------------------------------------

## Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<b>Qualifikationsziele</b> Die Studierenden kennen und verstehen die fachliche Problemstellung der Abschlussarbeit. Sie sind in der Lage eine für die Lösung der Problemstellung sinnvolle Zielsetzung zu entwickeln und eine hierfür geeignete Vorgehensweise zu erarbeiten und zu begründen. Sie stellen anhand einer praktischen Aufgabe oder einer theoretischen Fragestellung unter Beweis, dass sie den Themenbereich sowohl fachlich-inhaltlich als auch wissenschaftlich-theoretisch in einer Weise bearbeiten können, die über eine reine Darstellung hinausgeht und insofern Neuigkeitsaspekte umfasst. Die Studierenden legen außerdem dar, dass sie die während des Studiums erworbenen Kenntnisse, Fähigkeiten und Kompetenzen eigenständig zur Lösung eines komplexen Themas anzuwenden in der Lage sind, wobei sich das Thema auf den gesamten Inhalt des Studiums beziehen kann.
<b>Inhalte</b> Abhängig von der Themenstellung der Bachelorarbeit.
<b>Lehr-/Lernformen</b>

## Voraussetzungen für die Teilnahme

<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Die im vorangehenden Studium erworbenen Kenntnisse, Fähigkeiten und Kompetenzen im Hinblick auf die Modulinhalte werden vorausgesetzt, insbesondere Module mit inhaltlichem Themenbezug sowie Schlüsselqualifikationen.
<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Das Modul Wissenschaftliches Arbeiten

## Verwendbarkeit des Moduls

<b>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</b>	
<b>Einsatz in anderen Studiengängen</b>	

## Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<b>Inhalte</b>
----------------

## Prüfungsleistungen (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)

<b>Art und Dauer</b>	<b>Anteil in %</b>
Bachelorarbeit (3 Monate)	100 %

## Organisation

<b>Modulverantwortliche/r</b> Prof. Dr. Daniela Fischer		
<b>Weitere Verantwortliche/Ansprechpartner</b>		
<b>Modulart</b>	<b>Turnus</b> keine Angabe	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>Zulassungsvoraussetzung</b>	<b>ECTS-Punkte</b> 12,00	<b>Präsenz in SWS</b> 0,00
<b>Workload</b> 12,00 x 25 Stunden = 300,0 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
<b>Präsenz/Kontakt</b> 0,0 Std. / 0,0 %	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 120,0 Std. / 40,0 %	<b>Aufgaben/Gruppenarbeit</b> 180,0 Std. / 60,0 %

## Ausgestaltung

<b>Code</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>
101-073-01	Bachelorarbeit

## Beschreibung für die Lehrveranstaltung

<b>Code</b> 101-073-01	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b> Bachelorarbeit
---------------------------	------------------------------------------------------

## Ausgestaltung

<b>Qualifikationsziele</b>			
<p>Die Studierenden kennen und verstehen die fachliche Problemstellung der Abschlussarbeit. Sie sind in der Lage eine für die Lösung der Problemstellung sinnvolle Zielsetzung zu entwickeln und eine hierfür geeignete Vorgehensweise zu erarbeiten und zu begründen. Sie stellen anhand einer praktischen Aufgabe oder einer theoretischen Fragestellung unter Beweis, dass den Themenbereich sowohl fachlich-inhaltlich als auch wissenschaftlich-theoretisch in einer Weise bearbeiten können, der über eine reine Darstellung hinausgeht und insofern Neuigkeitsaspekte umfasst. Die Studierenden legen außerdem dar, dass sie die während des Studiums erworbenen Kenntnisse, Fähigkeiten und Kompetenzen eigenständig zur Lösung eines komplexen Themas anzuwenden in der Lage sind, wobei sich das Thema auf den gesamten Inhalt des Studiums beziehen kann.</p>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
<b>Inhalte</b>			
Abhängig von der Themenstellung der Bachelorarbeit.			
<b>Lehr-/Lernformen</b>			
<b>Lehr-/Lernmethoden</b>			
Eigenständige Erarbeitung eines wissenschaftlich fundierten Lösungsansatzes für ein Thema unter Betreuung in erster Linie durch den Erstgutachter, nachrangig durch den Zweitgutachter.			
<b>Literatur/Lehrmaterial</b>			
In Abhängigkeit vom gewählten Thema			
<b>Besonderes</b>			

## Organisation

<b>Präsenz in SWS</b> 0,00	<b>Gruppeneinteilung</b> nein	<b>empfohlenes Fachsemester</b> 7 Semester	<b>Sprache</b> Deutsch oder Englisch
<b>Präsenz/Kontakt</b> 0,0 Std.	<b>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium</b> 120,0 Std.		<b>Aufgaben/ Gruppenarbeit</b> 180,0 Std.