

Bachelor of Arts
Betriebswirtschaft (berufsbegleitend)

MODULHANDBUCH

Inhaltsverzeichnis

412-001 Einführung in die BWL	4
412-057 Materialwirtschaft.....	6
412-058 Wirtschaftsprivatrecht	9
412-004 Finanzmathematik.....	11
412-050 Digital Competences	13
412-051 Wissenschaftliches Arbeiten / Präsentations- und Konferenztechniken.....	15
412-052 Buchführung.....	20
412-008 Business English 1.....	22
412-009 Corporate Governance/ Gesellschaftsrecht.....	24
412-059 Digital Sourcing / Logistik.....	27
412-060 Personalmanagement 1/ Arbeitsrecht.....	30
412-012 Statistik.....	34
412-013 Grundseminar.....	36
412-053 Digital Collaboration	38
412-015 Business English 2.....	39
412-061 Personalmanagement 2	41
412-062 Investitions- und Finanzierungsprozesse/ Bilanzierung 1/ Internes Rechnungswesen 1	44
412-018 Unternehmensführung/ Internationales Management	48
412-019 Mikroökonomik.....	52
412-054 Data Science.....	54
412-021 Business English 3.....	56
412-022 Grundlagen des Projektmanagements.....	58
412-063 Marketing.....	60

412-064 Digital Commerce/ Wettbewerbsrecht.....	62
412-025 Steuerrecht / Bilanzierung 2/ Internes Rechnungswesen 2.....	65
412-026 Controlling/ Informationsmanagement	69
412-027 Makroökonomik.....	72
412-055 Praxis des Projektmanagements/ Digital Management	74
412-029 Managementkompetenzen	77
412-030 Hauptseminar	78
412-032 Unternehmensführung/Digital Business: Controlling/Strategie	80
412-033 Unternehmensführung/Digital Business: Digital Geschäftsmodelle / Unternehmensentwicklung.....	84
412-065 Unternehmensführung/Digital Business: Human Resource Management	87
412-038 Finanzmanagement/Controlling: Controlling.....	89
412-039 Finanzmanagement / Controlling: M&A/Beteiligungsmanagement M&A/ Investment Management.....	91
412-040 Finanzmanagement/ Controlling: Risiko- und Sanierungsmanagement	95
412-041 Wirtschaftsprüfung/Steuerberatung: Bilanzen	97
412-042 Wirtschaftsprüfung / Steuerberatung: Steuerberatung.....	99
412-043 Wirtschaftsprüfung/ Steuerberatung: Wirtschaftsprüfung.....	101
412-044 Marketing/Kommunikationsmanagement: Marketingmanagement	103
412-045 Marketing/ Kommunikationsmanagement: Kommunikationsmanagement.....	108
412-046 Marketing/ Kommunikationsmanagement: Industrie- und Handelsmarketing ...	109
412-047 Produktion/Beschaffung/ Logistik: Produktionsmanagement.....	112
412-048 Produktion/Beschaffung/ Logistik: Beschaffung.....	114
412-049 Produktion/ Beschaffung/ Logistik: Logistik-Management.....	116
412-066 Wirtschaftspsychologie: Personal-/ Organisationspsychologie.....	117
412-034 Wirtschaftspsychologie: Transformation Management/ Leadership	119

412-067 Wirtschaftspsychologie: Konfliktmanagement/Mediation.....	121
--	------------

Modulbezeichnung

412-001 Einführung in die BWL

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Barbara Kreis-Engelhardt		
Dozent/in: Prof. Dr. Barbara Kreis-Engelhardt	Status: Professorin	
Modulart: Pflichtfach	ECTS-Punkte: 3	Doppelstunden: 7

Prüfungsleistungen

Art:
K 60

Lernziele

<p>Studierende sollen</p> <ul style="list-style-type: none">- wirtschaftswissenschaftliche Perspektiven, Fragestellungen und aktuelle Entwicklungen der Wirtschaft im digitalen Zeitalter kennen lernen- einen Überblick über Zusammenhänge der Betriebswirtschaftslehre erhalten und Problemlösungsverhalten durch Perspektivwechsel schulen- die Funktionsweise von Unternehmen erfahren und austauschen- wirtschaftswissenschaftliche Grundtatbestände erklären können- das Unternehmen und sein Umfeld bewerten können- konstitutive Entscheidungen erkennen und den betrieblichen Leistungsprozess verstehen und erklären können- die Grundlagen strategischer und operativer Planung kennen und verstehen lernen- Aufbau und Ablauf von Organisationen kennen und erklären können- Funktionsweisen von traditionellen und agilen Organisationen verstehen können- Prozessorganisationen und Businessstransformation verstehen und beurteilen können- Die Rolle von kritischen Erfolgsfaktoren kennen und verstehen- Teamfähigkeit herausbilden, kreative Lösungsfindungen anregen und umsetzen können
--

Lerninhalte

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">- Wirtschaftswissenschaftliche Perspektiven, Fragestellungen und Entwicklungen- Wirtschaftliche Grundtatbestände- Das Umfeld von Unternehmen |
|--|

- Konstitutive Entscheidungen im Unternehmen
- Funktionsweise von Unternehmen
- Der betriebliche Leistungsprozess
- Grundlagen strategischer und operativer Planung
- Prozessorganisation, Business-Transformation und agiles Denken und Handeln
- Kooperation vs. Konkurrenz

Lehr-/Lernmethoden

- ⇒ Diskussion und Erfahrungsaustausch verschiedener Funktionsweisen von Unternehmen
- ⇒ Teamtraining/Gruppenarbeiten zu den Funktionen im Unternehmen
- ⇒ Kurz-Präsentationen

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- Balderjahn, Ingo; Specht, Günther: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Stuttgart (Schaeffer-Poeschel)
- Briesen, Jochen: Ganzheitliche Businessmodell-Transformation, Systematische Prozessdigitalisierung mit der Unterstützung des MITO-Methoden-Tools, Frankfurt am Main (Klostermann)
- Dough, Rose: Das agile Unternehmen für Dummies – Weinheim (Wiley-Vch)
- Hoffmann, Jürgen; Roock, Stefan: Agile Unternehmen – Veränderungsprozesse gestalten, agile Prinzipien verankern, Selbstorganisation und neue Führungsstile etablieren, Heidelberg (Dpunkt)
- Schierenbeck, Henner/Wöhle, Claudia B.: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, München, Wien (Oldenburg)
- Selchert, Friedrich: Einführung in die BWL – Übersichtsdarstellungen, München, Wien (Oldenburg)
- Thommen, Jean-Paul/Achleitner Ann-Kristin et al.: Allgemeine BWL, Wiesbaden (Gabler)
- Witte, Eberhard: Entwicklungslinien der Betriebswirtschaftslehre: Was hat Bestand? In: DBW, Jg. 58, Heft 6, 1998, S. 731-746
- Wöhe, Günther et al.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München (Vahlen)

Besonderheiten

Die Teilnehmer*innen lernen sich im ersten Semester ihres Studiums kennen und tauschen systematisch ihr Praxiswissen über die wichtigsten Funktionsbereichen der BWL aus, während sie betriebswirtschaftliche Fragenstellungen mit kreativen Techniken in Teams bearbeiten und vorstellen. Sie können damit ihren eigenen Kenntnisstand einordnen. Ergänzend hierzu können sie anhand konkreter betriebswirtschaftlicher Ausgangssituationen und Sachverhalte/Fallstudien Strategien praxisnah anwenden und konkrete Lösungen durch kooperatives Arbeiten in Teams sowie Kompetenzen für das agile Arbeiten in Unternehmen der Zukunft entwickeln.

Modulbezeichnung

412-057 Materialwirtschaft

Organisation

Dozent/in Prof. Dr. Manfred Rössle		Status Professor	
ECTS-Punkte 4	SWS	Anzahl Gruppen 1	Sprache deutsch
Präsenz 6 Doppelstunden		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium Rest	Aufgaben/Gruppenarbeit keine

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art K 90

Ausgestaltung

<p>Qualifikationsziele Ziel der Veranstaltung ist es, die Aufgabengebiete der Materialwirtschaft (Disposition und Einkauf) unter Berücksichtigung der mathematisch-statistischen, informationstechnischen sowie rechtlichen Grundlagen kennen zu lernen. Die Studierenden erhalten einen Überblick über beschaffungswirtschaftliche Prozesse, lernen den momentanen Stand der Entwicklungen einzuschätzen und sind am Ende in der Lage, Aufgaben der Materialwirtschaft auszuführen. Ein wesentlicher Bestandteil sind hierbei die quantitativen Methoden, die bei der Planung des Materialbedarfs eine wichtige Rolle spielen. Im Einzelnen beinhalten die Veranstaltungen die Grundlagen der Planungs- und Beschaffungsprozesses sowie strategische Gesichtspunkte der Materialversorgung und der Zuliefer-/ Abnehmerbeziehung. Die Studierenden sollen in der Lage sein, den Materialbedarf eines Unternehmens zu disponieren und entsprechende Bestellvorgänge durchzuführen.</p>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
<p>Inhalte Nach einem allgemeinen Überblick werden wichtige Themenbereiche charakterisiert:</p> <ol style="list-style-type: none"> Einführung/ Überblick; Beispiele, Managementarten, Normatives Management, Orientierung Aufgabenfeld der Beschaffung; Definitionen, Abgrenzungen, Prozesseinteilung, Ziele, Bedeutung, Objekte, Trends Bedarfsermittlung; Grundbegriffe, Nettobedarf, Einstandspreis, ABC-Analyse, XYZ-Analyse, Stücklisten, Gozintographen Beschaffungsmarktforschung; Definition, Objekte, Methoden 			

<p>5. Make or Buy; Bedeutung, Entscheidungskriterien, Entscheidungsinstrumente</p> <p>6. Bestellung; Grundbegriffe, Bestellmengenentscheidung statisch und dynamisch, Bestellpolitiken</p> <p>7. Lieferantenmanagement; Bestände und deren Auswirkungen, Lieferantenauswahl (Sourcingarten), Kriterien der Lieferantenbeurteilung, Lieferantenentwicklung</p> <p>8. Beschaffungspolitik und –controlling; Aufgaben und Bedeutung</p>
<p>Lehr-/Lernmethoden Die Veranstaltung wird in Form einer Vorlesung mit eingestreuten Übungen gehalten. Zur Verarbeitung der vermittelten Inhalte gibt es Übungsmaterial zum angeleiteten Selbststudium.</p>

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p>Qualifikationsziele Übergeordnete Ziele des Moduls bestehen darin, dass die Studierenden Grundbegriffe und Grundzusammenhänge des Themenbereichs Materialwirtschaft kennen und aktiv in realer Aufgabenstellung anwenden können.</p>
<p>Inhalte siehe unten</p>
<p>Lehr-/Lernformen Vorlesung mit Fragen-entwickelnder Methode und zahlreichen Übungen</p>

Voraussetzungen für die Teilnahme

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

Verwendbarkeit des Moduls

<p>Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs</p>	Grundlage für E-Procurement und Logistische Prozesse im Grundlagenstudium 2. Semester Grundlage für Produktion, Beschaffung und Logistik im Vertiefungsstudium 5./6. Semester
<p>Einsatz in anderen Studiengängen</p>	nicht bekannt

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<p>Inhalte</p>	An den entsprechenden inhaltlichen Stellen werden auch Aspekten der Nachhaltigkeit berücksichtigt.
-----------------------	--

<p>Literatur/Lehrmaterial</p> <ul style="list-style-type: none"> - Skript mit Übungsaufgaben - Übungsblätter <p>Literatur, jeweils neueste Auflage:</p>
--

- Aktuelle Magazine wie BIP, Beschaffung aktuell, Technik und Einkauf, All about sourcing
- Kluck: Materialwirtschaft und Logistik, Poeschel Verlag
- Kummer, Grün, Jammernegg: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik, Pearson Verlag
- Wannenwetsch: Integrierte Materialwirtschaft, Logistik und Beschaffung, Springer Verlag
- Arnolds: Materialwirtschaft und Einkauf, Springer Gabler Verlag
- Boutellier: Basiswissen Beschaffung, Hanser Verlag
- Olfert: Materialwirtschaft, Neue-Wirtschafts-Briefe-Verlag

Besonderes

Modulbezeichnung

412-058 Wirtschaftsprivatrecht

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Katja Gabius		
Dozent/in: Dr. Markus Volz	Status: Professorin	
Modulart: Pflichtfach	ECTS-Punkte: 5	Doppelstunden: 7

Prüfungsleistungen

Art: K 90

Lernziele

Die Studierenden sollen befähigt werden, die Grundzüge des Vertragsrechts unter besonderer Berücksichtigung des Kaufvertrages zu beherrschen. Probleme, die bei einer gestörten Leistungsbeziehung im Rahmen der Warenbeschaffung auf der einen Seite und bei Reklamationen von Käufern auf der anderen Seite auftreten können, werden erkannt und sachgerecht beurteilt. Es werden daher Kenntnisse des Rechts des Vertragsschlusses, des Kaufvertragsrechts, insbesondere der Voraussetzungen und der Rechtsfolgen von Mängeln, einschließlich des Leistungsstörungenrechtes vermittelt. Weiter sollen die Studierenden auch Kenntnisse in der Gesetzesmethodik sowie der Gesetzesanwendung und Gesetzesauslegung erlangen.

Lerninhalte

- Aufbau und Systematik des BGB
- Die Falllösungsmethode
- Das Recht des Vertragsschlusses
- Der Kaufvertrag
- Begriff der Mangelhaftigkeit einer Sache
- Voraussetzungen und Rechtsfolgen eines Mangels
- Besondere Bestimmungen für Kaufleute und für Verbraucher

Lehr-/Lernmethoden

- ⇒ Vorlesung
- ⇒ Übungen
- ⇒ Fallstudien

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- Köhler, H.: BGB Allgemeiner Teil, München (C. H. Beck)
- Brox, H.; Walker, W.-D.: Allgemeines Schuldrecht, München (C. H. Beck)
- Brox, H.; Walker, W.-D.: Besonderes Schuldrecht, München (C. H. Beck)
- Eckert, J.: Schuldrecht Allgemeiner Teil, Baden-Baden (Nomos)
- Eckert, J.: Schuldrecht Besonderer Teil, Baden-Baden (Nomos)
- Medicus, D.: Schuldrecht I, Allgemeiner Teil, München (C. H. Beck)
- Haas L. u.a.: Das neue Schuldrecht, München (C.H. Beck)
- Alpmann, J.: Schuldrecht AT 1, Münster (Alpmann Schmidt)
- Roßmann, T.: Schuldrecht AT 2, Münster (Alpmann Schmidt)

Modulbezeichnung

412-004 Finanzmathematik

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Herbert Sperber		
Dozent/in: Dr. Hendrik Dubbe	Status: Lehrbeauftragter	
Modulart: Pflichtfach	ECTS-Punkte: 4	Doppelstunden: 8

Prüfungsleistungen

Art: K 90

Lernziele

Quantitative Methoden sind zu einem unentbehrlichen Hilfsmittel bei der Vorbereitung von operativen unternehmerischen Entscheidungen geworden. Aufbauend auf dem Fundament der Mathematik aus der gymnasialen Oberstufe erhalten die Studierenden einen Überblick über die wichtigsten Methoden der Finanzmathematik, welche in der Wirtschaftspraxis benötigt werden. Besonderer Wert wird auf die Anwendung dieser Methoden gelegt.

Lerninhalte

- Mathematische Grundlagen (lineare Interpolation, Summen- und Produktzeichen, Prozentrechnung)
- Lineare (einfache) Verzinsung: Grundlagen, Ersatzraten, mittlerer Zahlungstermin
- Äquivalenzprinzip der Finanzmathematik (Leistung - Gegenleistung)
- Zinseszinsrechnung (Grundlagen, diskrete unterjährige Verzinsung, gemischte Verzinsung, unterjähriger konformer Zinssatz, Inflation)
- Rentenrechnung (Grundlagen, vorschüssige / nachschüssige Zahlungen, Auseinanderfallen von Raten- und Zinszuschlagtermin, 360-Tage-Methode, US-Methode, ICMA-Methode)
- Tilgungsrechnung (Äquivalenz zur Rentenrechnung, Darlehensformen, Tilgungspläne, Disagio, ungleiche Zins- und Tilgungsperiode, 360-Tage-Methode, Methode von Braess, US-Methode, ICMA-Methode)

Lehr-/Lernmethoden

- ⇒ Vorlesung
- ⇒ Übungen
- ⇒ Fallstudien

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- Dubbe, H.: Manuskript zur Lehrveranstaltung
- Tietze, J.: Einführung in die Finanzmathematik; Wiesbaden (Vieweg)
- Tietze, J.: Übungsbuch zur Finanzmathematik; Wiesbaden (Vieweg)

Modulbezeichnung

412-050 Digital Competences

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Herbert Sperber		
Dozent/in: Dipl.-Mathematiker (FH) Roland Geiger	Status: Lehrbeauftragter	
Modulart: Pflichtfach	ECTS-Punkte: 3	Doppelstunden: 6

Prüfungsleistungen

Art: eK 60

Lernziele

Das selbständige bearbeiten und selektieren von umfangreichen Daten in Excel und Access

Lerninhalte

<p><u>Präsenzveranstaltung:</u></p> <p>Excel</p> <p>Excel optimal nutzen für die Betriebswirtschaft</p> <ul style="list-style-type: none">- Grundlegende Tabellenbearbeitung, grundlegende Zellformatierung, Tabellenstruktur bearbeiten- Mit Formeln arbeiten- Mit Funktionen arbeiten und weitere Funktionen verwenden- Ausfüllen, Kopieren und Verschieben, Arbeitsmappen effektiv nutzen- Mit Excel drucken- Mit Diagrammen arbeiten- Große Tabellen bearbeiten, Tabellen gliedern <p>Pivot-Tabellen erstellen und anpassen</p> <ul style="list-style-type: none">- Mit komplexen Formeln arbeiten- Mit Excel-Datenbanken arbeiten, Daten kombinieren und konsolidieren- Listen und Filter verwenden <p>Access als Datenbank verstehen und nutzen</p> <ul style="list-style-type: none">- Grundlagen einer Datenbank, Einsatz in der Praxis- Tabellen, Filter, Abfragen- Erweiterte Abfragetechnik für die Selektion und Bearbeitung von Daten

Lehr-/Lernmethoden

⇒ Blended Learning mit LTC-Anteilen

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- Skript zur Vorlesung
- Standardwerk der Hochschule
- Aufgaben aus der Vorlesung

Modulbezeichnung

412-051 Wissenschaftliches Arbeiten / Präsentations- und Konferenztechniken

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Barbara Kreis-Engelhardt		
Modulart: Pflichtfach	ECTS-Punkte: 4	Doppelstunden: 11

Prüfungsleistungen

Art K60

Lernziele

Ziel der Veranstaltung ist es, die Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens in der Betriebswirtschaftslehre kennen zu lernen. Hierzu zählen insbesondere das Lesen, Recherchieren und Erforschen von betriebswirtschaftlichen Quellen, das Entwickeln von betriebswirtschaftlichen Forschungsfragen sowie das Argumentieren in Zusammenhang mit dem Erstellen von wissenschaftlichen Arbeiten.

Ein weiteres Ziel der Veranstaltung ist, die Ergebnisse betriebswirtschaftlicher Forschungsarbeit wirkungsvoll präsentieren und verständlich visualisieren zu können.

Die dazu notwendigen Arbeitstechniken sollen ein Verständnis für die Rahmenbedingungen bei der Erstellung betriebswirtschaftlicher Präsentationen, Projektberichte und wirtschaftswissenschaftlicher Forschungsarbeiten wecken und jedem/r Einzelnen ein Grundrüstzeug an die Hand geben, um in aktuell auftauchenden betriebswirtschaftlichen Problemstellungen und betrieblichen Situationen kurzfristig notwendige Probleme strukturiert lösen, Berichte erstellen und Argumente überzeugend präsentieren zu können.

Modulelemente

Name: Wissenschaftliches Arbeiten Präsentations- und Konferenztechnik	Dozent/in: Prof. Dr. Barbara Kreis-Engelhardt Dipl.-Betriebswirtin (FH) Alexandra Fischer-Herl
--	---

Beschreibung 1. Modulelement

412-051-01 Wissenschaftliches Arbeiten

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Barbara Kreis-Engelhardt	Status: Professorin
Doppelstunden: 4	

Lerninhalte

- Überblick über die Lesetechniken
 - Lesetest und Blickspannentest
 - Fixationsfächer
- Traditionelle und rationale Leseformen
- Recherchieren: Quellen und ihre Nutzung
 - Markierungs- und Exzerpiertechniken
 - SQ3R-Methode
 - Online-Recherche
- Forschen als Student der Betriebswirtschaftslehre
 - Arbeitsschritte des Forschungsprozesses
 - Grundlagen beschreibender, erklärender und begründender Forschung
- Argumentieren in wissenschaftlichen Arbeiten
- Aufbau / Möglichkeiten zur Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten / Abstracts / Journals
 - Gliederungsmöglichkeiten
 - Formvorschriften
 - Bewertungskriterien

Lehr-/Lernmethoden

- ⇒ Vorlesung
- ⇒ Übungen mit Selbsterfahrung
- ⇒ Lesetests
- ⇒ Gruppendialog

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- Buzan, B.; Buzan, T.: Das Mind-Map-Buch: Die beste Methode zur Steigerung ihres geistigen Potenzials, Heidelberg (mvg Verlag)
- Ebster, C.; Stalzer, L.: Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler, Stuttgart (UTB)

- Kreis-Engelhardt, B.: Verkürzte Formvorschriften zur Erstellung wissenschaftlichen Arbeitens für das Grundseminar
- Lubzyk, J. et al.: Wie man eine wissenschaftliche Arbeit verfasst – Leitfaden der HfWU
- Metzger, Chr.: Lern- und Arbeitsstrategien – Ein Fachbuch für Studierende an Universitäten und Fachhochschulen, Berlin (Cornelsen), Aarau (Sauerländer)
- Oehlrich, M.: Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben, Berlin (Springer)
- Sandberg, B.: Wissenschaftliches Arbeiten von Abbildung bis Zitat – Lehr- und Übungsbuch für Bachelor, Master und Promotion, München (Oldenbourg)
- Stickel-Wolf, C.; Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Berlin (Springer)
- Spoun, S.; Domnik, D.: Erfolgreich studieren – Ein Handbuch für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler, München (Pearson)
- Sturz, P.; Backwinke, H.: Schneller lesen, Planegg (Haufe, Sts)
- Theisen, M.: Wissenschaftliches Arbeiten, Technik, Methodik, Form, München (Vahlen)

Besonderheiten

Möglichkeiten zur Ressourcenaktivierung werden durch die Übungen eingeräumt.

Beschreibung 2. Modulelement

412-051-02 Präsentations- und Konferenztechnik

Organisation

Dozent/in: Dipl.-Betriebswirtin (FH) Alexandra Fischer-Herl	Status: Lehrbeauftragte
Doppelstunden: 7	

Lerninhalte

- Selbstpräsentation – Kennenlernen
- Zusammentragen bzw. Erarbeitung von Basiswissen zum Thema
Präsentationstechniken in Gruppen zu den folgenden Bereichen:
 - Das Wichtigste zu den Bausteinen einer erfolgreichen Präsentation:
Einleitung – Hauptteil – Abschluss
 - Überblick und Anwendung von Medien – Do's and Don'ts
 - Verbale und Non-verbale Kommunikation – Worauf sollte man achten?
 - Umgang mit Nervosität
- Feedback – Wie gebe / erhalte ich Feedback?
- Input und Diskussion zum Themenbereich ‚Fragerunden‘:
 - Worauf muss man beim Durchführen einer Fragerunde achten?
 - Wie verhalte ich mich allgemein bei einer Fragerunde?
 - Wie gehe ich mit schwierigen Fragen um?
- Kennenlernen von eigenen Schwächen und Stärken beim Präsentieren
- Verbesserung der eigenen Präsentationstechniken durch Üben und das Erhalten von Feedback bzw. Beobachten anderer Teilnehmer
- Kriterien der Bewertung von Präsentationen im Rahmen von Seminararbeiten

Lehr-/Lernmethoden

- ⇒ Übungen Vorbereiten und Präsentieren in Gruppen
- ⇒ Coaching im Sinne von Rückmeldung
- ⇒ Vorlesung

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- Mentzel, W.: Erfolgreiche Vorträge und Präsentationen, München (dtv, Beck)
- Schnerring, A.: Überzeugend und sicher präsentieren – Praktische Rhetorik für Schule und Studium, Ditzingen (Reclam)

- Spoun, S.; Domnik, D.: Erfolgreich studieren – Ein Handbuch für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler, München (Pearson), insb. Teil Präsentieren und visualisieren
- Trautmann-Voigt, S.; Voigt, B.: Grammatik der Körpersprache, München (Klett)
- Eine weitere Auswahl von Büchern wird den Teilnehmern – auch als Impuls bei einer Gruppenarbeit – zur Verfügung gestellt.

Modulbezeichnung

412-052 Buchführung

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Stefan Marx		
Dozent/in: Prof. Dr. Stefan Marx	Status: Professor	
Modulart: Pflichtfach	ECTS-Punkte: 4	Doppelstunden: 6

Prüfungsleistungen

Art: K 60

Lernziele

<p>Studierende sollen</p> <ul style="list-style-type: none">- die Bedeutung der Buchführung als Grundlage für das Rechnungswesen erfassen- Grundlagen der doppelten Buchführung kennen lernen- Geschäftsvorfälle verbuchen können- Einblick in die Erstellung des Jahresabschluss und dessen Buchungen erhalten- Das Erlernte an praktischen Fallbeispielen anwenden können- Zusammenhänge zwischen den Fachgebieten bekommen- Sicherer Umgang mit Fachbegriffen
--

Lerninhalte

<ul style="list-style-type: none">- Grundlagen- Buchungstechnik- Anlagenbuchhaltung- Debitorenbuchhaltung- Kreditorenbuchhaltung- Buchung des Zahlungsverkehrs- Verbuchung von Rückstellungen- Verbuchung des Vorratsvermögens- Spezielle Abschlussbuchungen
--

Lehr-/Lernmethoden

⇒ Vorlesung mit integrierter Übung

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- Coenenberg / Haller / Schultze: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse
- Coenenberg / Haller / Schultze: Einführung in das Rechnungswesen
- Coenenberg: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse: Aufgaben und Lösungen
- Döring/ Buchholz: Buchhaltung und Jahresabschluss
- Männel Wolfgang: Buchführung und Grundlagen der Bilanzierung
- Wöhe: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre
- HGB

Besonderheiten

Abschlussorientierte Vorlesung mit Beispielen aus der Praxis.

Modulbezeichnung

412-008 Business English 1

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Herbert Sperber		
Dozent/in: Prof. Dr. Yasmine Kaiser	Status: Lehrbeauftragte	
Modulart: Pflichtfach	ECTS-Punkte: 3	Doppelstunden: 6

Prüfungsleistungen

Art: K 60

Lernziele

<p>Die Internationalisierung und Globalisierung in der Wirtschaft erfordert Studienabsolventen, die über eine gewisse Sensibilität im Umgang mit anderen Kulturen verfügen. Ziele der Lehrveranstaltungen sind daher:</p> <ul style="list-style-type: none">- Studierende können sich in Englisch (auf einem mittleren Niveau) im Geschäftsleben unterhalten und ohne größeren Aufwand im Ausland tätig sein- Studierende können einer Präsentation über ein vertrautes Thema folgen, eine Präsentation geben oder ein Gespräch über ein relativ breites Spektrum an Themen in Gang halten- Studierende können Texten relevante Informationen entnehmen und detaillierte Anweisungen oder Ratschläge verstehen- Studierende können sich Notizen über Vorträge machen oder einen Brief schreiben.

Lerninhalte

Für die Lehrveranstaltung gilt: Gemäß Lehrbuch zur Vorbereitung auf die Cambridge-Prüfung BEC vantage, Units 1 – 3
--

Lehr-/Lernmethoden

<ul style="list-style-type: none">⇒ Vorlesung auf Englisch (lecture)⇒ Übungen (Lese-, Hörverständnis, Sprechen, Grammatik) (exercises)⇒ Rollenspiele (role plays)⇒ Gruppenarbeiten (teamwork)
--

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- O'Driscoll, N.; Scott-Barrett, F.: BEC Vantage Masterclass Upper Intermediate - Course Book, Oxford (Oxford University Press)
- Brieger, N.; Comfort, J.: BEC Vantage Masterclass Upper Intermediate - Workbook with key, Oxford (Oxford University Press)
- Scott-Barrett, F.: BEC Vantage Masterclass Upper Intermediate - Teacher's Book, Oxford (Oxford University Press)
- Jakeman, V.; Whitehead, R.: BEC Vantage Practice Tests - Four tests for the Cambridge Business English Certificate, Oxford (Oxford University Press)
- Williams, I.; Christie, D.: Business English Certificate 2 Vantage - Practice Book, Berlin (Cornelsen)
- BEC Handbook
- Cambridge Exam Report, http://cambridgeesol.org/support/downloads/bec/bec_vantage_rep_may06.pdf

Modulbeschreibung

412-009 Corporate Governance/ Gesellschaftsrecht

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Katja Gabius		
Modulart: Pflichtfach	ECTS-Punkte: 5	Doppelstunden: 12

Prüfungsleistungen

Art: K 90

Lernziele

<p>Ziel der Veranstaltung ist es, die rechtlichen und betriebswirtschaftlichen Grundlagen guter und verantwortungsvoller Unternehmensführung kennen zu lernen. Die Studierenden erhalten einen Überblick über Grundlagen, Wurzeln, Historie und tatsächliche Ausgestaltung der Corporate Governance und der Corporate Compliance, sowie der darüber liegenden Unternehmensethik. Sie lernen den momentanen Stand der Entwicklungen einzuschätzen und sind am Ende in der Lage, einzelne Gestaltungsmöglichkeiten im Unternehmen und der Beratung beurteilen und in Teilbereichen auch gestalten zu können. Im Einzelnen beinhaltet die Veranstaltung die Grundlagen des Gesellschaftsrechts und der rechtlichen wie betriebswirtschaftlichen Ausprägungen guten Risikomanagements und guter Unternehmensorganisation.</p>

Modulelemente

Name: Corporate Governance Gesellschaftsrecht	Dozent/in: Prof. Dr. Katja Gabius Dr. Markus Volz
---	---

Beschreibung 1. Modulelement

412-009-01 Corporate Governance

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Katja Gabius	Status: Professorin
Doppelstunden: 6	

Lerninhalte

<ul style="list-style-type: none">- Corporate Governance- Historische Wurzeln und Motive- Wissenschaftlicher Kontext- Gesellschaftsrechtliche Einordnung- Kapitalmarktrechtliche Einordnung- DCGK- PCGK- Rechtsvergleichende Strukturen (Europa / Angloamerikanischer Rechtsraum)- Grundzüge der Unternehmensethik- Corporate Compliance- Historie- Formen- Inhalte- Compliance Management Systeme- Risikomanagement- Rechtliche Grundlagen- Organisationsstrukturen
--

Lehr-/Lernmethoden

<ul style="list-style-type: none">⇒ Vorlesung⇒ Übungen⇒ Fallstudien

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

<ul style="list-style-type: none">- 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- Welge/Eulerich: Corporate Governance Management, SpringerGabler- 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- Siedenbiedel: Corporate Compliance, NWB-Verlag 204

Beschreibung 2. Modulelement

412-009-02 Gesellschaftsrecht

Organisation

Dozent/in: Dr. Markus Volz	Status: Lehrbeauftragter
Doppelstunden: 6	

Lerninhalte

Grundlagen des Gesellschaftsprivatrechts

Personengesellschaften (am Beispiel von oHG und GbR sowie GmbH & Co. KG)

- Entstehung
- Geschäftsführung und Vertretung
- Haftung
- Beendigung

Körperschaften des Privatrechts (am Beispiel der GmbH)

- Entstehung
- Geschäftsführung und Vertretung
- Haftung
- Beendigung

Lehr-/Lernmethoden

- ⇒ Vorlesung
- ⇒ Übungen

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

Für den Besuch der Vorlesung wird eine Textausgabe „Wichtige Gesetze des Wirtschaftsprivatrechts“, benötigt.

Lehrbücher (Auswahl):

- Förstler, Peter, Privat- und Prozessrecht
- Führich, Ernst, Wirtschaftsprivatrecht
- Schnauder, Franz, Grundzüge des Privatrechts für den Bachelor

Modulbezeichnung

412-059 Digital Sourcing / Logistik

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Reinhold Bopp		
Modulart: Pflichtfach	ECTS-Punkte: 5	Doppelstunden: 12

Prüfungsleistungen

Art: K 90

Lernziele

In der Veranstaltung erhalten die Studierenden einen Überblick über aktuelle Formen und Technologien der elektronischen Beschaffung und lernen die Auswirkungen dieser Beschaffungsformen sowohl auf die innerbetrieblichen Prozesse und Strukturen wie auch auf das Verhältnis der an der Supply Chain beteiligten Unternehmen kennen. Die Studierenden sollen in der Lage sein, die Potenziale dieser Systeme für eine bestimmte Situation zu beurteilen, um entsprechende Lösungen auch in die Praxis tragen zu können.

Die Studierenden erhalten weiter einen Überblick über alle logistischen Prozesse in der industriellen Wertschöpfungskette. Die Studierenden können den Gesamtlogistikprozess erfassen, wissen die Grundlagen für das Gesamtverständnis logistischer Prozesse und kennen Zielgrößen und Optimierungsansätze logistischer Prozesse. Weiter können die Studierenden Teilbereiche und Querschnittsfunktionen der Logistik abgrenzen und in ihren Zielen und Aufgaben wiedergeben sowie Methoden und Lösungsansätze einer effizienten Logistik einsetzen.

Modulelemente

Name: E-Procurement Logistische Prozesse	Dozent/in: Prof. Dr. Dieter Kluck Prof. Dr. Reinhold Bopp
--	---

Beschreibung 1. Modulelement

412-059-01 E-Procurement

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Dieter Kluck	Status: Professor
Doppelstunden: 6	

Lerninhalte

- Elektronische Unterstützung der innerbetrieblichen Prozesse
- Formen des E-Procurement und E-Purchasing (eCatalogs, eRfx, eAuctions)
- Ausprägungen des E-Procurement und E-Purchasing (DPS, SRM, sell-side-, buy-side- und intermedierte Marktplätze)
- Interorganisatorische Auswirkungen des E-Business
- Supply Chain Management-Konzepte
- E-Procurement/ Einkauf innerhalb der SCM-Kette
- Procurement-Controlling

Lehr-/Lernmethoden

- ⇒ Vorlesung
- ⇒ Übungen
- ⇒ Fallstudien

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- Bogaschewsky, R.; Müller, H.: b2b-Marktplatzführer - Erfolgreich handeln auf Online-Märkten, Düsseldorf (Handelsblatt)
- Busch, A. u.a.: Marktspiegel Supply Chain Management Systeme, Wiesbaden (Gabler)
- Meier, A.,;Stormer, H.: eBusiness & eCommerce . Management der digitalen Wertschöpfungskette, Berlin (Springer)
- Melzer-Ridinger, R.: Materialwirtschaft und Einkauf, Band 1: Beschaffung und Supply Chain Management, München (Oldenbourg)
- Nenninger, M.; Lawrenz, O.: B2B-Erfolg durch eMarkets und eProcurement. Strategien und Konzepte, Systeme und Architekturen, Erfahrungen und Best Practice, Wiesbaden (Vieweg)
- Neuburger, R.: eBusiness-Entwicklung für kleine & mittelständische Unternehmen, Berlin (TEIA - Internet Akademie und Lehrbuch Verlag)
- Wannewetsch, H.: Vernetztes Supply Chain Management. SCM-Integration über die gesamte Wertschöpfungskette, Berlin (Springer)

Beschreibung 2. Modulelement

412-059-02 Logistische Prozesse

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Reinhold Bopp	Status: Professor
Doppelstunden: 6	

Lerninhalte

Basierend auf den Grundlagen der Logistik erfolgt ein Überblick über die logistischen Prozesse in der Wertschöpfungskette sowie die Querschnittsfunktionen der Lager-, Förder-, Transport- und der Informationslogistik:

- Einführung und Grundlagen
- Rahmenbedingungen und Strategien
- Beschaffungslogistik
- Produktionslogistik
- Distributionslogistik
- Entsorgungslogistik
- Logistikcontrolling
- Informations- und Kommunikationstechnik
- Technik in der Logistik

Hinweis: Die Inhalte der Veranstaltung werden situativ angepasst.

Lehr-/Lernmethoden

- ⇒ Vorlesung
- ⇒ Diskussion logistischer Aufgabenstellungen und Lösungen
- ⇒ Selbststudium
- ⇒ Beispiele und Übungen

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- Arnold, D.; Furmans, K.; Isermann, H.; Kuhn, A.; Tempelmaier, H.: Handbuch Logistik, Springer Verlag Berlin Heidelberg.
- Ehrmann, H.: Logistik. Kiehl, Friedrich, Verlag GmbH Ludwigshafen.
- Gudehus, T.: Logistik. Springer-Verlag Berlin Heidelberg.
- Ihme, J.: Logistik im Automobilbau. Carl Hanser Verlag München Wien.
- Kummer, S. (Hrsg.); Grün, O.; Jammernege, W.: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik. Pearson Education Deutschland GmbH.
- Pfohl, H.-C.: Logistiksysteme. Springer-Verlag Berlin Heidelberg.
- Schuh, G.; Stich, V.: Logistik-Management. Springer-Verlag Berlin Heidelberg.
- Schulte, C.: Logistik, Verlag Franz Vahlen GmbH München.
- Schönsleben, P.: Integrales Logistikmanagement. Springer-Verlag Berlin Heidelberg.

Modulbezeichnung

412-060 Personalmanagement 1/ Arbeitsrecht

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Herbert Sperber		
Modulart: Pflichtfach	ECTS-Punkte: 5	Doppelstunden: 12

Prüfungsleistungen

Art: K 90

Lernziele

Ziel der Veranstaltung ist es, aktuelle Aufgabengebiete des Personalwesens zu verstehen und entsprechend anzuwenden. Hierbei stehen die Handlungsbereiche Personalarbeit organisieren und durchführen, Personalplanung, -marketing und -controlling gestalten und umsetzen sowie Personal- und Organisationsentwicklung steuern im Mittelpunkt. Die Studierenden erhalten einen Überblick über die Grundlagen der personalwirtschaftlichen Prozesse, lernen den momentanen Stand der Entwicklungen einzuschätzen und sind am Ende in der Lage, Aufgaben der Personalwirtschaft auszuführen.

In der gesamten Personalarbeit - der Begründung, der Durchführung und der Beendigung von Arbeitsverhältnissen - spielt das Arbeitsrecht eine entscheidende Rolle. Vor diesem Hintergrund sollen die Veranstaltungen zum einen ein arbeitsrechtliches Grundverständnis vermitteln. Zum anderen sollen die Teilnehmenden in die Lage versetzt werden, arbeitsrechtliche Standardmaßnahmen selbstständig durchführen zu können.

Modulelemente

Name: Personalwirtschaft 1 Arbeitsrecht	Dozent/in: Dipl.-Betriebswirtin (FH) Gabriele Förschler Dr. Reinhard Möller
---	---

Beschreibung 1. Modulelement

412-060-01 Personalwirtschaft 1

Organisation

Dozent/in: Prof. Jörg Mildenberger	Status: Honorarprofessor
Doppelstunden: 6	

Lerninhalte

Das Personalmanagement gehört zu den zentralen Funktionen im Unternehmen. Die Studierenden bekommen im Rahmen ihrer ersten Personalwirtschaftsvorlesung zunächst einen Überblick über die aktuellen Herausforderungen eines modernen HR-Managements. Anhand vieler aktueller Beispiele aus der Praxis werden dann die Konzepte und Instrumente der typischen Handlungsfelder des Personalmanagements vorgestellt und erläutert. So erfahren die Studierenden, wie sich beispielsweise Unternehmen als attraktive Arbeitgeber präsentieren, warum Entgeltgerechtigkeit so wichtig ist und wie der HR-Bereich seinen Beitrag zum Erreichen der strategischen Unternehmensziele leisten kann.

- Entwicklung des Personalmanagements
- Grundlagen des betrieblichen Personalmanagements: Ziele – Handlungsfelder – Adressaten
- Organisation des Personalmanagements: Aufgaben- und Kompetenzverteilung
- Strategisches Personalmanagement: HR-Beitrag zum Unternehmenserfolg
- Personalplanung: Bestimmung des Personalbedarfs
- Personalmarketing: Gestaltung der Arbeitgeberattraktivität
- Personalbeschaffung: Gewinnung neuer Mitarbeiter
- Entgeltgestaltung: Ausgestaltung der materiellen Anreize

Lehr-/Lernmethoden

- ⇒ Vorlesung
- ⇒ Übungen
- ⇒ Fallstudien
- ⇒ Lernteam-Coaching

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- Achouri, C., Human Resources Management. Eine praxisbasierte Einführung, Springer Gabler, Wiesbaden
- Berthel, J., Becker, F.G., Personal-Management - Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit, Schäfer Poeschel, Stuttgart
- Elias-Linde, S., Personalknappheit und nachhaltiges Humanressourcenmanagement : Analyse, Lösungsansätze und Gestaltungsmöglichkeiten, Springer Gabler, Wiesbaden
- Huf, S., Personalmanagement, Springer Gabler, Wiesbaden

- Kaehler, B., Komplementäre Führung. Ein praxiserprobtes Modell der Personalführung in Organisationen, Springer Gabler, Wiesbaden
- Nerdinger, F.W., Blickle, G., Schaper, N., Arbeits- und Organisationspsychologie, Springer Gabler, Wiesbaden
- Scholz, C., Personalmanagement. Informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen, Vahlen, München
- Scholz, C. Scholz, T.M., Grundzüge des Personalmanagements, Vahlen, München
- Stein, V. (2020), Personalmanagement für Dummies, Wiley –VCH , Weinheim
- Ruth Stock-Homburg, R., Groß, M. , Personalmanagement. Theorien – Konzepte – Instrumente, Springer Gabler, Wiesbaden

Beschreibung 2. Modulelement

412-060-02 Arbeitsrecht

Organisation

Dozent/in: Dr. Reinhard Möller	Status: Lehrbeauftragter
Doppelstunden: 6	

Lerninhalte

- Recruiting, Vorstellungsgespräch, Absage
- Vertragsschluss und Formerfordernisse
- Befristung
- Ausbildungsverhältnisse
- Rechte und Pflichten aus dem Arbeitsvertrag
- Reaktion auf fehlerhaftes Verhalten
- Vorbereitung von Kündigungen
- Beendigung von Arbeitsverhältnissen, Kündigungsschutz
- Kündigungsschutzverfahren vor dem ArbG
- Europäische Einflüsse und Antidiskriminierungsrecht (AGG)
- kollektives Arbeitsrecht: Grundzüge des Betriebsverfassungsrechts

Lehr-/Lernmethoden

- ⇒ Vorlesung
- ⇒ Übungen
- ⇒ Fallstudien

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

Für die Veranstaltung erforderlich:

- Arbeitsgesetze ArbG, Beck-Texte im dtv

Für die Personalarbeit sehr hilfreich:

- Rabe von Pappenheim, Lexikon Arbeitsrecht
- Küttner, Personalbuch

Gute Lehrbücher:

- Junker, Grundkurs Arbeitsrecht
- Dütz/Thüsing, Arbeitsrecht

Modulbezeichnung

412-012 Statistik

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Herbert Sperber		
Dozent/in: Dr. Hendrik Dubbe	Status: Lehrbeauftragter	
Modulart: Pflichtfach	ECTS-Punkte: 5	Doppelstunden: 11

Prüfungsleistungen

Art: K 90

Lernziele

Aufgabe der Statistik ist die Erfassung, übersichtliche Darstellung und Analyse von Massenerscheinungen. Sie ist damit ein wesentliches Hilfsmittel zur Vorbereitung von Entscheidungen auch im ökonomischen Bereich.

Das Modul befasst sich mit denjenigen Methoden der beschreibenden (deskriptiven) Statistik, der schließenden (induktiven, inferentiellen) Statistik und der Wirtschaftsstatistik, welche in der ökonomischen Praxis von besonderer Bedeutung sind. Die so genannte "mathematische Statistik" wird insoweit behandelt, wie sie zum Verständnis der Methoden der schließenden Statistik notwendig ist. Großer Wert wird auf die Anwendung der Methoden gelegt.

Lerninhalte

Grundlagen

- Statistische Variablen und ihre Skalierung
- Grundgesamtheiten und Stichproben
- Häufigkeiten und empirische Verteilungen

Deskriptive Statistik bei univariatem Datenmaterial

- Darstellung eindimensionaler empirischer Verteilungen
- Lageparameter
- Streuungsparameter
- Darstellung und Messung der relativen Konzentration (Disparität)

Deskriptive Statistik bei bivariatem Datenmaterial

- Darstellung zweidimensionaler empirischer Verteilungen
- Bedingte Verteilungen
- Regressionsanalyse
- Korrelationsanalyse

Indexzahlen

- Umsatz- Preis und Mengenindex
- Korrelation zwischen Umsatz- Preis und Mengenindex
- Fisher-Preisindex

Zeitreihenanalyse

- Einflussfaktoren von Zeitreihen
- Zeitreihen-Modelle
- Bestimmung von Trend- und Saisonkomponente

- Gleitende Durchschnitte
- Saisonbereinigung und Disposition
- Diskussion realer Verläufe

Wahrscheinlichkeitsrechnung

- Grundbegriffe der Wahrscheinlichkeitsrechnung
- stetige, univariante Zufallsvariablen
- Rechenregeln für Integrale
- Dichte- und Verteilungsfunktion einer Normalverteilung
- Dichte- und Verteilungsfunktion einer Standardnormalverteilung

Lehr-/Lernmethoden

- ⇒ **Vorlesung**
- ⇒ **Übungen**
- ⇒ **Video Tutorials**

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- Dubbe, H., Manuskript zur Lehrveranstaltung
- Krapp, M., Nebel, J.: Methoden der Statistik, Vieweg+Teubner Verlag.
- Schuster, T., Liesen, A.: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, Springer Verlag.
- Rasch, B., Friese, M., Hofmann, W., Naumann, E.: Quantitative Methoden 1 - Einführung in die Statistik für Psychologen und Sozialwissenschaftler, Springer Verlag.
- Rasch, B., Friese, M., Hofmann, W., Naumann, E.: Quantitative Methoden 2 - Einführung in die Statistik für Psychologen und Sozialwissenschaftler, Springer Verlag.

Modulbezeichnung

412-013 Grundseminar

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Barbara Kreis-Engelhardt		
Dozent/in: Prof. Dr. Barbara Kreis-Engelhardt		Status: Professorin
Modulart: Pflichtfach	ECTS-Punkte: 5	Doppelstunden: 8

Prüfungsleistungen

Art: S+ R

Lernziele

Im Grundseminar werden die in der Veranstaltung I.6 „Wissenschaftliches Arbeiten“ vermittelten Methoden und Techniken des Wissenschaftlichen Arbeitens auf konkrete betriebswirtschaftliche Themen angewendet. Die Studierenden sollen zu dem von ihnen gewählten Thema in der vorlesungsfreien Zeit vor dem Semester eine schriftliche Hausarbeit in Gruppen (von i. d. R. 4 Personen) mit einem Umfang von ca. 10 Seiten anfertigen, in der die jeweilige Thematik mit geeigneten Fragestellungen bzw. Zielsetzungen bearbeitet wird. Dazu müssen insbesondere eine fundierte Quellenrecherche durchgeführt, eine geeignete Gliederung und Arbeitsaufteilung innerhalb der Gruppe entworfen, eine überzeugende Argumentation entwickelt und sprachlich ansprechende Formulierungen gefunden werden. Während des eigenständigen Anfertigens der schriftlichen Hausarbeit besteht die Möglichkeit einer Rücksprache mit dem/r Seminarleiter*in, um offene Fragen zu klären und den Gliederungsentwurf abzustimmen. Nach Abgabe der Hausarbeiten tragen die Studierenden Ihre gewonnenen Erkenntnisse in den Vor-Ort-Seminarsitzungen unter Einsatz geeigneter Medien (Powerpoint-Präsentationen, Metaplan, Flipchart, Handouts o. ä.) vor. Daran schließen sich eine kurze Frage- und Diskussionsrunde und ein ausführliches Feedbackgespräch an. Letzteres dient der Erläuterung von Stärken und Schwächen der Hausarbeiten, der Notentransparenz und der Vorbereitung auf weitere wissenschaftliche Ausarbeitungen, insbes. der abschließenden Bachelorarbeit. Online-Präsentationen und feedback sind nach Absprache mit der Kursleitung ebenfalls möglich.

Lerninhalte

- Wissenserwerb durch eigenständige Quellenrecherche
- Sichten und Exzerpieren von Quellen
- Entwickeln einer Gliederung und Festlegung der Aufgabenverteilung
- Erstellung einer schriftlichen Fassung zu der vom jeweiligen Gruppenmitglied übernommenen Themenaspekts
- Abstimmung und Überarbeitung der Einzelteile innerhalb der gesamten Hausarbeit
- Gemeinsame Formulierung von Einführung und Schlussteil der Hausarbeit
- Erstellen der schriftlichen Endversion unter Berücksichtigung aller formalen Gesichtspunkte und Regeln
- Vorbereiten der Präsentation der Arbeit
- Rezeption der im Feedbackgespräch geübten Kritik
- Wertschätzende Kommunikation
- Soziale Kompetenz und Teamfähigkeit

Lehr-/Lernmethoden

- ⇒ Gruppenindividuelle Rücksprache/Beratung bei der Erstellung der wissenschaftlichen Arbeit, insbesondere der Gliederung
- ⇒ Präsentation
- ⇒ Diskussion
- ⇒ Ausführliches Feedbackgespräch

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- Berger-Grabner, D.: Wissenschaftliches Arbeiten in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, Berlin (Springer)
- Goldenstein, J. et al.: Wissenschaftliche(s) Arbeiten in den Wirtschaftswissenschaften – Themenfindung – Recherche – Konzeption – Methodik – Argumentation, Berlin (Springer)
- Grunwald, K.: Wissenschaftliches Arbeiten, Magdeburg (Klotz)
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten – Eine Einführung für Wirtschaftswissenschaftler, Berlin (Springer, Gabler)
- Lubzyk, J. et al.: Wie man eine wissenschaftliche Arbeit verfasst – Leitfaden der HfWU
- Oehrich, M.: Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben, Berlin (Springer)
- Stickel-Wolf, C.; Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Berlin (Springer)
- Theisen, R.: Wissenschaftliches Arbeiten: Technik-Methoden-Form, München

Modulbezeichnung

412-053 Digital Collaboration

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Herbert Sperber		
Dozent/in: Prof. Dr. Sebastian Fiedler		Status: Professor
Modulart: Pflichtfach	ECTS-Punkte: 3	Doppelstunden: 6

Prüfungsleistungen

Art: StA

Lerninhalte

Digital Collaboration beschreibt die effiziente, ortsunabhängige Zusammenarbeit von mehreren Akteuren oder in Projektteams unter Nutzung der digitalen Technologie. Das dahinterstehende Spektrum an Instrumenten und Prozessen reicht von der E-Mail-Kommunikation bis hin zu Crowd Sourcing und Open-Innovation-Ansätzen. Alternativ zu Digital Collaboration werden auch die Begriffe Enterprise 2.0, Corporate Reengineering oder Social Collaboration verwendet. Digital Collaboration hat sich in den letzten Jahren im Zuge des technologischen Fortschritts zu einem bedeutsamen Kompetenzbereich in Unternehmen entwickelt. Getragen vom Netzwerk- bzw. Plattformgedanken dienen die vielfältigen Collaboration-Tools den verschiedensten Funktionalitäten. Dazu gehören beispielsweise das gemeinsame Bearbeiten von Projekten und Dokumenten, die transparente und integrierte Gestaltung von Prozessen, des Weiteren die Kommunikation allgemein oder die Förderung von Innovationen.

Lehr-/Lernmethoden

⇒ Vorlesung und Übungen teilweise im PC- Raum

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

<ul style="list-style-type: none">- Robra-Bissantz, S; Siemon, D.: Digitale Zusammenarbeit, HDM Praxis der Wirtschaftsinformatik- Ambacher, K.: Social Collaboration. Herausforderungen und Chancen zur Steigerung des internen Wissensmanagements- Klier, A.: Social Collaboration

Modulbezeichnung

412-015 Business English 2

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Herbert Sperber		
Dozent/in: Prof. Dr. Yasmin Kaiser	Status: Lehrbeauftragter	
Modulart: Pflichtfach	ECTS-Punkte: 3	Doppelstunden: 8

Prüfungsleistungen

Art: K 60

Lernziele

Die Internationalisierung und Globalisierung in der Wirtschaft erfordert Studien-absolventen, die über eine gewisse Sensibilität im Umgang mit anderen Kulturen verfügen. Ziele der Lehrveranstaltungen sind daher:

- Studierende können sich in Englisch (auf einem mittleren Niveau) im Geschäftsleben unterhalten und ohne größeren Aufwand im Ausland tätig sein
- Studierende können einer Präsentation über ein vertrautes Thema folgen, eine Präsentation geben oder ein Gespräch über ein relativ breites Spektrum an Themen in Gang halten
- Studierende können Texten relevante Informationen entnehmen und detaillierte Anweisungen oder Ratschläge verstehen
- Studierende können sich Notizen über Vorträge machen oder einen Brief schreiben.

Lerninhalte

Für die Lehrveranstaltung gilt: Gemäß Lehrbuch zur Vorbereitung auf die Cambridge-Prüfung BEC vantage, Units 1 – 3

Lehr-/Lernmethoden

- Vorlesung auf Englisch (lecture)
- Übungen (Lese-, Hörverständnis, Sprechen, Grammatik) (exercises)
- Rollenspiele (role plays)
- Gruppenarbeiten (teamwork)

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- O'Driscoll, N.; Scott-Barrett, F.: BEC Vantage Masterclass Upper Intermediate - Course Book, Oxford (Oxford University Press)
- Brieger, N.; Comfort, J.: BEC Vantage Masterclass Upper Intermediate - Workbook with key, Oxford (Oxford University Press)
- Scott-Barrett, F.: BEC Vantage Masterclass Upper Intermediate - Teacher's Book, Oxford (Oxford University Press)
- Jakeman, V.; Whitehead, R.: BEC Vantage Practice Tests - Four tests for the Cambridge Business English Certificate, Oxford (Oxford University Press)
- Williams, I.; Christie, D.: Business English Certificate 2 Vantage - Practice Book, Berlin (Cornelsen)
- BEC Handbook
- Cambridge Exam Report, http://cambridgeesol.org/support/downloads/bec/bec_vantage_rep_may06.pdf

Modulbezeichnung

412-061 Personalmanagement 2

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Herbert Sperber		
Modulart: Pflichtfach	ECTS-Punkte: 5	Doppelstunden: 8

Prüfungsleistungen

Art: K 90

Modulelemente

Module: Personalwirtschaftliche Prozesse 2 LSt- und SV-Recht	Dozent/in: Dipl.-Betriebsw. (FH) Gabriele Förschler Dipl.-Betriebsw. (FH) Nadja Keuerleber
---	---

Beschreibung 1. Modulelement

412-061-01 Personalwirtschaftliche Prozesse 2

Organisation

Dozent/in: Dipl.-Betriebsw. (FH) Gabriele Förschler	Status: Lehrbeauftragte
ECTS-Punkte: 2,5	Doppelstunden: 6

Lerninhalte

Der zunehmende Fachkräftemangel und die beschleunigte Entwicklung der Digitalisierung stellen Unternehmen und HR-Bereiche vor große Herausforderungen. Der zweite Teil im Fach Personalmanagement widmet sich daher den Lösungsansätzen aus den drei wichtigen Themenfeldern Personalreduzierung (in Verbindung mit einer Flexibilisierung), Personalentwicklung und Mitarbeiterführung, wobei gerade die letzten beiden ausführlich besprochen werden. Anhand aktueller Beispiele werden die theoretischen Inhalte praxisnah dargestellt und mit den Studierenden erörtert. Sie erfahren in diesem Teil der Vorlesung zum Beispiel warum Personalentwicklung so wichtig ist, wie Führungskräfte ihre Mitarbeiter in der Arbeitswelt 4.0 führen können und wie das Thema Nachhaltigkeit im Personalmanagement umgesetzt wird.

- Personalreduzierung: Verringerung der personellen Kapazität
- Personalentwicklung: Qualifizierung und Förderung der Mitarbeiter
- Mitarbeiterführung: Zielbezogene Verhaltensbeeinflussung
- Nachhaltigkeit im Personalmanagement: Der Instrumentenkoffer von HR

Lehr-/Lernmethoden

- ⇒ Interaktive Vorlesung
- ⇒ Präsentation
- ⇒ Übungen

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- Achouri, C., Human Resources Management. Eine praxisbasierte Einführung, Springer Gabler, Wiesbaden
- Berthel, J., Becker, F.G., Personal-Management - Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit, Schäfer Poeschel, Stuttgart
- Elias-Linde, S., Personalknappheit und nachhaltiges Humanressourcenmanagement : Analyse, Lösungsansätze und Gestaltungsmöglichkeiten, Springer Gabler, Wiesbaden
- Huf, S., Personalmanagement, Springer Gabler, Wiesbaden
- Kaehler, B., Komplementäre Führung. Ein praxiserprobtes Modell der Personalführung in Organisationen, Springer Gabler, Wiesbaden

- Lüneburg, A., Erfolgreich sein als Führungskraft in der Arbeitswelt 4.0 - Begeisterung wecken mit Zukunftskompetenzen und Coaching-Tools, Springer, Wiesbaden
- Nerdinger, F.W., Blickle, G., Schaper, N., Arbeits- und Organisationspsychologie, Springer Gabler, Wiesbaden
- Pastoors, S., S., Becker, J.H. u.a., Praxishandbuch wertorientierte Führung - Kompetenzen erfolgreicher Führungskräfte im 21. Jahrhundert, Springer, Berlin
- Scholz, C., Personalmanagement. Informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen, Vahlen, München
- Scholz, C. Scholz, T.M., Grundzüge des Personalmanagements, Vahlen, München
- Stein, V., Personalmanagement für Dummies, Wiley –VCH , Weinheim
- Ruth Stock-Homburg, R., Groß, M., Personalmanagement. Theorien – Konzepte – Instrumente, Springer Gabler, Wiesbaden

Modulbezeichnung

412-062 Investitions- und Finanzierungsprozesse/ Bilanzierung 1/ Internes Rechnungswesen 1

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Thomas Barth		
Modulart: Pflichtfach	ECTS-Punkte: 5	Doppelstunden: 18

Prüfungsleistungen

Art: K 90

Lernziele

Ziel des Moduls ist es, die Zusammenhänge zwischen bilanz- und finanzorientierten Maßnahmen und Sachverhalten im Unternehmen kennen zu lernen, rechtliche und wirtschaftliche Rahmenbedingungen des Finanz- und Rechnungswesens zu erfahren und Optimierungsstrategien in Bezug auf unternehmerische Zielsysteme zu entwickeln und anzuwenden. Die Studierenden erhalten einen Überblick über die Ziele, Aufgaben und Bedeutung der betrieblichen Finanzwirtschaft, Handlungsalternativen der Kapitalbeschaffung (Finanzierung) und -verwendung (Investition) sowie der zielorientierten Gestaltung von Zahlungsvorgängen in Verbindung mit anderen betrieblichen Funktionsbereichen. Ferner werden sie mit den Instrumenten eines strategischen Investitions- und Finanzmanagements unter Berücksichtigung von Risiko und Unsicherheit vertraut gemacht. Weiterhin werden die Studierenden auf den engen Zusammenhang zwischen finanzwirtschaftlichen Vorgängen und deren Abbildung im Betrieblichen Rechnungswesen hingewiesen. Hier werden den Studierenden der Grundaufbau und die Teilbereiche des Rechnungswesens verdeutlicht, sowohl wenn es um die Dokumentation als auch um die Planung und Optimierung finanz- und leistungswirtschaftlicher Transaktionen (externes Rechnungswesen) wie auch betrieblicher Handlungsalternativen (internes Rechnungswesen) geht.

Modulelemente

Investitions- und Finanzierungsprozesse Bilanzierung 1 Internes Rechnungswesen 1	Dozent/in: Prof. Dr. Bernhard Kopf Esmira Keller M.A./Maik Schmidt M.A. Prof. Dr. Thomas Barth
--	---

Beschreibung 1. Modulelement

412-062-01 Investitions- und Finanzierungsprozesse

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Bernhard Kopf	Status: Honorarprofessor
ECTS-Punkte: 2	Doppelstunden: 6

Lerninhalte

- Einordnung der Finanzen in den Unternehmensprozess
- Grundzüge der Finanzplanung in Unternehmen
- Finanzierungsarten
 - Eigenfinanzierung
 - Fremdfinanzierung
 - Selbstfinanzierung
 - Sonderformen
- Wertung der Finanzierungsmöglichkeiten
- Gängige Modelle der Investitionsrechnung
 - Statische Verfahren der Investitionsrechnung
 - Dynamische Verfahren der Investitionsrechnung
- Übungen zu den Investitionsrechnungsmodellen mit Wertung ihres Aussagegehaltes

Lehr-/Lernmethoden

- ⇒ **Vorlesung**
- ⇒ **Übungen**
- ⇒ **Fallstudien**

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- Kruschwitz, I., Lorenz, D.: Investitionsrechnung (De Gruyter Studium), Oldenbourg
- Däumler, K.-D., Grabe, J., Meinzer Chr.-R.: Investitionsrechnung verstehen: Grundlagen und praktische Anwendung mit Online-Training. Dynamische und statische Verfahren. Amortisationsrechnung und ... (NWB Studium Betriebswirtschaft)
- Holzmeister, F., Huber, J., Schredelseker, K.: Grundlagen der Finanzwirtschaft (De Gruyter Studium), Oldenbourg
- Däumler, K.D., Grabe, J.: Betriebliche Finanzwirtschaft: Mit Fragen und Aufgaben, Antworten und Lösungen, Tests und Tabellen. NBW-Studium

Beschreibung 2. Modulelement

412-062-02 Bilanzierung 1

Organisation

Dozent/in: Esmira Keller M.A./Maike Schmidt M.A.	Status: Lehrbeauftragte
ECTS-Punkte: 2	Doppelstunden: 6

Lerninhalte

- Entscheidungstheoretische Grundlagen
- Bewertungsmaßstäbe und Bewertungsvorschriften
- Bilanzierung und Bewertung nach HGB und Steuerrecht
- Eigenkapital und Gewinnverwendungsrechnung
- Investitionstheoretischer Ansatz der Rechnungslegung

Lehr-/Lernmethoden

Die ökonomische Analyse erfolgt auf der Grundlage des entscheidungstheoretischen Ansatzes der modernen Ökonomischen Theorie (Fisher/Hirshleifer). Die Inhalte werden durch Vorlesung, Fallstudien und Übungsbeispiele vermittelt..

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- Eisele, Wolfgang/Knobloch, Alois Paul: Technik des betrieblichen Rechnungs-wesens, München.
- Falterbaum, Hermann/Bolk, Wolfgang/Reiß, Wolfram/Eberhart, Roland: Buchführung und Bilanz, Achim.
- Horschitz, Harald/Groß, Walter/Fanck, Bernfried: Bilanzsteuerrecht und Buchführung, Stuttgart.
- Kruschwitz, Lutz: Investitionsrechnung, München, Wien.
- Pellens, Bernhard/Fülbier, Rolf Uwe/Gassen, Joachim/Sellhorn, Thorsten: Internationale Rechnungslegung, Stuttgart.
- Schildbach, Thomas: Der handelsrechtliche Jahresabschluss, Herne/Berlin.

Beschreibung 3. Modulelement

412-062-03 Internes Rechnungswesen 1

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Thomas Barth	Status: Professor
ECTS-Punkte: 1	Doppelstunden: 6

Lerninhalte

<ul style="list-style-type: none">- Grundlagen des Internen Rechnungswesens- Kostenartenrechnung<ul style="list-style-type: none">- Materialkosten- Personalkosten- Fremdleistungskosten- Abgaben- Kalkulatorische Abschreibungen- Kalkulatorische Zinsen- Kalkulatorische Wagnisse- Kalkulatorische Miete- Kostenstellenrechnung<ul style="list-style-type: none">- Betriebsabrechnungsbogen- Kostenverteilung- Kostenumlage- Kostenverrechnung- Kostenträgerrechnung<ul style="list-style-type: none">- Divisionskalkulation- Äquivalenzziffernrechnung- Zuschlagskalkulation- Kuppelkalkulation- Kostenträgerzeitrechnung<ul style="list-style-type: none">- Periodenergebnisrechnung- Gesamtkostenverfahren- Umsatzkostenverfahren

Lehr-/Lernmethoden

<ul style="list-style-type: none">⇒ Vorlesung⇒ Übungen⇒ Fallstudien
--

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

<ul style="list-style-type: none">- Barth, D.; Barth, Th.: Kosten- und Erfolgsrechnung für Industrie und Handel; Stuttgart/Berlin (Kohlhammer)- Däumler, K.-D.; Grabe, J.: Kostenrechnung 1; Herne/Berlin (Neue Wirtschafts-Briefe)- Coenenberg, A., Fischer, T.; Günther, T. Kostenrechnung und Kostenanalyse, Stuttgart

Modulbezeichnung

412-018 Unternehmensführung/ Internationales Management

Organisation

Modulverantwortliche/r:
Prof. Dr. Dr. Ernst

Modulart:
Pflichtfach

ECTS-Punkte:
5

Doppelstunden:
12

Prüfungsleistungen

Art:
K 90

Lernziele

Die Studierenden kennen die verschiedenen Rollenbilder im Management sowie die Aufgaben der Manager. Aus einer systemischen Sicht können sie, insbesondere vor dem Hintergrund von Managementmoden und der Managementforschung, bewerten, wie sich der Erfolg der Managementtätigkeit ermitteln lässt. Die bedeutsamsten Teilaufgaben der Unternehmensführung sind bekannt.

In der Veranstaltung Internationales Management erhalten die Studierenden einen aktuellen Überblick, welche Managementtechniken im internationalen Kontext eingesetzt werden, um die makroökonomische Rahmenbedingungen, die Markt- und Wettbewerbssituation, die Kundenperspektive und die Erfolgsfaktoren kennen zu lernen.

Modulelemente

Unternehmensführung
Internationales Management

Dozent/in:

Prof. Dr. Ulrich Sailer

Prof. Dr. Dr. Dietmar Ernst

Beschreibung 1. Modulelement

412-018-01 Unternehmensführung

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Ulrich Sailer	Status: Professor
ECTS-Punkte: 2,5	Doppelstunden: 6

Lerninhalte

Grundlagen des Managements

- Aufgaben im Management
- Was ist ein erfolgreicher Manager
- Managementdenker und Managementmoden
- Managementwissenschaft

Aufgaben der Unternehmensführung

- Umfeld und Auftrag des Managements
- Ziele setzen und planen
- Pläne umsetzen: Struktur, Prozesse und Kultur
- Mitarbeiter führen

Lehr-/Lernmethoden

- ⇒ **Vorlesung**
- ⇒ **Übungen**
- ⇒ **Fallstudien**

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- Sailer, U.: Management – Komplexität verstehen: Systemisches Denken, Business Modeling, Handlungsfelder nachhaltigen Erfolgs, Kompendium für Führungskräfte, Stuttgart
- Jung, R. et al: Allgemeine Managementlehre – Lehrbuch für die angewandte Unternehmens- und Personalführung, Berlin
- Malik, F.: Führen Leisten Leben: Wirksames Management für eine neue Welt, Frankfurt/ New York
- Steinmann, H.; Schreyögg, G.: Management, Wiesbaden

Beschreibung 2. Modulelement

412-018-02 Internationales Management

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Dr. Dietmar Ernst	Status: Professor
ECTS-Punkte: 2,5	Doppelstunden: 6

Lerninhalte

1. Analyse des makroökonomischen Umfeldes
 - Bedeutung des makroökonomischen Umfelds
 - Analyse des politischen, wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und technologischen Unternehmensumfeldes (PEST-Analyse)
 - Analyse von quantitativen volkswirtschaftlichen Daten
 - Analyse der Stakeholder
2. Analyse des Markt- und Wettbewerbsumfeldes
 - Abgrenzung des Marktes
 - Analyse der fünf Wettbewerbskräfte
 - Die Entwicklung von Struktur und Verhalten im Lebenszyklus einer Branche
3. Kritische Erfolgsfaktoren - die Kundenperspektive
 - Kundenbindung
 - Bewertung der Kundenbeziehungen
4. Analyse des Unternehmens
 - Analyse der strategischen Fähigkeiten
 - Analyse der strategischen Stoßrichtung
 - Analyse der Kernkompetenzen
 - Analyse der Markteintrittsstrategien

Lehr-/Lernmethoden

- ⇒ **Vorlesung**
- ⇒ **Fallstudie**

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- Dülfer, Eberhard; Jöstingmeier, B.: Internationales Management in unterschiedlichen Kulturbereichen, München/Wien
- Kutschker, Michael; Schmid, Stefan: Internationales Management, München- Wien
- Perlitz, Manfred: Internationales Management, Stuttgart
- Welge, Martin K.; Holtbrügge, Dirk: Internationales Management, Stuttgart
- Fuchs, M.; Apfelthaler, G.: Management Internationaler Geschäftstätigkeit, München u.a.
- Backhaus, K.; Büschken, J.; Voeth, M.: Internationales Marketing, Stuttgart

- Barsauskas, Petras; Schafir, Schlomo: Internationales Management, München/Wien
- Kreikebaum, Hartmut u.a.: Organisationsmanagement internationaler Unternehmen, Wiesbaden
- Müller, Stefan; Kornmeier, Martin: Strategisches Internationales Management, München
- Scherm, Ewald; Süß, Stefan: Internationales Management, München
- Zentes, Joachim u.a.: Kooperationen, Allianzen und Netzwerke, Wiesbaden

Modulbezeichnung

412-019 Mikroökonomik

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Markus Mändle		
Dozent/in: Hannah Schmid, M.Sc.	Status: Lehrbeauftragte	
Modulart: Pflichtfach	ECTS-Punkte: 4	Doppelstunden: 10

Prüfungsleistungen

Art: K 90

Lernziele

Das Modul Mikroökonomie bildet die Basis der volkswirtschaftlichen Ausbildung im Studiengang. In diesem Modul werden die Studierenden mit den für die Betriebswirtschaftslehre besonders relevanten Fragestellungen der Mikroökonomie vertraut gemacht. In diesem Teilgebiet der Volkswirtschaftslehre steht, ausgehend vom Entscheidungsverhalten einzelner Wirtschaftssubjekte, die Analyse von Märkten im Vordergrund. Die Studierenden sollen die Funktionsweise, Vorteile und Grenzen des für eine Marktwirtschaft zentralen Markt- und Preismechanismus verstehen. Zudem sollen die Studierenden mit Hilfe der Mikroökonomie ein grundlegendes Verständnis einzelwirtschaftlicher Entscheidungsprozesse erhalten. In formal-methodischer Hinsicht sollen die Studierenden lernen, ökonomische Fragestellungen und Probleme modellhaft-quantitativ zu analysieren. Besonderer Wert wird dabei auf das ökonomische Grundverständnis und die Anwendung mikroökonomischer Methoden in der Praxis gelegt. Das Modul bildet somit eine Grundlagen- bzw. Schnittstellenfunktion auch für weitere betriebswirtschaftliche Module ab, die das Verständnis betrieblicher Entscheidungs- und Marktprozesse voraussetzen.

Lerninhalte

Die Veranstaltung umfasst fünf Themenbereiche. Gemäß der in der Didaktik der ökonomischen Lehre üblichen Vorgehensweise wird zu Beginn nach der Darstellung volkswirtschaftlicher Grundlagen und Grundbegriffe zunächst eine Einführung in die Analyse von Angebot und Nachfrage gegeben. Die gewonnenen Erkenntnisse werden anschließend in der Theorie der Nachfrage und der Theorie des Angebots erklärt. Aus diesen Erkenntnissen wiederum lassen

sich die Besonderheiten der verschiedenen Marktformen in der Theorie des Marktgleichgewichts verstehen und erklären.

Vorlesungsinhalte:

- Grundlagen
- Einführung in die Analyse von Angebot und Nachfrage
 - Die Güternachfrage der Haushalte
 - Das Güterangebot der Unternehmen
 - Elastizitäten
- Theorie der Nachfrage
 - Die Grenznutzenanalyse
 - Die Indifferenzkurvenanalyse
 - Kritik und Erweiterungen der Theorie der Nachfrage
- Theorie des Angebots
 - Produktionsanalyse
 - Kostenanalyse
 - Gewinnanalyse
 - Kritik und Erweiterungen der Theorie des Angebots
- Theorie des Marktgleichgewichts
 - Marktformen
 - Marktgleichgewicht im homogenen Polypol
 - Marktgleichgewicht im Monopol
 - Marktgleichgewicht im heterogenen Polypol
 - Marktgleichgewicht im Oligopol und spieltheoretische Grundlagen
 - Kritik und Erweiterungen der Theorie des Marktgleichgewichts

Lehr-/Lernmethoden

- ⇒ **Vorlesung**
- ⇒ **Übungen** mit Tutorium

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- Herdzina, K. und S. Seiter: Einführung in die Mikroökonomik, München
- Lorenz, W.: Mikroökonomie für Dummies, Weinheim
- Sperber, H.: Wirtschaft verstehen, Stuttgart
- Varian, H.R.: Grundzüge der Mikroökonomik, München/Wien
- Woll, A.: Volkswirtschaftslehre, München

Die Studierenden erhalten umfangreiche Lehrmaterialien mit zahlreichen Übungs- und Kontrollaufgaben.

Modulbezeichnung

412-054 Data Science

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Mathias Engel		
Dozent/in: Prof. Dr. Mathias Engel	Status: Professor	
Modulart: Pflichtfach	ECTS-Punkte: 3	Doppelstunden: 6

Prüfungsleistungen

Art: eK 60

Lernziele

Vermittlung der Datenanalyse von deskriptiven und präskriptiven Ereignissen

Lerninhalte

<p>Präsenzveranstaltung:</p> <p>Den Studierenden werden im PC-Pool folgende Fertigkeiten vermittelt:</p> <p>deskriptive Datenanalyse mit Microsoft Excel (PowerQuery und Pivot):</p> <ul style="list-style-type: none">- Pivot-Dashboards für das Management- Reports- Monitoring von Social Media Kanälen <p>präskriptive Datenanalyse mit Orange (Data Analytics):</p> <ul style="list-style-type: none">- Datenquellen- Datenbereinigung- Datenauswertung- Prognosen erstellen
--

Lehr-/Lernmethoden

⇒ Vortrag mit Einsatz eines Dozenten-PC's

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

<p>siehe Skript, Übungen und:</p> <ul style="list-style-type: none">- Rashid, Neuronale Netze selbst programmieren, O`Reilly- Wartala, Praxiseinstig Deep Learning, O`Reilly- Runkler, Data Mining, Springer,

- Klein, Einführung in Python 3, Hanser
- Suthaharan, Machine Learning Models and Algorithms for Big Data Classification, Springer
- Backhaus et. al., Multivariate Analysemethoden, Springer
- Linge, Langtangen, Programming for Computations - Python, SpringerOpen
- Pilgrim, Wollenschein, Python 3 Intensivkurs, Springer

Modulbezeichnung

412-021 Business English 3

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Herbert Sperber		
Dozent/in: Karen Lehle B.A.	Status: Lehrbeauftragte	
Modulart: Pflichtfach	ECTS-Punkte: 3	Doppelstunden: 6

Prüfungsleistungen

Art: K 60

Lernziele

Die Internationalisierung und Globalisierung in der Wirtschaft erfordert Studienabsolventen, die über eine gewisse Sensibilität im Umgang mit anderen Kulturen verfügen. Ziele der Lehrveranstaltungen sind daher:

- Studierende können sich in Englisch (auf einem mittleren Niveau) im Geschäftsleben unterhalten und ohne größeren Aufwand im Ausland tätig sein
- Studierende können einer Präsentation über ein vertrautes Thema folgen, eine Präsentation geben oder ein Gespräch über ein relativ breites Spektrum an Themen in Gang halten
- Studierende können Texten relevante Informationen entnehmen und detaillierte Anweisungen oder Ratschläge verstehen
- Studierende können sich Notizen über Vorträge machen oder einen Brief schreiben.

Lerninhalte

Für die Lehrveranstaltung gilt: Gemäß Lehrbuch zur Vorbereitung auf die Cambridge-Prüfung BEC vantage, Units 11 – 14

Lehr-/Lernmethoden

- ⇒ Vorlesung auf Englisch (lecture)
- ⇒ Übungen (Lese-, Hörverständnis, Sprechen, Grammatik) (exercises)
- ⇒ Rollenspiele (role plays)
- ⇒ Gruppenarbeiten (teamwork)

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- O'Driscoll, N.; Scott-Barrett, F.: BEC Vantage Masterclass Upper Intermediate Course Book, Oxford (Oxford University Press)
- Brieger, N.; Comfort, J.: BEC Vantage Masterclass Upper Intermediate - Workbook with key, Oxford (Oxford University Press)

Modulbezeichnung

412-022 Grundlagen des Projektmanagements

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Herbert Sperber		
Dozent/in: Dipl.-Mathematiker Joachim Heilck	Status: Lehrbeauftragter	
Modulart: Pflichtfach	ECTS-Punkte: 3	Doppelstunden: 6

Prüfungsleistungen

Art: K 60

Lernziele

<p>Projektmanagement ist die Anwendung von Wissen, Fähigkeiten, Methoden, Werkzeugen und Techniken um die Projektziele zu erreichen, um die Erwartungen der Stakeholder zu erfüllen. Studierende sollen</p> <ul style="list-style-type: none">- Projektmanagement als eine Arbeits- und Organisationsform zur Lösung neuartiger und komplexer Aufgabenstellungen verstehen- Die Projektlandschaft verstehen<ul style="list-style-type: none">- Den Prozess, die Methoden und Techniken des Projektmanagements anwenden- Wie sie den Projektaufwand nach Leistung, Kosten und Zeit abschätzen- wie sie Projekte präzise definieren, strukturieren, innerhalb der vorgegebenen Zeit realisieren und den Kostenrahmen einhalten- wie sie Risiken des Projektes identifizieren und mindern- was für einen erfolgreichen Projektablauf entscheiden ist- wie sie ihr Projekt überzeugend präsentieren- Die Bedeutung und die Rolle der Projektbeteiligten (Auftraggeber, Projektmanager, Projektteam, Stakeholder,...) „einordnen“

Lerninhalte

Anwendung der in der Grundlagenveranstaltung vermittelten Methoden und Techniken anhand praktischer Projektaufgaben

Lehr-/Lernmethoden

- ⇒ Vorlesung
- ⇒ Übungen

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- Thorsten Reichert Projektmanagement – Die häufigsten Fallen, die wichtigsten Erfolgsfaktoren ISBN: 978-3-448-09350-6 180 Seiten, Haufe Verlag
- Dr. Marcus Heidbrink Das Projektteam – Auswahl, Zusammenarbeit, Coaching ISBN: 978-3-448-09349-0 180 Seiten, Haufe Verlag
- Max L. J. Wolf Projekttermine und –kosten im Griff
- ISBN: 978-3-448-09351-3, Haufe Verlag
- Dr. Lothar Gutjahr, Christoph Nesgen Internationale Projekte leiten
- ISBN: 978-3-448-09876-1 200 Seiten, Haufe Verlag
- Horst Harrant, Angela Hemmrich Kundenmanagement im Projekt
- ISBN: 978-3-448-10133-1, Haufe Verlag
- Gerold Patzak, Günter Rattay
- Projektmanagement: Leitfaden zum Management von Projekten, Projektportfolios und projektorientierten Unternehmen, ISBN:978-3714301496, Linde Verlag
- Hanser E. Agile Prozesse: Von XP über Scrum bis MAP. Heidelberg: Springer
- Pichler R. Scrum – Agiles Projektmanagement erfolgreich einsetzen. Heidelberg: dpunkt Verlag

Wichtige Internetadressen:

- Deutsche Gesellschaft für Projektmanagement: <http://www.gpm-ipma.de/>
- Das Projektmagazin: <http://www.projektmagazin.de/>
- Project Management Institute (PMI): <http://www.pmi.org/>

Modulbezeichnung

412-063 Marketing

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Herbert Sperber		
Dozent/in: Dipl.-Betriebswirt (FH) Dennis Köhler	Status: Lehrbeauftragter	
Modulart: Pflichtfach	ECTS-Punkte: 5	Doppelstunden: 6

Prüfungsleistungen

Art: K 90

Lernziele

Die Veranstaltung orientiert sich am Vorgehensprinzip nach Analyse, Planung, Durchführung und Kontrolle, wobei der Fokus auf den drei erstgenannten Elementen liegt.

Im ersten Schritt lernen die Studierenden grundlegende Begrifflichkeiten kennen, deren Verständnis als Basis für die weiteren Inhalte essentiell ist.

Danach werden verschiedene Analyseinstrumente als Grundlage für die strategische Marketingplanung vorgestellt, für welche im Folgeschritt insbesondere der Themenbereich der Marktsegmentierung und Segmentauswahl erläutert wird.

Im Rahmen der Umsetzung lernen die Studierenden die klassischen Instrumente des Marketing-Mixes kennen.

Zunächst wird der Bereich der Produktpolitik behandelt. Insbesondere die Analyse und Festlegung des Produktprogramms, die Entscheidung über Einführung bzw. Eliminierung von Produkten und das Innovationsmanagement kommen hier zum Tragen.

Weiterhin ist festzulegen, zu welchen Konditionen diese Produkte angeboten werden. Es werden die für die Preisfestlegung entscheidungsrelevanten Faktoren und Einflüsse erläutert und unterschiedliche Preisstrategien diskutiert.

Kommunikationsseitig wird insbesondere auf die Wirkung von Kommunikationsmaßnahmen und deren Verarbeitung durch die Rezipienten sowie zu einem wesentlichen Anteil auf den Begriff der Marke eingegangen.

Im Bereich der Distributionspolitik werden verschiedene Absatzkanäle und deren Zusammenwirken und Besonderheiten betrachtet.

Den Studierenden wird in der Veranstaltung das grundlegende Handwerkszeug zur Markt- und Kundenanalyse an die Hand gegeben. Weiterhin erlernen die Studierenden den Umgang mit den Kerninstrumenten der Vermarktungsprozesse.

Die Veranstaltung legt Wert auf eine enge Verzahnung von Theorie und Praxis. Wo immer sinnvoll und möglich werden theoretische Ansätze aus der Marketing-Lehre durch praktische und reale Beispiele veranschaulicht und untermauert.

Lerninhalte

Grundlagen

- Begriffe
- Analyse
- Strategische Marketingplanung

Marketing

- Mix - Produktpolitik
- Preispolitik
- Kommunikations- und Markenpolitik
- Distributionspolitik

Lehr-/Lernmethoden

- ⇒ Vorlesung
- ⇒ Übungen
- ⇒ Fallstudien

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- Meffert, H.; Burmann, C.; Kirchgeorg, M., Marketing – Grundlagen Marktorientierter Unternehmensführung
- Homburg, Ch., Marketingmanagement: Strategie – Instrumente – Unternehmensführung,
- Homburg, Ch., Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung
- Ramme, I., Marketing - Einführung mit Fallbeispielen, Aufgaben und Lösungen
- Kotler, P.; Armstrong, G., Marketing – An Introduction
- Skript „Vermarktungsprozesse“ und darin enthaltene weitere Literaturhinweise

Modulbezeichnung

412-064 Digital Commerce/ Wettbewerbsrecht

Organisation

Modulverantwortliche/r: Dario Müller, M.A. (Aix-Marseille), DESU, Wirtschaftsjurist		
Modulart: Pflichtfach	ECTS-Punkte: 5	Doppelstunden: 12

Prüfungsleistungen

Art: K 90

Lernziele

<p>Ziel der Veranstaltung ist es zunächst, die Rahmenbedingungen des Multi-Channel-Handels zu vermitteln. Darauf aufbauend werden die strategischen und operativen Handlungsoptionen des Onlinehandels aufgezeigt und Kennzahlen zur Erfolgsmessung betrachtet..</p> <p>Bei der Gestaltung von Werbemaßnahmen und Vertragsangeboten ist Wettbewerbsrecht, Verbraucherschutzvorschriften und Online-Recht zu beachten. Hier sollen die notwendigen rechtlichen Rahmenbedingungen für erfolgreiches Verkaufen im Netz unter Beachtung von Datenschutz, Urheberrecht, Marken- und Domainrecht vermittelt werden. Daneben sollen die zivil- und strafrechtlichen Gefahren des E-Commerce durch Haftung für eigene oder fremde Inhalte und Cyberkriminalität besprochen werden.</p> <p>Die Studierenden sollen Multi-Channel-Systeme konzipieren und bewerten können sowie Instrumente des Onlinemarketings unter Beachtung wettbewerbsrechtlicher Vorgaben einsetzen können.</p>
--

Modulelemente

Wettbewerbsrecht E-Commerce	Dozent/in: RA Ulrich Emmert Dario Müller, M.A. (Aix-Marseille), DESU, Wirtschaftsjurist
--------------------------------	---

Beschreibung 1. Modulelement

412-064-01 E-Commerce

Organisation

Dozent/in: Dario Müller, M.A. (Aix-Marseille), DESU, Wirtschaftsjurist	Status: Professor
ECTS-Punkte: 2,5	Doppelstunden: 6

Lerninhalte

- **E-Commerce – ein Statusbericht** (Trends und aktuelle Marktsituation; Vertiefung: Verbraucherverhalten)
- **Strategisches E-Commerce** (Fallbeispiel, Positionierung, Multi-Channel-Konzepte inkl. Vertiefung „Fulfillment“ und Retouren, Geschäftsmodelle im E-Commerce)
- **Online Marketing – ein Überblick**
- **Erfolgsmessung im E-Commerce**

Lehr-/Lernmethoden

- ⇒ **Vorlesung**
- ⇒ **Übungen**

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- Heinemann, G.: Der neue Online-Handel: Geschäftsmodell und Kanalexzellenz im Digital Commerce, Wiesbaden.
- Digital Marketing Essentials: A Comprehensive Digital Marketing Textbook, Larson and Draper, ISBN-13: 978-0998713816, ISBN-10: 0998713813
- Kollmann, T.: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Net Economy, Gabler-Verlag
- Kreuzer, R. T.: Praxisorientiertes Online-Marketing: Konzepte - Instrumente – Checklisten, Wiesbaden.
- Wirtz, B. W.: Multi-Channel-Marketing: Grundlagen - Instrumente - Prozesse Wiesbaden.

Beschreibung 2. Modulelement

412-024-02 Wettbewerbsrecht

Organisation

Dozent/in: RA Ulrich Emmert	Status: Lehrbeauftragter
ECTS-Punkte: 2,5	Doppelstunden: 6

Lerninhalte

- Wettbewerbsrecht
- Datenschutz
- Haftung für Onlineinhalte
- Urheberrecht in der Informationsgesellschaft
- Marken- und Domainrecht
- Vertragsabschluß im Netz
- Elektronische Signaturen

Lehr-/Lernmethoden

- ⇒ **Vorlesung**
- ⇒ **Übungen**
- ⇒ **Lerntexte**

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- Gruhn, V. et al.: Elektronische Signaturen in modernen Geschäftsprozessen, Wiesbaden (Vieweg)
- Heindl, E.; Bücking, J.; Emmert, U.: Der IT-Sicherheitsexperte, München (Addison-Wesley)
- Koch, F.: Internetrecht, 2. neubearb. und erw. Aufl., München (Oldenbourg)
- Kramer, Ph.; Hermann, M.: Datenschutz und e-Commerce, Berlin (Schmidt Erich)
- Mörike, M.; Teufel, S. (Hrsg.): Kosten und Nutzen von IT-Sicherheit, Heidelberg (Dpunkt)
- Speichert, H.: Praxis des IT-Rechts, Wiesbaden (vieweg)
- Straube, M.; Fina, S.: e-Commerce und Internetrecht – Rechtstextsammlung, Wien (Manz'sche Universitäts- und Verlagsbuchhandlung)
- Vorlesungsbegleiter inkl. Auszüge aus entsprechenden Gesetzestexten

Besonderheiten

Fälle werden in Gruppenarbeit bearbeitet und gemeinsam diskutiert.

Modulbezeichnung

412-025 Steuerrecht / Bilanzierung 2/ Internes Rechnungswesen 2

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Thomas Barth		
Modulart: Pflichtfach	ECTS-Punkte: 5	Doppelstunden: 18

Prüfungsleistungen

Art: K 90

Lernziele

Das Modul Steuerrecht befasst sich schließlich auf breiter Basis mit dem Steuerrecht. Es wird zunächst ein der Transparenz des Steuersystems dienender Überblick über die existenten Steuerarten und ihre Einteilung gegeben. Dabei werden auch die Verflechtungen des Steuerrechts mit den Rechtsgebieten des Zivilrechts und des Strafrechts beleuchtet. Nachdem die Studierenden mit den bedeutendsten Vorschriften der Abgabenordnung vertraut gemacht wurden, werden die besonders wichtigen Einzelsteuerarten besprochen.

Gegenstand des Moduls Bilanzierung 2 ist die Vermittlung des für die Externe Rechnungslegung relevanten Handels- und Steuerrechts. Darauf aufbauend wird die ökonomische Analyse der Einflüsse der Rechnungslegungsnormen auf unternehmerische Entscheidungen vorgenommen.

In der Lehrveranstaltung Internes Rechnungswesen 2 werden die allgemeinen Methoden der Vollkostenrechnung weiter entwickelt zu den etablierten Methoden der Teilkostenrechnung und der Plankostenrechnung. In diesem Zusammenhang werden die Programmoptimierung, Verfahrensoptimierung sowie die Make-or-buy Entscheidung anhand von Teilkosten besprochen.

Modulelemente

Steuerrecht	Dozent/in: Dipl.-Betriebswirtin (FH) Nadja Keuerleber-Schäfer
Bilanzierung 2	N.N
Internes Rechnungswesen 2	Prof. Dr. Thomas Barth

Beschreibung 1. Modulelement

412-025-01 Steuerrecht

Organisation

Dozent/in: Dipl.-Betriebswirtin (FH) Nadja Keuerleber-Schäfer	Status: Lehrbeauftragte
ECTS-Punkte: 2	Doppelstunden: 6

Lerninhalte

- Allgemeines Steuerrecht
 - Abgrenzung Privatrecht – öffentliches Recht; Steuerrecht als Teil des öffentlichen Rechts
 - Einteilung der Steuern
 - Die Rechtsgrundlagen des Steuerrechts: Steuergesetze und sonstige steuerliche Vorschriften
- Die steuerlichen Rahmenvorschriften: Die Abgabenordnung (AO)
 - Allgemeines
 - Entstehung, Beteiligte und Inhalt des Steuerschuldverhältnisses
 - Das Verfahren der Besteuerung
 - Außergerichtliches Rechtsbehelfsverfahren
 - Strafe und Buße bei Säumnissen des Steuerpflichtigen
- Konzentrierte Betrachtung von Einzelsteuerarten
 - Einkommensteuer
 - Körperschaftsteuer
 - Gewerbesteuer
 - Umsatzsteuer
 - Erbschaft- und Schenkungsteuer

Lehr-/Lernmethoden

- ⇒ **Vorlesung**
- ⇒ **Übungen**
- ⇒ **Fallstudien**

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- Tipke, K.; J. Lang: Steuerrecht; Köln (Dr. Otto Schmidt)
- Bornhofen, M.; Bornhofen, M.C.: Steuerlehre 1; Wiesbaden (Gabler)
- Bornhofen, M.; Bornhofen, M.C.: Lösungsbuch zum Lehrbuch Steuerlehre 1; Wiesbaden (Gabler)
- Bornhofen, M.; Bornhofen, M.C.: Steuerlehre 2; Wiesbaden (Gabler)
- Bornhofen, M.; Bornhofen, M.C.: Lösungsbuch zum Lehrbuch Steuerlehre 2; Wiesbaden (Gabler)

Beschreibung 2. Modulelement

412-025-02 Bilanzierung 2

Organisation

Dozent/in: N.N.	Status: Professor
ECTS-Punkte: 2	Doppelstunden: 6

Lerninhalte

- Entscheidungstheoretische Grundlagen
- Bewertungsmaßstäbe und Bewertungsvorschriften
- Bilanzierung und Bewertung nach HGB und Steuerrecht
- Eigenkapital und Gewinnverwendungsrechnung
- Investitionstheoretischer Ansatz der Rechnungslegung

Lehr-/Lernmethoden

Die ökonomische Analyse erfolgt auf der Grundlage des entscheidungstheoretischen Ansatzes der modernen Ökonomischen Theorie (Fisher/Hirshleifer). Die Inhalte werden durch Vorlesung, Fallstudien und Übungsbeispiele vermittelt.

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- Coenenberg, Adolf G./Haller, Axel/Schultze, Wolfgang: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Stuttgart.
- Eisele, Wolfgang/Knobloch, Alois Paul: Technik des betrieblichen Rechnungswesens, München.
- Horschitz, Harald/Groß, Walter/Fanck, Bernfried/Guschl, Harald/Kirschbaum, Jürgen/Schustek, Heribert: Bilanzsteuerrecht und Buchführung, Stuttgart.
- Kruschwitz, Lutz: Investitionsrechnung, München, Wien.
- Pellens, Bernhard/Fülbier, Rolf Uwe/Gassen, Joachim/Sellhorn, Thorsten: Internationale Rechnungslegung, Stuttgart.
- Schildbach, Thomas: Der handelsrechtliche Jahresabschluss, Herne/Berlin.

Beschreibung 3. Modulelement

412-025-03 Internes Rechnungswesen 2

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Thomas Barth	Status: Professor
ECTS-Punkte: 1	Doppelstunden: 6

Lerninhalte

- Kritik der Vollkostenrechnung und Grundlagen der Teilkostenrechnung
- Verfahren der Kostenauflösung in ihre fixen und variablen Bestandteile
- Einstufige Deckungsbeitragsrechnung
 - Break-Even-Analyse
 - Kurzfristige Optimierung des Produktionsprogramms
 - Kurzfristige Wahl des Produktionsverfahrens
 - Kurzfristige Make-or-Buy-Entscheidungen
- Mehrstufige Deckungsbeitragsrechnung
- Flexible Plankostenrechnung
- Neuere Ansätze in der Kostenrechnung
 - Kritik der herkömmlichen Ansätze
 - Budgetkostenrechnung
 - Gemeinkosten-Wertanalyse

Lehr-/Lernmethoden

- ⇒ **Vorlesung**
- ⇒ **Übungen**
- ⇒ **Fallstudien**

Literatur/Lehrmaterial

- Barth, D.; Barth, Th.: Kosten- und Erfolgsrechnung für Industrie und Handel; Stuttgart/Berlin (Kohlhammer)
- Barth, T, Ernst, D.: Kosten- und Erlösrechnung. Schritt für Schritt, München (utb-Verlag)
- Däumler, K.-D.; Grabe, J.: Kostenrechnung 2; Herne/Berlin (Neue Wirtschafts-Briefe)
- Däumler, K.-D.; Grabe, J.: Kostenrechnung 3; Herne/Berlin (Neue Wirtschafts-Briefe)

Modulbeschreibung

412-026 Controlling/ Informationsmanagement

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Valentin Schackmann		
Modulart: Pflichtfach	ECTS-Punkte: 5	Doppelstunden: 12

Prüfungsleistungen

Art: K 90

Lernziele

Das Controlling hat sich zu einem umfassenden Führungskonzept entwickelt. Ziel des Faches ist es, Controlling als Führungsaufgabe zu erfassen und die wesentlichen Komponenten eines Controlling-Systems beginnend bei der Zielsetzung des Unternehmens über die Tools des Rechnungswesens bis hin zum System der Unternehmensplanung zu erkennen und zu verstehen.

Ziel der Veranstaltung Informationsmanagement ist die Beleuchtung von Grundlagen im Sinne einer effizienten Planung, Beschaffung, Verarbeitung, Distribution und Allokation von Informationen als Ressource zur Vorbereitung und Unterstützung von betrieblichen Entscheidungsprozessen unter Einsatz moderner Informations- und Kommunikationstechnologie. Dabei wird auch ein Blick auf die dazu erforderlichen Rahmenbedingungen geworfen. Dieses Wissen ist für Ökonomen entscheidend, um in Zukunft Potentiale in Unternehmen erkennen und die Innovationskraft in Unternehmen verbessern zu können. Zusätzlich werden Exkurse zum Thema BigData als auch Agiles Vorgehen nach der etablierten SCRUM-Methode.

Modulelemente

Controlling Informationsmanagement	Dozent/in: Prof. Dr. Valentin Schackmann Markus Scholz M.Sc.
---------------------------------------	--

Beschreibung 1. Modulelement

412-026-01 Controlling

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Valentin Schackmann	Status: Professor
ECTS-Punkte: 2,5	Doppelstunden: 6

Lerninhalte

- Einführung und Grundlagen
- Strategisches Controlling
- Budgetierung und operatives Controlling
- Investitionscontrolling
- Kennzahlen und Kennzahlensysteme

Lehr-/Lernmethoden

- ⇒ **Vorlesung**
- ⇒ **Übungen**
- ⇒ **Fallstudien**

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- Baum, Heinz-Georg, Coenenberg, Adolf G., Günther, Thomas: Strategisches Controlling, Stuttgart
- Coenenberg, A. G., Salfeld, R.: Wertorientierte Unternehmensführung, Stuttgart
- Hahn Dietger und Hungenberg, Harald: PuK. Planung und Kontrolle, Planungs- und Kontrollsysteme, Planungs- und Kontrollrechnung, Wertorientierte Controllingkonzepte, Wiesbaden
- Horváth, Petár: Controlling, München
- ICG (Hrsg.): Green Controlling, Freiburg
- Preißner, Andreas: Praxiswissen Controlling, München / Wien
- Reichmann, Thomas: Controlling mit Kennzahlen: Die systemgestützte Controlling-Konzeption, München
- Sailer, Ulrich: Nachhaltigkeitscontrolling, Konstanz und München
- Weber, Jürgen und Schäffer, Utz: Einführung in das Controlling, Stuttgart

Beschreibung 2. Modulelement

412-026-02 Informationsmanagement

Organisation

Dozent/in: Markus Scholz M.Sc.	Status: Lehrbeauftragter
ECTS-Punkte: 2,5	Doppelstunden: 6

Lerninhalte

- Informationsmanagement als Managementaufgabe
- Grundlagen Information und Management - Ziele und Aufgaben
- Konzepte des Informationsmanagement
- Agiles Vorgehen
- BigData
- Modell des Informationsmanagement
- Management der Informationswirtschaft
- Organisation des Informationsmanagements
- Führungsaufgaben des Informationsmanagement
- Fallbeispiele

Lehr-/Lernmethoden

- ⇒ **Vorlesung**
- ⇒ **Lerntexte**
- ⇒ **Fallstudien**
- ⇒ **Lernteam-Coaching**

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- Informationsmanagement. Helmut Krcmar. Springer Verlag
- Einführung in das Informationsmanagement. Helmut Krcmar. Springer Verlag
- Agil-systemisches Softwareprojektmanagement, Tobias Trepper
- Big Data Potential und Barrieren der Nutzung im Unternehmenskontext, Stefanie King, Dissertation
- Aktuelle Artikel, Vorlesungsbegleiter

Modulbezeichnung

412-027 Makroökonomik

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Herbert Sperber		
Dozent/in: Moritz Hohlstein M.Sc	Status: Lehrbeauftragter	
Modulart: Pflichtfach	ECTS-Punkte: 5	Doppelstunden: 7

Prüfungsleistungen

Art: K 90

Lernziele

<ol style="list-style-type: none">1. Verständnis:<ul style="list-style-type: none">- grundlegender makroökonomischer Modelle- gesamtwirtschaftlicher Zusammenhänge- wichtiger makroökonomischer Kennzahlen- der Zusammenhänge zwischen realem und monetärem Sektor einer Volkswirtschaft- für die Zielsetzungen und Wirkungsweisen der nationalen Wirtschaftspolitik2. Es sollen die Methoden vermittelt werden, mit denen die Auswirkungen aktueller Veränderungen der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und wirtschaftspolitischer Entscheidungen auf gesamtwirtschaftliche Größen abgeschätzt und beurteilt werden können.

Lerninhalte

<ol style="list-style-type: none">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“, Fiskal- und Geldpolitik im Vergleich)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. Außenwirtschaftstheorie und -politik (Zahlungsbilanz, Außenwirtschaftliches Gleichgewicht, Wechselkursbildung, Wechselkurswirkungen von leistungs- und Kapitalbilanzgleichgewichten)
--

Lehr-/Lernmethoden

Im Rahmen einer interaktiven Vorlesung werden die o. g. Inhalte vorgestellt und mit den Studierenden diskutiert. Dabei wird den Studierenden empfohlen, den Inhalt des Vorlesungsskriptes selbständig durchzuarbeiten. Zur Vertiefung des Stoffes werden den Studierenden Übungsaufgaben bereitgestellt. Die entsprechenden Lösungen werden im Rahmen der Vorlesung erörtert. Darüber hinaus wird auf die weiterführenden Literaturangaben verwiesen. Zur Klausurvorbereitung werden Musterklausuren bereitgestellt.

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- Vorlesungsskript

Literaturempfehlung passend zur Vorlesung:

- Sperber, H. : Wirtschaft verstehen, Stuttgart 2016

Weitere Literatur:

- Hohlstein, M. u.a.: Lexikon der Volkswirtschaft, München
- Mankiw, G.; Taylor, M.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Stuttgart
- Sperber, H. : Wirtschaft verstehen, Stuttgart
- Sperber, H.: VWL-Grundwissen, ein Schnellkurs zum Auffrischen und Nachschlagen, München
- Sperber, H.; Sprink, J.: Internationale Wirtschaft und Finanzen, München

Modulbezeichnung

412-055 Praxis des Projektmanagements/ Digital Management

Organisation

Modulverantwortliche/r:
Prof. Dr. Stefan Detscher

Modulart:
Pflichtfach

ECTS-Punkte:
7

Doppelstunden:
15

Prüfungsleistungen

Art:
S, K90

Lernziele

In der ersten LV sollen die Studierenden anspruchsvolle Projekte bearbeiten und dabei die Methoden des Projektmanagements einsetzen, die Rahmenbedingungen und komplexen Zusammenhänge und Abhängigkeiten in Projekten erfahren, Besprechungstechnik anwenden, sich in Teamfähigkeit üben und Projektpräsentationen durchführen können.

Die Internationalisierung und Globalisierung in der Wirtschaft erfordert Studienabsolventen, die über eine gewisse Sensibilität im Umgang mit anderen Kulturen verfügen. Ziele der zweiten Lehrveranstaltungen sind daher:

- Studierende können sich in Englisch (auf einem mittleren Niveau) im Geschäftsleben unterhalten und ohne größeren Vorbereitung im Ausland tätig sein
- Interkulturelle Vergleichsstudien und Werte kennen und ihre Konsequenzen für die Praxis erkennen
- Bedeutung von Führung und Zusammenarbeit in interkulturellen Projekten erfahren
- Unterschiede in der interkulturellen Kommunikation kennen und erfahren

Business Etiquette – internationales Geschäftsverhalten

Modulelemente

Praxis des PM
Digital Management

Dozent/in:
Dipl.-Mathematiker Joachim Heilck
Lena Schwarz

Beschreibung 1. Modulelement

412-055-01 Praxis des PM

Organisation

Dozent/in: Dipl.-Mathematiker Joachim Heilck	Status: Lehrbeauftragter
ECTS-Punkte: 3	Doppelstunden: 7

Lerninhalte

Dokumentation und Präsentation von aktuellen, wichtigen und komplexen Projektmanagementthemen mit Bezug zur Praxis (Unternehmen)

Lehr-/Lernmethoden

- ⇒ **PM Planspiel**
- ⇒ **Projektarbeit**
- ⇒ **Teamtraining/Gruppenarbeiten**
- ⇒ **Präsentationen**

Literatur/Lehrmaterial

Keine bzw. abhängig von Projektthemen

Beschreibung 2. Modulelement

412-055 Digital Management

Organisation

Dozent/in: Dr. Stefan Detscher	Status: Professor
ECTS-Punkte: 4	Doppelstunden: 6

Lerninhalte

- Digitale Disruption und digitale Geschäftsmodelle
- Lean-Start-Up-Ansatz und Business Model Canvas
- Wert- & Wachstumstreiber digitalen Managements heben durch Growth Hacking
- Digital Leadership und agile Organisation

Lehr-/Lernmethoden

- ⇒ Vorlesung
- ⇒ Übungen
- ⇒ Gruppenarbeiten
- ⇒ Fallstudien

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- ELLIS, S./ BROWN, M.: Hacking Growth: How Today's Fastest Growing Companies Drive Breakout Success, New York.
- KREUTZER, R. T. et al.: Digitale Transformation – Geschäftsmodell-Innovation – agile Organisation – Change-Management, Wiesbaden.
- OSTERWALDER, A./ PIGNEUR, Y.: Business Model Generation: A Hand-book for Visionaries, Game Changers and Challengers, New York.
- OSTERWALDER, A./ PIGNEUR, Y./ BERNARDA, G. et al.: Value Proposition Design – How to Create Products and Services Customers, New York.
- RIES, E.: The Lean Startup, New York.
- WIRTZ, B.: Electronic Business, Wiesbaden.
- WIRTZ, Bernd W.: Business Model Management, Wiesbaden.

Modulbezeichnung

412-029 Managementkompetenzen

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Herbert Sperber		
Dozent/in: Dipl.-Volkswirtin Astrid Hellwig	Status: Lehrbeauftragte	
Modulart: Pflichtfach	ECTS-Punkte: 5	Doppelstunden: 8

Prüfungsleistungen

Art:
S, R

Lernziele

Die Studierenden reflektieren ihre bisherigen Erfahrungen im Bereich Management, Führung, Unternehmenskultur, Kommunikation und Persönlichkeitsentwicklung.
Sie lernen grundlegende Modelle aus diesen Bereichen kennen, um das eigene Verhalten bewusst steuern zu können.

Lerninhalte

Führungsstile und Anforderungen an eine moderne Führungskraft, Führung in der VUCA-Welt, Emotionale Intelligenz, Selbstmanagement, Persönlichkeitsprofile, Kommunikation (Rollenmuster und deren Ausdruck in Sprache und Umgangston, gewaltfreie Kommunikation, Verhandlungstechniken und Manipulationen), Coaching & Mentoring, Konfliktmanagement, Resilienz und Burnout-Prävention.

Lehr-/Lernmethoden

Lehrdialog, Diskussion, Gruppenarbeiten, Selbstreflexion sowie auf Seminarmedien (z. B. Jonglierbälle) basierendes Erfahrungslernen.

Literatur/Lehrmaterial

Literaturempfehlungen zu ausgewählten Themen.

Besonderheiten

Die Studierenden gestalten durch ihre Fragen und ihre tatsächlichen Interessen die Inhalte und den Ablauf der Lehrveranstaltung entscheidend mit. Dadurch erfahren sie unmittelbar den Unterschied zu Veranstaltungen, die man "konsumieren" bzw. "nachlesen" kann. Jedes Thema bzw. jede Situation, die während der Veranstaltung entsteht, kann zum Anlass für neue Impulse dienen rund um die Themen: Selbstmotivation, Selbstmanagement, Persönlichkeit, Kommunikation, Verhalten, Studien- und Unternehmenskultur.

Modulbezeichnung

412-030 Hauptseminar

Organisation

Modulverantwortliche/r: Süleyman Torasan M.Sc.		
Dozent/in: Süleyman Torasan M.Sc.		Status: Lehrbeauftragter
Modulart: Pflichtfach	ECTS-Punkte: 5	Doppelstunden: 12

Prüfungsleistungen

Art: S, R

Lernziele

Im Hauptseminar steht die eigenständige Anwendung der in den Veranstaltungen „Wissenschaftliches Arbeiten“ und dem Grundseminar“ erarbeiteten Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens, die schwerpunktmäßig bezogen sind auf die schriftliche Darstellung eines Wissensgebiets, im Mittelpunkt. Ziel ist die Fähigkeit, sich mit Fachfragen kompetent auseinanderzusetzen und ein fachwissenschaftlich gestütztes Urteil zu entwickeln, dessen Ableitung und Begründung nachvollziehbar und nach dem wissenschaftlichen Erkenntnisstand des Fachgebiets vertretbar ist. Die schriftliche Stellungnahme soll diesen Urteilsbildungsprozess transparent machen und ihn zur Diskussion stellen. Im Hauptseminar liegt, in konsequenter Fortentwicklung der im Grundseminar erworbenen methodischen Kenntnisse und Fertigkeiten, das Gewicht auf der eigenständigen Bearbeitung eines fachwissenschaftlichen Themengebiets.

Lerninhalte

- Schriftliche Darstellung von Stoffgebieten als Aufgabe des Wissenserwerbs, der Urteilsbildung, der Kommunikation und des fachlichen Diskurses
- Systematik des Vorgehens: Aufgliederung des Gesamtziels in Teil-Arbeitsschritte, einschließlich Zeitmanagement
- Material- oder Quellenbeschaffung
- Exzerpieren der Quellen und Herausstellen der zentralen Aussagen
- Entwickeln einer angemessenen Darstellungsstruktur und Schreiben der ersten Fassung
- Redigieren und Erstellen einer adressatengerechten Endversion
- Vorbereiten der Diskussion der zentralen Aussagen und Erkenntnisse der Arbeit
- Vortrag Verteidigung des erarbeiteten Referats

Lehr-/Lernmethoden

⇒ Präsentation

⇒ Diskussion

Modulbezeichnung

412-032 Unternehmensführung/Digital Business: Controlling/Strategie

Organisation

Modulverantwortliche/r: Dr. Michael Schmid		
Modulart: Wahlpflichtfach	ECTS-Punkte: 6	Doppelstunden: 12

Prüfungsleistungen

Art:
K 90

Lernziele

Strategierelevante Themen wie HRM, Innovation, Kooperation, Digitalisierung, Internationalisierung und Wettbewerb verstehen und einordnen. Controllingrelevante Veränderungen in der Wirtschaft verstehen und einordnen. Übergang vom zentralen Controller zum dezentralen Controlling erklären. Wichtige Konsequenzen für die Rolle des Controllers ableiten. Controlling mit Kennzahlensystemen, insb. im Personalcontrolling/Personalreporting, Beschaffung, Produktion, Marketing/Vertrieb sowie Nachhaltigkeitscontrolling anwenden. Wichtige Einfluss- und Erfolgsfaktoren zum Beyond Budgeting erläutern und begründen können, insbesondere hinsichtlich des Unterschieds zum Management by objectives.

Die Studierenden erlernen die operativen und strategischen Aufgaben der Unternehmensführung. Die Anwendung in zahlreichen Firmen- und Branchenbeispielen schärft das Verständnis für Konzepte, Alternativen und Zusammenhänge, vor allem aber sensibilisieren beiden Vorlesungen für die neuen Entwicklungen und Unterschiede zum bisherigen zentralen Controlling einerseits und zum klassischen Strategieverständnis andererseits. Dies geschieht durch dezentrales Controlling zum einen und durch die digitale Plattform-Ökonomie der Vernetzung zum anderen.

Modulelemente

Controlling Strategie	Dozent/in: Dr. Michael Schmid Dr. Michael Schmid
--------------------------	---

Beschreibung 1. Modulelement

412-032-01 Controlling

Organisation

Dozent/in: Dr. Michael Schmid	Status: Lehrbeauftragter
ECTS-Punkte: 3	Doppelstunden: 6

Lerninhalte

- Begriffliche Grundlagen und Wurzeln des Controlling
- Identifikation und Umgang mit wirtschaftlichen Veränderungen
- Wichtige Entwicklungsstufen im Controlling
- Die Rolle des Controllers
- Personalcontrolling, insb. Personalbeurteilung und Weiterbildungscontrolling
- Möglichkeiten zum Personalreporting
- Fehlerursachen im Personalcontrolling und Wege zur Vermeidung
- Konzepte des Beschaffungs-, Produktions-, Marketing- und Vertriebs-Controlling
- Besonderheiten des Nachhaltigkeits-Controlling
- Aufstieg variabler Leistungsverträge und Kritik an fixen Zielvereinbarungen
- Wege und Möglichkeiten des Beyond Budgeting
- Branchenbeispiel Tourismus, Firmenbeispiele cpp, svenska handelsbanken, etc.

Lehr-/Lernmethoden

Vortrag, Diskussion, Übungen in Kleingruppen, Fall- und Firmenbeispiele.

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- Halfmann, M.: Marketing-Controlling.
- Pfläging, N., Die 12 neuen Gesetze der Führung,
- Ders.: Führen mit flexiblen Zielen,
- Schübbe, F.: Personalkennzahlen: Vom Zahlenfriedhof zum Management-Dashboard.
- Weber, J.; Georg, J.; Nachhaltigkeit und Controlling
- Weber, J.; Schäffer, U.: Die 10 Zukunftsthemen des Controlling.
- Weber, J.; Schäffer, U.: Vom Erbsenzähler zum Business Partner.

Beschreibung 2. Modulelement

412-032-02 Strategie

Organisation

Dozent/in: Dr. Michael Schmid	Status: Lehrbeauftragter
ECTS-Punkte: 3	Doppelstunden: 6

Lerninhalte

- Strategie und Dilemma
- Strategische Effektivität vs. operative Effizienz
- Kernkompetenz vs. Kerngeschäft
- Von der Pipeline-Ökonomie zur Plattform-Ökonomie (Bottom-up-Ökonomie)
- Künstliche Intelligenz und digitale Geschäftsmodelle
- Strategische Themen: Innovation, Dienstleistung, HRM, Coopetition, Globalisierung
- Kompetenzdilemma
- Best Practice: Branchenbeispiele Automobil, Fintech, Tourismus
- Best Practice: Strategische Neuorientierung (Microsoft, Apple), strategische Differenzierung: (Alibaba vs. Amazon, Facebook vs. Tencent)

Lehr-/Lernmethoden

Vortrag, Diskussion, Übungen in Kleingruppen, Praxistransfer

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- Bruhn, M.; Hadwich, K.: Internationales Dienstleistungsmarketing...Fallstudien.
- Choudary, S.P.; Alstyn, M.W.: Die Plattform-Revolution im E-Commerce: Von Airbnb, Uber, Paypal und Co. lernen. Wie neue Plattform-Geschäftsmodelle die Wirtschaft verändern
- Gallagher, L.: Die Airbnb-Story: Wie drei Studenten die Reiseindustrie revolutionierten.
- Drucker, P. F.: Was ist Management? Das Beste aus 50 Jahren, Berlin
- Ertel, W.: Grundkurs Künstliche Intelligenz - Eine praxisorientierte Einführung.
- Jaekel, M.: Die Macht der digitalen Plattformen. Wegweiser im Zeitalter einer expandierenden Digitalosphäre und KI.
- Kahney, L.: Tim Cook: Das Genie, das die Apple-Story fortschreibt.

- Leichsenring, H.: Elf Thesen zu Innovation in der Finanzbranche, in: Smolinski, Remigiusz; Gerdes, Moritz; Siejka, Martin; Bodek, Mariusz C.: Innovationen und Innovationsmanagement in der Finanzbranche, S.445ff.
- Zeng, M.: Smart Business. Alibabas Strategie-Geheimnis.

Modulbezeichnung

**412-033 Unternehmensführung/Digital Business: Digital Geschäftsmodelle /
Unternehmensentwicklung**

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Ulrich Sailer		
Modulart: Wahlpflichtfach	ECTS-Punkte: 6	Doppelstunden: 12

Prüfungsleistungen

Art: K 90

Lernziele

Das Modul soll das Verständnis dafür fördern, dass Unternehmen und Nonprofit-Organisationen komplexe dynamische Systeme sind, die nicht vollständig und abschließend gesteuert werden können. Mit der Zielsetzung, hierfür zu sensibilisieren, werden daher Unternehmen (und Institutionen ohne wirtschaftliche Ziele) von der organisationssoziologischen und der sozial- und wirtschaftspsychologischen Warte aus betrachtet. Das Verhalten von Organisationsmitgliedern – ihre Leistung und ihre Motivation, Leistung zu erbringen – wird bestimmt durch die Organisationskultur; diese ist ihrerseits bestimmt von der Organisationsstruktur und den Führungsgrundsätzen, die in einem Unternehmen gelten. Strukturen und Führungsstile schlagen sich vielfältig nieder in der innerbetrieblichen Kommunikation, dem Entgeltsystem, der Art der Personalförderung, den Karrieremöglichkeiten, dem Umgang mit Interessenskonflikten, dem Ausmaß der Bindung an das Unternehmen, der Anzahl der Innovationen, und sie beeinflussen, direkt und indirekt, die Unternehmensleistung. Solche Einflüsse bewusster und dadurch steuerbarer zu machen, ist das Anliegen dieses Moduls. Geeignete Steuerungsinstrumente werden aufgezeigt.

Im Rahmen der Veranstaltung Unternehmensentwicklung liegt der Schwerpunkt darin aufzuzeigen, wie Unternehmen in einem komplexen Umfeld ihre Entwicklung durch planerisch-steuernde Maßnahmen gestalten können. Dies erfordert einerseits die Modellierung von Geschäftsmodellen, andererseits aber auch die fundierte betriebswirtschaftliche Bewertung als Grundlage für Entscheidungen.

Modulelemente

Digitale Geschäftsmodelle Unternehmensentwicklung	Dozent/in: N.N. Prof. Dr. Ulrich Sailer
--	---

Beschreibung 1. Modulelement

412-033-01 Digitale Geschäftsmodelle

Organisation

Dozent/in: N.N.	Status:
ECTS-Punkte: 3	Doppelstunden: 6

Lerninhalte

- Digitalisierung: Begriffliche Dimensionen, Betroffene Wirtschafts- und Unternehmensbereiche, betriebswirtschaftliche Chancen und Risiken.
- Disruptive Entwicklungen: Begriffsabgrenzung, Praxisbeispiele, Perspektiven.
- Digitale Geschäftsmodelle: Begriffsabgrenzung, Arten, Praxisbeispiele, Perspektiven.
- Digitalisierungsstrategien: Konzeption, Implementierung, Bewertung.

Lehr-/Lernmethoden

- ⇒ Vorlesung
- ⇒ Fallstudien
- ⇒ Gruppenarbeit
- ⇒ Projektaufgaben

Literatur/Lehrmaterial (Auszug), in der jeweils neuesten Auflage

- Skriptum
- Detscher, S. (Hrsg.): Digitales Management und Marketing
- Ellenberg, J.: Der Startup Code - Was der Mittelstand von Startups lernen kann und muss, Esslingen
- Wirtz, B.W.: Business Model Management, Wiesbaden

Beschreibung 2. Modulelement

412-033-02 Unternehmensentwicklung

Organisation

Dozent/in: Prof. Dr. Ulrich Sailer	Status: Professor
ECTS-Punkte: 3	Doppelstunden: 6

Lerninhalte

1. Komplizierte und komplexe Systeme
2. Systemisches Management
3. Planung in einem dynamischen Umfeld

Lehr-/Lernmethoden

- ⇒ Vorlesung
- ⇒ Nutzung eines Modellierungstools zur Vorbereitung von Entscheidungen in komplexen Systemen und zur Entwicklung von Szenarien und Simulationen

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- Sailer, U.: Management – Komplexität verstehen, Stuttgart
- Senge, Peter: Die fünfte Disziplin. Kunst und Praxis der lernenden Organisation, Stuttgart
- www.know-why.net
- Gerdemann/ Rauh/ Tran: Planung mit richtigem Fokus, in Controlling & Management Review, 7/2019, S. 40- 46

Modulbezeichnung

412-065 Unternehmensführung/Digital Business: Human Resource Management

Organisation

Modulverantwortliche/r: Dipl. Betriebswirt (FH) Alexander Romppel		
Dozent/in: Dipl. Betriebswirt (FH) Alexander Romppel	Status: Lehrbeauftragter	
Modulart: Wahlpflichtfach	ECTS-Punkte: 7	Doppelstunden: 12

Prüfungsleistungen

Art: K 90

Lernziele

Vermittlung eines grundlegenden Verständnisses von Transformationsprozessen und Erörterung relevanter Management- & Designelemente zur deren Gestaltung sowie Vermittlung der Bedeutung eines adaptiven Führungsverständnisses als zentralen Erfolgsfaktor von Transformationsprozessen.
--

Lerninhalte

<ul style="list-style-type: none">- Diskussion der Notwendigkeit von Transformation aufgrund der Einflüsse der VUCA-Welt- Unterscheidung zwischen Change und Transformation- Verständnis der bereichsübergreifenden Aufgabe der Transformation- Verlauf von Transformationsprozessen- Kennen lernen der zentralen Erfolgsfaktoren bzw. Designelemente der Transformation- Transformationsdesign- Führen zwischen Lean und Agile- Navigieren in Zeiten des Umbruchs- Agile Ziel- & Steuerungssysteme

Lehr-/Lernmethoden

Lehr-/Lernmethoden Vorlesung, Referate, Gruppenarbeiten, Gruppenübungen.
--

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- DOERR, J.: OKR: Objectives & Key Results: Wie Sie Ziele, auf die es wirklich ankommt, entwickeln, messen und umsetzen.
- HOLLING, C. S., L. GUNDERSON, D. LUDWIG: In Quest of a Theory of Adaptive Change. P. 3-24 in: Panarchy: Understanding Transformations in Human and Natural Systems
- MALIK, F.: Navigieren in Zeiten des Umbruchs: Die Welt neu denken und gestalten.
- SCHACHT, J.-P.; RUHWEDEL, P.; STOWASSER, S.: OrganizationalTransformation. Maßnahmen zur erfolgreichen Veränderung der Unternehmensorganisation. Zeitschrift für Führung und Organisation, 81. Jg., S. 167-1

Modulbezeichnung

412-038 Finanzmanagement/Controlling: Controlling

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Thomas Barth		
Dozent/in: Prof. Dr. Thomas Barth, Dipl.-Kaufmann Michael Rudolph Ingo Wagner B.Sc.	Status: Professor	
Modulart: Wahlpflichtfach	ECTS-Punkte:	Doppelstunden: 12

Prüfungsleistungen

Art: K 90

Lernziele

Ziel des Lehrmoduls ist es, den Studierenden einen Überblick über die sich in den vergangenen Jahren stark gewandelten theoretischen Konzepte des Controlling, über die organisatorische Einordnung des Controlling in das Unternehmen sowie über die Vielfalt der Controllinginstrumente bei der Koordination der Führungsfunktion zu vermitteln. Hierbei werden vor allem Aufgaben des Controlling im Bereich der Planung/ Budgetierung und Informationsversorgung diskutiert. Daneben wird ein grundlegendes Controllingverständnis aufgebaut, das zum Aufgreifen und Bearbeiten von Problemstellungen der betrieblichen Praxis - unabhängig von Branche und betrieblichem Funktionsbereich – notwendig ist. Darüber hinaus werden den Studierenden Kenntnisse über die wichtigsten operativen Controllinginstrumente in den verschiedenen funktionalen Bereichen vermittelt. Neben der Theorie werden Kenntnisse in den wichtigsten operativen Controllinginstrumenten vermittelt. Hierbei werden die Grenzplankostenrechnung, die Prozesskostenrechnung und das Target Costing vorgestellt und anhand von Fallstudien vertieft. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, die operativen Controllinginstrumente zur Lösung betriebswirtschaftlicher Problemstellungen einzusetzen. Des Weiteren erlernen die Studierenden die praktische Umsetzung von Planungs- und Berichtssystemen. Besonderer Wert wird auf die Fähigkeit zum Arbeiten mit Business-Intelligence-Werkzeuge gelegt. Hierbei wird mit Hilfe der Software Corporate Planner eine Fallstudien erarbeitet.

Lerninhalte

1. Controlling aus funktionaler Sicht
2. Controlling aus institutioneller Sicht

3. Planungs- und Kontrollfunktion des Controllings
4. Budgetierung (Traditionelle, Better Budgeting, Beyond Budgeting)
5. Informationsversorgungsfunktion des Controllings
6. Grenzplankostenrechnung
7. Prozesskostenrechnung
8. Target Costing

Lehr-/Lernmethoden

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

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- Barth, D.; Barth, T.: Controlling, München
- Barth, D.; Barth, T.: Kosten- und Erfolgsrechnung für Industrie und Handel, Stuttgart
- Horváth, P.: Controlling, München
- Küpper, H.-U.: Controlling, Stuttgart
- Trossmann, E.; Werkmeister, C.; Baumeister, A.: Managementfallstudien im Controlling

Modulbezeichnung

**412-039 Finanzmanagement / Controlling: M&A/Beteiligungsmanagement M&A/
Investment Management**

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Dietmar Ernst		
Modulart: Wahlpflichtfach	ECTS-Punkte: 6	Doppelstunden: 12

Prüfungsleistungen

Art: K 90

Lernziele

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 sind kompetent, die Ursachen unerwünschter Ergebnisse zu erkennen, zu analysieren und Verbesserungsvorschläge auszuarbeiten. Die Eigenart des Moduls ist die Vielgestaltigkeit der fachlichen und methodischen Anforderungen. Bei M&A sind finanzielle, planerische, marktbezogene, personenbezogen, rechtliche, buchhalterische und volkswirtschaftliche Aspekte gleichermaßen zu beachten und für nachhaltig tragfähige Entscheidungen zu integrieren. Die Studierenden erkennen das komplexe Zusammenwirken all dieser Aspekte und sie lernen damit umzugehen

Modulelemente

Mergers & Acquisitions Venture Capital-Management	Dozent/in: Prof. Dr. Dietmar Ernst Dipl. Kaufmann Matthias Helfrich
--	---

Beschreibung 1. Modulelement

412-039-01 Mergers & Acquisitions

Organisation

Dozent/in Prof. Dr. Dietmar Ernst	Status: Professorin
ECTS-Punkte 3	Doppelstunde: 6

Lerninhalte

1. Grundlagen des Mergers & Acquisitions
2. M&A in der Unternehmensstrategie
3. Durchführung von Mergers & Acquisitions Ablaufprozess Due Diligence Preisfindung Integrationsmanagement Erwerbsformen Feindliche Übernahmen Finanzierung von Übernahmen
4. Konzernsteuerung
5. Unternehmensbewertung Traditionelle Methoden Discounted Cash flow-Methode Multiplikatorverfahren Bewertungspr

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung mit umfangreichen Übungen zur Durchführung von M&A's sowie zur Unternehmensbewertung. Veranstaltung wird durch zahlreiche praktische Beispiele sowie durch Fallstudien ergänzt. Den Studierenden wird ein Skript zur Verfügung gestellt, in dem wichtige Inhalte zur Vorlesung dokumentiert und Übungsaufgaben enthalten sind. Komplexere Aufgabenstellungen werden in Gruppen ausgearbeitet, damit unterschiedliche Betrachtungs- und Vorgehensweisen erkannt und getestet werden. Das gleiche gilt für die Diskussion und Beurteilung von historischen Unternehmenszusammenschlüssen aus der Praxis. Durch die Gruppenarbeiten werden bereits vor der Klausur Prüfungsleistungen erbracht

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

Den Studierenden wird ein umfangreiches Skript samt Übungsaufgaben zur Verfügung gestellt. Daneben werden zu den jeweiligen Kapiteln verschiedene Artikel online bereitgestellt.

- Jansen, S.: Mergers & Acquisitions: Unternehmensakquisitionen und –kooperationen
- Ernst, D./ Schneider, S./ Thielen, B.: Unternehmensbewertungen erstellen und verstehen – ein Praxisleitfaden
- Balz, U./ Arlinghaus, O.: Praxisbuch Merger & Acquisitions, als E-Book an der HfWU-Bibliothek verfügbar

Beschreibung 2. Modulelement

412-039-02 Mergers & Acquisitions

Organisation

Dozent/in Dipl. Kaufmann Matthias Helfrich	Status: Lehrbeauftragter
ECTS-Punkte 3	Doppelstunde: 6

Lerninhalte

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

Lehr-/Lernmethoden

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

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

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,
- Jugel, S.: Private Equity Investments – Praxis des Beteiligungsmanagements, neueste Auflage Leopold/ Frommann/ Kühr: Private Equity/Venture Capital – Eigenkapital für innovative Unternehmer

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

Modulbezeichnung

412-040 Finanzmanagement/ Controlling: Risiko- und Sanierungsmanagement

Organisation

Modulverantwortliche/r: Dipl. Kfm. Bernd Peter		
Dozent/in: Dipl. Kfm. Bernd Peter		Status: Lehrbeauftragter
Modulart: Wahlpflichtfach	ECTS-Punkte: 7	Doppelstunden: 12

Prüfungsleistungen

Art: K 90

Lernziele

Die Studierenden erkennen Krisensituationen in Unternehmen und können bewerten, welche Instrumente zur Verfügung stehen, diese zu vermeiden bzw. zu bewältigen. Sie wissen, welche Elemente der Corporate Governance existieren und wie Unternehmen Risiken bewerten und steuern, indem Methoden wie Risikomanagementsysteme, Compliance Management Systeme und Interne Kontrollsysteme aufgebaut und operativ umgesetzt werden können. Ebenfalls können sie die wesentlichen Methoden der internen Revision, als ein wesentliches Überwachungsinstrument der Unternehmensleitung 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. Die Studierenden kennen die Ziele, Konzeption und Instrumente der Corporate Governance und der Sanierung. Sie können entsprechende Problemstellungen mit den jeweils dafür geeigneten Methoden beschreiben, analysieren, lösen und die Ergebnisse interpretieren. Die praktischen Fertigkeiten werden anhand konkreter betrieblicher Probleme in Gruppenarbeit erarbeitet.

Lerninhalte

Das Thema Risikomanagement ist seit der Einführung durch das KonTraG (§ 91 Abs. 2 AktG) eine verbindliche Aufgabe des Managements. Das Modul „Risiko- und Sanierungsmanagement“ vermittelt den Studierenden zum einen die theoretischen Grundlagen des Risiko- und Sanierungsmanagements und zum anderen lernen die Studierenden die Instrumente der Corporate Governance und der internen Revision einzusetzen. Das Modul umfasst das gesamte Spektrum des Risikomanagements. Zunächst gilt es im Rahmen des Risikomanagements Ri-

siken 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. In Gruppen werden umfangreiche Fallstudien zu den Aufgaben des Risiko- und Sanierungsmanagements von den Studierenden erarbeitet. In diesem Rahmen werden die zur Verfügung stehenden Instrumente und Methoden ebenfalls anhand von Fallstudien und Praxisbeispielen erarbeitet

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung, Referate, Gruppenarbeiten, Gruppenübungen

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- Achleitner, Ann-Kristin; Everling, Oliver: Praxishandbuch Rating. Gabler, Betriebswirt.-Vlg.
- Brünger, Christian: Erfolgreiches Risikomanagement mit COSO ERM: Empfehlungen für die Gestaltung und Umsetzung in der Praxis [Gebundene Ausgabe]. Schmidt.
- Diederichs, Marc : Risikomanagement und Risikocontrolling. Vahlen Franz GmbH
- Everling, Oliver: Certified Rating Analyst [Gebundene Ausgabe]. Oldenbourg.
- Gleißner, Werner: Grundlagen des Risikomanagements. Vahlen Franz GmbH.
- Kalwait, Rainer et al.: Risikomanagement in der Unternehmensführung: Wertgenerierung durch Chancen- Und Kompetenzorientiertes Management (German Edition). Wiley-VCH Verlag GmbH.
- Keitsch, Detlef: Risikomanagement: Grundlage für das Rating. Neue Anforderungen an die Unternehmen aufzeigen. Risk-Flow statt Cash-Flow. Risiken erkennen. Mit Risk-Assessment und Rating- Check [Gebundene Ausgabe]. Schäffer- Poeschel
- Romeike, Frank; Hager, Peter: Erfolgsfaktor Risiko-Management 2.0. Methoden, Beispiele, Checklisten. Praxishandbuch für Industrie und Handel [Gebundene Ausgabe]. Dr. Th. Gabler Verlag
- Salfeld, Rainer: Wertorientierte Unternehmensführung. Schäffer-Poeschel Verlag
- Schierenbeck, Henner; Lister, Michael: Value Controlling. Grundlagen Wertorientierter Unternehmensführung. Oldenbourg.
- Weissman, Arnold: Future Value. Gabler, Betriebswirt.-Vlg

Modulbezeichnung

412-041 Wirtschaftsprüfung/Steuerberatung: Bilanzen

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Stefan Marx		
Dozent/in: Prof. Dr. Stefan Marx	Status: Professor	
Modulart: Wahlpflichtfach	ECTS-Punkte: 6	Doppelstunden: 12

Prüfungsleistungen

Art: K 90

Lernziele

Im Modul Bilanzen lernen die Studierenden praxisbezogen im Rahmen von Fallstudien komplexe Fragestellungen der Bilanzierung nach HGB, Steuerrecht und IFRS zu strukturieren und Lösungsansätze (z.B. für die Bewertung) zu erarbeiten und die Lösungsansätze bzw. zur Bewertung vorhandenen Modelle kritisch zu hinterfragen. Gegenstand des Moduls Bilanzen 1 ist die Vermittlung des für die nationale Rechnungslegung relevanten Handels- und Steuerrechts und der zentralen Aspekte der Rechnungslegung nach IFRS. Darauf aufbauend wird die ökonomische Analyse der Einflüsse der Rechnungslegungsnormen auf unternehmerische Entscheidungen vorgenommen. Auf der Vermittlung des Bilanzsteuerrechts bauen die Analyse der durch das Bilanzsteuerrecht ausgehenden Steuerwirkungen und der Steuergestaltung auf.

Lerninhalte

Rechnungslegungsfragen nach IFRS und HGB, Steuerrecht
- Rechtliche Grundlagen und anzuwendende Normen
- Immaterielle Vermögenswerte
- Sachanlagevermögen
- Vorratsvermögen
- Umsatzerlöse
- Rückstellungen, Eventualverbindlichkeiten und –forderungen
- Latente Steuern
- Leasing
- Konzern

Lehr-/Lernmethoden

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

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

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

Monographien

- Coenenberg: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse
- Küting/ Weber: Der Konzernabschluss: Praxis der Konzernrechnungslegung nach HGB und IFRS,
- IFRS visuell: Die IFRS in strukturierten Übersichten, Stuttgart
- WP Handbuch: Wirtschaftsprüfung, Rechnungslegung, Beratung, Band I und Band II
- IDW Prüfungsstandards (IDW PS), IDW Stellungnahmen zur Rechnungslegung (IDW RS), IDW Standards (IDW S), Düsseldorf
- Beck'sches IFRS-Handbuch: Kommentierung der IFRS/IAS

Kommentare

- Adler/ Düring/ Schmaltz: Rechnungslegung und Prüfung der Unternehmen,
- Beck'scher Bilanzkommentar: Der Jahresabschluss nach Handels- und Steuerrecht,

Gesetze

- Handelsgesetzbuch
- Aktiengesetz
- International Financial Reporting Standards (IFRS) : Deutsch-Englische Textausgabe der von der EU gebilligten Standards. English & German, Weinheim

Zeitschriften

- WPG - Die Wirtschaftsprüfung
- KoR – Zeitschrift für internationale und kapitalmarktorientierte Rechnungslegung

Modulbezeichnung

412-042 Wirtschaftsprüfung / Steuerberatung: Steuerberatung

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Thomas Barth		
Dozent/in: Prof. Dr. Thomas Barth Dipl.-Kaufmann Florian Kalbfell-Werz	Status: Professor Lehrbeauftragter	
Modulart: Wahlpflichtfach	ECTS-Punkte: 6	Doppelstunden: 12

Prüfungsleistungen

Art: K 90

Lernziele

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. Des Weiteren sind die Studierenden 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, 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 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.

Lerninhalte

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, Ermittlung der Körperschaftsteuer. Gewerbesteuerermittlung, insbesondere Steuerpflicht, Arten von Gewerbebetrieben, Steuerschuldner, Ermittlung Gewerbeertrag, Ermittlung Gewerbesteuermessbetrag, Ermittlung Gewerbesteuer, Anrechnung Gewerbesteuer auf Einkommensteuerschuld.

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.

Lehr-/Lernmethoden

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

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

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

Monographien

- Schweizer, R.: Steuerlehre, Herne

Gesetze

- Wichtige Steuergesetze
- Steuerrichtlinien

Modulbezeichnung

412-043 Wirtschaftsprüfung/ Steuerberatung: Wirtschaftsprüfung

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Herbert Sperber		
Dozent/in: Dipl. Kaufmann Gerhard Haug		Status: Lehrbeauftragter
Modulart: Wahlpflichtfach	ECTS-Punkte: 7	Doppelstunden: 12

Prüfungsleistungen

Art: K 90

Lernziele

Den Studentinnen und Studenten soll im Rahmen der Vorlesung der Beruf und die Tätigkeit eines Wirtschaftsprüfers sowie die Ziele und die Durchführung einer Abschlussprüfung nähergebracht werden.
--

Lerninhalte

<ol style="list-style-type: none">1. Prüfungssubjekte, -objekte der Wirtschaftsprüfung2. Der Weg zum Wirtschaftsprüfer (Zulassung, Bestellung, Erlöschen der Bestellung)3. Beruf und Tätigkeit des Wirtschaftsprüfers (Berufsbild, Organisation, Berufsorganisation)4. Ziele und Ausrichtung der Abschlussprüfung (Funktion, Ziele, Normen, Gegenstand)5. Der Weg zum Prüfungsauftrag (Auswahl und Bestellung, Auftragsannahme, Auftragschreiben, Berufspflichten, Festlegung von Schwerpunkten, Beurteilung von Auftrags- und Mandatsrisiken)6. Der Prozess der Jahresabschlussprüfung im Überblick (Risikoorientierter Prüfungsansatz, Prüfungshandlungen, Prüfungsrisiko, Prüfungsnachweise)7. Prüfungsdurchführung im Detail (Test von Kontrollen, Durchführen von aussagebezogenen Prüfungshandlungen)8. Schlussphase der Prüfung und Prüfungsbericht

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- Marten, Kai Uwe / Quick, Reiner / Ruhnke, Klaus: Wirtschaftsprüfung. Grundlagen des betriebswirtschaftlichen Prüfungswesens nach nationalen und internationalen Normen, akt. Auflage
- Graumann, Mathias: Wirtschaftliches Prüfungswesen, akt. Auflage
- Institut der Wirtschaftsprüfer in Deutschland e. V. (Hrsg.): IDW Praxishandbuch zur Qualitätssicherung, akt. Auflage
- Wirtschaftsprüferkammer, Körperschaft des öffentlichen Rechts: Wirtschaftsprüferordnung
- Wirtschaftsprüferkammer, Körperschaft des öffentlichen Rechts: Berufssatzung

Modulbezeichnung

412-044 Marketing/Kommunikationsmanagement: Marketingmanagement

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Stefan Detscher		
Modulart: Wahlpflichtfach	ECTS-Punkte: 6	Doppelstunden: 12

Prüfungsleistungen

Art: K 90

Lernziele

Das Modul gibt einen umfassenden Überblick über die Below-the-Line-Instrumente in der Marketingkommunikation und deren Anwendung. Der Begriff Below-the-Line wird für Instrumente verwendet, die nicht zur klassischen Marketingkommunikation wie Werbung, PR und persönlicher Verkauf zählen. Ein weiterer Schwerpunkt bildet das Markenmanagement. Abgerundet wird das Modul durch einen umfassenden Überblick über das Thema Konsumentenverhalten. Das Modul soll die Studierenden mit den wichtigsten Entscheidungsproblemen, -methoden und -instrumenten in der Marketingkommunikation vertraut machen und sie in die Lage versetzen, Erfolg versprechende Lösungsansätze zu entwickeln und diese argumentativ zu vertreten. Dazu sind eine kritische Auseinandersetzung mit theoretischen Konzepten sowie die Fähigkeit erforderlich, gesamtwirtschaftliche und gesellschaftliche Bezüge der zukünftigen Tätigkeit zu erkennen und zu berücksichtigen

Modulelemente

Digital Marketing	Dozent/in: Martin Böhringer
Grundlagen Marketingplanung	Dipl.-Ökonomin Margret Bägel-Witte
Zielgruppe und Marke	Dipl.-Betriebswirtin (FH) Anke Schramm

Beschreibung 1. Modulelement

412-044-01 Digital Marketing

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Stefan Detscher		
DozentIn: Martin Böhringer	Status: Lehrbeauftragte	
Modulart: Wahlpflichtfach	ECTS-Punkte: 2	Doppelstunden: 4

Lerninhalte

- Einfluss der Digitalisierung aufs Marketing
- Online Marketing Strategien & Erfolgsfaktoren
- Online Kommunikations-Kanäle & -Tools im Überblick
- SEA/ SEO
- Social Media & Influencer Marketing

Lernziele

1. Verständnis für aktuelle Strategien und Ziele im digitalen Marketing entwickeln
2. Fähigkeit erlangen, wichtige digitale Marketing Instrumente zu nutzen
3. Überblick über verschiedene digitale Marketing-Kommunikationskanäle erhalten

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- CHAFFEY, Chadwick/ ELLIS-CHADWICK, Fiona: Digital Marketing – Strategy, Implementation & Practice, Harlow.
- KREUTZER, R.: Praxisorientiertes Online-Marketing, Wiesbaden.

Beschreibung 2. Modulelement

412-044-02 Grundlagen Marketingplanung

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Stefan Detscher		
DozentIn: Dipl.-Ökonomin Margret Bägel-Witte	Status: Lehrbeauftragte	
Modulart: Wahlpflichtfach	ECTS-Punkte: 2	Doppelstunden: 4

Lerninhalte

Der Marketingplan ist das bedeutsamste Steuerungsinstrument im Marketing. Um das Marketing-Mix effizient einzusetzen, müssen das Umfeld und die Ausgangssituation analysiert (Marktforschung) und Strategie und Ziele (Marketingkonzeption) dargelegt werden. Ein Marketingplan stellt alle Informationen zusammen und ist der Fahrplan für die Implementierung des Marketing-Mix. Der Schwerpunkt liegt in der Entwicklung von Marketingstrategien basierend auf Datenanalysen.

Lernziele

- Aufbau einer Marketingplanung/-Konzeption kennen
- Erkennen, wann ein konzeptioneller Handlungsbedarf im Unternehmen besteht
- Zielebenen eines Unternehmens erkennen
- Ableitung von Bereichs-/Teamzielen aus Unternehmensvorgaben entwickeln können
- Analysetechniken kennen und Analysemethoden anwenden können
- Marktforschung als Datenlieferant sinnvoll einsetzen können
- Prognoseverfahren kennen
- Marketingstrategische Möglichkeiten (er-)kennen
- Kombination von sinnvoll aufeinander abgestimmten Strategien entwickeln können
- Aus der Strategiekombination Implementierungen durch den Marketing-Mix durchführen können

Lehr-/Lernmethoden

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

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- Jochen Becker: Marketing-Konzeption: Grundlagen des zielstrategischen und operativen Marketing-Managements. Verlag: Vahlen
- Philip Kotler, Kevin Lane Keller: Marketing Management. Verlag: Prentice Hall International
- Iris Ramme: Marketing. Verlag: Schäffer-Poeschel

Beschreibung 3. Modulelement

412-044-03 Zielgruppe und Marke

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Stefan Detscher		
DozentIn: Dipl.-Betriebswirtin (FH) Anke Schramm	Status: Lehrbeauftragte	
Modulart: Wahlpflichtfach	ECTS-Punkte: 4	Doppelstunden: 2

Lerninhalte

Professionelles Marketing muss die Reaktionen der Zielgruppen berücksichtigen. Dazu ist es erforderlich, Erkenntnisse über menschliches Verhalten zu haben. Diese Lehrveranstaltung ist eine Einführung in die wissenschaftlichen Grundlagen der Verhaltensforschung von Zielpersonen des Marketings. Im Fokus stehen Erklärungsansätze aus verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen um die Wirkungsweisen von Marke und weiteren Aktivitäten des Marketings zu verstehen. Dabei werden mitunter psychische Prozesse zwischen Reizen und bestimmten Verhalten analysiert und Ableitungen für das Marketing und die Marke getroffen. Ferner werden verschiedene Ansätze der Zielgruppensegmentierung und deren Anwendbarkeit dargestellt. Neben theoretischen Ansätzen wird viel Wert auf die Vermittlung von empirischen Ergebnissen der Zielgruppenforschung gelegt.

Im Fokus stehen Erklärungsansätze aus verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen um die Wirkungsweisen von Marke und weiteren Aktivitäten des Marketings zu verstehen. Dabei werden mitunter psychische Prozesse zwischen Reizen und bestimmten Verhalten analysiert und Ableitungen für das Marketing und die Marke getroffen. Ferner werden verschiedene Ansätze der Zielgruppensegmentierung und deren Anwendbarkeit dargestellt. Neben theoretischen Ansätzen wird viel Wert auf die Vermittlung von empirischen Ergebnissen der Zielgruppenforschung gelegt.

Die Theorie wird mit vielen praktischen Beispielen und Nähe zu aktuellen Entwicklungen und Auswirkungen der Digitalisierung und verändertem Konsumentenverhalten ergänzt.

Lehr-/Lernmethoden

Interaktives Lehrgespräch, umfangreiche praktische Beispiele, Verwendung eines Skriptes (Download im Internet)

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- Werner Kroeber-Riel, Andrea Gröppel-Klein: Konsumentenverhalten. Verlag: Vahlen
- Volker Trommsdorff, Thorsten Teichert: Konsumentenverhalten. Verlag: Kohlhammer

Modulbezeichnung

412-045 Marketing/ Kommunikationsmanagement: Kommunikationsmanagement

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Herbert Sperber		
Dozent/in: Jens Blankenburg (M.A. Organisationsdesign) Tonia Michaely (M.A.)		Status: Lehrbeauftragter
Modulart: Wahlpflichtfach	ECTS-Punkte: 6	Doppelstunden: 12

Prüfungsleistungen

Art: K 90

Lernziele

<p>In dem Modul Kommunikationsmanagement erlangen die Studierenden ein tiefes Verständnis über:</p> <ul style="list-style-type: none">- die Grundregeln der Kommunikation und der Frage, warum diese komplex ist- Definition, Ziele und Disziplinen von Organisationskommunikation- Human-Centered Communication- die Konzipierung von Kommunikationsbotschaften auf Basis eines nutzerzentriert entwickelten Wertversprechens eines Unternehmens und mit Hilfe der „Jobs to be done“-Theorie- User Journey Mapping als innovative Methode um Kundenreisen darzustellen und Services bedarfsgerecht zur Verfügung zu stellen- erfolgreiche Kommunikation durch Storytelling-Ansätze und Empathy-Mapping- die Relevanz, Funktions- und Wirkungsweisen von Marken auf Basis des Shannon-Weaver-Modells- die Theorie und die Anwendung von Instrumenten der Markenbildung und - Kommunikation- klassische und moderne Kommunikations-Tools wie Influencer-Marketing und deren Nutzen und Risiken- integrierte Veränderungskommunikation und die Potentiale von informeller Kommunikation
--

Lerninhalte

Siehe Lernziele

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung, Referate, Gruppenarbeiten, Gruppenübungen.

Modulbezeichnung

412-046 Marketing/ Kommunikationsmanagement: Industrie- und Handelsmarketing

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Herbert Sperber		
Dozent/in: N.N. Dipl.-Betriebswirt (FH) Uwe Pfander		Status: Lehrbeauftragter
Modulart: Wahlpflichtfach	ECTS-Punkte: 7	Doppelstunden: 12

Prüfungsleistungen

Art: K 90

Lernziele

Die Studierenden kennen die Ziele, Strategien und Instrumente des Industrie- und Handelsmarketings

sowie deren organisatorische Implementierung. Sie können entsprechende Problemstellungen mit den jeweils dafür geeigneten Methoden beschreiben, analysieren, lösen und die Ergebnisse interpretieren. Sie kennen und verstehen Netzwerke, durch welche Industrie- und Handelsunternehmen sowie Dienstleistungsunternehmen die Erschließung und Pflege von Märkten erfolgreich gestalten können. Sie vertiefen ihre Kenntnisse über das Investitionsgütermarketing im Business-to-Business-Sektor. Die Studierenden sind in der Lage, eigenständig Literatur und sonstige Quellen zu Fragen des Industrie- und Handelsmarketings aufzufinden, zu verstehen und anzuwenden. Sie sind mit der Arbeitsweise in Gruppen vertraut und in der Lage, Gruppenarbeitsprozesse im Rahmen von Fallstudien erfolgreich zu bewältigen.

Im Einzelnen werden folgende Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen erworben:

- Vermittlung der Grundlagen des Industrie- und Handelsmarketing
- Überblick über die Ziele, Strategien und Instrumente des Industrie- und Handelsmarketings
- Überblick über die organisatorische Ausgestaltung des Industrie- und Handelsmarketings
- Überblick über Methoden des Marketingcontrollings für Industrie- und Handelsunternehmen

- Fähigkeit zur Anwendung von spezifischen Verfahren Techniken und Instrumente des Industrie- und Handelsmarketings
- Verständnis der Entwicklung von Betriebsformen im Handel und ihrer Bedeutung als Absatzwege für Hersteller
- Überblick über die Formen des Netzwerkmarketings
- Verständnis der Konflikte zwischen Hersteller- und Handelsmarketing
- Verständnis für die im Rahmen des Netzwerkmarketings geeigneten Konfliktlösungsmöglichkeiten durch kooperative Aktivitäten
- Einblick in das Marketing von Franchisesystemen, Franchisegebern und Franchisenehmern
- Exemplarische Vertiefung der Kenntnisse über Kooperationsinstrumente im Rahmen des Konzepts „Efficient Consumer Response (ECR)“
- Überblick über die Besonderheiten des Investitionsgütermarketings im Vergleich zum Konsumgütermarketing

Lerninhalte

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

Marketing von Unternehmen der Investitionsgüterindustrie Hierbei liegt der Fokus vor allem auf folgenden Themen:

- Begriff des Investitionsgütermarketings
- Ziele und Strategie-Alternativen der Hersteller in der Investitionsgüterindustrie
- Instrumente des Investitionsgütermarketings
- Ausgestaltung und Gewichtung des Marketingmix unter Berücksichtigung der Besonderheiten der Capital Goods in der Abgrenzung zum Konsumgütermarketing
- Schwerpunkte der praktischen Marketingaktivitäten - Besonderheiten im Käuferverhalten - Schwerpunkte im Beschaffungsverhalten für Capital Goods in Abhängigkeit von der Unternehmensform der beschaffenden Unternehmen
- Besondere Fragen der Produktpolitik
- Besondere Fragen der Entgeltspolitik

- Besondere Fragen der Distributionspolitik
- Besondere Fragen der Kommunikationspolitik

Lehr-/Lernmethoden

- Vorlesung
- Diskussion in der Gruppe
- Gemeinsames Durchdenken von Fragen und Lösungen
- Verbindung der Theorie mit Praxisbeispielen
- Selbststudium, kooperatives Lernen

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- Zum Herstellermarketing: Kotler; Nieschlag/Dichtl/Hörschgen; Meffert; Weis, Marketing
- Zum Handelsmarketing: Hansen; Müller-Hagedorn; Theis
- Zur Betriebsformenentwicklung: Brauer, W., Die Betriebsformen im stationären Einzelhandel als Marke, München
- Lerchenmüller, M.; Vochezer, R.; Vogler, Th.: Lexikon Betriebsformen. Supermarkt, Discounter & Co.: Strukturen – Fakten – Trends, Frankfurt am Main
- Unterlagen aus Handelsunternehmen
- Einschlägige Fachzeitschriften
- Skript
- Godefroid: Business-to-Business-Marketing
- Backhaus: Investitionsgütermarketing
- Nieschlag/Dichtl/Hörschgen: Marketing

Modulbezeichnung

412-047 Produktion/Beschaffung/ Logistik: Produktionsmanagement

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Reinhold Bopp		
Modulart: Wahlpflichtfach	ECTS-Punkte: 6	Doppelstunden: 12

Prüfungsleistungen

Art: K 90

Lernziele

<ul style="list-style-type: none">- Die Studierenden kennen die Bedeutung eines erfolgreichen Produktionsmanagements für den Gesamterfolg des Unternehmens sowie dessen vielfältigen Aufgaben und Zielgrößen.- Die Studierenden kennen den Nutzen von Produktionssystemen und können die wesentlichen Produktionssysteme mit ihren Vor- und Nachteilen beschreiben. • Die Studierenden können wesentliche Aufgaben und Lösungsansätze des strategischen, taktischen und operativen Produktionsmanagements nennen und erläutern.- Die Studierenden können wesentliche im Rahmen des Produktionsmanagements eingesetzten Methoden und Werkzeuge nennen und teilweise in Bezug auf ihre Anwendung und Vorgehensweise beschreiben.- Die Studierenden können das Zusammenwirken von Produktion und Beschaffung – insbesondere im Hinblick auf eine bestandsarme Produktion – erläutern.- Die Studierenden können die Merkmale moderner Fabrik- und Werkskonzepte nennen inklusive Industrie 4.0.- Die Studierenden haben – soweit zeitlich möglich - einen Einblick in den grundsätzlichen Ablauf der Produktionsplanung und –steuerung, der Bedarfs-, Bestellmengen und Losgrößerechnung, der Termin- und Kapazitäts- sowie der Bestandsplanung
--

Lerninhalte

<ol style="list-style-type: none">1. Grundlagen und Einordnung des Produktionsmanagements2. Strategisch-taktisches Produktionsmanagement<ol style="list-style-type: none">a. Automobilwirtschaftliche Produktionssystemeb. Organisationstypen in der Produktionc. Management der betrieblichen Produktionsfaktoren3. Operatives Produktionsmanagement

- a. Aufgabenstellungen der Produktionsplanung und -steuerung
 - b. Methoden und Konzepte in der Serienfertigung
4. Informations- und Kommunikationstechnologien im Produktionsmanagement

Lehr-/Lernmethoden

- ⇒ Interaktive Vorlesung mit praktischen Beispielen, Diskussionen und ggf. eingestreuten Übungen
- ⇒ Hausaufgaben zur Vorbereitung, Nachbereitung und zum Selbststudium
- ⇒ Übungsaufgaben

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- Adam, D.: Produktions-Management. Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler / GWV Fachverlage GmbH Wiesbaden.
- Bauernhansl, T.; -ten Hompel, M.; Vogel-Heuser, B.: Industrie 4.0 in Produktion, Automatisierung und Logistik. Springer Vieweg, Wiesbaden.
- Corsten, H.; Gössinger, R.: Produktions- und Logistikmanagement. UTB Basics, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz, München.
- Fandel, G.; Stütz, S.; Fistek, A.: Produktionsmanagement. Springer Verlag Berlin, Kie-ner, S.; Maier-Scheubeck, N.; Obermaier, R.; Weiß, M.: Produktionsmanagement. 10. Auflage, Oldenbourg München.
- Kummer, S.; Grün, O.; Jammerneegg, W.: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik. Pearson Studium München.
- Schuh, G.; Schmidt, C.: Handbuch Produktion und Management 5: Produktionsma-nagement. 2. Auflage, Springer Verlag Berlin Heidelberg.
- Steven, M.: Einführung in die Produktionswirtschaft. W. Kohlhammer Verlag Stuttgart.
- Steven, M.: Produktionsmanagement. W. Kohlhammer Verlag Stuttgart.
- Thonemann, U.: Operations Management, Pearson Studium, Pearson Education Deutschland GmbH, München.
- Vahrenkamp, R.: Produktionsmanagement. Oldenbourg Wissenschaftsverlag Mün-chen.

Modulbezeichnung

412-048 Produktion/Beschaffung/ Logistik: Beschaffung

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Reinhold Bopp		
Dozent/in: Prof. Dr. Reinhold Bopp		Status: Professor
Modulart: Wahlpflichtfach	ECTS-Punkte: 6	Doppelstunden: 12

Prüfungsleistungen

Art: K 90

Lernziele

<ul style="list-style-type: none">- Die Studierenden erkennen die in der Vergangenheit enorm gestiegene Bedeutung der Beschaffung für Unternehmen.- Die Studierenden können nachvollziehen, warum Unternehmen Outsourcing betreiben und dass die How-to-Buy Entscheidung ebenso wie die Make-or-Buy Entscheidung erfolgskritisch ist.- Neben den strategischen und operativen Aufgaben und Zielen der Beschaffung lernen die Studierenden die wesentlichen Beschaffungsstrategien kennen und können diese im Hinblick auf die Unternehmensziele bewerten sowie deren Eignung im spezifischen Unternehmenskontext hin überprüfen.- Auf der ausführenden Ebene der Beschaffung können die Studierenden einen Überblick geben über die Phasen des Einkaufsprozesses von der Lieferantenidentifikation bis hin zum Vertragsabschluss sowie die Gestaltung und Durchführung der Beschaffungslogistik.

Lerninhalte

<ol style="list-style-type: none">1. Grundlagen der Beschaffung2. Make-or-Buy und How-to-Buy3. Beschaffungsmarktforschung4. Beschaffungsstrategien5. Operative Beschaffungsaufgaben6. Bedarfsermittlung7. Bestellung8. Organisationale Aspekte der Beschaffung

9. Beschaffungslogistik

- Interaktive Vorlesung mit praktischen Beispielen, Diskussionen und ggf. eingestreuten Übungen
- Hausaufgaben zur Vorbereitung, Nachbereitung und zum Selbststudium
- Übungsaufgaben

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- Arnolds, H., Heege, F., Röh, C., Tussing, W.: Materialwirtschaft und Einkauf, Wiesbaden
- Bichler, K.; Krohn, R.; Riedel, G.; Schöppach, F.: Beschaffungs- und Lagerwirtschaft, Wiesbaden
- Bretzke, W.-R., Barkawi, K.: Nachhaltige Logistik. Antworten auf eine globale Herausforderung, Springer, Berlin
- Ehrmann, H.: Logistik, Herne
- Göpfert, I.: Logistik, München
- Hahn, D.; Kaufmann, L.: Handbuch Industrielles Beschaffungsmanagement, Wiesbaden
- Koplín, J.: Nachhaltigkeit im Beschaffungsmanagement, Oldenburg
- Kummer, S.; Grün, O.; Jammernegg, W.: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik, München.
- Büsch, M.: Praxishandbuch Strategischer Einkauf, Wiesbaden
- Hahn, D, Kaufmann, L.: Handbuch Beschaffungsmanagement, Wiesbaden Hartmann, H.: Lieferantenmanagement, Gernsbach
- Heß, R.: Supply-Strategien in Einkauf und Beschaffung, Wiesbaden
- Hirschsteiner, G.: Einkaufs- und Beschaffungsmanagement, Ludwigshafen
- Koppelman, U.: Beschaffungsmarketing, Berlin
- Kreuzpointner, A., Reißer, R.: Praxishandbuch Beschaffungsmanagement, Wiesbaden
- Kürble, P.; Herlmold, M.; Bode, O.; Scholz, U.: Beschaffung, Produktion, Marketing, Marburg
- Large, R.: Strategisches Beschaffungsmanagement, Wiesbaden
- Melzer-Ridinger, R.: Materialwirtschaft und Einkauf, München
- Oeldorf, G., Olfert, K.: Materialwirtschaft, Ludwigshafen (Rhein)
- Schulte, C.: Logistik, München • Thonemann, U.: Operations Management, München
- Wannewetsch, H: Integrierte Materialwirtschaft und Logistik, München
- Weigel, U.; Rücker, M.: Praxisguide Strategischer Einkauf, Wiesbaden.

Modulbezeichnung

412-049 Produktion/ Beschaffung/ Logistik: Logistik-Management

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Manfred Rössle		
Dozent/in: Prof. Dr. Manfred Rössle		Status: Professor
Modulart: Wahlpflichtfach	ECTS-Punkte: 7	Doppelstunden: 12

Prüfungsleistungen

Art: K 90

Lernziele

Vermitteln von Kenntnissen über die vielfältigen strategischen und operativen Aufgaben des Logistikmanagements. Die Studierenden erlernen und beherrschen von Methoden und Konzepten zur prozessorientierten Gestaltung von Logistiksystemen.

Lerninhalte

<ol style="list-style-type: none">1. Distributionslogistik Aktuelle Distributionskonzepte wie Efficient Consumer Response, Vendor Managed Inventory.2. Produktionslogistik Engpass- und auslastungsorientierte Planungsphilosophien (OPT, BOA) Fortschrittszahlen und Kanban Japanisches Produktionsmanagement: Das Toyota Produktionssystem3. Bestandsmanagement Bestandscontrolling, Strategien zur Bestandssenkung

Lehr-/Lernmethoden

Interaktive Vorlesung mit Beispielen und Übungen. Die Grundbegriffe der jeweiligen Thematik werden anhand praktischer Beispiele erläutert. Neben den Grundbegriffen werden grundlegende Konzepte erörtert und anhand von Beispielen verdeutlicht. Alternativen werden bezüglich möglicher Vor- und Nachteile diskutiert.
--

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

<ul style="list-style-type: none">- Kummer, S., Grün, O., Jammernegg, W.: Grundzüge Beschaffung, Produktion und Logistik, Verlag Pearson Studium, München- Schulte, Christof, Logistik – Wege zur Optimierung der Supply Chain, Verlag Vahlen- Wannenwetsch, H.: Integrierte Materialwirtschaft und Logistik, Springer Verlag

Modulbezeichnung

412-066 Wirtschaftspsychologie: Personal-/ Organisationspsychologie

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr.		
Dozent/in: N.N.	Status:	
Modulart: Wahlpflichtfach	ECTS-Punkte: 19	Doppelstunden: 10

Prüfungsleistungen

Art: K 90

Lernziele

Die Programmteilnehmer erkennen die Bedeutung psychologischer Fragen für das Funktionalisieren der Arbeitswelt und des eigenen Lebens. Im Fokus stehen diesbezüglich vor allem Aspekte der persönlichen Berufs-, Karriere- und Lebensplanung. Weitere Schwerpunkte der Lehrveranstaltung liegen auf der unternehmerischen Personalauswahl, der Motivation des Personals, der Arbeitsbelastung sowie der Problematik im Zusammenhang mit Veränderungen im Arbeitsumfeld. Die Teilnehmer sind mit den entsprechenden wissenschaftlichen Modellen vertraut, die in der Praxis Anwendung finden. Sie wissen um die vorhandenen Instrumente und Strategien, die zur Optimierung der privaten Lebensplanung sowie der organisatorischen Prozesse im Unternehmen eingesetzt werden können, und lernen, diese umzusetzen.

Lerninhalte

- Personalpsychologie
 - Kriterien und Strategien einer erfolgreichen Karrieregestaltung.
 - Kriterien und Strategien einer zufriedenstellenden Lebensführung im Berufs- und Privatleben.
- Organisationspsychologie
 - Menschliche Arbeit in Organisationen:
 - Beschreibung, Analyse, Bewertung, Erklärung, Vorhersage, Gestaltung.
- Arbeitspsychologie: Grundlagen im Kontext mit der Privat- und Organisationspsychologie.

Lehr-/Lernmethoden

- ⇒ Seminaristische Vorlesung
- ⇒ Gruppenarbeit
- ⇒ Fallstudien
- ⇒ Diskussion
- ⇒ Rollenspiele

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- Kanning, U.P. (Hrsg.): Crashkurs Personalpsychologie.
- Kauffeld, S. (Hrsg.): Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor.
- Kluge, A. (Hrsg.): Arbeits- und Organisationspsychologie.
- Moser, K., Paul, K.F.: Wirtschaftspsychologie.
- Von Rosenstiel, L., Nerdinger, F.W.: Grundlagen der Organisationspsychologie.

Modulbezeichnung

412-034 Wirtschaftspsychologie: Transformation Management/ Leadership

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Herbert Sperber		
Dozent/in: Dipl. Wirtschaftsinformatiker (BA) Tim Steigert	Status: Lehrbeauftragter	
Modulart: Wahlpflichtfach	ECTS-Punkte: 6	Doppelstunden: 10

Prüfungsleistungen

Art: K 90

Lernziele

Vermittlung eines grundlegenden Verständnisses von Transformationsprozessen und Erörterung relevanter Management- & Designelemente zur deren Gestaltung sowie Vermittlung der Bedeutung eines adaptiven Führungsverständnisses als zentralen Erfolgsfaktor von Transformationsprozessen.

Lerninhalte

- Diskussion der Notwendigkeit von Transformation aufgrund der Einflüsse der VUCA-Welt
- Unterscheidung zwischen Change und Transformation
- Verständnis der bereichsübergreifenden Aufgabe der Transformation
- Verlauf von Transformationsprozessen
- Kennen lernen der zentralen Erfolgsfaktoren bzw. Designelemente der Transformation
- Transformationsdesign
- Führen zwischen Lean und Agile
- Navigieren in Zeiten des Umbruchs
- Agile Ziel- & Steuerungssysteme

Lehr-/Lernmethoden

- ⇒ Vorlesung
- ⇒ Referate
- ⇒ Gruppenarbeiten
- ⇒ Gruppenübungen

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- DOERR, J.. OKR: Objectives & Key Results: Wie Sie Ziele, auf die es wirklich ankommt, entwickeln, messen und umsetzen.
- HOLLING, C. S., L. GUNDERSON, D. LUDWIG: In Quest of a Theory of Adaptive Change. P. 3-24 in: Panarchy: Understanding Transformations in Human and Natural Systems
- MALIK, F.: Navigieren in Zeiten des Umbruchs: Die Welt neu denken und gestalten.
- SCHACHT, J.-P.; RUHWEDEL, P.; STOWASSER, S.: Organizational Transformation. Maßnahmen zur erfolgreichen Veränderung der Unternehmensorganisation. Zeitschrift für Führung und Organisation, 81. Jg., S. 167-1

Modulbezeichnung

412-067 Wirtschaftspsychologie: Konfliktmanagement/Mediation

Organisation

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Herbert Sperber		
Dozent/in: N.N.	Status:	
Modulart: Wahlpflichtfach	ECTS-Punkte: 6	Doppelstunden: 10

Prüfungsleistungen

Art:
K 90

Lernziele

Konflikte erkennen und bewältigen zu können, ist angesichts des hohen Tempos der Veränderungen am Arbeitsplatz, der zunehmenden Komplexität der Aufgaben und der Diversität der im Unternehmen Tätigen eine essentielle Kompetenz von Führungskräften. Mediation ist ein vertrauliches, strukturiertes Verfahren zur Bearbeitung von Konflikten im Sinne einer Begleitung der Konfliktparteien bei der interessengerechten Lösungsfindung. Mediation und Konfliktmanagement basieren in ihren wissenschaftlichen Grundlagen unter anderem auf Teilbereichen der Rechts-, Politik-, Wirtschafts- und Sprachwissenschaften sowie der Psychologie. Die in der Veranstaltung gelehrt Vorgehensweise stützt sich auf die Erkenntnisse dieser Disziplinen und führt sie anwendungsorientiert zusammen.

Lerninhalte

- Grundlagen des Konfliktmanagements/der Mediation in den Rechts-, Politik-, Wirtschafts- und Sprachwissenschaften sowie der Psychologie.
- Beschreibung und Analyse von Konfliktsituationen.
- Instrumente des Konfliktmanagements/ der Mediation
- Methodisches Vorgehen zur effizienten und zielführenden Lösung bzw. Vermeidung von Konflikten.

Lehr-/Lernmethoden

- ⇒ Seminaristische Vorlesung
- ⇒ Diskussion anhand von Fallbeispielen aus der Berufspraxis
- ⇒ Gruppenarbeit
- ⇒ Rollenspiele

Literatur/Lehrmaterial, in der jeweils neuesten Auflage

- Glasl, F.: Konfliktmanagement: Ein Handbuch für Führung, Beratung und Kommunikation
- Glasl, F.: Selbsthilfe in Konflikten: Konzepte – Übungen
- Schwarz, G.: Konfliktmanagement: Konflikte erkennen, analysieren, lösen
- Knapp, P.: Konfliktlösungs-Tools, Klärende und deeskalierende Methoden für die Mediations- und Konfliktmanagement-Praxis