



Modulhandbuch für den Studiengang

B.A. Business Management

in der ausbildungsbegleitenden Variante
(Ausbildungsberufe Industriekaufmann/-frau,
Kaufmann/-frau für Büromanagement,
Kaufmann/-frau für Groß-/Außenhandels-
management)

Gültig ab Wintersemester 2021/22

Modulübersicht B.A. Business Management + Kaufmann/frau für Büromanagement														
Module/Lehrveranstaltungen		ECTS-Semester								Ang ECTS	PF	WL		
Nr.	Bezeichnung	1	2	3	4	5	6	7	8			KS	SS	ECTS
Wirtschaft/Management														
ABWL B	Allg. BWL			2						3	S	21	29	5
GLMB	Grundlagen Marketing					2				3	S	21	29	5
VWLB	Volkswirtschaftslehre					2				4	K	21	29	6
BBIB	Buchführung/Bilanzierung			2						3	K	21	29	5
KLRB	Kosten- /Leistungsrechnung					2				3	K	21	29	5
FINIB	Finanzierung/Investition							2		3	K	21	29	5
HRMB	Human Ressource Man.					1				4	S	10	15	5
MMKB	Digital Marketing						5				K	52	73	5
WREB	Wirtschaftsrecht		5								K	52	73	5
IWEB	Internationale Wirtschaft				5						K	52	73	5
Methoden, Sprachen														
WMB	Wirtschaftsmathematik	5									K	52	73	5
ASTB	Angewandte Statistik		5								K	52	73	5
FMEB	Forschungsmethoden			5							K	52	73	5
WAB	Wissensch. Arb.+ Schreiben	2									S	26	24	2
PRAB	Präsentationstechniken		2								P	26	24	2
KOMB	Grundl. der Kommunikation	4									K	52	48	4
SELB	Selbstman.+Lerntechniken	1									T	13	12	1
MODB	Moderations- u. Teamtech.		2								K	26	24	2
WE1B	Wirtschaftsenglisch I						1			2	K	13	12	3
WE2B	Wirtschaftsenglisch II							3			KP	52	23	3
Schwerpunktbildung														
CASEB	Praxisprojekt				5						KP	45	80	5
UNFB	Unternehmensführung + digitale Geschäftsmodelle				5						K/S	52	73	5
CITB	Controlling und Reporting							5			K	52	73	5
NACB	Nchhaltigkeitsmanagement						5				K	52	73	5
VERB	Verantwortungsv.UFührung			5							K/S	52	73	5
MAFB	Mitarbeiterführung								5		K/S	52	73	5
ITB	IT-Systeme+Anw. In Untern							5			K	52	73	5
IV IB	Vert. I I:Materialwirtschaft, Produktion, Logistik					3				2	K	31	44	5
IV IIB	Vert. I II:Projekte und Prozesse							1		4	S	10	15	5
WM I B	Wahlmodul aus MIB, PM oder SAI					5					K	52	73	5
WM II B	Wahlmodul aus MIB, PM oder SAI								5		K	52	73	5
Bachelorarbeit/Praktikum														
PRB	Praktikum						1			29	PB	10	15	30
BAB	Bachelorarbeit								12		Th	45	255	12
		12	14	14	15	15	12	16	22	60 = 1500 WL		1213	1787	180

Erläuterung: WL = Workload, KS = Kontaktstunden, SS = Selbststudium P = Prüfungsformen:
 K = Klausur, S = Seminararbeit, P = Präsentation, MP = Mündliche Prüfung, KP = Kombinationsprüfung, T = Teilnahme, PB = Praktikumsbericht, Th = Bachelorthesis

Modulübersicht B.A. Business Management + Kaufmann/frau für Groß/Außenhandelsmanagement														
Module/Lehrveranstaltungen		ECTS-Semester								Ang ECTS	PF	WL		
Nr.	Bezeichnung	1	2	3	4	5	6	7	8			KS	SS	ECTS
	Wirtschaft/Management													
ABWLG	Allg. BWL			2						3	S	21	29	5
GLMG	Grundlagen Marketing					1				4	S	10	15	5
VWLG	Volkswirtschaftslehre					2				4	K	21	29	6
BBIG	Buchführung/Bilanzierung			1						4	S	10	15	5
KLRG	Kosten- /Leistungsrechnung					2				3	K	21	29	5
FINIG	Finanzierung/Investition							5			K	52	73	5
HRMG	Human Ressource Man.					5					S	52	73	5
MMKG	Digital Marketing						5				K	52	73	5
WREG	Wirtschaftsrecht		5								K	52	73	5
IWEG	Internationale Wirtschaft				5						K	52	73	5
	Methoden, Sprachen													
WMG	Wirtschaftsmathematik	5									K	52	73	5
ASTG	Angewandte Statistik		5								K	52	73	5
FMEG	Forschungsmethoden			5							K	52	73	5
WAG	Wissensch. Arb.+ Schreiben	2									S	26	24	2
PRAG	Präsentationstechniken		2								P	26	24	2
KOMG	Grundl. der Kommunikation	4									K	52	48	4
SELG	Selbstman.+Lerntechniken	1									T	13	12	1
MODG	Moderations- u. Teamtech.		2								K	26	24	2
WE1G	Wirtschaftsenglisch I						1			2	K	13	12	3
WE2G	Wirtschaftsenglisch II							3			KP	52	23	3
	Schwerpunktbildung													
CASEG	Praxisprojekt				5						KP	45	80	5
UNFG	Unternehmensführung + digitale Geschäftsmodelle				5						K/S	52	73	5
CITG	Controlling und Reporting							5			K	52	73	5
NACG	Nchhaltigkeitsmanagement						5				K	52	73	5
VERG	Verantwortungsv.UFührung			5							K/S	52	73	5
MAFG	Mitarbeiterführung								5		K/S	52	73	5
ITG	IT-Systeme+Anw. In Untern							5			K	52	73	5
IV IG	Vert. I I:Materialwirtschaft, Produktion, Logistik					1				4	S	10	15	5
IV IIG	Vert. I II:Projekte und Prozesse							1		4	S	10	15	5
WM I G	Wahlmodul aus MIB, PM oder SAI					5					K	52	73	5
WM II G	Wahlmodul aus MIB, PM oder SAI								5		K	52	73	5
	Bachelorarbeit/Praktikum													
PRG	Praktikum						1			29	PB	10	15	30
BAG	Bachelorarbeit								12		Th	45	255	12
		12	14	13	15	16	12	19	22	57 = 1425 WL		1243	1832	180

Modulübersicht B.A.		Business Management + Industrie- kaufmann/frau												
Module/Lehrveranstaltungen		ECTS-Semester								Ang ECTS	PF	WL		
Nr.	Bezeichnung	1	2	3	4	5	6	7	8			KS	SS	ECTS
	Wirtschaft/Management													
ABWLI	Allg. BWL			2						3	S	21	29	5
GLMI	Grundlagen Marketing					1				4	S	10	15	5
VWLI	Volkswirtschaftslehre					4				2	K	42	58	6
BBII	Buchführung/Bilanzierung			1						4	S	10	15	5
KLRI	Kosten- /Leistungsrechnung					2				3	K	21	29	5
FINII	Finanzierung/Investition							2		3	K	21	29	5
HRMI	Human Ressource Man.					1				4	S	10	15	5
MMKI	Digital Marketing						5				K	52	73	5
WREI	Wirtschaftsrecht		5								K	52	73	5
IWEI	Internationale Wirtschaft				5						K	52	73	5
	Methoden, Sprachen													
WMI	Wirtschaftsmathematik	5									K	52	73	5
ASTI	Angewandte Statistik		5								K	52	73	5
FMEI	Forschungsmethoden			5							K	52	73	5
WAI	Wissensch. Arb.+ Schreiben	2									S	26	24	2
PRAI	Präsentationstechniken		2								P	26	24	2
KOMI	Grundl. der Kommunikation	4									K	52	48	4
SELI	Selbstman.+Lerntechniken	1									T	13	12	1
MODI	Moderations- u. Teamtech.		2								K	26	24	2
WE1I	Wirtschaftsenglisch I						1			2	K	13	12	3
WE2I	Wirtschaftsenglisch II							3			KP	52	23	3
	Schwerpunktbildung													
CASEI	Praxisprojekt				5						KP	45	80	5
UNFI	Unternehmensführung + digitale Geschäftsmodelle				5						K/S	52	73	5
CITI	Controlling und Reporting							5			K	52	73	5
NACI	Nchhaltigkeitsmanagement						5				K	52	73	5
VERI	Verantwortungsv.UFührung			5							K/S	52	73	5
MAFI	Mitarbeiterführung								5		K/S	52	73	5
ITI	IT-Systeme+Anw. In Untern							5			K	52	73	5
IV II	Vert. I I:Materialwirtschaft, Produktion, Logistik					1				4	S	10	15	5
IV II	Vert. I II:Projekte und Prozesse							1		4	S	10	15	5
WM II	Wahlmodul aus MIB, PM oder SAI					5					K	52	73	5
WM II I	Wahlmodul aus MIB, PM oder SAI								5		K	52	73	5
	Bachelorarbeit/Praktikum													
PRI	Praktikum						1			29	PB	10	15	30
BAI	Bachelorarbeit								12		Th	45	255	12
		12	14	13	15	14	12	16	22	62 = 1550 WL		1191	1759	180

Inhaltsverzeichnis

Teil 1: Wirtschaftswissenschaften/Management	6
Allgemeine Betriebswirtschaftslehre.....	6
Grundlagen Marketing.....	8
Volkswirtschaftslehre.....	10
Buchführung/Bilanzierung.....	12
Kosten-/Leistungsrechnung.....	14
Finanzierung/Investition.....	16
Human Ressource Management.....	18
Digital Marketing.....	20
Wirtschaftsrecht.....	22
Internationale Wirtschaft	24
Teil 2: Methoden	26
Wirtschaftsmathematik.....	26
Angewandte Statistik.....	28
Forschungsmethoden.....	30
Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben.....	32
Präsentationstechniken.....	33
Grundlagen der Kommunikation.....	34
Selbstmanagement und Lerntechniken.....	36
Moderations- und Teamtechniken.....	37
Wirtschaftsenglisch 1.....	38
Wirtschaftsenglisch 2.....	40
Teil 3: Schwerpunktbildung	43
Praxisprojekt.....	43
Unternehmensführung+digitale Geschäftsmodelle.....	45
Controlling und Reporting.....	47
Nachhaltigkeitsmanagement.....	49
Verantwortungsvolle Unternehmensführung.....	51
Mitarbeiterführung.....	53
IT-Systeme und Anwendungen im Unternehmen.....	55
Vertiefung 1: Materialwirtschaft, Produktion, Logistik.....	57
Vertiefung 2: Projekte und Prozesse.....	59
Teil 4: Bachelorarbeit/Praktikum	61
Praktikum.....	61
Bachelorarbeit.....	62

Teil 1: Wirtschaftswissenschaften/Management

Modul-Nr./ Code	ABWL
Modulbezeichnung	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Thomas Hermann
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Betriebswirtschaftliche Grundbegriffe • Shareholder- und Stakeholder Management • Rechtsformwahl und Corporate Governance • Planen, Entscheiden und Kontrollieren • Die Mitarbeiter (u.a. Arbeitszeitgestaltung; Arbeitsentgeltgestaltung und Lohngerechtigkeit) • Arbeitsrechtliche und unternehmerische Mitbestimmung • Management (u.a. Leadership-Theorien; transformationale Führung, agiles Führen) • Marketing (Absatzpolitisches Instrumentarium, insbes. Preismanagement)
Lernergebnisse des Moduls	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> • Betriebe als in vielfältige Marktbeziehungen und eine rechtliche Rahmenordnung eingebettete Institution zur Erstellung von Gütern und Dienstleistungen zu verstehen • Rechtsformen und ihre Merkmale abzurufen und die Kriterien zur Rechtsformwahl zu erinnern, Vor- und Nachteile verschiedener Rechtsformen zu unterscheiden • Einfache Entscheidungssituationen modellmäßig abzubilden und mit Hilfe entscheidungslogischer Verfahren mögliche Entscheidungshilfen abzuleiten • Mit Hilfe von einfachen Konzepten aus der Corporate Governance-Theorie konkrete Praxisfälle aus der Wirtschaftspresse kritisch zu reflektieren und zu diskutieren • Verschiedene Führungsstile zu identifizieren und erste motivationale Erkenntnisse wiederzugeben • konkrete Entlohnungsformen anhand verschiedener Gerechtigkeitskriterien zu bewerten <p>Preis als schärfstes Marketinginstrument erinnern und mit einfachen ökonomischen Konzepten preispolitisch anwenden</p>
Studiensemester	1. Semester
Dauer des Moduls	Ein Semester
Häufigkeit Angebots des Moduls	Jedes Wintersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	2 ECTS-Punkte + 3 ECTS-Punkte über Anrechnung
Gesamtworkload	Gesamtworkload: 50 Stunden, davon Präsenzzeiten: 21 Stunden Selbstlern- und Prüfungszeiten: 29 Stunden
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	B.A. Business Management B.Sc. Psychologie und Management
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine Voraussetzungen
Lehrsprache	Deutsch

Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Seminararbeit
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5/149 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung, Übungen, Textarbeit (aktuelle Wirtschaftspress), Fallbeispiele, Lehrgespräche, Gruppenarbeit.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Pflichtlektüre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schmalen & Pechtl (2019): Grundlagen und Probleme der Betriebswirtschaft. 16.A. Stuttgart: Schäffer-Poeschel <p>Zusätzliche empfohlene Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hermann, T. (2018). Luca Pacioli im Lichte von Betriebswirtschaftslehre und <i>Economia Aziendale</i>. In Matiaske & Weber (Hrsg.). <i>Ideengeschichte der BWL</i>. Wiesbaden. SpringerGabler. • Hermann, T. (2021). Manichäismen im BWL-Klassiker Wöhe. Ideologiekritik und dialogische betriebswirtschaftliche Bildung. In: Matiaske & Nienhüser (Hrsg.): <i>Jahrbuch Ökonomie & Gesellschaft Bd.32</i>. Marburg Metropolis-Verlag • Schwenker / Albers / Ballwieser / Raffel / Weißenberger (2021). <i>Erfolgsfaktor Betriebswirtschaftslehre. Was sie leistet und warum wir sie brauchen</i>. München: Ch. Beck • Wöhe, G.; Döring, U.; Brösel, G. (2020): <i>Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre</i>. 27. A. München: Vahlen

Modul-Nr./ Code	GLM
Modulbezeichnung	Grundlagen Marketing
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Hartmut Feucht
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Marketings: Begriffe und Entwicklung des Marketing, Absatzwege, Besonderheiten von Konsumgüter-, Industriegüter-, Dienstleistungs-, Handels- und Non-Profit-Marketing • Marketingplanung und Marketing-Prozess-Modell, Marketingmanagement, Phasen der Marketingplanung: Analyse, Konzeption einer Marketingstrategie, Umsetzung, Erfolgskontrolle • Marketing Konzeption • Marketing-Strategien • Informationsgrundlagen im Marketing: Kaufverhalten, Marktforschung, Marktsegmentierung • Aktuelle Trends im Marketing • Marketing Politiken (Marketing-Mix) <ul style="list-style-type: none"> ○ Produktpolitik: Marken-, Service-, Leistungs- und Verpackungspolitik, Marktsegmentierung ○ Preispolitik: Preisbildung und Preisstrategien, Rabatte, Zahlungsbedingungen und Absatzfinanzierungspolitiken ○ Distributionspolitik: Absatzwege und Marketinglogistik ○ Kommunikationspolitik: Werbung (above-the-line und below-the-line), Kommunikation und Wahlmöglichkeiten (Direktmarketing oder Verkaufsförderung durch Partner)
Lernergebnisse des Moduls	Nach der Teilnahme sind die Studierenden in der Lage, die grundlegenden Begrifflichkeiten, Strategien und Instrumentarien im Marketing zu verstehen. Sie können die grundlegenden Instrumente im operativen und strategischen Marketing anwenden. Durch Diskussionen über die neuesten Trends im Marketing erwerben sie eine reflektierte Sichtweise auf die Herausforderungen, denen sich die Unternehmen im Markt und im Wettbewerb gegenüber sehen.
Studiensemester	5. Semester
Dauer des Moduls	Ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Sommersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	1 bzw. 2 ECTS-Punkte (mit Büromanagement) + 4 bzw. 3 ECTS-Punkte über Anrechnung
Gesamtworkload	Gesamtworkload: 25 bzw. 50 Stunden, davon Präsenzzeiten: 10 bzw. 21 Stunden Selbstlern- und Prüfungszeiten: 15 bzw. 25 Stunden
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	B.A. Business Management
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine Voraussetzungen
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Seminararbeit.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5/149 Prozent

Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Impulsvorträge, Textarbeit, Fallbeispiele, Lehrgespräche, Gruppenarbeit
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Pflichtlektüre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bruhn, M. (aktuelle Auflage): Marketing – Grundlagen für Studium und Praxis. Wiesbaden: Springer Gabler. • Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J. & Wong, V. (aktuelle Auflage). Grundlagen des Marketings. München: Pearson. • Meffert, H. (aktuelle Auflage): Marketing – Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte - Instrumente – Praxisbeispiele. Wiesbaden: Springer Gabler. <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meffert, H./Burmann, Ch./Kirchgeorg, M. (aktuelle Auflage): Marketing - Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung: Konzepte - Instrumente, Praxisbeispiele. Springer Gabler • Kreutzer, R. T. (aktuelle Auflage). Praxisorientiertes Marketing: Grundlagen – Instrumente – Fallbeispiele. Wiesbaden: Springer Gabler.

Modul-Nr./ Code	VWL
Modulbezeichnung	Volkswirtschaftslehre
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Thomas Hermann
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Neoklassische und institutionenökonomische Denkweise in den Wirtschaftswissenschaften • Arbeitsteilung, Invisible hand und das „einfache System der natürlichen Freiheit“ (Adam Smith) • Komparative Kostenvorteile. Handel lohnt sich für alle (David Ricardo) • Der Markt in Aktion • Haushalte aus Sicht der Mikroökonomie • Wettbewerb als staatliche Veranstaltung: Wettbewerbspolitik • Neoklassische Interpretation von Arbeitslosigkeit • Ohne den Staat geht es nicht (Musgrave) • Externe Effekte und öffentliche Güter • Umweltpolitik • Makroökonomik: Keynesianisches Modell • Rolle der Zentralbank
Lernergebnisse des Moduls	<p>Warum müssen wir beim erstaunlichen Phänomen der allgemeine Güterversorgung nicht auf den menschlichen Altruismus zurückgreifen? Hat Adam Smith bei seiner berühmten Erklärung (self-love; invisible hand) wirklich dem menschlichen Egoismus das Wort geredet? Wie entsteht Arbeitslosigkeit, durch verantwortungslos hohe Lohnforderungen von Gewerkschaften oder durch zu niedrige Konsumnachfrage? Wie können wir die dramatischen Folgen des Klimawandels abmildern, durch mehr Märkte, mehr Regulierung, eine CO₂-Steuer, Umweltzertifikate oder eine sozial-ökologische Transformation? Haben Spitzen-Gehälter etwas mit hoher Leistung zu tun oder handelt es sich hier um ein meritokratisches Ammenmärchen gesellschaftlicher Eliten, um Einkommensungleichheit zu naturalisieren? Was hat die Macht der Großkonzerne (Google, Microsoft, Facebook) mit dem Idealbild des Wettbewerbs, der „unsichtbaren Hand“ von Adam Smith, oder der sozialen Marktwirtschaft zu tun?</p> <p>Fragen über Fragen, die die neo-klassischen Mainstream-Economics mit dem homo-oeconomicus-Modell beantwortet. Dieses ist ein wirkmächtiges Modell mit hoher Erklärungskraft. Es wird aber auch gern missbraucht, um Studierenden eine ideologische Deutungsfolie überzustülpen, die den Hyper-Kapitalismus anglo-amerikanischer Provenienz en passant mitlegitimiert.</p> <p>Um das für künftige ManagerInnen so wichtiges critical thinking zu fördern, nimmt die Vorlesung neben der Neoklassik auch andere Sichten in den Blick. Die Studierenden lernen so, durch verschiedene Perspektiven, sich in volkswirtschaftlich-gesellschaftlichen Fragestellungen eine eigene, fundierte Meinung zu bilden.</p>
Studiensemester (ggf. Trimester)	5. Semester
Dauer des Moduls	Ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Wintersemester

Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	2 bzw. 4 (Industriekaufmann)ECTS-Punkte + 4 bzw. 2 ECTS-Punkte über Anrechnung
Gesamtworkload	Gesamtworkload: 50 bzw. 100 Stunden, davon Präsenzzeiten: 21 bzw. 42 Stunden Selbstlern- und Prüfungszeiten: 29 bzw. 56 Stunden
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	B.A. Business Management B.Sc. Psychologie und Management
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine Voraussetzungen
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Seminararbeit, für Industriekaufleute Klusur.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6/149 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung, Übungen, Textarbeit (aktuelle Wirtschaftspresse), Fallbeispiele, Lehrgespräche, Gruppenarbeit
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Pflichtlektüre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bofinger P. (2020) Grundzüge der Volkswirtschaftslehre: Eine Einführung in die Wissenschaft von Märkten. München: Pearson. <p>Zusätzliche empfohlene Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acemoglu et al. (2020). Volkswirtschaftslehre. München: Pearson. • Hermann, T. (2018). A rhetorical situation triggers accounting communication. The case of the conflict between the Bank of German States and the Government in 1955/56. <i>Accounting and Cultures vol. XVIII (1), p. 75-118</i> • Ötsch, W. O. (2019). Mythos. Markt. Mythos Neoklassik. Das Elend des Marktfundamentalismus. Marburg: Metropolis • Van Staveren, I. (2015). Economics after the Crisis. An Introduction to Economics from a pluralist and global Perspective. London & New York: Routledge.

Modul-Nr./ Code	BBI
Modulbezeichnung	Buchführung und Bilanzierung
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Thomas Hermann
Inhalte des Moduls	<p>Wesen, Aufgaben und Rechtsgrundlagen des Rechnungswesens:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung, • handels- und steuerrechtliche Grundlagen, • Finanz- und Betriebsbuchhaltung • Beherrschung der Buchführungstechniken: • Kontenrahmen und Kontenpläne, • System der doppelten Buchführung, • Inventur und Inventar, • Gliederung der Konten • Buchungen im Anlage- und Umlaufvermögen • besondere Buchungen (Personalaufwendungen, Steuern, Rückstellungen und Rücklagen, Verkauf von Anlagegütern, Abschreibungen und Wertberichtigungen) • Grundlagen der Bilanzierung • Bewertungsprinzipien und Bewertungsmaßstäbe • Bilanzierung der Positionen der Aktivseite und der Passivseite • Gewinn- und Verlustrechnung • Überblick zu Anhang und Lagebericht • Bilanzanalyse und Bilanzpolitik • Grundlagen der Rechnungslegung nach IFRS
Lernergebnisse des Moduls	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage einen Jahresabschluss lesen und interpretieren zu können. Sie können veranschaulichen, was es mit den einzelnen Positionen in Bilanz und GuV auf sich hat und haben in Grundzügen den Accounting Cycle von den einzelnen geschäftsvorfällen bis zum Erstellen des Jahresabschlusses verstanden. Sie haben erste Kenntnisse von Ansatz- und Bewertungsregeln und Bewertungsspielräumen gewonnen und können sich mit der Aussagekraft eines Jahresabschlusses auch kritisch auseinandersetzen. Sie sind sprachfähig gegenüber Leiter Rechnungswesen und Controllern.</p>
Studiensemester	3. Semester
Dauer des Moduls	Ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Wintersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	1 bzw. 2 (Büromanagement) ECTS-Punkte + 4 bzw. 3 ECTS-Punkte über Anrechnung
Gesamtworkload	<p>Gesamtworkload: 25 bzw. 50 Stunden, davon Präsenzzeiten: 10 bzw. 21 Stunden Selbstlern- und Prüfungszeiten: 15 bzw. 29 Stunden</p>
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	B. A. Business Management
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Seminararbeit bzw. Klausur.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5/149 Prozent

Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung, Übungen, Fallbeispiele (Geschäftsvorfälle, Buchungssätze, Ansatz und Bewertung), Lehrgespräche, Gruppenarbeit
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Pflichtlektüre:</p> <ul style="list-style-type: none">• Meyer, C. (2019): Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht, 30. Auflage, Herne: NWB.• Wöhe, G. & Kußmaul, H. (2018): Grundzüge der Buchführung und Bilanztechnik, 10. Auflage. München: Vahlen.• Schäfer-Kunz, J. (2019). Buchführung und Jahresabschluss. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.

Modul-Nr./ Code	KLR
Modulbezeichnung	Kosten- und Leistungsrechnung
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Thomas Hermann
Inhalte des Moduls	<p>Grundlagen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einordnung, Aufgaben und theoretische Grundlagen, • Begriffsdefinitionen und –abgrenzungen, • Teilbereiche und Systeme • Vollkostenrechnung: Kostenarten-, Kostenstellen-, Kostenträgerrechnung, Kritik <p>Teilkosten-/Deckungsbeitragsrechnung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kostenspaltung, • Betriebsabrechnung, • ein- und mehrstufiges Direct Costing, • Anwendungsfälle <p>Kostenplanung und Kostensteuerung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • starre vs. flexible Plankostenrechnung, • Grenzplankostenrechnung, • Abweichungsanalysen, • Maßnahmen • Neuere Entwicklungen: z.B. Prozesskostenrechnung, Target Costing
Lernergebnisse des Moduls	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage, Kostenrechnung als Instrument der Unternehmensführung zu verstehen. Sie können die Einsatzgebiete verschiedener Kostenrechnungssysteme im betrieblichen Kontext beurteilen. Sie verstehen, welche Informationen aus der Kostenrechnung die Aufgaben von Planung, Steuerung und Kontrolle unterstützen. Sie können einfache Instrumente wie die Deckungsbeitragsrechnung oder Kalkulationsverfahren selbst anwenden und die Ergebnisse interpretieren. Darüber hinaus können sie die Ergebnisse unterschiedlicher Kostenrechnungssysteme hinsichtlich ihrer Aussagekraft und ihrer Grenzen einschätzen.
Studiensemester	5. Semester
Dauer des Moduls	Ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Wintersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	2 ECTS-Punkte + 3 ECTS-Punkte über Anrechnung
Gesamtworkload	Gesamtworkload: 50 Stunden, davon Präsenzzeiten: 21 Stunden Selbstlern- und Prüfungszeiten: 29 Stunden
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	B.A. Business Management
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine Voraussetzungen
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5/149 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung, Übungen, Textarbeit (aktuelle Wirtschaftspresse), Fallbeispiele, Lehrgespräche, Gruppenarbeit

Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Pflichtlektüre:</p> <ul style="list-style-type: none">• Däumler, K.-D. & Grabe, J. (2014): Kostenrechnung 1 – 3, 11. Auflage, Herne: Verlag Neue Wirtschafts-Briefe.• Friedl, G. et al. (2017). Kostenrechnung: eine entscheidungsorientierte Einführung. München: Vahlen. <p>Zusätzliche empfohlene Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none">• Schweitzer, M. & Küpper, H.-U. (2016): Systeme der Kosten- und Erlösrechnung, 11. Auflage. München: Franz Vahlen.• Hoitsch, H.-J. & Lingnau, V. (2007). Kosten -und Erlösrechnung, 6. Auflage. Berlin: Springer.

Modul-Nr./ Code	FINI
Modulbezeichnung	Finanzierung und Investition
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Günter Welter
Inhalte des Moduls	<p>Finanzierung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffe der Finanzierung, Zielkonflikte von finanzwirtschaftlichen Zielen • Fremdfinanzierung: Banken und Kreditentscheidung, Kreditarten • Finanzierungssurrogate: Leasing, Factoring, Forfaitierung; Asset Backed Securities (ABS) • Eigenfinanzierung: Handelbarkeit von Unternehmen und Unternehmensteilen, Anhängigkeit von Rechtsform, Börsenfähigkeit und Going Public, Private Equity • Mezzanine-Kapital: Wandelschuldverschreibungen und die Optionsanleihen • Finanzderivate: Zinsswaps, Caps und Floors • Innenfinanzierung: Cash-Flow, Finanzierung außerhalb des Umsatzprozesses <p>Investition:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Statische Investitionsrechenverfahren: Kostenvergleich, Gewinnvergleich, Rentabilitätsvergleich, Amortisation • Dynamische Investitionsrechnungsverfahren: Kapitalwert, interne Zinsfußmethode, Annuitäten, Dynamische Amortisationsvergleichsrechnung • Nutzwertanalyse
Lernergebnisse des Moduls	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage, die Grundlagen möglicher Finanzierungsformen und der finanzwirtschaftlichen Ziele des Unternehmens darzulegen und in die aktuellen Finanzmärkte einzuordnen. Sie können die unterschiedlichen Prinzipien fremd- und eigenfinanzierter Mittel vergleichen und differenzieren. Sie können die Vor- und Nachteile von krediteretzenden Finanzierungsformen als auch die Spekulation auf die Entwicklung bestimmter Preise oder die Absicherung gegen Risiken von Preisänderungen einschätzen. Sie können statische und dynamische Verfahren auf Investitionsentscheidungen anwenden und die Vor- und Nachteile der jeweiligen Verfahren einschätzen.
Studiensemester	7. Semester
Dauer des Moduls	Ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Wintersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte bzw. 2 ECTS-Punkte + 3 Über Anrechnung (Industrie, Büromanagement)
Gesamtworkload	Gesamtworkload: 125 bzw. 50 Stunden, davon Präsenzzeiten: 52 bzw. 21 Stunden Selbstlern- und Prüfungszeiten: 95 bzw. 29 Stunden
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	B.A. Business Management
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur.

Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5/149 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung, Übungen, Vorrechnen, Partnerarbeit; Fallstudien
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Pflichtlektüre:</p> <ul style="list-style-type: none">• Olfert, K. (2015): Investition, 13. A. Ludwigshafen: Kiehl.• Olfert, K. (2013): Finanzierung, 16. A. Ludwigshafen: Kiehl. <p>Zusätzliche empfohlene Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none">• Becker H.P. (2008): Investition und Finanzierung – Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft, 2. A. Wiesbaden: Gabler.• Zantow, R. (2007): Finanzwirtschaft des Unternehmens – Die Grundlagen modernen Finanzmanagements. München: Pearson

Modul-Nr./ Code	HRM
Modulbezeichnung	Human Resource Management
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Susanne Steimer
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Entstehung des Personalmanagement • Unternehmens- und personalpolitische Einflussfaktoren • Theoretisches Grundwissen und Theorieansätze im Personalmanagement • Organisatorische Gestaltung der Personalarbeit • Strategische Personalarbeit • Arbeitsrechtliche Grundlagen • Personalplanung, -marketing, -beschaffung, -auswahl, -einsatz und -steuerung für unterschiedliche Mitarbeitergruppen • Personalentwicklung, Talent Management • Personalführung und Motivation, Zufriedenheit und Engagement von Mitarbeitern sichern und fördern • Personalcontrolling (Überblick) • Personalfreistellung und Beschäftigungssicherung (Überblick) • Diversity Management • Compensation & Benefits • Aktuelle Herausforderungen im Human Resource Management: z.B. interkulturelle Kompetenzen, Employer Branding, Work Life Balance
Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden lernen den Stellenwert und die strategische Bedeutung von Human Resource Management für die Leistungsfähigkeit von Organisationen kennen. Dabei erkennen sie die Schnittstellen des Human Resource Managements zu den übrigen Geschäftsbereichen.</p> <p>Nach der Veranstaltung sind sie in der Lage, die wesentlichen Instrumente und Begrifflichkeiten des Human Resource Managements zu erläutern. Sie setzen sich mit den aktuellen Herausforderungen im Human Resource Management auseinander und können die wesentlichen Stellschrauben im Human Resource Management zur Zielerreichung identifizieren und anwenden.</p>
Studiensemester	5. Semester
Dauer des Moduls	Ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Wintersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte bzw. 1 ECTS-Punkt + 4 über Anrechnung (Industrie, Büromanagement)
Gesamtworkload	Gesamtworkload: 125 bzw. 25 Stunden, davon Präsenzzeiten: 30 bzw. 10 Stunden Selbstlern- und Prüfungszeiten: 95 bzw. 15 Stunden
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	B.A. Business Management B.Sc. Psychologie und Management
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine Voraussetzungen
Lehrsprache	Deutsch

Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Seminararbeit.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5/149 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung, Textarbeit, Fallbeispiele, Lehrgespräche, Gruppenarbeit
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Gastvorträge von HRM-Experten aus den Partnerunternehmen (nach Verfügbarkeit).
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Pflichtlektüre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bartscher, T., Stöckl, J., Träger, T. (aktuelle Auflage): Personalmanagement: Grundlagen, Handlungsfelder, Praxis. München: Pearson. • Scholz, C. (aktuelle Auflage). Personalmanagement. München: Vahlen. • Kolb, M. (aktuelle Auflage). Personalmanagement: Grundlagen und Praxis des Human Resource Management. <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bröckermann, R. (aktuelle Auflage). Personalwirtschaft: Lehr- und Übungsbuch für Human Resource Management. Schäffer-Poeschel. • Trost, A. (aktuelle Auflage). Employer Branding. Luchterhand

Modul-Nr./ Code	MMA
Modulbezeichnung	Grundlagen Digital-Marketing
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Hans-Rüdiger Kaufmann
Inhalte des Moduls	Die sieben Perspektiven im Marketingmanagement: <ol style="list-style-type: none"> 1. Theoretische Perspektive 2. Informationsbezogene Perspektive 3. Strategische Perspektive 4. Instrumentelle Perspektive 5. Institutionelle Perspektive 6. Implementationsbezogene Perspektive 7. Führungsbezogene Perspektive <ul style="list-style-type: none"> • Markenbildung und Markenführung • Mehr-Marken-Strategie • Marketingcontrolling • Aktuelle Trends und Konzepte im Marketing-Management, z.B. Digital Marketing, Social-Media-Marketing, Influencer Marketing, Online B2B-Marketing.
Lernergebnisse des Moduls	Nach der Teilnahme sind die Studierenden in der Lage, die Aufgaben und Fragestellungen im Marketing aus unterschiedlichen Perspektiven zu erfassen und zu gestalten. Sie beherrschen die wesentlichen Marketinginstrumente und können Marketingstrategien entwickeln. Sie kennen aktuelle Instrumente und Konzepte im Marketing und können Einsatzszenarien hierfür entwickeln.
Studiensemester (ggf. Trimester)	6. Semester
Dauer des Moduls	Ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Wintersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte
Gesamtworkload	Gesamtworkload: 125 Stunden, davon Präsenzzeiten: 30 Stunden Selbstlern- und Prüfungszeiten: 95 Stunden
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	B.A. Business Management B.Sc. Psychologie und Management
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine Voraussetzungen
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur über 90 Minuten.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5/149 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung, Textarbeit, Fallbeispiele, Lehrgespräche, Gruppenarbeit
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Pflichtlektüre: <ul style="list-style-type: none"> • Kotler, P., Keller, K.L., Opresnik, M. O. (aktuelle Auflage). Marketing-Management: Konzepte, Instrumente, Unternehmensfallstudien. München: Pearson.

	<ul style="list-style-type: none">• Homburg, C. (aktuelle Auflage). Marketingmanagement: Strategie, Instrumente, Umsetzung, Unternehmensführung. Wiesbaden: Springer Gabler.• Homburg, C. (aktuelle Auflage). Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung. Wiesbaden: Springer Gabler.• Britzelmaier, B., Studer, H.P. und Kaufmann, H.R. (aktuelle Auflage). Starthilfe Marketing. Edition am Gutenbergplatz Leipzig• Ceyp, M./ Scupin, J.-P. (2013): Erfolgreiches Social Media Marketing. Berlin, Heidelberg, Wiesbaden.• <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none">• Homburg, C. (aktuelle Auflage). Übungsbuch Marketingmanagement. Wiesbaden: Springer Gabler.• Becker, J. (aktuelle Auflage): Marketing-Konzeption. Grundlagen des zielstrategischen und operativen Marketing-Managements. Vahlen.• Kaufmann, H.R., O'Guinn, T., Allen, C., Semenik, R.J. (aktuelle Auflage). Advertising and Promotions. Cengage. US.• Kreuzer, R.; Rummler, A. & Wille-Baumkauff, B. (2019). Online-B2B-Marketing und Social Media Marketing. Springer Gabler.
--	---

Modul-Nr./ Code	WRE
Modulbezeichnung	Wirtschaftsrecht
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Susanne Steimer
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Rechtsordnung (Wesen und Quellen des Rechts, Rechtsgebiete) • Einführung in die Methodik der juristischen Fallbearbeitung • Wirtschaftsprivatrecht <ul style="list-style-type: none"> ○ Vertragsrecht (Zustandekommen, Geschäftsfähigkeit, Stellvertretung, Einwendungen und Einreden), Vertragsarten nach dem BGB (insbes. Kauf-, Dienst-, Werkvertrag) und Leistungsstörungen – jeweils unter Berücksichtigung von Verbraucher- und Unternehmergeäften ○ Sachenrecht, unter besonderer Berücksichtigung der Kreditsicherheiten (Hypotheken, Grundschuld) ○ Produkt- und Produzentenhaftung • Gesellschaftsrecht <ul style="list-style-type: none"> ○ Kaufleute und Handelsgeschäfte (Kaufmannseigenschaft und Handelsgeschäfte, Handelsregister und Firmenrecht) ○ Gesellschaften (GdB, oHG, KG, GmbH, UG, AG) • Arbeitsrecht: Arbeitsvertrag, Kündigung, Abmahnung • Gewerblicher Rechtsschutz: Grundzüge des Markenrechts, Wettbewerbsrecht und Internetrecht • Vertriebsrecht <ul style="list-style-type: none"> ○ Vertriebsverträge (Handelsvertreter, Vertragshändler, Franchise, Direktvertrieb) ○ grenzüberschreitender Vertrieb; Incoterms (ICC-Lieferklauseln, standardisierte Lieferbedingungen)
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden verfügen über Kenntnisse in studiengangbezogenen Bereichen des Wirtschaftsprivatrechts. Das methodische, an Anspruchsgrundlagen orientierte Vorgehen bei der juristischen Fallbearbeitung wurde kennen gelernt. Über die Fähigkeit hinaus, mögliche Rechtsprobleme schon im Vorfeld zu erkennen, haben die Studierenden ein Grundverständnis dafür entwickelt, bewusst auch rechtliche Gestaltungsinstrumente zur Flankierung und Umsetzung unternehmerischer Entscheidungen einzusetzen.
Studiensemester	2. Semester
Dauer des Moduls	Ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Sommersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte
Gesamtworkload	Gesamtworkload: 125 Stunden, davon Präsenzzeiten: 30 Stunden Selbstlern- und Prüfungszeiten: 95 Stunden
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	B.A. Business Management
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine Voraussetzungen
Lehrsprache	Deutsch

Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur über 90 Minuten.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5/149 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Impulsvorträge, Textarbeit, Fallbeispiele, Gruppenarbeit
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Pflichtlektüre: <ul style="list-style-type: none">• Wichtige Gesetze des Wirtschaftsprivatrechts, aktuelle Auflage, Herne: Nwb Verlag

Modul-Nr./ Code	IW
Modulbezeichnung	Internationale Wirtschaft
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Hans-Rüdiger Kaufmann
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Theoretische Grundlagen der Internationalisierung von Unternehmen • Hintergrund und Rahmenbedingen international agierender Unternehmen • Formen und Operationsfelder internationaler Unternehmen • Management der Internationalisierung von Unternehmen • Interkulturelle Aspekte internationaler Unternehmensführung • Organisation international tätiger Unternehmen • Personalmanagement international tätiger Unternehmen • Aktuelle Trends und Praxisbeispiele des internationalen Managements
Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden kennen</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Grundlagen des internationalen Managements • die theoretischen Erklärungen für die Internationalisierung von Unternehmen • die Operationsfelder und Formen der Internationalisierung • Auswirkungen der Internationalisierung auf die Unternehmen und das Management • Strategisches Management der Internationalisierung
Studiensemester	5. Semester
Dauer des Moduls	Ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte
Gesamtworkload	Gesamtworkload: 125 Stunden, davon Präsenzzeiten: 52 Stunden Selbstlern- und Prüfungszeiten: 73 Stunden
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	B.A. Business Management B.Sc. Psychologie und Management
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine Voraussetzungen
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Seminararbeit über 3000 Wörter (70%) und Präsentation (Einzel oder in Gruppen, 30%) oder Klausur über 90 Minuten.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5/149 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Lehrgespräch, moderierte Diskussion, Fallbeispiele, Übungen, Vorlesung
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Pflichtlektüre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schmidt, S. (aktuelle Auflage). Strategien der Internationalisierung. Oldenburg. • Kutscher, M., Schmid, S. (aktuelle Auflage): Internationales Management. Oldenburg.

	<ul style="list-style-type: none">• Hill, C. (2013): International Business: Competing in the Global Marketplace, 9th Edition. McGraw-Hill. <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none">• Binckebank, L. , Belz, C. (Hrsg.) (aktuelle Auflage). Internationaler Vertrieb. Grundlagen, Konzepte und Best Practices für Erfolg im globalen Geschäft. Wiesbaden: Springer.• Tamer; C., Knight, G. & Riesenberger, J. (2008): International Business: Strategy, Management, and the New Realities. New Jersey: Prentice Hall.• Perlitz, M., Schrank, R. (aktuelle Auflage) Internationales Management. UTB.• Welge, M.K., Holtbrügge, D. (aktuelle Auflage): Internationales Management - Theorien, Funktionen, Fallstudien. Schäffer-Poeschell
--	--

Teil 2: Methoden

Modul-Nr./ Code	WM
Modulbezeichnung	Wirtschaftsmathematik
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Thomas Hermann
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Analysis: Reelle Funktionen – Polynom, Nullstellen, Berechnungsverfahren – Grenzwert, Stetigkeit – Differentialrechnung – Extremwerte ohne und mit Nebenbedingungen – Integralrechnung – Ökonomische Anwendungen im Überblick z.B. Gewinnmaximierung, Marginalanalyse • Lineare Algebra: Lineare Gleichungssysteme – Lösungsverfahren linearer Gleichungssysteme • Finanzmathematik: Zinseszinsrechnung – Kapitalwertmethoden – Tilgungsrechnung, Annuität, Rentenrechnung • Wahrscheinlichkeitstheorie: einfache Konzepte bis hin zur Bayesschen Regel
Lernergebnisse des Moduls	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage, die erforderlichen mathematischen Methoden in Fächern wie Investition und Finanzierung, Kosten- und Leistungsrechnung, VWL, Risikomanagement oder Managementforschung abzurufen.</p> <p>Sie verstehen das Abbilden wirtschaftlicher Zusammenhänge in einfachen mathematischen Modellen und sind ohne Schwierigkeit in der Lage, einfache Gleichungssysteme zu lösen. Sie entwickeln ein konkretes Zahlenverständnis, das es ihnen erleichtert, komplexere Zusammenhänge auf ihren quantitativen Gehalt hin zu strukturieren. Sie können insbesondere finanzmathematische Fragestellungen selbständig bearbeiten, beantworten und für die Entscheidungsfindung konkret nutzen. Einfache wahrscheinlichkeitstheoretische Zusammenhänge haben sie verstanden und können die Konzepte in den relevanten Vorlesungen in höheren Semestern erinnern und anwenden.</p>
Studiensemester	1. Semester
Dauer des Moduls	Ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Wintersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte
Gesamtworkload	Gesamtworkload: 125 Stunden, davon Präsenzzeiten: 30 Stunden Selbstlern- und Prüfungszeiten: 95 Stunden
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	B.A. Business Management
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine Voraussetzungen
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur über 90 Minuten.

Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5/149 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung, Übungen, Fallbeispiele, Lehrgespräche, Einzelarbeit, Gruppenarbeit
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Pflichtlektüre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sydsaeter, K. / Hammond, P. (2014). Mathematik für Wirtschaftswissenschaftlicher: Mit Praxisbezug, 4. Auflage. Pearson. <p>Zusätzliche empfohlene Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bosch, K. (2012). Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler. München. • Holey, T. / Wiedemann, A. (2012). Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, 3. Auflage. Physica Verlag. • Schwarze, J. (2010). Mathematik für Wirtschaftswissenschaftlicher. Nwb-Verlag.

Modul-Nr./ Code	AST
Modulbezeichnung	Angewandte Statistik
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Thomas Hermann
Inhalte des Moduls	<p>Das Modul führt in das Gebiet der deskriptiven Statistik ein und versetzt die Studierenden in die Lage, typische empirische statistische Untersuchungen durchzuführen.</p> <p>Folgende Schwerpunkte werden gesetzt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung (Beispiele und Einsatzgebiete der Statistik, Begriff und geschichtliche Entwicklung) • Grundbegriffe (statistische Erhebung, Begriffsdefinitionen, Beispiel einer statistischen Erhebung) • Merkmalsarten und Skalen • Häufigkeitsverteilungen (Absolute und relative Häufigkeiten, Klassierung, Summenhäufigkeiten, Empirische Verteilungsfunktion) • graphische Darstellung von Häufigkeitsverteilungen (Darstellungsmöglichkeiten, Histogramm, Summenhäufigkeitsfunktion) • Lage- und Streuungsparameter (Ziele, Lageparameter, Streuungsparameter, Nutzen und Grenzen von Lage- und Streuungsparametern, Graphische Darstellung) • Konzentration von Merkmalswerten (Lorenzkurve, Gini-Koeffizient, weitere Konzentrationsmaße) • mehrdimensionale Merkmale (Absolute und relative Häufigkeiten, Graphische Darstellung, Zusammenhang zweier Merkmale, Überprüfung auf Unabhängigkeit) • Kontingenzkoeffizient (Untersuchung der Abhängigkeit, Chi-Quadrat, Kontingenzkoeffizient nach Pearson) • Korrelation und Lineare Regression (Untersuchung auf lineare Abhängigkeit, Methode der kleinsten Quadrate) • Zeitreihenanalyse (Komponenten einer Zeitreihe, Methode der gleitenden Durchschnitte, Saisonbereinigung) • Grundlagen der Kombinatorik
Lernergebnisse des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden erwerben die Grundlagenkenntnisse deskriptiver Statistik. • Sie können damit betriebswirtschaftliche und volkswirtschaftliche Analysen mit Sekundärdaten erstellen (z.B. Prozessanalysen im Controlling, Einkommens- und Konsumausgabenverteilungen bei Marktuntersuchungen, Umindexierungen). • Die Studierenden können eventuelle Zusammenhänge zwischen zwei Variablen beschreiben und geeignete Maße dazu entwickeln sowie diese visualisieren. • Die Studierenden können mit Excel statistische Berechnungen durchführen und können einfache Analysen mit SPSS erstellen
Studiensemester	2. Semester
Dauer des Moduls	Ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Sommersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Credits
Gesamtworkload	Gesamtworkload: 125 Stunden, davon Präsenzzeiten: 30 Stunden

	Selbstlern- und Prüfungszeiten: 95 Stunden
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	B.A. Business Management B.Sc. Psychologie und Management
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur über 90 Minuten.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5/149 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesungen, praktische Übungen, Lehrgespräch
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur	<p>Pflichtlektüre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Benninghaus, Hans (2005): Deskriptive Statistik, 10. Auflage. Wiesbaden: VS • Schira, Josef (2005): Statistische Methoden der VWL und BWL – Theorie und Praxis, 2. Auflage. Wiesbaden: Pearson. • Schuster, Thomas/Liesen, Arndt (2014): Statistik für Wirtschaftswissenschaftler. Berlin/Heidelberg: Springer

Modul-Nr./Code	FME
Modulbezeichnung	Forschungsmethoden
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Susanne Steimer
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Forschungsmethoden und in die Wissenschaftstheorie • Psychologische Urteilstendenzen und die Fallstricke des gesunden Menschenverstandes bei der Beantwortung von wissenschaftlichen Fragestellungen • Aspekte der Forschungsethik • Typologie wissenschaftlicher Forschungsmethoden • Grundlagen Messen und Testen, Gütekriterien von Testverfahren • Empirische Forschung mittels Befragung, Beobachtung und Experiment • Formulierung und Testung von Hypothesen, qualitative und quantitative Datenanalyse • Ausgewählte Anwendungsfälle, z.B. Messung von Kundenzufriedenheit oder Mitarbeiterengagement
Lernergebnisse des Moduls	<p>Nach der Teilnahme verstehen die Studierenden die verschiedenen Ansätze und Methoden der Forschungspraxis in Management und Psychologie und sind in der Lage, diese im Hinblick auf eigene Forschungsarbeiten anzuwenden. Sie verstehen Instrumente und Gütekriterien der Forschung und setzen sich auch mit ethischen Fragen der wissenschaftlichen Forschung auseinander.</p> <p>Sie lernen Anwendungsfelder der Forschungsmethoden kennen, so bspw. der Markt- oder Organisationsforschung und sind in der Lage, die Möglichkeiten und Grenzen der Anwendung in der Praxis zu diskutieren.</p> <p>Die Inhalte des Moduls bereiten die Studierenden auf die Anwendung von Forschungsmethoden im Rahmen des Studiums vor (z.B. im Rahmen der Case Study oder der Bachelorarbeit).</p>
Studiensemester	3. Semester
Dauer des Moduls	Ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Wintersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte
Gesamtworkload	Gesamtworkload: 125 Stunden, davon Präsenzzeiten: 30 Stunden Selbstlern- und Prüfungszeiten: 95 Stunden
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	B.A. Business Management B.Sc. Psychologie und Management B.A. Soziale Arbeit - Integrationsmanagement
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine Voraussetzungen
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Seminararbeit.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5/149 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Impulsvorträge, Textarbeit, Fallbeispiele, Lehrgespräche, Praxisvorträge, Gruppenarbeit

Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Gastvorträge durch Experten aus der Forschungspraxis, Durchführung von eigenen Studien, Vernetzung mit Case Study Arbeit im gleichen Semester.
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Pflichtlektüre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bortz, J. & Döring, N. (aktuelle Auflage). Forschungsmethoden und Evaluation, 5. Auflage. Springer. • Kuß, A. / Wildner, R. / Kreis, H. (aktuelle Auflage). Marktforschung. Grundlagen der Datenerhebung und Datenanalyse. SpringerGabler. • Sedlmeier, P. /Renkewitz, F. (aktuelle Auflage). Forschungsmethoden und Statistik. Pearson. • Hussy, W., Schreier, M. & Echterhoff, G. (2013). Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften, 2. Auflage. Berlin: Springer. <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mayring, P. (2015). Qualitative Inhaltsanalyse, 12. Auflage. Julius Beltz. • Flick, U. (2007). Qualitative Sozialforschung: Eine Einführung, 9. Auflage. Rowohlt's Enzyklopädie.

Modul-Nr./ Code	WA
Modulbezeichnung	Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Susanne Steimer
Inhalte des Moduls	<p>Basiskompetenzen wissenschaftlichen Arbeitens:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kriterien wissenschaftlichen Arbeitens • Themenfindung und -gliederung • Literaturrecherche, -auswertung und -aufbereitung • Struktur einer wissenschaftlichen Arbeit • Verfassen und Zitieren wissenschaftlicher Texte <p>Der wissenschaftliche Arbeitsprozess wird von der Planung bis zur fertigen Arbeit durchgearbeitet. Dabei werden den Studierenden die Unterschiede des wissenschaftlichen Denkens und Handelns sowie derer Methoden gegenüber unstrukturierten Handlungsweisen vor Augen geführt.</p>
Lernergebnisse des Moduls	Nach der Veranstaltung kennen die Studierenden die wesentlichen Anforderungen an wissenschaftliche Arbeiten im Rahmen des Bachelorstudiums. Sie erarbeiten selbständig eine Seminararbeit zu einem Managementthema, das in der Regel frei gewählt werden kann. Sie erlernen das notwendige Handwerkszeug wie Literaturrecherche, Zitation und Schreibstil für das wissenschaftliche Arbeiten im Studium und in der Bachelorarbeit.
Studiensemester	1. Semester
Dauer des Moduls	Ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	2 ECTS-Punkte
Gesamtworkload	Gesamtworkload: 50 Stunden, davon Präsenzzeiten: 26 Stunden Selbstlern- und Prüfungszeiten: 24 Stunden
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	B.A. Business Management B.Sc. Psychologie und Management B.A. Soziale Arbeit - Integrationsmanagement
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine Voraussetzungen
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Seminararbeit über 3000 Wörter.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	2/149 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vortrag, Lehrgespräch, Übungen, Präsentationen
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Besuch von Hochschulbibliotheken (z.B. HdWM, Universität Mannheim, DHBW Mannheim)
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Pflichtlektüre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Theisen, M. R. (aktuelle Auflage): Wissenschaftliches Arbeiten. München: Verlag Vahlen. • Kornmeier, M. (aktuelle Auflage): Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht. Wiesbaden. UTB.

Modul-Nr./ Code	PRA
Modulbezeichnung	Präsentationstechniken
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Susanne Steimer
Inhalte des Moduls	Vortrags- und Präsentationstechniken: <ul style="list-style-type: none"> • Aufbau eines Vortrags, • Verständlichkeit, Begeisterung, Umgang mit Redefurcht, Selbstsicherheit in der Körpersprache, • effektiver Medieneinsatz / Visualisierung
Lernergebnisse des Moduls	Nach der Veranstaltung können die Studierenden Präsentationen wirkungsvoll gestalten. Sie kennen die Notwendigkeit eines zielgruppenorientierten Aufbaus von Präsentationen, die Fallstricken bei der Durchführung von Präsentationen und haben ihre Fähigkeiten entsprechend weiterentwickelt. Durch das Video-Feedback wissen Sie um ihre Wirkung und können diese professionell weiterentwickeln.
Studiensemester	2. Semester
Dauer des Moduls	Ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	2 ECTS-Punkte
Gesamtworkload	Gesamtworkload: 50 Stunden, davon Präsenzzeiten: 26 Stunden Selbstlern- und Prüfungszeiten: 24 Stunden
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	B.A. Business Management B.Sc. Psychologie und Management B.A. Soziale Arbeit - Integrationsmanagement
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine Voraussetzungen
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Einzelpräsentation über 15 bis 20 Minuten.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	2/149 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vortrag, Lehrgespräch, Übungen, Präsentationen, Video-Feedback
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Einsatz von Video-Feedback
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Mühlisch, S. (aktuelle Auflage): Mit dem Körper sprechen. Gabler. • Lange, G. (aktuelle Auflage): Rhetorik. Mit Worten gewinnen. Tassoverlag. • Zelany, G. (aktuelle Auflage): Wie aus Zahlen Bilder werden. Der Weg zur visuellen Kommunikation. Gabler.

Modul-Nr./ Code	KOM
Modulbezeichnung	Grundlagen der Kommunikation
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Susanne Steimer
Inhalte des Moduls	<p>Grundlagen der Kommunikation:</p> <ul style="list-style-type: none"> • partnerzentrierte Kommunikation, • Filter und Hindernisse in der Kommunikation • Kommunikationskanäle • Einstellung und Kommunikation • Kommunikationstheorien und -modelle • Kommunikationsmodelle: z.B. Lasswell'sche Formel, Sender-Empfänger Modell nach Shannon & Weaver, Eisbergmodell • Kommunikationsquadrat nach Schulz von Thun • Informationsverlusttreppe nach Shannon & Weaver • Teufelskreismodell • Innere Kommunikation • 5 Axiome nach Watzlawik • Kommunikatives Handeln nach Habermas • Transaktionsanalyse nach Eric Berne • Kommunikationstechniken: Fragen, Aktives Zuhören, Ich Botschaften, Feedback • Besondere Gesprächsführungssituationen: z.B. Kommunikation in Konfliktsituationen
Lernergebnisse des Moduls	<p>Im Anschluß an die Veranstaltung verstehen die Studierenden die Bedeutung der Kommunikation. Sie können theoretisches Wissen aktiv nutzen. Sie sind in der Lage die verschiedenen Kommunikationssituationen des Alltags zu erkennen, zu beschreiben und erfolgreich zu praktizieren.</p> <p>Sie kennen die Einflußfaktoren auf erfolgreiche Kommunikation, können Gespräche, auch Konfliktgespräche, zielorientiert und erfolgreich führen. Dazu haben Sie die verschiedenen Techniken einer wertschätzenden und partnerorientierten Kommunikationsstil kennen gelernt und eingeübt.</p>
Studiensemester	1. Semester
Dauer des Moduls	Ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Sommersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	4 ECTS-Punkte
Gesamtworkload	<p>Gesamtworkload: 100 Stunden, davon</p> <p>Präsenzzeiten: 52 Stunden</p> <p>Selbstlern- und Prüfungszeiten: 48 Stunden</p>
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	<p>B.A. Business Management</p> <p>B.Sc. Psychologie und Management</p>
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine Voraussetzungen
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Mündliche Prüfung.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	4/149 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vortrag, Lehrgespräch, Übungen, Präsentationen, Rollenspiele

Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Pflichtlektüre:</p> <ul style="list-style-type: none">• Watzlawick, P., Beavin, J. H., Jackson, D. D. (aktuelle Auflage). Menschliche Kommunikation. Hans Huber.• Plate, M. (aktuelle Auflage): Grundlagen der Kommunikation. UTB• Schulz von Thun, F. (aktuelle Auflage). Miteinander reden: 1 Störungen und Klärungen. Rowohlt Taschenbuch Verlag.• Etrillard, S., (aktuelle Auflage). Gesprächsrhetorik, Business Village. <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none">• Alter, U. (aktuelle Auflage). Grundlagen der Kommunikation für Führungskräfte. Wiesbaden: Springer.

Modul-Nr./ Code	SEL
Modulbezeichnung	Selbstmanagement und Lerntechniken
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Susanne Steimer
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Zeitmanagement im Studium • Lern- und Lesestrategien • Motivation und Selbstfürsorge im Studium
Lernergebnisse des Moduls	Zu Beginn des Studiums sind Studierende häufig mit den Anforderungen und der Stoffmenge im Studium überfordert. Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung lernen sie verschiedene Lern- und Lesestrategien kennen und wenden diese an. Sie kennen die Möglichkeiten des Zeitmanagements und entwickeln für sich einen eigenen Zeitplan für die Vorlesungs- und Klausurphase. Sie haben sich auch mit der eigenen Studienmotivation auseinandergesetzt und kennen die Notwendigkeit einer ausgeglichenen Balance zwischen Lern- und Entspannungsphasen.
Studiensemester	1. Semester
Dauer des Moduls	Ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	1 ECTS-Punkte
Gesamtworkload	Gesamtworkload: 25 Stunden, davon Präsenzzeiten: 13 Stunden Selbstlern- und Prüfungszeiten: 12
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	B.A. Business Management B.Sc. Psychologie und Management B.A. Soziale Arbeit - Integrationsmanagement
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine Voraussetzungen
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Regelmäßige Teilnahme, Erstellung eines eigenen Lernplans für das erste Semester
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	unbenotet
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vortrag, Lehrgespräch, Übungen, Präsentationen, Rollenspiele
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Pflichtlektüre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bazhin, A. (2017). Lernen lernen in Studium und Weiterbildung. Schäffer Poeschel. • Heister, W. (2009). Studieren mit Erfolg: Effizientes Lernen und Selbstmanagement. Schäffer-Poeschel. • Koeder, K-W. (2019). Studieren lernen. Vahlen.

Modul-Nr./ Code	MOD
Modulbezeichnung	Moderations- und Teamtechniken
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Susanne Steimer
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Abgrenzung von Gruppe und Team • Bedeutung von Teams in der Linien- und in der Projektstätigkeit • Soziologische und sozialpsychologische Betrachtung von Teamrollen • Grundlagen der Gruppendynamik und der Phasen der Bildung und Performance von Teams • Regeln für erfolgreiche Teamarbeit • Probleme in der Teamarbeit und Lösungsansätze • Arbeitsplanung für Teams
Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden können die Definitionen und Abgrenzungen von Gruppe und Teams und die Bedeutung von Teams in der Linien- und in der Projektstätigkeit erläutern und an Beispielen konkretisieren;</p> <p>Sie kennen Soziologische und sozialpsychologische Betrachtung von Teamrollen und können diese auf bestehende Teams anwenden.</p> <p>Aus den Grundlagen der Gruppendynamik und der Phasen der Bildung und Performance von Teams können sie erfolgsregeln für erfolgreiche Teamarbeit, u.a. in Unternehmen und im Spitzensport, ableiten.</p> <p>Sie können Probleme in Teams erkennen und finden Lösungsansätze um diese auszuräumen.</p> <p>Sie können einfache Tools der Arbeitsorganisation in Teams anwenden.</p>
Studiensemester	2. Semester
Dauer des Moduls	Ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	2 ECTS-Punkte
Gesamtworkload	Gesamtworkload: 50 Stunden, davon Präsenzzeiten: 26 Stunden Selbstlern- und Prüfungszeiten: 24 Stunden
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	B.A. Business Management B.Sc. Psychologie und Management B.A. Soziale Arbeit - Integrationsmanagement
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine Voraussetzungen
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Mündliche Prüfung (z.B. Simulation einer Moderation in 4er Gruppen)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	2/149 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vortrag, Lehrgespräch, Übungen, Präsentationen, Rollenspiele
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur	Pflichtlektüre:

(Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none">• Meier, R. (2006): Erfolgreiche Teamarbeit 25 Regeln für Teamleiter und Teammitglieder. Gabal Offenbach. Zusätzlich empfohlene Literatur: <ul style="list-style-type: none">• Crisand, E.; Raab, G. (Hrsg.) (2013): Erfolgreiche Teamführung (Arbeitshefte Führungspsychologie). Windmühle Verlag Hamburg.
--	---

Modul-Nr./ Code	WE1
Modulbezeichnung	Wirtschaftsenglisch I
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Susanne Steimer
Inhalte des Moduls	<p>Das erste Modul zum Wirtschaftsenglisch führt die Studierenden in die Grundlagen der englischen Wirtschaftssprache ein.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kommunikation im Geschäftsleben <ul style="list-style-type: none"> ○ Verständigung im Büro, im Meeting und am Telefon ○ Geschäftsreise und Unternehmensbesuche ○ Aufbau und Pflege von Netzwerken, „Smalltalk“ und „Socialising“ • sichere Handhabung geschäftlicher Informationen <ul style="list-style-type: none"> ○ Gewinnung, Abgleich und Analyse von Informationen ○ verlustfreier Austausch von Informationen • Umgang mit Problemen und Missverständnissen <ul style="list-style-type: none"> ○ Aufzeigen, Ansprechen und Lösen von Problemen ○ Entspannung zwischenmenschlicher Konflikte • Wirtschaftssprache: Vokabular aus den Bereichen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre und des Marketing, Berichterstattung, Vorstellung von Plänen, Prognosen; jeweils gepaart mit einer ansprechenden Präsentation von Zahlen, Daten und Fakten
Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Gesprächsthemen korrespondieren mit den Vorlesungsthemen des ersten Semesters: Das dort vermittelte Wissen zur Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre und zu den Grundlagen im Marketing wird zum Gegenstand dieses akademischen Sprachkurses und dient – gepaart mit den Grundlagen der Kommunikation – vornehmlich der Verbesserung der mündlichen Ausdrucksfähigkeit in der englischen Sprache.</p> <p>Durch die kombinierte Verwendung von modernen Lehrbüchern einerseits und aktuellen wirtschaftsbezogenen Texten (Zeitschrift „Economist“, Geschäftsberichte) wird nicht nur das allgemeine und das fachbezogene Vokabular sondern auch die Grammatik gefestigt. Durch vielfältige Übungen und Aktivitäten, die sich an den späteren beruflichen Aufgaben orientieren werden die Studierenden auf den Gebrauch der englischen Sprache in der Geschäftswelt vorbereitet.</p> <p>Die Studierenden verfügen am Ende über ein Niveau der selbständigen Sprachverwendung auf den Stufen B1 (Threshold) bzw. B2 (Vantage) entsprechend dem Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen.</p>
Studiensemester	6. Semester
Dauer des Moduls	Ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	1 ECTS-Punkt + 2 über Anrechnung
Gesamtworkload	<p>Gesamtworkload: 25 Stunden, davon</p> <p>Präsenzzeiten: 13 Stunden</p> <p>Selbstlern- und Prüfungszeiten: 12 Stunden</p>
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	<p>B.A. Business Management</p> <p>B.Sc. Psychologie und Management</p>

Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine Voraussetzungen
Lehrsprache	Englisch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	3/149 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vortrag, Lehrgespräch, Übungen, Präsentationen, Rollenspiele
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Unterricht vorrangig durch Muttersprachler
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Pflichtlektüre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cotton, D. , Falvey, D., Kent, S. (aktuelle Auflage). Intermediate Market Leader. Coursebook. Pearson <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • englischsprachige Wirtschaftszeitschriften und -magazine.

Modul-Nr./ Code	WE2
Modulbezeichnung	Wirtschaftsenglisch II
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Susanne Steimer
Inhalte des Moduls	<p>Das zweite Modul zum Wirtschaftsenglisch vertieft den selbständigen Umgang mit der englischen Wirtschaftssprache:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Korrespondenz im Geschäftsleben: E-Mail, Geschäftsbriefe, Memos, Berichte, Präsentationsunterlagen, Bewerbungen u.ä. • Erstellen und Auswertung von schriftlichen Abhandlungen die Zahlen, Daten und Fakten kurz und prägnant wiedergeben oder die auf der Grundlage von Recherchen, Interviews, etc. umfassend in Form von Artikeln, Essays oder akademischen Arbeiten erstellt sind • Erstellen von Materialien für Werbung und PR, Newsletter, Handbücher und Broschüren
Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Themen erweitern sich um die Vorlesungsinhalte des zweiten Semesters: Die mündliche Kommunikationsfähigkeit wurde stetig verbessert und insbesondere um eine flüssige und exakte schriftliche Ausdrucksfähigkeit ergänzt.</p> <p>Durch die kombinierte Verwendung von modernen Lehrbüchern einerseits und aktuellen wirtschaftsbezogenen Texten verschiedenster Quellen wird nicht nur das allgemeine und das fachbezogene Vokabular erweitert sondern auch die Grammatik stetig vertieft. Dies führt – gepaart mit vielfältigen Übungen und Aktivitäten – insbesondere zu einer breiten Variabilität in der schriftlichen Ausdrucksweise, die den späteren beruflichen Anforderungen gerecht wird.</p> <p>Die Bandbreite reicht dabei von umgangssprachlichen, über geschäftliche und journalistische Texte bis hin zur Erstellung von akademischen Arbeiten. Insofern sind die Studierenden dann auch in der Lage, den Stil in Abhängigkeit vom Inhalt der Nachricht und dem Empfänger treffsicher zu wählen.</p> <p>Die Studierenden verfügen am Ende über ein Niveau der selbständigen Sprachverwendung auf der Stufe B2 (Vantage) entsprechend dem Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen.</p>
Studiensemester	7. Semester
Dauer des Moduls	Ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	3 ECTS-Punkte
Gesamtworkload	<p>Gesamtworkload: 100 Stunden, davon</p> <p>Präsenzzeiten: 52 Stunden</p> <p>Selbstlern- und Prüfungszeiten: 48 Stunden</p>
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	<p>B.A. Business Management</p> <p>B.Sc. Psychologie und Management</p>
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine Voraussetzungen
Lehrsprache	Englisch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Kombinationsprüfung: Klausur über 90 Minuten (70%) und Präsentation (30%).

Gewichtung der Note in der Gesamtnote	3/149 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vortrag, Lehrgespräch, Übungen, Präsentationen, Rollenspiele
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Unterricht vorrangig durch Muttersprachler
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Pflichtlektüre:</p> <ul style="list-style-type: none">• Cotton, D., Falvey, D., Kent, S. (aktuelle Auflage). Intermediate Market Leader. Coursebook. Pearson <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none">• englischsprachige Wirtschaftszeitschriften und –magazine.

Teil 3: Schwerpunktbildung

Modul-Nr./ Code	CASE
Modulbezeichnung	Praxisprojekt
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Susanne Steimer
Inhalte des Moduls	<p>Die Studierenden bearbeiten ein aktuelles Thema vorzugsweise im Unternehmen, in dem sie tätig sind. Sie greifen aktuelle Fragestellungen oder Probleme auf, die für das Unternehmen erfolgskritisch sein können. Beispielsweise Themen aus den Bereichen Marketing, Human Resource Management, Vertrieb oder Controlling.</p> <p>Die Studierenden bearbeiten das Projekt vollumfänglich und selbständig, von der Planung, Durchführung bis zur Dokumentation und Präsentation der Projektergebnisse.</p> <p>Die Projektbearbeitung startet mit einem Briefing und einer kurzen Einführung ins Projektmanagement durch den betreuenden Dozierenden. Die Durchführung eigener Studien ist möglich. Während der Durchführung des Projektes werden die Studierenden von erfahrenen Dozierenden begleitet und bei Bedarf auch inhaltlich unterstützt.</p>
Lernergebnisse des Moduls	<p>Nach der Veranstaltungen sind die Studierenden in der Lage, aktuelle Fragestellungen aus der Unternehmenspraxis selbständig bzw. gemeinsam mit anderen Studierenden zu bearbeiten. Sie kennen die Möglichkeiten und Herausforderungen bei der Bearbeitung von komplexen Fragestellungen aus der Praxis. Sie können aktuelle Methoden der Beratung und des Projektmanagements anwenden. Bisher erlernte Inhalte aus vorherigen Studienmodulen können auf reale Praxisfälle transferiert werden.</p> <p>Die Studierenden lernen zusätzlich ihr Vorgehen in Beratungssituationen kritisch zu reflektieren.</p> <p>Durch die Präsentation vor der Unternehmensleitung des beteiligten Unternehmens vertiefen sie ihre Fertigkeiten in der Präsentation von komplexen Themen und Ergebnissen.</p>
Studiensemester	4. Semester
Dauer des Moduls	Ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte
Gesamtworkload	Gesamtworkload: 125 Stunden, davon Präsenzzeiten: 30 Stunden Selbstlern- und Prüfungszeiten: 95 Stunden
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	B.A. Business Management
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	<p>Kombinationsprüfung: Gruppen-Präsentation (mind. 15 Minuten je Studierende) in Anwesenheit des beteiligten Unternehmens, schriftliche Management Summary (5 bis 10 Seiten Umfang).</p> <p>Voraussetzung für die Vergabe der Leistungspunkte ist die aktive Mitwirkung während der Bearbeitung des Case Study Projektes.</p>

Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5/149 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Impulsvortrag, Gruppenarbeit
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Pflichtlektüre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schelle, H. (aktuelle Auflage). Projekte zum Erfolg führen. Projektmanagement systematisch und kompakt. Beck. • Andler, N. (aktuelle Auflage). Tools für Projektmanagement, Workshops und Consulting. Kompendium der wichtigsten Techniken und Methoden. Publicis Publishing. • Kerth, K., Asum, H., Stich, V. (aktuelle Auflage). Die besten Strategietools in der Praxis. Hanser Verlag. <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Scheuss, R. (aktuelle Auflage). Handbuch der Strategien. 220 Konzepte der weltbesten Vordenker. Campus.

Modul-Nr./ Code	UNF
Modulbezeichnung	Unternehmensführung und digitale Geschäftsmodelle
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Özer Pinar
Inhalte des Moduls	<p>Grundlagen der Unternehmensführung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Managementlehre • Strategische und operative Planung • Strategie- und Strategiegestaltung • Strategieprozess / Methoden der Strategieformulierung • Arten der operativen Planung • Produktplanung / Produktmanagement • Projektplanung <p>Digitale Geschäftsmodelle</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Digitalisierung, • Blockchain, Industrie 4.0, Big Data • Internet of Things, Smart Technology • Möglichkeiten der Digitalisierung von Geschäftsmodellen, in Marketing, Vertrieb, Einkauf. • Digitale Transformation
Lernergebnisse des Moduls	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage zentrale Management-Instrumente in der Unternehmenspraxis anzuwenden und unternehmensspezifisch weiterzuentwickeln bzw. anzupassen. Sie haben sich mit den Herausforderungen der Digitalisierung und den daraus entstehenden neuen digitalen Geschäftsmodellen auseinandergesetzt.</p>
Studiensemester (ggf. Trimester)	4. Semester
Dauer des Moduls	Ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Wintersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte
Gesamtworkload	<p>Gesamtworkload: 125 Stunden, davon Präsenzzeiten: 30 Stunden Selbstlern- und Prüfungszeiten: 95 Stunden</p>
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	<p>B.A. Business Management B.A. Psychologie und Management</p>
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine Voraussetzungen
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Seminararbeit.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5/149 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vortrag, Lehrgespräch, Übungen, Gastvorträge von Unternehmern und Experten
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Gastvorträge aus der Unternehmenspraxis, bevorzugt von Partnerunternehmen.
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Pflichtlektüre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hungenberg, H. & Wulf, T. (2007): Grundlagen der Unternehmensführung, 2. Auflage. Wiesbaden: Springer. • Meinhardt, S. & Pflaum, A. (2019). Digitale Geschäftsmodelle – Band 1. Springer Gabler.

	<ul style="list-style-type: none">• Gassmann, O. & Sutter, P. (2019). Digitale Transformation gestalten. Hanser. Zusätzliche empfohlene Literatur: <ul style="list-style-type: none">• Dillerup, R. & Stoi, R. (2021). Unternehmensführung, 6. Auflage. Vahlen.
--	---

Modul-Nr./ Code	CIT
Modulbezeichnung	Controlling und Reporting
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Thomas Hermann
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Controlling: Konzept, Bedeutung, Aufgaben, Anforderungen, Organisation • Strategisches Controlling: Einordnung, Markt-, Konkurrenz-, Portfolio-, SWOT-Analysen, Überprüfungen • Operative Planung und Steuerung: Planungssystem, Planungsverfahren, Budgetierung, Soll-Ist-Vergleiche, Abweichungsanalysen, Gegensteuerung • Berichtswesen/Informationssysteme: Anforderungen, Grundsätze, Kennzahlen und -systeme, BSC, Management-Informationssysteme • Unterstützung von Entscheidungen: Deckungsbeitragsrechnung, Wirtschaftlichkeitsanalysen • Controlling in ausgewählten Teilbereichen: Marketing und Vertrieb, Logistik, Personal, IT, Risikocontrolling
Lernergebnisse des Moduls	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konzepte und Instrumente des Controlling zu definieren • Controllingansätze im Unternehmen einzuordnen • Die wichtigsten Controlling-Instrumente anzuwenden • Controlling mit Hilfe eines der für Großunternehmen bekanntesten ERP-Systeme im Einsatz handzuhaben • Ihr für die betriebliche Praxis notwendiges Technologieverständnis selbständig weiter zu entwickeln.
Studiensemester	7. Semester
Dauer des Moduls	Ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Wintersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte
Gesamtworkload	Gesamtworkload: 125 Stunden, davon Präsenzzeiten: 30 Stunden Selbstlern- und Prüfungszeiten: 95 Stunden
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	B.A. Business Management
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine Voraussetzungen
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur über 90 Minuten.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5/149 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vortrag, Lehrgespräch, Übungen, Fallstudien
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Die gezeigten Fallstudien sind konkreten Beratungsprojekten entnommen und zeigen unmittelbar die aktuelle Praxis in der Unternehmenssteuerung (z.B. in der Produktionsoptimierung).
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Pflichtlektüre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Horváth, P., Gleich, R. & Seiter, M. (2019). Controlling. München: Vahlen.

	<ul style="list-style-type: none">• Weber, J. & Schäffer, U. (2020). Einführung in das Controlling, 16. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. <p>Zusätzliche empfohlene Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none">• Brück, U. (2015), Praxishandbuch SAP-Controlling, 5. Auflage. SAP Press.• Küpper, H.-U., Friedl, G., Hofmann, C., Hofmann, Y. & Pedell, B. (2013). Controlling: Konzepte, Aufgaben, Instrumente, 6. Auflage. Schäffer-Poeschel.
--	--

Modul-Nr./ Code	NAC
Modulbezeichnung	Nachhaltigkeitsmanagement
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Thomas Hermann
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Zukunftsfähigkeit <ul style="list-style-type: none"> ○ Nachhaltigkeit, Gerechtigkeit, Verantwortung ○ Denkkollektive in den Wirtschaftswissenschaften ○ Leitbilder zukunftsfähigen Wirtschaftens • Der Blick aus dem Hubschrauber: Die Welt im Umbruch: Nachhaltige Nichtnachhaltigkeit • Impact wirtschaftlichen Handelns auf die Natur • Wirtschaftswissenschaftliche Denkkollektive und ihre Beiträge zur Umweltproblematik: Neoklassik: Anwendung Diskussion um die Höhe der CO2-Steuer im Klimapaket der BReg; Sozioökonomik • Umsetzung: Nachhaltigkeit in Unternehmen: Ökoeffektivität und –effizienz; Sozio-Effektivität und -effizienz; Cradle to Cradle • Nachhaltigkeitsberichterstattung • Praxis der nichtfinanziellen Berichterstattung; CSR-Reporting Trust or Fake? Fallstudie Deutsche Bank • Fallstudien z.B. Alnatura Umfeld, Unternehmensgeschichte, Auszeichnungen; Alnatura: Beispiel für Conscious Capitalism? Ein wenig Essig im Biowein
Lernergebnisse des Moduls	<p>Moderne Betriebswirtschaftslehre ist eine den gesellschaftlichen Wandel aufgreifende und mitgestaltende Wissenschaft. Für den Verband der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft haben dies die Professorinnen Birgitta Wolf, Caren Sureth-Sloane und Barbara Weißenberger in der FAZ vom 17. Dez. 2018 so skizziert: <i>„Allerdings ist es zu kurz gegriffen, Unternehmen auf die soziotechnische Ebene der Güter- und Dienstleistungsproduktion gegen Entgelt und damit ausschließlich auf die Befriedigung von Konsumbedürfnissen und finanzielles Gewinnstreben zu reduzieren. Unternehmen sind vielmehr eingebettet in gesellschaftliche Normen, Symbole und Überzeugungen und prägen mit ihrer transformativen Kraft in vielfältiger Form Lebens- und Erfahrungsbereiche. (...) Um gesellschaftliche Legitimität zu erlangen, müssen Unternehmen mehr als nur leistungswirtschaftliche Antworten geben.“</i></p> <p>Nachhaltigkeitsmanagement ist daher integraler Bestandteil moderner Betriebswirtschaftslehre. Dabei geht es gerade nicht um das bloße Vermitteln von Instrumentenwissen oder gar reines surface learning, sondern Erziehen zum dialogischen Miteinander, zum kritischen Denken, zum deep learning. So lernen Studierende, im späteren Berufsleben - gemeinsam mit anderen - Antworten auf die konkreten Fragen ihrer beruflichen Praxis in ihrer gesellschaftlichen Verantwortung zu finden.</p> <p>Das Modul setzt daher breiter auf, ordnet betriebswirtschaftliches Nachhaltigkeitsmanagement in den gesellschaftlichen Rahmen und die entscheidende Frage nach Wegen zukunftsfähigen Wirtschaftens ein.</p>
Studiensemester (ggf. Trimester)	6. Semester
Dauer des Moduls	Ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester

Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte
Gesamtworkload	Gesamtworkload: 125 Stunden, davon Präsenzzeiten: 30 Stunden Selbstlern- und Prüfungszeiten: 95 Stunden
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	B.A. Business Management
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine Voraussetzungen.
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Seminararbeit.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5/149 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung, Übungen, Textarbeit (aktuelle Wirtschaftspresse), Fallbeispiele, Lehrgespräche, Gruppenarbeit
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Pflichtlektüre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Novy, A. et al. (2020). Zukunftsfähiges Wirtschaften. Weinheim: Beltz Juventa • Pufé, I. (2017). Nachhaltigkeit. Tübingen: UTB 3.A. <p>Zusätzliche empfohlene Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fink, C. & Bäuscher, B. (2020). Praxis der nichtfinanziellen Berichterstattung. Eine Analyse der Berichtspraxis der DAX- und MDAX-Unternehmen für die Geschäftsjahre 2017 und 2018. • Hermann, T. (2019). Corporate Social Responsibility in the dock. How persuasive strategies support verbal accounts in the event of loss of trust. management revue – Socio-Economic Studies. 2019. Vol. 30 268-311

Modul-Nr./ Code	VER
Modulbezeichnung	Verantwortungsvolle Unternehmensführung
Modulverantwortliche/r	Jürgen Kaufmann
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Einbettung des Modulthemas in historische und systematische Zusammenhänge. • Klärung von Grundbegriffen (z.B. Verantwortung, Unternehmensführung, soziale Regeln, Handlung, Wert, Norm) • Konzepte der Unternehmensverantwortung: Corporate Citizenship, Corporate Stewardship, Global Compact der UN, Corporate Social Responsibility, Public Private Partnership • Praktische Umsetzung der Verantwortungsethik als „Management der Verantwortung“ • Unternehmen als moralfähige Akteure: Voraussetzungen und Bedingungen • Stakeholder als Adressaten der Unternehmensverantwortung • Stakeholderanalyse unter ethischen Gesichtspunkten: Bewertung von Stakeholderansprüchen an Unternehmen (Verantwortungsethik vs. Strategie) • Zentrale Werte der verantwortungsvollen Unternehmensführung (Gerechtigkeit, Nachhaltigkeit, Gemeinwohl) • Handlungsfelder der Unternehmensverantwortung: Führungs- und Mitarbeiterethik, Integrity, Compliance-Management, Corporate Governance und CSR • Mitverantwortung der Mitarbeiter*innen: Implementierung einer Unternehmenskultur der Verantwortung
Lernergebnisse des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung personaler Kompetenzen (nach John Erpenbeck): normativ-ethische Einstellung, Eigenverantwortung • Entwicklung von Aktivitäts- und Handlungskompetenzen (nach John Erpenbeck): soziales Engagement, Gestaltungswille • Entwicklung der Kritikfähigkeit der Studierenden gegenüber Konzeptionen, die Wirtschaften von Ethik abkoppeln wollen • Die Studierenden entwickeln die Fähigkeit, die gesellschaftlichen und ökologischen Folgen wirtschaftlichen Handelns zu erkennen und kritisch zu beleuchten. • Sie entwickeln die Kompetenz, ihr Handeln in und für Unternehmen im gesellschaftlichen Kontext verantwortungsvoll zu gestalten. • Die Studierenden können erklären, was moralische Verantwortung von Wirtschaftsakteuren, insbesondere von Unternehmen, bedeutet. • Sie können anspruchsvolle Texte planmäßig erschließen und Anschlussfragen entwickeln.
Studiensemester	3. Semester
Dauer des Moduls	Ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Sommersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Credits
Gesamtworkload	Gesamtworkload: 125 Stunden, davon

	Präsenzzeiten: 30 Stunden Selbstlern- und Prüfungszeiten: 95 Stunden
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	B.A. Business Management
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Seminararbeit.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5/149 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Unterricht in Form von Vorlesungen und regelmäßigen seminaristischen Diskussionsphasen. Angeleitete Lektüre sowie regelmäßige Diskussion aktueller Zeitungsartikel mit engem Bezug zum Modulthema und/oder von Fallbeispielen.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Gastvorträge zu Vertiefungsthemen (z.B. Nachhaltigkeit, Unternehmensethik, Warensymbolik).
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Unterricht in Form von kurzen Vorlesungen und regelmäßigen seminaristischen Diskussionsphasen, Fallbearbeitungen in engem Bezug zu Modulhalten • Aßländer, Michael (2011): Handbuch Wirtschaftsethik. Stuttgart (J.B. Metzler) • Fenner, Dagmar (2010): Einführung in die angewandte Ethik. Tübingen (UTB) • Göbel, E. (2017): Unternehmensethik. Grundlagen und praktische Umsetzung. 5. Auflage. München (UTB) • Jonas, Hans (2003): Das Prinzip Verantwortung. Versuch einer Ethik für die technologische Zivilisation. Frankfurt am Main (Suhrkamp) • Kreipl, Claudia (2020): Verantwortungsvolle Unternehmensführung. Corporate Governance, Compliance Management, Corporate Social Responsibility. Wiesbaden (Springer) • Ulrich, Peter (2016): Integrative Wirtschaftsethik. 5. Auflage. Bern (Haupt)

Modul-Nr./ Code	MAF
Modulbezeichnung	Mitarbeiterführung
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Susanne Steimer
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Führungsansätze, Führungsstile • Führung im Kontext von Menschenbildern und Werthaltungen • Führungsansätze und Führungstheorien • Instrumente der Führung • Motivation, Zielvereinbarung und Anreizsysteme und deren Wirkung auf Engagement und Leistung von Mitarbeitern • Kooperation und Konflikt in Führungssituationen • Führung von Gruppen und Teams • Kommunikation und Moderation in Führungssituationen • Personalauswahl und –beurteilung, typische Beurteilungsfehler in Führungssituationen, Persönlichkeitsmodelle • Aktuelle Trends: z.B. Mitarbeiterführung und Komplexität von Organisationen, Diversity, Agiles Leadership
Lernergebnisse des Moduls	<p>Nach der Teilnahme kennen die Studierenden die Aufgaben und Herausforderungen, die ihm Rahmen der Führungsarbeit in Unternehmen anfallen. Die Studierenden bestimmen und reflektieren ihre Motivation für Führungsaufgaben und ihr eigenes Führungsverständnis. Sie haben Kenntnisse über das Rollenspektrum einer Führungskraft, z.B. als Motivator, Coach, Personalentwickler und Leistungsbeurteiler.</p> <p>Modelle und Instrumente der Mitarbeiterführung sowie ihre situative Anwendung in der Praxis sind den Studierenden bekannt. Sie verstehen den Einfluss der eigenen Werthaltungen und Menschenbilder auf eigenes Führungshandeln und haben erste eigene Führungserfahrungen im Rahmen der Veranstaltung auf spielerische Weise erlebt.</p>
Studiensemester (ggf. Trimester)	8. Semester
Dauer des Moduls	Ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Sommersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte
Gesamtworkload	Gesamtworkload: 125 Stunden, davon Präsenzzeiten: 30 Stunden Selbstlern- und Prüfungszeiten: 95 Stunden
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	B.A. Business Management B.Sc. Psychologie und Management
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Seminararbeit.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5/149 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Impulsvortrag, Gruppenarbeit, Fallstudien, Lehrgespräch, Diskussion, Textarbeit, Übungen
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	

Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Pflichtlektüre:</p> <ul style="list-style-type: none">• Felfe, J. (aktuelle Auflage), Mitarbeiterführung. Praxis der Personalführung, Hogrefe.• Nerdinger, F. W. (aktuelle Auflage), Erfolgreich führen. Grundwissen, Strategien, Praxisbeispiele, Beltz Taschenbuch. <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none">• Sprenger, R. (aktuelle Auflage). Mythos Motivation. Wege aus einer Sackgasse. Campus.• Sprenger, R. (aktuelle Auflage). Radikal führen. Campus• Malik, F. (aktuelle Auflage). Führen, Leisten, Leben. Campus
--	--

Modul-Nr./ Code	ITI
Modulbezeichnung	IT Systeme und IT Anwendungen in Unternehmen
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Christoph Sandbrink
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des IT-Managements in Unternehmen • Bezüge des IT-Managements zum strategischen und operativen Management • Einführung in die Informationswirtschaft, Informationssysteme, Informations- und Kommunikationstechnologien • IT-Governance und Alignment • IT-Servicemanagement • IT-Sicherheit und Datenschutz • ERP- und CRM-Systeme: Konzept - Ebenen und Komponenten - Anforderungen und Auswahl – Implementierung • Business Analytics und Predictive Analytics • Fallbeispiele im CRM-System
Lernergebnisse des Moduls	Die Studierenden kennen die Grundlagen des IT-Managements in Unternehmen. Sie verstehen, wie IT-Systeme unternehmensinterne wie externe Prozesse unterstützen und gestalten. Sie lernen die wesentlichen Bestandteile von ERP-Systemen (z.B. SAP) und CRM-Systemen kennen. An konkreten Fallbeispielen mittels einer CRM-Übungsapplikation lernen sie konkrete Fragestellung wie bspw. Kundensegmentierung zu analysieren. Sie haben sich mit Fragen der IT-Architektur, IT-Sicherheit und dem Datenschutz auseinandergesetzt.
Studiensemester	7. Semester
Dauer des Moduls	Ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Sommersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte
Gesamtworkload	Gesamtworkload: 125 Stunden, davon Präsenzzeiten: 30 Stunden Selbstlern- und Prüfungszeiten: 95 Stunden
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	B.A. Business Management
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine Voraussetzungen.
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur über 90 Minuten.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5/149 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Impulsvortrag, Diskussion, Übungen, Lehrgespräch
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Pflichtlektüre: <ul style="list-style-type: none"> • Kumar; R. (2012): Customer Relationship Management. Berlin, Heidelberg.

	<ul style="list-style-type: none">• Resch, O. (2020). Einführung in das IT-Management. Erich Schmidt Verlag.• Abts, D. & Müller, W. (2017). Grundkurs Wirtschaftsinformatik, 9. Auflage. Springer Vieweg. <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none">• Laudon, K.C., Laudon, J. & Schoder, D. (2015). Wirtschaftsinformatik: Eine Einführung, 3. Auflage. Pearson.• Schnauffer, R. & Jung, H. (2004): CRM-Entscheidungen richtig treffen – Die unternehmensindividuelle Ausgestaltung der Anbieter-Kunden-Beziehung. Heidelberg: Springer.• Stadelmann, M., Wolter, S., Tomczak, T. & Reinecke, S. (2003): Customer Relationship Management. Zürich.
--	--

Modul-Nr./ Code	MPL
Modulbezeichnung	Materialwirtschaft, Produktion, Logistik
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Hans-Rüdiger Kaufmann
Inhalte des Moduls	<p>Das Entscheidungsfeld der Materialwirtschaft Organisation der Materialwirtschaft Make-or-Buy- Entscheidungen Strategische Beschaffung Operative Beschaffung E-Procurement Supply Chain Management Bestandsmanagement</p> <p>Überblick über das Produktionsmanagement Standortentscheidungen für Produktion und Lager Produktionsplanung und -steuerung/PPS-Konzeptionen Entsorgung Qualitätsmanagement Umweltschutzpolitik Digitalisierung der Produktion</p> <p>Logistisch relevante Prinzipien Leistungskomponenten der Güterlogistik Outsourcing von Logistikdienstleistungen Transaktionssysteme der internationalen Logistik Lagermanagement Vendor Managed Inventory Transport- und Verkehrsmanagement</p> <p>Angerechnet werden: Für Büromanagement: Materialwirtschaft Für Industrie: Material- und Produktionswirtschaft Für Groß-/Außenhandel: Materialwirtschaft und (Distributions-)Logistik</p>
Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden besitzen fundiertes Wissen über Sichtweisen und Funktionen der Materialwirtschaft, Produktionswirtschaft und Logistik. Sie kennen die grundlegenden Aufgabenstellungen der Material- und Produktionswirtschaft sowie deren Schnittstellen zu anderen betrieblichen Bereichen.</p> <p>Die Studierenden lernen exemplarische praxisnahe Problemlösungen kennen. Sie können materialwirtschaftliche Konzepte beurteilen und konkrete Aufgabenstellungen lösen. Sie lernen, materialwirtschaftliche und logistische Entscheidungen in strategischer und operativer Sicht zu treffen und Strategieoptionen zu beurteilen.</p> <p>Methoden des Qualitätsmanagements und des Prozessmanagements sind bekannt.</p> <p>Die Studierenden erwerben umfassende Kenntnisse über Bedeutung, Inhalte und Ausgestaltung von logistischen Funktionen. Sie können innerbetriebliche und marktseitige Gegebenheiten analysieren. Auf dieser Basis sind sie in der Lage, logistische Entscheidungen in einer Supply Chain aus strategischer und operativer Perspektive zu treffen.</p>
Studiensemester (ggf. Trimester)	5. Semester

Dauer des Moduls	Ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Wintersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	Für Industrie und Groß-/Außenhandel: 1 ECTS-Punkte + Anrechnung von 4 ECTS Für Büromanagement: 3 ECTS-Punkte + Anrechnung von 2 ECTS
Gesamtworkload	Gesamtworkload: 25 bzw. 75 Stunden, davon Präsenzzeiten: 10 bzw. 31 Stunden Selbstlern- und Prüfungszeiten: 15 bzw. 44 Stunden
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	B.A. Business Management
Voraussetzungen für die Teilnahme	-
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Seminararbeit (für Industriekfm./frau und Groß-/Außenhandel) bzw. Klausur (für Büromanagement). Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist die regelmäßige Teilnahme an der Vorlesung.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5/149 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung, Übungen, Partnerarbeit; Fallstudien
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	-
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt. <ul style="list-style-type: none"> • Arndt, H.: Supply Chain Management: Optimierung logistischer Prozesse. Wiesbaden: Gabler • Brumme, H.; Schröter, N.; Schröter, I.: Supply-Chain-Management und Logistik. Stuttgart: Kohlhammer • Ehrmann, H.: Logistik. Ludwigshafen: Kiehl • Haasis, H-D.: Produktions- und Logistikmanagement: Planung und Gestaltung von Wertschöpfungsprozessen. Wiesbaden: Gabler Wannenwetsch, H.: Integrierte Materialwirtschaft und Logistik: Beschaffung, Logistik, Materialwirtschaft und Produktion. Heidelberg u.a.: Springer • Werner, H.: Supply Chain Management: Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling. Wiesbaden: Gabler

Modul-Nr./ Code	PRPR
Modulbezeichnung	Projekte und Prozesse
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Thomas Hermann
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden sollen Grundlagen der Projektplanung, der Projektkontrolle und der Projektsteuerung kennen lernen. • Abgrenzung und Besonderheiten von Projekten im Unternehmen • Welche Ziele verfolgen Projekte und wie werden Projekte geplant • Welche Personen werden im Projekt mit welchen Besonderheiten eingebunden • Welche Risiken bergen Projekte und wie werden diese kontrolliert oder minimiert • Was ist ein Projektauftrag, wie geht dieser von statten und wie stellt sich der Projektmanager seiner Verantwortung • Die wachsenden Anforderungen an Zeit, Qualität, Kosten und Flexibilität können Unternehmen nur erfüllen, wenn sie den Wandel als permanente Herausforderung und kontinuierlichen Prozess betrachten • Was sind Geschäftsprozesse, welche Ausprägungen gibt es davon und wie werden diese optimiert • Welche Probleme treten dabei auf und wie werden diese beherrschbar gestaltet • Wie erfolgt eine Konzeption von Geschäftsprozessen und wie werden dabei Ziel und Strategie eingebunden <p>Kundenorientierung und Produktivität sind Schlüssel geschäftlichen Erfolges. Die Ursachen beider Problembereiche liegen häufig im fehlenden oder unzureichenden Management der Geschäftsprozesse. Durch Gegenmaßnahmen wird das Unternehmen auf Kundenbedürfnisse ausgerichtet, effizient organisiert, zielorientiert gesteuert und kontinuierlich verbessert.</p> <p>Für Studierende mit Ausbildungsberuf Industrie bzw. Büromanagement: Aktualisierung und wissenschaftliche Fundierung der Fachinhalte, die angerechnet werden.</p>
Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden werden die theoretischen Grundlagen des Projektmanagements kennenlernen und mit den Projekten aus den Partner Unternehmen vergleichen können. Es wird deutlich, welche unterschiedlichen Stellenwerte Projekte besitzen und inwiefern sie den Unternehmensalltag bestimmen.</p> <p>Im zweiten Teil wird das Wesen und deren Anwendung im Rahmen von Geschäftsprozessen untersucht. Dadurch soll die Zufriedenheit von Kunden und anderen Interessensgruppen des Unternehmens sichergestellt werden. Es soll deutlich werden, dass viele Unternehmen Effektivitäts- oder Effizienzprobleme aufweisen, die ursächlich aus der Nichtbeherrschung der Prozesse im Unternehmen kommen.</p>

	Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, im Falle der weiteren Tätigkeit im PartnerUnternehmen sofort und ohne längere Einarbeitungszeit die gegenwärtigen Projekte, deren Projektstand und die Ziele zu erfassen sowie auf die Geschäftsprozesse mit ihren Zuständigkeiten bestmöglich vorbereitet zu sein.
Studiensemester (ggf. Trimester)	7. Semester
Dauer des Moduls	Ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	1 ECTS-Punkt + Anrechnung von 4 ECTS
Gesamtworkload	Gesamtworkload: 25 Stunden, davon Präsenzzeiten: 10 Stunden Selbstlern- und Prüfungszeiten: 15 Stunden
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	B.A. Business Management
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Seminararbeit. Voraussetzung: regelmäßige Teilnahme an der Vorlesung.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5/149 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vortrag, Lehrgespräch, Übungen
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Einbeziehen von Referenten der Partnerunternehmen.
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Pflichtlektüre: <ul style="list-style-type: none"> • Project Management Institut, PMBOK Guide, A Guide to the Project Management Body of Knowledge, 4. Aufl., 2008; • Schmelzer, H./Sesselmann, W., Geschäftsprozessmanagement in der Praxis, Hanser, München, 2007

Teil 4: Bachelorarbeit/Praktikum

Modul-Nr./ Code	PR
Modulbezeichnung	Praktikum
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Susanne Steimer
Inhalte des Moduls	<p>Das Praktikum umfasst 18 Wochen und sollte nach Möglichkeit in einem Partnerunternehmen der Hochschule durchgeführt werden.</p> <p>Der Praktikumsplatz ist studiengangsbezogen zu wählen, um die Erprobung der bisher im Studium erlernten Inhalte zu ermöglichen. Näheres regelt die Rahmenprüfungsordnung.</p> <p>Über Verlauf und Ergebnis des Praktikums ist ein Praktikumsbericht anzufertigen.</p>
Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden lernen sich in der Arbeitswelt zurechtfinden und das bisher erlernte Wissen in der Arbeitspraxis anzuwenden.</p> <p>Sie reflektieren ihr eigenes Verhalten im Kontext der Organisation und in unterschiedlichen Situationen in der Arbeitswelt. Durch die Anfertigung des Praktikumsbericht bewerten sie das Erlebte und zeigen den Transfer der Studieninhalte in der Praxis auf.</p>
Studiensemester	6. Semester
Dauer des Moduls	Ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Sommersemester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	1 ECTS-Punkt + 29 über Anrechnung
Gesamtworkload	Gesamtworkload: 15 Stunden, davon Präsenzzeiten: 10 Stunden Selbstlern- und Prüfungszeiten: 15 Stunden
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	B.A. Business Management
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Praktikumsbericht
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Nicht benotet
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Nicht relevant
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Die Kontaktstunden finden zum Teil in Präsenz am Campus im Rahmen eines zweiwöchigen Blocks und zum Teil online statt.
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	

Modul-Nr./ Code	BA
Modulbezeichnung	Bachelorarbeit
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Susanne Steimer
Lehrveranstaltungen BA1	Bachelorkolloquium
Inhalte der Lehrveranstaltung 1	Im Bachelorkolloquium werden die Studierenden auf die Bearbeitung der Bachelorarbeit vorbereitet. Sie erarbeiten selbständig ein potentielles Thema, recherchieren hierzu Literatur, erarbeiten sich eine erste Gliederung und formulieren ihre Forschungsfragestellung und das Vorgehen in der Bachelorarbeit. Das Bachelorkolloquium findet im 5. Studiensemester bzw. in der vorlesungsfreien Zeit zwischen dem 5. und 6. Fachsemester statt.
Lehrveranstaltungen BA2	Erstellung der Bachelorarbeit
Inhalte der Lehrveranstaltung 2	Abhängig vom gewählten Thema
Lernergebnisse des Moduls	Mit der Erarbeitung der Bachelorarbeit zeigen die Studierenden, dass sie in der Lage sind, die im Laufe des Studiums erarbeiteten Methoden und Inhalte auf ein praktisches Problem oder eine aktuelle Fragestellung anzuwenden. Sie wenden die Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens an und zeigen damit, dass sie in der Lage sind auf der Basis wissenschaftlicher Methoden und Verfahren eine überschaubare und abgegrenzte Fragestellung aus dem Management zu beantworten.
Studiensemester (ggf. Trimester)	8. Semester
Dauer des Moduls	Ein Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	12 ECTS-Punkte
Gesamtworkload	Gesamtworkload: 300 Stunden, davon Präsenzzeiten: 25 Stunden Selbstlern- und Prüfungszeiten: 275 Stunden
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	B.A. Business Management B.Sc. Psychologie und Management B.A. Soziale Arbeit - Integrationsmanagement
Voraussetzungen für die Teilnahme	Alle Prüfungsleistungen aus den Fachsemestern 1 bis 5 müssen erfolgreich absolviert sein, maximal 2 Prüfungsleistungen aus Fachsemester 5 dürfen nachgeholt werden (siehe Rahmenprüfungsordnung).
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Ausarbeitung im Umfang von 11.000 Wörter. Näheres regelt die Rahmenprüfungsordnung.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	12/149 Prozent
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Bachelorkolloquium: Lehrgespräch, Übung, Präsentation Bachelorarbeit: regelmäßige Betreuungsgespräche
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Die Bachelorarbeit kann in Zusammenarbeit mit Partnerunternehmen oder anderen Unternehmen erarbeitet werden. Die Kontaktstunden finden zum Teil in Präsenz am Campus im Rahmen eines zweiwöchigen Blocks und zum Teil online statt.
Literatur	Pflichtlektüre:

(Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none">• Brink, A (aktuelle Auflage). Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten. Ein prozessorientierter Leitfaden zur Erstellung von Bachelor-, Master- und Diplomarbeiten in acht Lehreinheiten, 4. Auflage. Springer Gabler.• Kornmeier, M. (aktuelle Auflage). Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht für Bachelor, Master und Dissertation. Physica Verlag.
--	---