

Modul: Grundlagen der BWL				
Semester	Dauer / Häufig- Art keit	Workload	Credits	Prüfungsform
1	ein Semester/ semesterweise	180 h, davon 18 h Kontaktstudium, 162 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.
Modulverantwortliche(r)		Voraussetzung für die Teilnahme		
Prof. Dr. A. Heinecke				
Lehrinhalte				
<p>Einordnung der Betriebswirtschaftslehre in die wiss. Disziplinen, Formal- und Sachziele der Betriebe und deren Messbarkeit durch Kenngrößen, Produktionsfaktoren, Rechtsformen von Betrieben, Kooperationen und Zusammenschlüsse von Betrieben, betriebliche Funktionen und Managementfunktionen.</p> <p>Vermittlung von betriebswirtschaftlichen Methoden: In besonderer Weise wird auf die Verknüpfung von Theorie und Praxis wertgelegt.</p>				
Kompetenzziele				
<p>Die Studierenden kennen die Denkansätze und das Erkenntnisobjekt der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre. Sie sind in der Lage, Erfolgsgrößen betriebswirtschaftlichen Handelns zu identifizieren, Wertschöpfungsprozesse darzustellen, konstitutive Entscheidungen, betriebliche Funktionen und Managementfunktionen inhaltlich zu beschreiben und in der betrieblichen Praxis nachzuvollziehen.</p> <p>Die Studierenden erhalten einen kompakten Überblick und eignen sich praktische betriebswirtschaftliche Problemlösungskompetenzen an.</p>				
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen				
Vorlesung mit Übungsteilen				
Literatur				
<p>Handouts, Veranstaltungsskript Hentze, J., Heinecke, A., Kammel, A.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, aktuelle Auflage Jung, H.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, aktuelle Auflage Schierenbeck, H.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, aktuelle Auflage Wöhe, G.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, aktuelle Auflage</p>				
Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen		
Prof. Dr. A. Kammel	deutsch	Grundlagen für die Module Unternehmensführung, Controlling, Marketing und Finanzmanagement.		

Modul: Absatz/Marketing				
Semester	Dauer / Häufig- keit	Workload	Credits	Prüfungsform
1	ein Semester/ semesterweise	180 h, davon 18 h Kontaktstudium, 162 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.
Modulverantwortliche(r)		Voraussetzung für die Teilnahme		
Prof. Dr. I. Bormann				
Lehrinhalte				
Begriffliche Abgrenzungen, Marketing-Ziele, Marketing-Strategien, Marketing-Instrumente (Produkt-, Kon- trahierung-, Distributions- und Kommunikationspolitik)				
Kompetenzziele				
Die Studierenden kennen die grundlegenden Begriffe des Marketing, sowie Gegenstandsbereiche des stra- tégischen und operativen Marketing. Sie sind in der Lage, das erworbene Wissen auf Fragestellungen der Marketingpraxis anzuwenden und selbständig zu beantworten. Ziel der Veranstaltung sind Auswahl und Anwendung verschiedenster marketingtechnischer Analysemethoden für operative Praxisbeispiele.				
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen				
Vorlesung mit Fallstudien und Übungsaufgaben (zusätzliche Übungen auf freiwilliger Basis werden ange- boten)				
Literatur				
Bormann, Ingrid; Hurth, Joachim: Hersteller- und Handelsmarketing, Kiehl, 2014.				
Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in ande- ren Studiengängen		
Prof. Dr. I. Bormann	deutsch	Marketingmanagement		

Modul: Beschaffung und Produktion					
Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
1	ein Semester/ semesterweise		180 h, davon 18 h Kontaktstudium, 162 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.
Modulverantwortliche(r)		Voraussetzung für die Teilnahme			
Prof. Dr. K.-H. Lüke					
Lehrinhalte					
Funktion, Typologie, Organisation der Beschaffung und Produktion, Produktionsfaktoren und Produkte der industriellen Produktion, Materialdisposition, Programmplanung.					
Kompetenzziele					
Die Studierenden kennen die Grundlagen der Beschaffung und Produktion. Sie sind in der Lage, reale Erscheinungsformen der industriellen Produktion anhand von Merkmalen bzw. Merkmalsausprägungen zu beschreiben. Die Studierenden können wesentliche Instrumente und Methoden der Materialdisposition und Programmplanung im Rahmen konkreter Entscheidungssituationen anwenden und beurteilen.					
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen					
Vorlesung mit Übungsteilen					
Literatur					
Blohm, H., Beer, T., Seidenberg, U., Silber, H.: Produktionswirtschaft, aktuelle Ausgabe. Corsten, H.: Produktionswirtschaft, aktuelle Ausgabe. Dyckhoff, H., Spengler, T.: Produktionswirtschaft, aktuelle Ausgabe. Hahn, D., Laßmann, G.: Produktionswirtschaft, Band 1, Grundlagen, aktuelle Ausgabe. Tempelmeier, H., Günther, H.: Produktion und Logistik, aktuelle Ausgabe.					
Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen			
Prof. Dr. K.-H. Lüke	deutsch	Produktions- und Logistikmanagement			

Modul: Economics				
Semester	Dauer / Häufig- Art keit	Workload	Credits	Prüfungsform
1	ein Semester/ semesterweise	180 h, davon 18 h Kontaktstudium, 162 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.
Modulverantwortliche(r)		Voraussetzung für die Teilnahme		
Prof. Dr. M. Broer				
Lehrinhalte				
<p>Es werden die Grundfragen des Wirtschaftens, elementare Begriffe und Konzepte der ökonomischen Denkweise vermittelt. Die Mikroökonomie analysiert einzelwirtschaftliche Entscheidungen der Haushalte und Unternehmen und deren Zusammenwirken auf Märkten. Hier werden u.a. Preistheorie, Marktformen (Polypol, Oligopol, Monopol) sowie Möglichkeiten und Konsequenzen staatlicher Eingriffe (z.B. Mindestpreis) in Marktprozesse erarbeitet. Der makroökonomische Veranstaltungsteil bietet eine Einführung in die volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen und in grundlegende gesamtwirtschaftliche Modelle. Es werden wirtschaftspolitische Ziele analysiert.</p>				
Kompetenzziele				
<p>Die Studierenden können die grundlegenden Entscheidungsregeln von Unternehmen und privaten Haushalten benennen und beschreiben. Sie sind zudem in der Lage die gewinnmaximale Menge für Unternehmen zu berechnen und bei privaten Haushalten das Haushaltsoptimum zu ermitteln. Die Studierenden können im Zusammenhang mit den verschiedenen Marktformen und den sich einstellenden Marktergebnissen die Unterschiede aufzählen, diskutieren und beurteilen. Die Studierenden kennen wichtige Größen der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen (BIP, BNE) und können ihre Verwendung als Wohlstandsindikator einordnen. Die Studierenden können die Ursachen der unterschiedlichen Arten der Arbeitslosigkeit benennen. Sie kennen die Geldfunktionen und -formen und sind in der Lage, die Zusammenhänge zwischen Geldmenge und Inflation und die durch Inflation hervorgerufenen Probleme darzulegen. Den Studierenden sind die Unterschiede zwischen der Nachfrage- und der Angebotspolitik bekannt und sie können auf Basis des IS-/LM-Modells die Wirkungen der unterschiedlichen konjunkturpolitischen Instrumente diskutieren und beurteilen. Über diesen rein fachlichen Bezug verbessert sich allgemein die Methodenkompetenz (Analysefähigkeit sowie abstraktes Denken) der Studierenden durch die Verwendung von Analysemodellen.</p>				
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen				
Vorlesung mit integrierten Übungsteilen (zusätzliche Übungen auf freiwilliger Basis werden angeboten)				
Literatur				
Mankiw, N.G. / Taylor, M. P. (2018): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 7. Auflage, Stuttgart				
Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen		
Dipl.-Kfm. P. Meyer	deutsch			

Modul: Informationsmanagement					
Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
1	ein Semester/ semesterweise		240 h, davon 24 h Kontaktstudium, 216 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.
Modulverantwortliche(r)		Voraussetzung für die Teilnahme			
Dipl.-Inf. W. Schobert					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen, Modelle und Methoden des Informationsmanagements • Grundlagen der Geschäftsprozessmodellierung und des Geschäftsprozessmanagements • Grundlagen relationaler Datenbanken und ER-Modellierung • Die Erstellung und Optimierung von Datenbankmodellen sowie der Implementierung mittels SQL • Struktur von Data-Warehouse-Systemen • Modellierung von Analytischen Informationssystemen [OLAP-Systeme] 					
Kompetenzziele					
<p>Die Studierenden kennen die Grundlagen, Konzepte und Methoden des Informationsmanagements und die Bedeutung von Informationen und Informationsqualität in operativen Systemen für das Unternehmen. Sie können Grundlagen der Geschäftsprozessmodellierung auf praxisnahe Fragestellungen anwenden. Darüber hinaus besitzen Sie ein allgemeines Verständnis zur Modellierung, Verwaltung und Auswertung von betrieblichen Daten. Die Funktionsweise effizienter Datenspeicherung und die Grundlagen systematischer Auswertungen sollen für die Studierenden nachvollziehbar sein. Hierbei sollen Studenten insbesondere die gängigen Prinzipien der Modellierung von relationalen Datenbanken sowie der Grundzüge von Data-Warehouse- und OLAP-Systemen kennen und anwenden können.</p>					
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen					
<p>Präsenzvorlesung und Online-Vorlesungen mit integrierten Übungsteilen Übungen im Selbststudium</p>					
Literatur					
<p>Gadatsch, A.: Grundkurs Geschäftsprozess-Management, ISBN 978-3834807625, aktuelle Auflage Heinrich, L.J., Stelzer, D.: Informationsmanagement, ISBN: 9783486590685, aktuelle Auflage Elmasri, R., Shamkant B.: Fundamentals of database systems, ISBN: 978-0321369574 aktuelle Auflage Heuer, A., Saake, G.: Datenbanken Konzepte und Sprachen, ISBN: 3826606191, aktuelle Auflage Bauer, A., Günzel, H.: Data-Warehouse-Systeme, ISBN: 3898642518, aktuelle Auflage Lehner, W: Datenbanktechnologie für Data-Warehouse-Systeme, ISBN: 3898641775, aktuelle Auflage Kemper, Mehanna, Unger: Business Intelligence – Grundlagen und praktische Anwendungen, Vieweg ISBN 978-3834802750, aktuelle Auflage</p> <p>Vorlesungsfolien mit Modell- und Codebeispielen</p>					
Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen			
Dipl.-Inf. W. Schobert	deutsch	Möglichkeit der Analyse von Unternehmens- und Marktdaten z.B. im Bereich des Controlling und Marketing			

Modul: Buchführung/Bilanzen				
Semester	Dauer / Häufig- Art keit	Workload	Credits	Prüfungsform
2	ein Semester/ semesterweise	180 h, davon 18 h Kontaktstudium, 162 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.
Modulverantwortliche(r)		Voraussetzung für die Teilnahme		
Dipl.-Ök. H. Palabiyik, M.A.				
Lehrinhalte				
Grundlagen der Bilanzierung, Ansatz, Ausweis und Bewertung von Bilanzposten im Einzelabschluss, Gewinn- und Verlustrechnung, Anhang, Lagebericht.				
Kompetenzziele				
Die Studierenden haben vertiefende Kenntnisse über die Grundlagen der Bilanzierung sowie die Ansatz-, Ausweis- und Bewertungsgrundsätze im Einzelabschluss nach Handels- und Steuerrecht. Sie sind in der Lage Aufgaben und Sachverhalte aus dem Bereich der Finanzbuchhaltung und Bilanzierung selbstständig zu lösen und zu beurteilen. Durch die Bearbeitung von Sachverhalten in kleinen Gruppen werden die Kommunikations- und Kooperationsfähigkeit sowie die Analysefähigkeit in Bezug auf fachliche Fragen gestärkt. Die Bereitstellung von vorlesungsbegleitenden Übungsaufgaben fördert die Selbständigkeit.				
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen				
Interaktive Vorlesung mit integrierten Übungsteilen				
Literatur				
Baetge, J.: Bilanzen, aktuelle Auflage Coenenberg, A.G.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, aktuelle Auflage Meyer, C.: Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht, aktuelle Auflage einschlägige Gesetzestexte				
Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen		
Dipl.-Ök. H. Palabiyik, M.A.	deutsch			

Modul: Kosten- und Leistungsrechnung				
Semester	Dauer / Häufig- Art keit	Workload	Credits	Prüfungsform
2	ein Semester/ semesterweise	180 h, davon 18 h Kontaktstudium, 162 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.
Modulverantwortliche(r)		Voraussetzung für die Teilnahme		
Prof. Dr. P. Capelle				
Lehrinhalte				
Begriffe, Aufgaben und Aufbau der Kosten- und Leistungsrechnung; Kostenartenrechnung, Kostenstellenrechnung, Kostenträgerstückrechnung, Kostenträgerzeitrechnung; Systeme der Kosten- und Leistungsrechnung				
Kompetenzziele				
Die Studierenden kennen die Begriffe, Aufgaben, Methoden und Systeme der Kosten- und Leistungsrechnung. Sie sind in der Lage, das erworbene Wissen auf Problemstellungen des Rechnungswesens in der Praxis anzuwenden. Die Studierenden können Sachverhalte aus dem Bereich der Kosten- und Leistungsrechnung beurteilen sowie daraus entsprechende Entscheidungen ableiten. Neben der Wissensvermittlung wird die Methodenkompetenz erweitert. Insbesondere die Analysefähigkeit und das vernetzte Denken bzw. Denken in Zusammenhängen wird gefördert.				
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen				
interaktive Vorlesung mit integrierten Übungsteilen Es werden konkrete Arbeitsaufträge für das Zeitbudget des Selbststudiums erteilt. Diese umfassen vor allem ein begleitendes Studium der als relevant ausgewiesenen Literatur sowie zusätzliche Übungsaufgaben. Die Erledigung dieser vorlesungsbegleitenden Aufgaben wird durch entsprechende Aufgabenstellungen in der Klausur sichergestellt.				
Literatur				
Däumler/Grabe (2013): Kostenrechnung 1, 11. Aufl., Herne Heinhold, Michael (2010): Kosten- und Erfolgsrechnung in Fallbeispielen, 5. Aufl., Stuttgart Hommel, M. (2015): Kostenrechnung, 4. Aufl., Frankfurt a.M. Schmidt, A. (2017): Kostenrechnung, 8. Aufl., Stuttgart				
Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen		
Prof. Dr. P. Capelle	deutsch			

Modul: Investition und Finanzierung				
Semester	Dauer / Häufig- Art keit	Workload	Credits	Prüfungsform
2	ein Semester/ semesterweise	180 h, davon 18 h Kontaktstudium, 162 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.
Modulverantwortliche(r)		Voraussetzung für die Teilnahme		
Prof. Dr. M. Spiwoks				
Lehrinhalte				
Es werden die Grundlagen der Finanzwirtschaft sowie grundlegende Verfahren der Investitionsrechnung vermittelt. Im Einzelnen wird erörtert:				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Begriffliche Grundlagen der Finanzwirtschaft 2. Unternehmensleitprinzipien und Insolvenzstatbestände 3. Merkmale und Funktionen des Eigenkapitals 4. Eigenkapitalbeschaffung der AG (u.a. Aktienarten, Formen der Kapitalerhöhung) 5. Formen der Innenfinanzierung 6. Finanzierungssurrogate 7. Kostenvergleichsrechnung 8. Gewinnvergleichsrechnung 9. Rentabilitätsvergleichsrechnung 10. Amortisationsrechnung 11. Kapitalwertmethode 12. Interner-Zinsfuß-Methode 13. Annuitätenmethode 				
Kompetenzziele				
Die Studierenden beherrschen die wichtigsten Grundbegriffe der Finanzwirtschaft. Sie erkennen die Charakteristika von Eigen- und Fremdkapital. Sie kennen die Wege der Eigen- und der Fremdkapitalbeschaffung. Sie reflektieren den grundlegenden Charakter der Investitionsrechnung für das Fällen von Entscheidungen in ökonomischen Zusammenhängen. Sie beherrschen die wichtigsten Verfahren der statischen und der dynamischen Investitionsrechnung unter Sicherheit.				
Die Veranstaltung zielt neben der Wissensvermittlung vornehmlich darauf ab, die Methodenkompetenz zu erweitern. Die Analysefähigkeit, das abstrakte und vernetzte Denken wird gefördert. Einführend wird kurz auf Grundlagen der Gehirn- und Gedächtnisforschung sowie auf Grundlagen der empirischen Lernforschung eingegangen, um sinnvolle Lern- und Arbeitsstrategien als solche identifizieren zu können. Dies zielt auf die Entwicklung der Methodenkompetenzen (Lern- und Arbeitstechniken, Denken in Zusammenhängen) und der Individualkompetenzen (Lernbereitschaft, Selbstständigkeit, Motivation und Leistungsbereitschaft) ab.				
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen				
Interaktive Vorlesung mit integrierten Übungsanteilen				
Es werden konkrete Arbeitsaufträge für das Zeitbudget des Selbststudiums erteilt. Diese umfassen vor allem ein begleitendes Studium der als relevant ausgewiesenen Literatur. Die Erledigung dieser vorlesungsbegleitenden Aufgaben wird durch entsprechende Aufgabenstellungen in der Klausur sichergestellt.				
Literatur				
Gräfer/Schiller/Rösner: Finanzierung, 8. Auflage, 2014				
Olfert, Klaus: Investition, 13. Auflage, 2015				
Perridon/Steiner/Rathgeber: Finanzwirtschaft der Unternehmung, 17. Auflage, 2017				
Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen		
Prof. Dr. M. Spiwoks	deutsch			

Modul: Wirtschaftsprivatrecht				
Semester	Dauer / Häufig- Art keit	Workload	Credits	Prüfungsform
2	ein Semester/ semesterweise	180 h, davon 18 h Kontaktstudium, 162 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.
Modulverantwortliche(r)		Voraussetzung für die Teilnahme		
Prof. Dr. G. Theis				
Lehrinhalte				
Abgrenzung zwischen öffentlichem und privatem Recht, öffentliche und private Gesetze; Bürgerliches Recht, Handels- und Gesellschaftsrecht; Methodik der juristischen Falllösung mit Fallstudie; Vertragsrecht: Zustandekommen von Verträgen, Nichtigkeit, Anfechtbarkeit, Widerruf; Allgemeine Geschäftsbedingungen; Verbraucherschutzrecht und Recht des e-commerce; Vertretung beim Rechtsgeschäft; handelsrechtliche Vollmachten (Prokura; Handlungsvollmacht); Rechtsregeln für Fristen und Termine; Verjährung von Ansprüchen; Wirtschaftlich relevante Schuldverhältnisse, insbes. Kauf, Miete, Pacht, Dienst-, Werkvertrag; Leistungsstörungen, Haftung für Erfüllungsgehilfe; Gewährleistungsrecht; Außervertragliche Haftung/unerlaubte Handlungen, Haftung für Verrichtungsgehilfen; Produkthaftungsrecht				
Kompetenzziele				
Die Studierenden verstehen (privat-) rechtliche Zusammenhänge und haben die Fähigkeit, Rechtsfragen zu beantworten und in der Rechtsanwendung einfache Rechtsfälle zu lösen.				
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen				
Vorlesung mit Übungen, Rechtsanwendung/Erarbeitung von Falllösungen, Besprechung von Fällen aus der Rechtssprechung				
Literatur				
-> jeweils aktuelle Auflage Müssig, Peter: Wirtschaftsprivatrecht, Rechtliche Grundlagen wirtschaftlichen Handelns; Heidelberg Führich, Ernst: Wirtschaftsprivatrecht, Bürgerliches Recht, Handelsrecht, Gesellschaftsrecht, München Dietlein, Johannes/Endriss, Dorothee/Feuerborn, Andreas: Grundlagen Recht für Wirtschaftswissenschaftler, Kompakte Darstellung mit Aufgaben und Lösungen, Herne Ann, Christoph/Hauck, Ronny/Obergfell, Eva Inés: Wirtschaftsprivatrecht kompakt, München aus der Lehrbuchreihe „Lernen im Dialog“, München folgende vier Bücher: Wörten, Rainer/Metzler-Müller, Karin: BGB-AT, Wörten, Rainer/ Metzler-Müller, Karin: Schuldrecht AT Wörten, Rainer/ Metzler-Müller, Karin: Schuldrecht BT Wörten, Rainer/Kokemoor, Axel/Lohrer, Stefan: Sachenrecht Rudkowski, Lena: Wirtschaftsrecht, BGB AT, Schuldrecht, Sachenrecht, Wiesbaden Eisenmann, Hartmut/Quittnat, Joachim/Tavakoli/Tavakoli, Anusch: Rechtsfälle aus dem Wirtschaftsprivatrecht, Heidelberg u.a. Eisenmann, Hartmut/Gnauk, Herbert/Quittnat, Joachim: Rechtsfälle aus dem Wirtschaftsprivatrecht, Heidelberg Eisenberg, Claudius/Gildeggen, Rainer/Reuter, Andreas/Willburger, Andreas: Produkthaftung, Kompaktwissen für Betriebswirte, Ingenieure und Juristen, München				
Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen		
Prof. Dr. M. Jesser	deutsch	Personalwirtschaft, Arbeitsrecht		

Modul: Business Methods

1. Teilmodul: International Business
2. Teilmodul: Business Simulation Game

Kompetenzziele des Moduls

Die Studierenden können internationalen Marktchancen und -risiken sowie die Stärken und Schwächen von globalen Unternehmen analysieren. Die Studierenden erlernen anhand von Cases und Simulationen, wie Prozesse in Unternehmen ablaufen und miteinander vernetzt sind. Hierbei werden die Fähigkeiten zum vernetzten Denken und zur Planung und Umsetzung entsprechender Lösungsstrategien erarbeitet.

Modulverantwortliche/r	Credit / Workload	Prüfungsform
Prof. Dr. M. Hoffmeister	6 CP/ 180 h	siehe unter den Teilmodulen

Teilmodul: International Business					
Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
3	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	90 h, davon 9 h Kontaktstudium, 81 h Selbststudium	3	Klausur 45 min. (deutsch)
Teil-Modulverantwortliche(r)			Voraussetzung für die Teilnahme		
Prof. Dr. M. Hoffmeister			Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen		
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> • Einführung: Globalisierung, Megatrends, Internationalisierungsziele und „Treiber“ • Internationale Management Orientierung • Rahmenbedingungen (PEST Analyse): Politische und rechtliche, ökonomische, soziale und kulturelle sowie technologische und geografische Umwelt • Markt- und Standortwahlentscheidungen: Prozesse der Strategieentwicklung; grundlegende internationale Strategien • Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien: Marktsegmentierung, Markteintrittsstrategien, Timing Strategien, Internationale Marketingstrategien 					
Kompetenzziele					
Das Teilmodul fördert das Denken in globalen Zusammenhängen. Die Studierenden analysieren kritisch das unternehmensspezifische internationale Umfeld. Dabei identifizieren und bewerten sie die entsprechenden nationalen und internationalen Marktchancen und -risiken sowie die Unternehmensstärken und -schwächen. Die Studierenden sind in der Lage, internationale Unternehmenskonzepte und entsprechende Implementierungsmaßnahmen zu entwickeln und anzuwenden. Die Studierenden wenden hierfür fachwissenschaftliche Methoden an.					
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen					
Vorlesung, Diskussionen und integrierter Workshop mit Übungsanteilen (beispielsweise Videoanalyse)					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> • Keegan, W, Global Marketing, Essex, aktuelle Auflage • Luthans, F.; Doh, J., International Management: Culture, Strategy and Behavior, Boston, aktuelle Auflage • Internationales Management, Kutschker, M., Schmid, S., München, aktuelle Auflage 					
Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen			
Prof. Dr. M. Hoffmeister	deutsch				

Teilmodul: Business Simulation Game					
Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	90 h, davon 18 h Kontaktstudium, 72 h Selbststudium	3	Kumulative Prü- fung
Teil Modulverantwortliche(r)			Voraussetzung für die Teilnahme		
Prof. Dr. A. Heinecke			Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen, Finanz- und Rechnungswesen		
Lehrinhalte					
Simulation von betrieblichen Entscheidungen aus den Bereichen Personal, Beschaffung, Produktion, Ab- satz und Finanzierung. Es werden mit dem Computerplanspiel aufeinander folgende Geschäftsjahre simuliert und die daraus resul- tierenden Ergebnisse in Geschäftsberichten, Bilanz, G. u. V. wie in der Praxis als Entscheidungsgrundlage zur Verfügung gestellt. Bei der gruppenspezifischen Entscheidungsfindung lassen sich z.B. Planungsinstrumente etc. integrieren.					
Kompetenzziele					
Die Studierenden sollen die Interdependenzen der betrieblichen Funktionen im Innenverhältnis und die Wir- kungsmechanismen international agierender Unternehmen aus der Perspektive der Unternehmensleitung. Zusätzlich werden ‚Soft-Skills‘ durch die Gruppenkonzeption erworben, die die Sozial- und Methodenkom- petenz verbessern.					
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen					
Übung in kleinen Gruppen (je 5 Personen) die in Interaktion über die Computersimulation verbunden sind. Es besteht Teilnahmepflicht.					
Literatur					
Computergestütztes Planspiel					
Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in ande- ren Studiengängen			
Dipl.-Kff. C. Kunst	deutsch				

Modul: Unternehmensführung					
Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
3	ein Semester/ semesterweise	Vertiefungs- fach (Wahl 4 aus 5)	180 h, davon 18 h Kontaktstudium, 162 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.
Modulverantwortliche(r)		Voraussetzung für die Teilnahme			
Dipl.-Kfm. G. Zeranski					
Lehrinhalte					
Strategische Planung als Unternehmensfunktion Strategische Planungsinstrumente, wie SWOT-Analysen, Portfolio-Technik, Scoring-Modelle, Szenario-Technik, PIMS-Studien Neuere und klassische Organisationsformen, wie agile Organisation, virtuelle Organisationsformen, Teamvermaschungsmodelle, Einlinien- und Mehrlinienorganisation, Matrixorganisation Personalführung und Motivation Change Management					
Kompetenzziele					
Die Studierenden erkennen die Komplexität der Strategischen Planung in einem Unternehmen und können geeignete Planungsinstrumente einsetzen. Die Studierenden können eigenständig gegebene Planungsinstrumente weiterentwickeln und sind in der Lage, aus einem Strategiebündel adäquate Strategien auszuwählen. Darüber hinaus erkennen die Studierenden, wie bei der Auswahl von Strategien und Maßnahmen Techniken der subjektiven Verhaltensbeeinflussung den Umsetzungserfolg verbessern. Die Studierenden kennen die Bedeutung der Mitarbeitermotivation, kennen geeignete Mittel um die extrinsische Motivation zu steigern und sind in der Lage unterschiedliche Führungsstile zu beschreiben.					
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen					
Vorlesung mit ausgedehnten Übungsanteilen wie, Gruppenübungen, Bearbeitung von Fallbeispielen, Präsentation von Referaten					
Literatur					
Bea/Haas: Strategisches Management, 6. Aufl., Stuttgart, Jena 2012 Bloech, J./Götze, U./Huch, B./Lücke, W./Rudolph, F.: Strategische Planung, Instrumente, Vorgehensweise und Informationssysteme, Heidelberg 1994 Bühner, R.: Betriebswirtschaftliche Organisationslehre, 10. Aufl., München 2004 Hammer, R. M.: Unternehmensplanung, 9. Aufl., Berlin, München, Boston 2015 Kreikebaum, H., Gilbert, U., Behnam, M.: Strategische Unternehmensplanung, 7. Aufl., Stuttgart 2011 Steinmann, H., Schreyögg, G.: Management, 7. Aufl., Wiesbaden 2013 Staehele, H.W., Conrad, P., Sydow, J.: Management, 8. Aufl., München 1999 North, K.: Wissensorientierte Unternehmensführung, 6. Aufl., Wiesbaden 2016					
Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen			
Dipl.-Kfm. G. Zeranski	deutsch	Masterthesis			

Modul: Controlling					
Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
3	ein Semester/ semesterweise	Vertiefungs- fach (Wahl 4 aus 5)	180 h, davon 18 h Kontaktstudium, 162 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.
Modulverantwortliche(r)		Voraussetzung für die Teilnahme			
Dipl.-Kfm. T. Volkmann					
Lehrinhalte					
Controllingbegriff, Controlling und Management, Kennzahlen auf Basis des Jahresabschlusses, Budgetierung, Deckungsbeitragsrechnung, Operative Kostenplanung und Kostenkontrolle, Target Costing, Investitionsbeurteilung, Earned Value Analysis					
Kompetenzziele					
Die Studierenden kennen unterschiedliche Begriffsdefinitionen des Controllings und können diese interpretieren. Sie können verschiedene Instrumente des Controllings entsprechend den genannten Lehrinhalten, wie z. B. Cashflow Rechnungen, Budgetplanungen, Kennzahlen erstellen bzw. berechnen. Dadurch wird ihr Wissen vertieft und erweitert. Die kritische Auseinandersetzung mit den Ergebnissen erhöht das Wissensverständnis. Die Diskussion der Anwendungsvoraussetzungen der Instrumente befähigt die Absolventen, über deren Einsatz in anderen Situationen zu entscheiden und gegebenenfalls angepasst zu nutzen. Sie sind in der Lage, die Auswahl und Anpassung der Tools zu erklären und zu diskutieren.					
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen					
Vorlesung mit integrierten Übungsanteilen, zusätzliche Übungen für das Selbststudium					
Literatur					
Fiedler, R.: Controlling von Projekten, 7. Aufl., 2016. Grob, H. L.: Einführung in die Investitionsrechnung, 5. Aufl., 2006. Horváth, P./ Gleich, R./ Seiter, M.: Controlling, 13. Auflage, 2015. Joos, T.: Controlling, Kostenrechnung und Kostenmanagement, 5. Auflage, 2014. Weber, J./ Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, 15. Aufl., 2016. Weber, J./ Schäffer, U./ Binder, C.: Einführung in das Controlling. Übungen und Fallstudien mit Lösungen, 3. Aufl., 2016.					
Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen			
Dipl.-Kfm. T. Volkmann	deutsch	Masterthesis			

Modul: Produktions- und Logistikmanagement					
Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
3	ein Semester/ semesterweise	Vertiefungs- fach (Wahl 4 aus 5)	180 h, davon 18 h Kontaktstudium, 162 h Selbststudium	6	Hausarbeit
Modulverantwortliche(r)		Voraussetzung für die Teilnahme			
Prof. Dr. K.-H. Lücke					
Lehrinhalte					
Produktions- und Kostenmodelle mit unmittelbaren Produktionsfaktor-Produkt-Beziehungen, Programm- und Ablaufentscheidungen bei Mehrfachfertigung, Grundlagen des Logistikmanagements, Begriff, Aufgaben, Ziele, Systeme, Prozesse der Logistik, Graphentheorie, Transportplanung, Rundreiseplanung, Tourenplanung.					
Kompetenzziele					
Die Studierenden kennen ausgewählte Produktions- und Kostenmodelle bei unmittelbaren Produktionsfaktor-Produkt-Beziehungen. Sie können spezifische Problemstellungen bei limitationalen und substitutionalen Produktionsbedingungen verstehen und diesbezügliche Aufgaben lösen. Sie sind in der Lage, ausgewählte Instrumente und Methoden zur Programm- und Ablaufplanung anzuwenden und zu beurteilen. Die Teilnehmer*innen kennen die Grundlagen des Logistikmanagements. Die Studierenden sind in der Lage, spezifische Instrumente und Methoden des Logistikmanagements in konkreten Entscheidungssituationen anzuwenden und zu beurteilen.					
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen					
Vorlesung mit Übungsteilen					
Literatur					
Blohm, H., Beer, T., Seidenberg, U., Silber, H., Produktionswirtschaft, aktuelle Ausgabe. Corsten, H., Produktionswirtschaft, aktuelle Ausgabe. Hahn, D., Laßmann, G., Produktionswirtschaft, Band 1, Grundlagen, aktuelle Ausgabe. Domschke, W., Logistik: Rundreisen und Touren, aktuelle Ausgabe. Domschke, W., Scholl, A., Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, aktuelle Ausgabe. Küpper, H-U., Helber, S., Ablauforganisation in Produktion und Logistik, aktuelle Ausgabe.					
Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen			
Prof. Dr. K.-H. Lücke	deutsch	Masterthesis			

Modul: Marketingmanagement					
Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
2	ein Semester/ semesterweise	Vertiefungs- fach (Wahl 4 aus 5)	180 h, davon 18 h Kontaktstudium, 162 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.
Modulverantwortliche(r)			Voraussetzung für die Teilnahme		
Prof. Dr. I. Bormann			Absatz/Marketing		
Lehrinhalte					
Marketing-Konzepte, Marketing-Planungsprozess, Marketing-Zielplanung, Marketing-Strategien, ausgewählte Aspekte der Marktforschung					
Kompetenzziele					
Die Studierenden kennen alle gängigen Ansätze im Rahmen der strategischen Marketing-Planung. Sie sind in der Lage, das erworbene Wissen auf Problemstellungen der strategischen Marketing-Praxis anzuwenden. Die Studierenden können dabei insbesondere die spezifischen Aspekte einer internationalen Ausrichtung der Marketingaktivitäten einschätzen und in ihrer Planung berücksichtigen. Das Modul fördert ein problemorientiertes Denken und die selbständige Aufgabenbewältigung von marketingstrategischen Fragestellungen.					
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen					
Vorlesung mit Fallbeispielen (zusätzliche Übungen auf freiwilliger Basis werden angeboten)					
Literatur					
Bormann, I.; Hurth, J.: Hersteller- und Handelsmarketing, Herne 2014. Homburg, Ch.: Marketingmanagement, 6. Aufl., Wiesbaden 2016.					
Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen			
Prof. Dr. I. Bormann	deutsch	Masterthesis			

Modul: Finanzmanagement					
Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
3	ein Semester/ semesterweise	Vertiefungs- fach (Wahl 4 aus 5)	180 h, davon 18 h Kontaktstudium, 162 h Selbststudium	6	Klausur 90 min.
Modulverantwortliche(r)		Voraussetzung für die Teilnahme			
Prof. Dr. F. Meyer-Bullerdiak					
Lehrinhalte					
<p>Im Finanzmanagement laufen alle Informationen zur finanziellen Führung eines Unternehmens zusammen. Zum Aufgabengebiet des Finanzmanagements gehören insbesondere das Management von Finanzvermögen, die Beurteilung von Investitionsprojekten unter finanzwirtschaftlichen Aspekten, die Finanzplanung sowie die Kreditfinanzierung. Vor diesem Hintergrund werden die folgenden Lehrinhalte vermittelt: Verschuldungsanalyse, Portfolio- und Kapitalmarkttheorie, Investitionsentscheidungen bei Unsicherheit, Investitionsrechnung mit vollständigen Finanzplänen, Finanzplanung, Kreditfinanzierung.</p>					
Kompetenzziele					
<p>Die Studierenden kennen die grundlegenden Modelle der Finanztheorie (Verschuldungsanalyse, Portfolio- und Kapitalmarkttheorie) und können eigenständig und auf wissenschaftlicher Basis diese Modelle beurteilen und entsprechende Berechnungen durchführen. Weiterhin sind sie in der Lage, die Wirtschaftlichkeit eines Projektes mit Hilfe des Vollständigen Finanzplans zu bestimmen sowie die Unsicherheit von Investitionen mithilfe verschiedener Konzepte zu beurteilen. Im Hinblick auf die Kreditfinanzierung können die Studierenden den Finanzbedarf eines Unternehmens ermitteln, den dynamischen Effektivzins von Darlehen und von Anleihen bestimmen sowie wesentliche finanzielle Kennzahlen eines Unternehmens darstellen, berechnen und beurteilen. Über diesen rein fachlichen Bezug verbessern die Studierenden allgemein die Analysefähigkeit und das abstrakte Denken, indem sie Modelle zur Analyse und Bewertung anwenden.</p>					
Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen					
Vorlesung mit Übungsaufgaben (zusätzliche Übungen auf freiwilliger Basis werden angeboten)					
Literatur					
<p>Bruns, C./Meyer-Bullerdiak, F. (2013): Professionelles Portfoliomanagement, 5. Aufl. Perridon, L./Steiner, M. (2017): Finanzwirtschaft der Unternehmung, 17. Aufl.</p>					
Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen			
Prof. Dr. F. Meyer-Bullerdiak	deutsch	Masterthesis			