

**Modul: Einführung BWL**

Lehrveranstaltung 1: Grundlagen der BWL

Lehrveranstaltung 2: Finanzbuchhaltung

**Kompetenzziele des Moduls**

Ziel ist es, dass die StudentInnen die Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre kennenlernen. In Übungsteilen sollen die Studierenden das Wissen anwenden und bewerten. Neben einem Überblick zu Begriffen, Funktionen und Rechtsformen wird in diesem Modul die Buchführung als Instrument der Betriebswirtschaftslehre behandelt. Das Modul soll das Denken in Zusammenhängen und die Beurteilung von betriebswirtschaftlichen Zusammenhängen ermöglichen.

<b>Modulverantwortliche/r</b>	<b>Credit / Workload</b>	<b>Prüfungsform</b>
Prof. Dr. J. Hurth	5 CP/150 h	Klausur 90 min.

**Lehrveranstaltung 1: Grundlagen der BWL**

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Prüfungsform
1	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	75 h, davon 30 h Kontaktstudium 45 h Selbststudium	Klausur 45 min.

**Voraussetzung für die Teilnahme**

keine

**Lehrinhalte**

- Einordnung der Betriebswirtschaftslehre in die wissenschaftlichen Disziplinen
- Formal- und Sachziele der Betriebe und deren Messbarkeit durch Kenngrößen
- Betriebliche Funktionen
- Theoretische Ansätze der BWL
- Ausgewählte Aspekte der Personalarbeit
- Rechtsformen von Betrieben
- Kooperationen und Zusammenschlüsse von Betrieben

**Kompetenzziele**

Die StudentInnen können zentrale Denkansätze und das Erkenntnisobjekt dieser wissenschaftlichen Disziplin auflisten. Sie können ausgewählte Methoden klassifizieren und erklären. Die Anwendung einiger Ansätze wird durch Rechenübungen ermöglicht.

**Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen**

Vorlesung mit integrierten Übungsteilen

**Literatur**

Hentze, J./Heinecke, A./Kammel, A.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, aktuelle Aufl., Bern u.a.  
Wöhe, G.: Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre, aktuelle Aufl., München.

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Prof. Dr. J. Hurth Prof. Dr. A. Helpup	deutsch	Grundlage für folgende Fächer der allgemeinen BWL. Die Lehrveranstaltung wird in unterschiedlicher Form in mehreren Studiengängen angeboten und wird wechselseitig anerkannt.

## Lehrveranstaltung 2: Finanzbuchhaltung

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Prüfungsform
1	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	75 h, davon 30 h Kontaktstudium 45 h Selbststudium	Klausur 45 min.

### Voraussetzung für die Teilnahme

keine

### Lehrinhalte

Die Veranstaltung behandelt die Grundlagen des Systems der doppelten Buchführung. Dabei werden insbesondere folgende Themenfelder angesprochen:

1. Einordnung der Finanzbuchhaltung in das betriebliche Rechnungswesen (Aufgaben, Ziele, Adressaten, Teilgebiete und Instrumente des Rewe; Buchführungs-/Aufzeichnungspflichten; GoB)
2. Grundlagen der Finanzbuchhaltung (Inventur, Inventar, Bilanz)
3. Grundlagen für Buchungen von Geschäftsvorfällen (Buchung auf Bestands- und Erfolgskonten, Eröffnung und Abschluss von Konten, Buchung von Privateinlagen und -entnahmen)
4. Buchung von verschiedenen Geschäftsvorfällen (Personalbereich, Umsatzsteuer, Zinsen, Mieten)
5. Anlagenwirtschaft (Anschaffungs-/Herstellungskosten, Abschreibungen, Verkauf von AV)
6. Warenverkehrsbuchungen (Buchung auf Warenkonten, Bezugs- und Vertriebskosten, Preisnachlässe, Rücksendungen, Gutschriften)

Vorbereitende Abschlussbuchungen (Bewertung von Forderungen, zeitliche Abgrenzung)

### Kompetenzziele

Die Studierenden

- verstehen die Rolle der Finanzbuchhaltung innerhalb des betrieblichen Rechnungswesens,
- kennen die Merkmale der Finanzbuchhaltung, die zugrundeliegenden rechtlichen Vorschriften des HGB sowie die Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung,
- verstehen den Zusammenhang zwischen der Buchhaltung und der Bilanzierung,
- verstehen das System der doppelten Buchführung und können die Kenntnisse über das Buchen auf Konten (Bestands-, Erfolgs-, Privatkonten, EBK, SBK) auf neue Sachverhalte anwenden,
- kennen die Besonderheiten der Buchung in den einzelnen Themenbereichen (Personal- und Anlagenwirtschaft, Umsatzsteuer, Warenverkehr) und wenden die erworbenen Fachkenntnisse selbstständig auf einfache Sachverhalte an,
- können Buchungen in Bezug auf ihre finanziellen und bilanziellen Auswirkungen analysieren, verstehen die Funktion von und die Vorgehensweise bei vorbereitenden Abschlussbuchungen und können diese auf entsprechende Sachverhalte anwenden.

### Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Vorlesung mit integrierten Übungsanteilen; Gruppenarbeit; ergänzendes Tutorium

### Literatur

- Schmolke, S., Deitermann, M.: Industrielles Rechnungswesen-IKR, 48. Auflage, 2019
- Heinhold, M.: Buchführung in Fallbeispielen, 12. Auflage, 2012
- Bornhofen, M.: Buchführung 1 und 2 Datev-Kontenrahmen 2018, 30. Auflage, 2018
- HGB in aktueller Fassung.

Ergänzend werden ein Skript, Aufgaben für die Vorlesung, Übungsaufgaben für das Tutorium und eine Übungsklausur zur Verfügung gestellt.

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Dipl.-Kff. C. Kunst	deutsch	In den Modulen Bilanzen, Kosten- und Leistungsrechnung. Die Lehrveranstaltung wird in unterschiedlicher Form in mehreren Studiengängen angeboten und wird wechselseitig anerkannt.

**Modul: Funktionen der BWL**

Lehrveranstaltung 1: Beschaffung und Produktion

Lehrveranstaltung 2: Absatz/Marketing

**Kompetenzziele des Moduls**

Ziel ist es, die Studierenden mit den wesentlichen Funktionen, nämlich Absatz/Marketing und Beschaffung/ Produktion vertraut zu machen. In Übungsteilen sollen die Studierenden das Wissen anwenden und bewerten lernen.

Die Teilnehmer\*innen sollen Ihre Fähigkeit zur Analyse sowie zum abstrakten und vernetzten Denken stärken. Neben der Beschaffung und Produktion wird Absatz/Marketing als dritte betriebswirtschaftliche Primärfunktion erörtert, um eine ganzheitliche Betrachtung der betrieblichen Wertschöpfungskette zu gewährleisten.

**Modulverantwortliche/r**

Prof. Dr. Hoffmeister

**Credit / Workload**

5 CP/150 h

**Prüfungsform**

Klausur 90 min.

**Lehrveranstaltung 1: Beschaffung und Produktion**

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Prüfungsform
1	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	75 h, davon 30 h Kontaktstudium 45 h Selbststudium	Klausur 45 min.

**Voraussetzung für die Teilnahme**

**Lehrinhalte**

- Grundlagen der Beschaffung (strategische und operative Beschaffungsentscheidungen)
- Verbrauchsgesteuerte Dispositionsverfahren
  - Rationalisierungsverfahren in der Materialwirtschaft
  - Bestandsplanung und Strategie
  - Ermittlung optimaler Bestellmengen
  - Kennzahlen und Kennzahlensysteme
  - Produktions- und Kostentheorie als Grundlage des Produktionsmanagements
  - Produktionsfunktion Typ A und B
  - Ableitung der Kostenfunktion aus gegebenen Produktionsfunktionen
  - Operative Produktionsprogrammplanung
  - Operative Produktionsprogrammplanung bei einem oder mehreren Engpässen

**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 des Beschaffungs- und Produktionsmanagement im Rahmen konkreter Entscheidungssituationen anwenden und beurteilen. Die Studierenden können Kostenfunktionen aus gegebenen Produktionsfunktionen des Typs B herleiten und typische Kostenverläufe analysieren. Die Studierenden kennen die operativen Probleme bei der Produktionsprogrammplanung und können Optimierungsmodelle anwenden.

**Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen**

Vorlesung mit integrierten Übungsanteilen

**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.

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Dipl.-Kfm. G. Zeranski	deutsch	Grundlage für folgende Fächer der allgemeinen BWL. Die Lehrveranstaltung wird in unterschiedlicher Form in mehreren Studiengängen angeboten und wird wechselseitig anerkannt.

## Lehrveranstaltung 2: Absatz/Marketing

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Prüfungsform
1	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	75 h, davon 30 h Kontaktstudium 45 h Selbststudium	Klausur 45 min.

### Voraussetzung für die Teilnahme

### Lehrinhalte

Marketingumfeld, Verhaltens- und Informationsgrundlagen, Strategische Marketingplanung, Marketingmix-Instrumente (Preis, Produkt, Distribution, Kommunikation und Personal), Marketingkoordination

### Kompetenzziele

In der Lehrveranstaltung 2 werden Fähigkeiten zum vernetzten Denken vermittelt, um darauf aufbauend unternehmensorientierte Lösungsstrategien zu entwickeln und umzusetzen. Die Studierenden erlernen zunächst die konzeptionellen Grundlagen des Marketings. Sie können die wesentlichen Instrumente und Strategien des Marketings als Element einer erfolgreichen Unternehmensführung bewerten und anwenden. Neben der konzeptionellen und strategischen Ausrichtung werden daher auch Implementierungsmaßnahmen analysiert, bewertet und angewendet. Die Studierenden lernen, im Team spezifische Fragestellungen zu bearbeiten.

### Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

- Vorlesung
- Diskussionen
- Gruppenarbeiten mit anschließender Präsentation und Diskussion

### Literatur

- Kotler, P., Armstrong, G., Wong, Lloyd, C.H.; Piercy, N., Grundlagen des Marketing; Hallbergmoos, aktuelle Auflage
- Meffert, H., Burmann, C., Kirchgeorg, M., Eisenbeiß, M., Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele, Wiesbaden, aktuelle Auflage
- Becker, Jochen, Marketing-Konzeption: Grundlagen des ziel-strategischen und operativen Marketing-Managements, München, aktuelle Auflage

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Prof. Dr. M. Hoffmeister Prof. Dr. A. Helpup	deutsch	International Sales Management Die Lehrveranstaltung wird in unterschiedlicher Form in mehreren Studiengängen angeboten und wird wechselseitig anerkannt.

**Modul: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler**

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
1	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	150 h, davon 60 h Kontaktstudium 90 h Selbststudium	5	Klausur 90 min.

Modulverantwortliche(r)	Voraussetzung für die Teilnahme
Prof. Dr. Dr. K.-K. Kunze	

**Lehrinhalte**  
Folgen, Reihen, reellwertige Funktionen einer und mehrerer Variablen, Differenzieren, Integrieren, Anwendungen in der Mikroökonomie und Makroökonomie sowie Betriebswirtschaft. Mathematische Beweisführung. Sorgfältige Prüfung der Voraussetzungen für die Modellauswahl.

Vektorräume, Vektoren und Matrizen, Lineare Gleichungssysteme, Teilbarkeit ganzer Zahlen

**Kompetenzziele**  
Die Studierenden kennen die mathematischen Hintergründe jener Methoden der Wirtschaftswissenschaften, welche Aussagen der Analysis und der Linearen Algebra benutzen. Sie können mathematische Modelle in den Wirtschaftswissenschaften anwenden. Sie erweitern ihr abstraktes Denkvermögen und ihre Analysefähigkeit.

**Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen**  
Vorlesung und Übungen

**Literatur**  
Merz, M. und Wüthrich, M.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler.  
Schwarze, J.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler. Band 1, 2 und 3.  
Tietze, J.: Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik.  
Rödter, Zörnig: Wirtschaftsmathematik für Studium und Praxis 1.  
Rödter, Zörnig: Wirtschaftsmathematik für Studium und Praxis 2.

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Prof. Dr. Dr. K.-k: Kunze Dr. A. Fitschen- Lischewski	deutsch	In allen wirtschaftswissenschaftlichen Fächern, die mathematische Methoden benutzen. Die Lehrveranstaltung wird in unterschiedlicher Form in mehreren Studiengängen angeboten und wird wechselseitig anerkannt.

**Modul: Einführung Wirtschaftsinformatik**

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
1	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	150 h, davon 60 h Kontaktstudium 90 h Selbststudium	5	Klausur 90 min.

Modulverantwortliche(r)	Voraussetzung für die Teilnahme
Dipl.-Inform. W. Schobert	

**Lehrinhalte**  
Die Digitalisierung umfasst alle Bereiche des wirtschaftlichen und sozialen Lebens. Um die wirtschaftlichen Herausforderungen und Implikationen zu erkennen und zu bewerten, werden folgende Themen behandelt:

1. Grundbegriffe der Digitalisierung und Industrie 4.0
2. Grundlagen Informationssysteme (Hard- und Software)
3. Datenmanagement (Modellierung und Datenbankabfragen mit SQL)
4. Algorithmische Lösungsansätze (Modellierung und Programmierung mit VBA)

**Kompetenzziele**  
Die Studierenden verstehen die Signifikanz der Digitalisierung für Unternehmen. Sie können die Auswirkungen auf betriebliche Prozesse und Kundenbeziehung erklären und beurteilen. Die dabei entstehenden Daten werden klassifiziert und in den Gesamtkontext übertragen. Zur Analyse der Daten wird die Datenbankabfragesprache SQL benutzt. Die Veranstaltung stellt Anforderungen an Informationssysteme dar und kategorisiert aktuelle Hard- und Softwaresysteme. Zum Auffinden von algorithmischen Lösungen wird der Programmablaufplan als Modellierungssprache erlernt und mit der Programmiersprache VBA implementiert.

**Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen**  
Vorlesung mit bis zu 55 Hörer\*innen; betreute Programmierübungen in VBA und SQL im Rechnerlabor in Kleingruppen (2 bis 3 Personen)

**Literatur**  
Leimeister, J. M. (2015): Einführung in die Wirtschaftsinformatik  
Vieweg, I. (Hrsg.) (2012): Einführung Wirtschaftsinformatik: IT-Grundwissen für Studium und Praxis  
Laudon, K.; Laudon, J.; Schoder, D.: Wirtschaftsinformatik: Eine Einführung, aktuelle Auflage  
Ergänzende Literatur- und Materialhinweise zu spezifischen und aktuellen Themen i.R.d. Veranstaltung.

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Dipl.-Inform. W. Schobert	deutsch	Grundlage für Wahlpflichtfächer im Bereich Wirtschaftsinformatik Die Lehrveranstaltung wird in unterschiedlicher Form in mehreren Studiengängen angeboten und wird wechselseitig anerkannt.

**Modul: Einführung Recht**

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
1	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	150 h, davon 60 h Kontaktstudium 90 h Selbststudium	5	Klausur 90 min.

Modulverantwortliche(r)	Voraussetzung für die Teilnahme
Prof. Dr. B. Breig	

- Lehrinhalte**
- Internationales Recht: Ziele, Organe und Struktur der UNO
  - Europäisches Recht: Ziele, Aufbau und Organe der EU; EU-Recht, insbes. EU-Verordnungen und EU-Richtlinien
  - Nationales Recht: Abgrenzung öffentliches Recht und Privatrecht, Verfassungs- und Verwaltungsrecht, Einführung in das BGB
  - Methodik der juristischen Falllösung

**Kompetenzziele**  
Die Studierenden haben Grundkenntnisse des internationalen, europäischen und nationalen Rechts erworben. Sie haben im Bereich des nationalen Rechts einen Überblick über das öffentliche und private Recht erhalten und können die Rechtsgebiete abgrenzen. Darüber hinaus haben sie Kenntnis von den grundlegenden Gesetzen, wie dem Grundgesetz, dem EU-Vertrag und dem Bürgerlichen Gesetzbuch erlangt. Sie sind in der Lage, einfach gelagerte juristische Fälle zu lösen und haben ihre Fähigkeit zur Analyse und Argumentation erweitert.

**Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen**  
Vorlesung mit Übungen/Falllösungen, Kontrollaufgaben, Besprechung von Grundsatzentscheidungen sowie aktuellen Fällen aus der Praxis und Rechtsprechung

**Literatur**  
Hobe, Europarecht, Vahlen, München  
Kock/Stüwe/Jansen/Salewski/Schulte, Öffentliches Recht und Europarecht, nwb, Herne  
Oberrath, Öffentliches Recht mit Europarecht und Wirtschaftsverwaltungsrecht, Vahlen, München

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Prof. Dr. B. Breig	deutsch	Voraussetzung für die Vorlesung Wirtschaftsprivatrecht im 4. Semester. Grundlage für Pflicht- und Wahlpflichtfächer mit Bezug zum Recht. Die Lehrveranstaltung ist nur im Curriculum des Studiengangs BWL enthalten.

**Modul: Methodenkompetenz 1 und Wirtschaftsenglisch 1**

Lehrveranstaltung 1: Studienstartseminar

Lehrveranstaltung 2: Arbeits- und Präsentationstechniken

Lehrveranstaltung 3: Wirtschaftsenglisch 1

**Kompetenzziele des Moduls**

Die Studierenden sollen im Studienstartseminar Strategien zur Studienorganisation entwickeln, Informationen über die Struktur und Anforderungen Ihres Studiengangs wiedergeben können und Fähigkeiten zur Teamarbeit erwerben. Darüber hinaus sollen sie Arbeits- und Präsentationstechniken kennen lernen und anwenden können und im Umgang mit Problemen kreative Lösungsstrategien entwickeln. Die beiden Lehrveranstaltungen vermitteln rhetorische Fähigkeiten, Denken in Zusammenhängen und Kreativität.

Die Studierenden erwerben in Wirtschaftsenglisch 1 fach- und allgemeinsprachlichen Ausdrucksmitteln. Die in der Lehrveranstaltung verwendeten Materialien erlauben eine situationsbezogene Auseinandersetzung mit fachlich relevanten Themen: Business Organisations, Marketing, Advertising, Finance, Insurance, Economics. Die geübten linguistischen Fertigkeiten umfassen u.a. Themen wie Commercial Correspondence, Presentation Techniques sowie Socialising. Studierende sind in der Lage, Themenbereiche ihres Studiengangs bzw. Berufsfelds zu analysieren, darzustellen und zu diskutieren. Sie verfügen über entsprechende methodische, soziale und persönliche Kompetenzen.

Modulverantwortliche/r	Credit / Workload	Prüfungsform
	5 CP/150 h	Kumulationsprüfung

**Lehrveranstaltung 1: Studienstartseminar**

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Prüfungsform
1	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	30 h, davon 12 h Kontaktstudium 18 h Selbststudium	

**Voraussetzung für die Teilnahme**

**Lehrinhalte**

Orientierungstutorinnen und -tutoren aus den höheren Semestern behandeln im Studienkreis (7 Pflichttermine, davon eine Informationsveranstaltung des Prüfungsausschusses) alles, was nicht im Stundenplan zu finden ist, u.a.:

- Planung des Studiums
- EDV der Hochschule
- Prüfungswesen an der Fakultät Wirtschaft
- Verhaltenskodex an der Fakultät Wirtschaft
- Angebote am Campus Wolfsburg
- Adressen zur Unterstützung für Studierende kennenlernen

Durch eine zu bearbeitende Hausaufgabe in Kleingruppen reflektieren und entwickeln die Studierenden eine eigene Haltung zu folgenden Lerninhalten:

- Regeln für eine effektive Teamarbeit
- Lernen in Teams

**Kompetenzziele**

Ein Studienkreis wird von Studierenden für Studierende gehalten. Studienanfänger\*innen sollen beim Start ins Studium an der Fakultät Wirtschaft während ihres ersten Semesters unterstützt werden. Die Studierenden entdecken, wie sie sich schnell selbstständig an der Hochschule zurechtfinden und lernen die Abläufe des Studiums kennen. Sie werden in ihrer Teamfähigkeit gestärkt.

**Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen**

Ideenfindungsmethoden, Literaturrecherche, Selbst- und Fremdrelexion

**Literatur**

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Frau Dinse-Ferenczi, M.A., diverse Tutorinnen und Tutoren	deutsch	für die Arbeit in Gruppen (Lerngruppe, Praktikum, Beruf) in allen Bachelor-Studiengängen vorgesehen

**Lehrveranstaltung 2: Arbeits- und Präsentationstechniken**

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Prüfungsform
1	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	45 h, davon 25 h Kontaktstudium 20 h Selbststudium	Referat

**Voraussetzung für die Teilnahme**

**Lehrinhalte**

Arbeitstechniken: Physiologische Grundlagen des Lernens, Lerntypen, analytische und kreative Lerntechniken, Lesephasen, Lesetechniken; Grundlagen des Zeitmanagements (Zeitbewusstsein, Zeitinventur, Zielmanagement, Methoden der Zeitplanung, Zeitfresser, Zeitmanagementstechniken)  
Präsentationstechniken: Visualisierung (Gestaltungsregeln, Layout, Einfachheit, Klarheit, Übersichtlichkeit, Medienwahl, Arbeitsschritte), Kommunikation (Kommunikationsprozess, 4 Seiten einer Nachricht, kommunikationspsychologische Grundregeln), Grundlagen der Rhetorik (Vortrags- und Sprechverhalten, rhetorische Instrumente, Verbesserung der Sprechtechnik) und Körpersprache (Arten der Körpersprache, Körpersprache anwenden)

**Kompetenzziele**

Die Studierenden kennen Arbeits- und Präsentationstechniken und können diese zielgerichtet sowohl in ihrem Studienalltag als auch in der Praxis einsetzen. Die Studierenden beherrschen einfache Methoden zur Arbeitsgestaltung, effiziente Lerntechniken und Lesetechniken sowie Grundlagen des Zeitmanagements. Sie wenden Methoden des Zeitmanagements und Kreativitätstechniken beispielhaft an. Sie setzen verschiedene rhetorische Stilmittel ein, haben flüssiges Sprechen und Körpersprache verbessert. Die Studierenden erkennen die Bedeutung zwischenmenschlicher Aspekte für eine gelungene Präsentation und erstellen eine argumentativ sinnvoll gegliederte Präsentation unter Berücksichtigung eines geeigneten Medieneinsatzes.

**Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen**

Seminar mit interaktiven Anteilen

**Literatur**

Hoffmann, Eberhard/ Löhle, Monika: Erfolgreich lernen. Effiziente Lern- und Arbeitsstrategien für Schule, Studium und Beruf, aktuelle Auflage  
Metzig, Werner/ Schuster, Martin: Lernen zu lernen, aktuelle Auflage  
Schröder-Naef, Regula: Rationeller Lernen lernen. Ratschläge und Übungen für alle Wissbegierige, aktuelle Auflage  
Schulz von Thun, Friedemann: Miteinander reden, Band 1 bis 3, aktuelle Auflage  
Seiwert, Lothar J.: Das 1x1 des Zeitmanagements; aktuelle Auflage  
Zelazny, Gene: Wie aus Zahlen Bilder werden: Wirtschaftsdaten überzeugend präsentieren, aktuelle Auflage

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
diverse Dozentinnen und Dozenten	deutsch	in allen Studiengängen bzw. Modulen

**Lehrveranstaltung 3: Wirtschaftsenglisch 1**

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Prüfungsform
1	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	75 h, davon 30 h Kontaktstudium 45 h Selbststudium	

**Voraussetzung für die Teilnahme**

Schulenglisch auf Hochschulzulassungsniveau (GER B1+/B2)

**Lehrinhalte**

Terminologie und sprachliche Mittel aus den Bereichen Studium der Betriebswirtschaftslehre, Unternehmensstrukturen, Marketing, Finance, Economics. Praktische Übungen zu Themen wie Graph Description, Applications, Commercial Correspondence. Aktuelle Themen mit Fachbezug (wirtschaftspolitische Entscheidungen, Jahresberichte, etc.) können in das Unterrichtsgeschehen einbezogen werden.

**Kompetenzziele**

Die Studierenden beherrschen die sprachlichen Mittel zum rezipierenden und aktiven Umgang mit den Lehrinhalten. Sie sind in der Lage, sich zu den Gebieten Fachstudium, Unternehmensstrukturen, Marketing und Werbung und andere wesentliche Elemente ihres Studienfachs/späteren Berufsfelds auf einem dem beruflichen Umfeld angemessenen Sprachniveau zu äußern. Sie können graphische Darstellungen (z.B. Diagramme, Graphen) in Präsentationen einbauen und haben sich mit verschiedenen Korrespondenztypen auseinandergesetzt.

Die Studierenden verfügen über die Fähigkeit, Inhalte einzeln und in der Gruppe zu erarbeiten und angemessen darzustellen.

Die Studierenden sind in der Lage, fachliche Fragestellungen selbständig und kritisch abwägend zu behandeln und darzustellen.

Da die englisch sprachlichen Kompetenzen zum Zwecke der fachlichen Kommunikation erworben und an den entsprechenden Inhalten erarbeitet und geübt werden, ist das Modul interdisziplinär.

Folgende Kompetenzen werden gefördert: Sozialkompetenz, durch Ausbau der Kommunikationsfähigkeit, Methodenkompetenz, indem verschiedene Lern- und Arbeitstechniken eingesetzt werden und das Denken in Zusammenhängen als eines der Kernziele angestrebt wird, Individualkompetenz, durch klare Aufforderung zu Leistungs- und Lernbereitschaft sowie die Förderung sprachlicher Kreativität und Medienkompetenz, in dem der Nutzung von Medien, der Selektion von Quellen sowie deren Analyse und Auswertung im fachsprachlichen Modul große Bedeutung zukommt.

**Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen**

Interaktiver – seminaristischer - Unterrichtsstil mit fertigkeitenbezogenen Übungssequenzen

Ergänzend wird nach Möglichkeit die Gelegenheit zur Teilnahme an *English Conversation* sowie unterstützenden Lehrveranstaltungen zur englischen Allgemeinsprache geboten.

**Literatur**

- Kernlehrwerk: Ashford, Stephanie, Smith, Tom, Business Proficiency. Wirtschaftsenglisch für Hochschule und Beruf. Student's Book mit interaktiver Medien-DVD (Stuttgart: Klett-Verlag, 2017)

- durch die Dozentin/ den Dozenten zusammengestellte bzw. entworfene Materialien

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Dozent*innen des Sprachenzentrums	englisch	Im Selbststudium bei der Arbeit mit englischsprachigen Quellen, Vertrautheit mit auf Englisch basierender Terminologie in den behandelten Teilgebieten, <i>Business English 2</i> , leichter Einstieg in ein eventuell geplantes Auslandsstudium bzw. eine internationale Summer University. Die Lehrveranstaltung wird mit leicht variierender Schwerpunktsetzung in mehreren Studiengängen angeboten und wechselseitig anerkannt.

**Modul: Bilanzen**

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
2	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	150 h, davon 60 h Kontaktstudium 90 h Selbststudium	5	Klausur 90 min.

Modulverantwortliche(r)	Voraussetzung für die Teilnahme
Dipl.-Ök. H. Palabiyik, M.A.	Kenntnisse der Finanzbuchhaltung

**Lehrinhalte**

Grundlagen der Bilanzierung, Ansatz, Ausweis und Bewertung von Bilanzposten im Einzelabschluss, Gewinn- und Verlustrechnung, Anhang, Lagebericht.

**Kompetenzziele**

Die Studierenden kennen 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 Bilanzierung selbstständig zu lösen und zu beurteilen. Durch die Bearbeitung von Sachverhalten in kleinen Gruppen wird die Kommunikations- und Kooperationsfähigkeit sowie die Analysefähigkeit in Bezug auf fachliche Fragen gestärkt werden. 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	Lehrveranstaltung Finanzwirtschaft und Lehrveranstaltungen Unternehmensbesteuerung in der Vertiefung Controlling und Steuern Inhalte können innerhalb von Modulen der Studiengänge Wirtschaftsinformatik und Wirtschaftsingenieurwesen anerkannt werden.

**Modul: Investition und Finanzierung**

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
2	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	150 h, davon 60 h Kontaktstudium 90 h Selbststudium	5	Klausur 90 min.

Modulverantwortliche(r)	Voraussetzung für die Teilnahme
Prof. Dr. M. Spiwoks	Modul Einführung BWL

**Lehrinhalte**

Es werden die Grundlagen der Finanzwirtschaft sowie grundlegende Verfahren der Investitionsrechnung vermittelt. Im Einzelnen wird erörtert:

1. Begriffliche Grundlagen der Finanzwirtschaft
2. Unternehmensleitprinzipien und Insolvenztatbestände
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	Im Modul Entscheidungsrechnung und Finanzwirtschaft und der Vertiefungsrichtung Finanzen und Banken. Die Lehrveranstaltung wird in unterschiedlicher Form in mehreren Studiengängen angeboten und wird wechselseitig anerkannt.

**Modul: Einführung Steuern**

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
2	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	150 h, davon 60 h Kontaktstudium 90 h Selbststudium	5	Klausur 90 min.

Modulverantwortliche(r)	Voraussetzung für die Teilnahme
Prof. Dr. M. Rutmöller, LL.M.	Keine

**Lehrinhalte**

Die Veranstaltung beinhaltet folgende Themengebiete:

1. Grundlagen der Besteuerung (Begriff der Steuern, öffentliche Abgaben, Grundbegriffe des Steuerrechts, Steuersystem und -aufkommen, Steuerarten, Besteuerungsverfahren, Steuerrechtsquellen)
2. Einkommensteuer (Persönliche und sachliche Steuerpflicht, Bemessungsgrundlage, Steuertarif, Veranlagungsformen, Verluste, Sonderausgaben, außergewöhnliche Belastungen, Einkünfteermittlung, Einkunftsarten, Besteuerung von Personengesellschaften)
3. Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer (Kurzdarstellung)

**Kompetenzziele**

Die Studierenden

- kennen die grundlegenden Prinzipien des deutschen Steuersystems (insb. Steuerarten, Grundbegriffe, Steuerzwecke, Besteuerungsverfahren, Steuerrechtsquellen) und sind dadurch in der Lage, die steuerlichen Konsequenzen grundlegender betriebswirtschaftlicher oder politischer Entscheidungen zu analysieren und zu bewerten.
- können die Ertragsteuerarten (Einkommensteuer, Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer) systematisch voneinander unterscheiden und einordnen.
- beherrschen die grundlegende Systematik des Einkommensteuerrechts und sind in der Lage, diese Kenntnisse auf an die Vorlesungsinhalte angepasste steuerliche Sachverhalte selbstständig anzuwenden und einfache Einkommensteuerberechnungen durchzuführen.

Die Studierenden arbeiten zielgerichtet in Einzel- oder Gruppenarbeit an steuerlichen Fallbeispielen und vertreten ihre Lösungsvorschläge argumentativ. Dadurch stärken sie ihre Kommunikations- und Kooperationsfähigkeit und werden zum Denken in Zusammenhängen angeregt. Anhand gemeinsamer Diskussionen zwischen Lehrenden und Studierenden über steuerliche Auswirkungen betriebswirtschaftlicher oder politischer Entscheidungen reflektieren die Studierenden die gesellschaftliche Bedeutung von Steuern und die Verantwortung von Unternehmen und Individuen im Steuersystem. Vorlesungsbegleitende Übungsaufgaben fördern die Selbstständigkeit und erhöhen die Motivation zur eigenständigen Beschäftigung mit dem Themengebiet. Das erworbene Wissen können die Studierenden auf Problemstellungen in der Praxis situationsadäquat anwenden und sachgerechte Entscheidungen ableiten und umsetzen.

**Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen**

Vorlesung mit integrierten Übungsanteilen; Einzel- und Gruppenarbeit

**Literatur**

Bornhofen, M./Bornhofen M.: Steuerlehre 1 und Steuerlehre 2  
 Birk/Desens/Tappe: Steuerrecht  
 Schustek/Grimm/Zahn: Einkommensteuer  
 v. Campenhausen/Grawert: Steuerrecht im Überblick  
*(jeweils in der aktuellen Auflage)*

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
------------	--------------------	--

Prof. Dr. M. Rutmöller, LL.M.	deutsch	Vertiefung Controlling und Steuern; Wahlpflichtfach
-------------------------------	---------	---

**Modul: Mikroökonomie**

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
2	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	150 h, davon 60 h Kontaktstudium 90 h Selbststudium	5	Klausur 90 min.

Modulverantwortliche(r)	Voraussetzung für die Teilnahme
Prof. Dr. M. Spiwoks	Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler

**Lehrinhalte**

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.

**Kompetenzziele**

Die Veranstaltung dient der Vermittlung von systematischen Kenntnissen im Fach Mikroökonomie. 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. Weiterhin können von den Studierenden die unterschiedlichen Marktformen benannt und die damit verbundenen Eigenheiten selbständig erklärt werden. Die Studierenden können im Zusammenhang mit den verschiedenen Marktformen und den sich einstellenden Marktergebnissen die Unterschiede aufzählen, diskutieren und beurteilen. Gleiches gilt bezüglich der Beurteilung staatlicher Eingriffe in das Wirtschaftsgeschehen in Form von Mindest- und Höchstpreisen. Über diesen rein fachlichen Bezug verbessert sich allgemein die Methodenkompetenz (Analysefähigkeit sowie abstraktes Denken) der Studierenden durch die Verwendung von Analysemodellen.

**Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen**

Vorlesung mit integrierten Übungsteilen

**Literatur**

Mankiw, N.G. / Taylor, M. P. : Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, aktuelle Auflage, Stuttgart

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Prof. Dr. M. Spiwoks, Dipl.-Kfm. T. Volkmann	deutsch	Makroökonomie und Außenwirtschaft sowie Öffentliche Finanzen und Wirtschaftspolitik

**Modul: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler**

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
2	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	150 h, davon 60 h Kontaktstudium 90 h Selbststudium	5	Klausur 90 min.

Modulverantwortliche(r)	Voraussetzung für die Teilnahme
Prof. Dr. Dr. K.-K. Kunze	Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler

**Lehrinhalte**  
Beschreibende Statistik (Merkmal, Lage- und Streuparameter, Regression, Abhängigkeit)  
Wahrscheinlichkeitsrechnung (Kombinatorik, Rechenregeln, Diskrete und Stetige Verteilungen)

**Kompetenzziele**  
Die Studierenden kennen und verstehen die in den wirtschaftswissenschaftlichen Fächern benötigten Werkzeuge der Beschreibenden Statistik und der Wahrscheinlichkeitsrechnung. Sie sind in der Lage, erlernte Konzepte und Verfahren auf wirtschaftliche Fragestellung anzuwenden. Sie sind in der Lage, die eigene Argumentation statistisch zu untermauern und die Argumentation anderer kritisch zu beurteilen. Sie können sich weitere Methoden selbst erarbeiten.

**Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen**  
Interaktive Vorlesung mit integrierten Übungsanteilen; Einsatz der Programmiersprache und Statistik-Umgebung „R“ ([www.r-project.org](http://www.r-project.org)).

**Literatur**  
Toutenberg, H. und Schomaker, M.: Deskriptive Statistik.  
Hedderich, J. und Sachs, L.: Angewandte Statistik: Methodensammlung mit R  
Schwarze, J.: Grundlagen der Statistik I und II  
Puhani, J.: Statistik

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Prof. Dr. Dr. K.-K. Kunze, Dr. A. Fitschen-Lischewski	deutsch	In allen wirtschaftswissenschaftlichen Fächern, die statistische Methoden benutzen. Die Lehrveranstaltung wird in unterschiedlicher Form in mehreren Studiengängen angeboten und wird wechselseitig anerkannt.

**Modul: Methodenkompetenz 2 und Wirtschaftsenglisch 2**

Lehrveranstaltung 1: Wirtschaftswissenschaftliche Methodik

Lehrveranstaltung 2: Selbstorganisation und Gesundheitsmanagement

Lehrveranstaltung 3: Wirtschaftsenglisch 2

**Kompetenzziele des Moduls**

Die Studierenden kennen die Grundlagen der wirtschaftswissenschaftlichen Methodik und können die grundlegenden Konzepte und Theorien anwenden.

Sie kennen Techniken für eine resiliente Selbstorganisation, zur Strukturierung ihres Studiums und können Methoden des Gesundheitsmanagements im Rahmen ihres Studiums und darüber hinaus anwenden.

Die Studierenden erwerben interkulturelle Kompetenz. Die Lehrveranstaltung verwendete fachlich relevante Themen: Finance, Insurance, Accounting, Business Law. Die geübten linguistischen Fertigkeiten umfassen u.a. Themen wie Presentation Techniques sowie Socialising.

**Modulverantwortliche/r**

**Credit / Workload**

**Prüfungsform**

5 CP/150 h

Kumulationsprüfung

**Lehrveranstaltung 1: Wirtschaftswissenschaftliche Methodik**

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Prüfungsform
2	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	30 h, davon 12 h Kontaktstudium 18 h Selbststudium	Kumulationsprü- fung

**Voraussetzung für die Teilnahme**

Keine

**Lehrinhalte**

Es werden die Grundlagen der Wissenschaftstheorie vermittelt, also die wissenschaftliche Vorgehensweise im Kritischen Rationalismus und damit verbunden die Begründungen für eine eklektische bzw. empirische Arbeitsweise.

**Kompetenzziele**

Die Veranstaltung dient der Vermittlung von systematischen Kenntnissen in der Wissenschaftstheorie und versetzt die Studierenden in die Lage, wissenschaftliche Texte zu identifizieren und die wissenschaftliche Aussagekraft von Texten und empirischen Studien einzuschätzen (Methoden- und Fachkompetenz).

**Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen**

Vorlesungen mit integrierten Übungsteilen

**Literatur**

Karl R. Popper: Logik der Forschung, 4. Aufl., (2013)  
Karl R. Popper/John C. Eccles: Das ich und sein Gehirn, (2000)

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Prof. Dr. Henning Tirrel		Vorbereitung auf wissenschaftliches Arbeiten, insbesondere auf die Bachelorarbeit. Wird in allen Studiengängen verlangt.

## Lehrveranstaltung 2: Selbstorganisation und Gesundheitsmanagement

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Prüfungsform
2	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	45 h, davon 18 h Kontaktstudium 27 h Selbststudium	Kumulationsprü- fung

### Voraussetzung für die Teilnahme

### Lehrinhalte

- Grundlagen der Selbstorganisation und des eigenen Gesundheitsmanagements
- Methoden der Selbstorganisation und des persönlichen Gesundheitsmanagements
- Persönliche Kompetenzen
- Anwendungsbereiche Selbstorganisation und Gesundheitsmanagement

### Kompetenzziele

Die Studierenden kennen Methoden und Techniken zur Verbesserung der eigenen Selbstorganisation und Gesundheitsmanagements. Sie sind in der Lage, Aufgaben und Projekte eigenverantwortlich zu planen und umzusetzen. Die Fähigkeit zur Zusammenarbeit in selbstorganisierten Teams wird gestärkt. Sie verstehen die Bedeutung des eigenen Gesundheitsmanagements für ein erfolgreiches Studium und können ihre Zeit mit einem resilientem Zeit- und Selbstmanagement gestalten.

### Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Interaktiver Unterricht mit Einzel- und Gruppenarbeiten, Reflexionsaufgaben, Feedback

### Literatur

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in an- deren Studiengängen
Studiendekan*in	deutsch	

**Lehrveranstaltung 3: Wirtschaftsenglisch 2**

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Prüfungsform
2	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	75 h, davon 30 h Kontaktstudium 45 h Selbststudium	Kumulationsprüfung

**Voraussetzung für die Teilnahme**

**Lehrinhalte**

Terminologie und sprachliche Mittel aus den Bereichen Finance and Investment, Accounting, Mergers and Acquisitions, Business Law, International Trade, Advertising und Quality. Themen aus dem Bereich der interkulturellen Kompetenz.

**Kompetenzziele**

Die in Wirtschaftsenglisch 1 erworbenen Kompetenzen werden vertieft und an Hand der unter Lerninhalte genannten Bereiche geübt. Sprachliche Mittel für den professionellen Kontakt mit Banken und Geschäftspartnern sowie das Verstehen von Bilanzen und Verträgen stehen im Mittelpunkt. Das Bewusstsein für interkulturelle Fragestellungen wird geschärft.

Die Studierenden können Zusammenhänge zwischen den behandelten Themenfeldern erkennen und strukturieren. Die fachsprachlichen Kompetenzen im Fach Englisch befähigen die Studierenden zur fachlichen Kommunikation. Kompetenzen werden an realen Inhalten erarbeitet, gefestigt und vertieft. Die verwendeten Methoden, z.B. Textanalyse, Textproduktion (schriftlich und mündlich) sind auf andere Bereiche des Studiums übertragbar und folglich interdisziplinär.

Folgende Kompetenzen werden gefördert:

Sozialkompetenz durch Ausbau der Kommunikationsfähigkeit; Methodenkompetenz, indem verschiedene Lern- und Arbeitstechniken eingesetzt werden und systemisches vernetztes Denken durch Auswahl und Interdependenz der Lerninhalte als eines der Kernziele angestrebt wird; Individualkompetenz, durch klare Aufforderung zu Leistungs- und Lernbereitschaft sowie die Förderung sprachlicher Kreativität und Medienkompetenz, indem der Nutzung verschiedenster Lehr- und Lernmedien (u.a. Print, Audio, Video bzw. online-learning), der Selektion von Quellen sowie deren Analyse und Auswertung im fachsprachlichen Modul große Bedeutung zukommt.

**Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen**

Interaktiver - seminaristischer - Unterrichtsstil mit fertigkeitbezogenen Übungssequenzen

Ergänzend wird nach Möglichkeit die Gelegenheit zur Teilnahme an *English Conversation* sowie unterstützenden Lehrveranstaltungen zur englischen Allgemeinsprache geboten.

**Literatur**

- Kernlehrwerk: Ashford, Stephanie, Smith, Tom, Business Proficiency. Wirtschaftsenglisch für Hochschule und Beruf. Student's Book mit interaktiver Medien-DVD (Stuttgart: Klett-Verlag, 2017).

- durch die Dozentin/ den Dozenten zusammengestellte bzw. entworfene Materialien

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Dozent*innen des Sprachenzentrums	englisch	Im Selbststudium bei der Arbeit mit englischsprachigen Quellen, Vertrautheit mit auf Englisch basierender Terminologie in den behandelten Teilgebieten, leichter Einstieg in ein eventuell geplantes Auslandsstudium bzw. eine internationale Summer University. Die Lehrveranstaltung wird nur in diesem Studiengang angeboten.

**Modul: Kosten- und Leistungsrechnung**

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
3	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	150 h, davon 60 h Kontaktstudium 90 h Selbststudium	5	Klausur 90 min.

Modulverantwortliche(r)	Voraussetzung für die Teilnahme
Dipl.-Kfm. T. Volkmann	Kenntnisse der Finanzbuchhaltung, Mathematik

**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: Kostenrechnung 1, aktuelle Auflage., Herne  
Heinhold, Michael: Kosten- und Erfolgsrechnung in Fallbeispielen, aktuelle Auflage, Stuttgart  
Hommel, M.: Kostenrechnung, aktuelle Auflage, Frankfurt a.M.  
Schmidt, A.: Kostenrechnung, aktuelle Auflage, Stuttgart

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Dipl.-Kfm. T. Volkmann	deutsch	Die Lehrveranstaltung wird nur in diesem Studiengang angeboten.

**Modul: Personal und Organisation**

Lehrveranstaltung 1: Personalmanagement

Lehrveranstaltung 2: Organisationslehre

**Kompetenzziele des Moduls**

Die Studierenden kennen die grundlegenden Konzepte und Theorien des Personalmanagements und der Organisationslehre. Sie können geeignete Methoden und Instrumente des Personalmanagements im Kontext der Unternehmenssteuerung anwenden. Darüber hinaus entwickeln Sie ein Verständnis von Organisationsstrukturen und sollen verschiedene Organisationsformen und -strukturen verstehen können.

<b>Modulverantwortliche/r</b>	<b>Credit / Workload</b>	<b>Prüfungsform</b>
Prof. Dr. Henning Tirrel Prof. Dr. M. Simon	5 CP/150 h	Kumulationsprüfung

## Lehrveranstaltung 1: Personalmanagement

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Prüfungsform
3	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	75 h, davon 30 h Kontaktstudium 45 h Selbststudium	Kumulationsprü- fung

### Voraussetzung für die Teilnahme

### Lehrinhalte

Es werden die Aufgaben, Rollen und Inhalte der Managementfunktionen „Personalwirtschaft“ und „Personalführung“, insbesondere aus der Perspektive von Entscheidungsträgern, vertieft. Im Einzelnen werden dabei folgende Themen erörtert:

- Grundlagen der Personalwirtschaft
  - Begriffe, Gegenstand und Ziele der Personalwirtschaft
  - Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Beziehungen
  - Digitalisierung im Personalmanagement
  - Strategisches Personalmanagement
- Funktionen der Personalwirtschaft
  - Personalmarketing & Employer Branding
  - Personaleinsatz
  - Personalbeurteilung
  - Personalentwicklung
  - Personalcontrolling
  - Entgelt
  - Personalführung
  - Personalfreisetzung
- Entwicklungstendenzen in der Personalwirtschaft
- Aktuelle Megatrends und ihr Einfluss auf die Personalwirtschaft

### Kompetenzziele

Die Studierenden wenden die wichtigsten Grundbegriffe aus dem Bereich Personalmanagement korrekt an. Dabei ordnen Sie den Stellenwert der einzelnen Thematiken im Kontext eines Unternehmens/einer Organisation ein und wenden ihn sicher an. Die Studierenden transferieren die Modul Inhalte über Praxisbeispiele in das Unternehmertum. Zudem analysieren Sie die strategische Relevanz dieser wichtigen Themen und stellen den Zusammenhang zum unternehmerischen Erfolg her. Die Veranstaltung zielt neben der Wissensvermittlung darauf ab, die Methodenkompetenz zu erweitern. Die Analysefähigkeit, das abstrakte und vernetzte Denken (innerhalb eines Unternehmens) wird gefördert.

### Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Interaktive Vorlesung, Praxisbeispiele, Gruppenarbeiten

### Literatur

- Becker, M. (2023), *Personalentwicklung. Bildung, Förderung und Organisationsentwicklung in Theorie und Praxis*, 7. Aufl., Stuttgart, Schäffer-Poeschel.
- Berthel, J. und Becker, F. G. (2025), *Personal-Management. Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit*, 13. Aufl., Stuttgart, Schäffer-Poeschel (erscheint 03/2025).
- Bröckermann, R. (2021), *Personalwirtschaft*, 8. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Stock-Homburg, R. und Groß, M. (2019), *Personalmanagement: Theorien - Konzepte - Instrumente*, 4. Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler.
- Tirrel, H., Winnen, L. und Lanwehr, R. (2021), *Digitales Human Resource Management. Aktuelle For-*

*schungserkenntnisse, Trends und Anwendungsbeispiele, Wiesbaden: Springer Gabler.*

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Prof. Dr. H. Tirrel	deutsch	<ul style="list-style-type: none"><li>- Controlling</li><li>- Strategische Unternehmensplanung</li></ul> Die Veranstaltung wird in anderen Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt und bildet mit der Veranstaltung 'Organisationslehre' das Modul 'Personal und Organisation'

**Lehrveranstaltung 2: Organisationslehre**

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Prüfungsform
3	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	75 h, davon 30 h Kontaktstudium 45 h Selbststudium	Kumulationsprüfung

**Voraussetzung für die Teilnahme**

Grundlegende Kenntnisse der Betriebswirtschaftslehre

**Lehrinhalte**

Im Rahmen des Moduls setzen sich die Studierenden mit zentralen Fragestellungen und Konzepten der Organisation auseinander. Dabeistehen sowohl klassische Grundlagen der Aufbau- und Ablauforganisation als auch moderne Ansätze organisationaler Gestaltung im Mittelpunkt. Thematisiert werden Strukturen, Prozesse, Koordination und Steuerung innerhalb von Unternehmen und anderen Organisationen.

Ein weiterer Fokus liegt auf der Auseinandersetzung mit neuen Formen der Organisation, etwa im Kontext von Agilität, Selbststeuerung und Digitalisierung. Ebenso werden informelle Einflussfaktoren wie Macht, Mikropolitik und organisationale Kultur berücksichtigt, um die komplexen Dynamiken organisationalen Handelns besser zu verstehen. Die Studierenden lernen, Organisationsstrukturen und -prozesse zu analysieren, kritisch zu reflektieren und praxisorientierte Lösungsansätze zu entwickeln.

**Kompetenzziele**

Nach erfolgreicher Teilnahme an der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage:

- grundlegende Konzepte, Prinzipien und Funktionen der Aufbau- und Ablauforganisation zu verstehen.
- klassische Organisationsformen (z. B. funktionale, divisionale, Matrixorganisation) zu analysieren und deren Vor- und Nachteile zu bewerten.
- aktuelle und moderne Organisationsansätze (z. B. agile Organisation, Netzwerkorganisation, Selbststeuerung) zu verstehen und diese kritisch einzuordnen.
- organisationale Machtprozesse und Mikropolitik als informelle Einflussfaktoren zu verstehen.
- einfache Organisationsstrukturen zu entwerfen und organisatorische Probleme zu analysieren und praxisgerecht zu lösen.
- unterschiedliche Organisationskulturen und -strukturen im Hinblick auf Strategie, Effizienz und Anpassungsfähigkeit zu reflektieren.
- ein Bewusstsein für die Bedeutung organisationaler Rahmenbedingungen bei Veränderungsprozessen (Change Management, Agilität, Digitalisierung) zu entwickeln.

**Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen**

Die Veranstaltung ist angelegt als interaktive Vorlesung mit Fallstudien und Gruppenarbeiten. Darüber hinaus erfolgt die Reflexion aktueller Entwicklungen z.B. anhand von Artikeln, Videos oder Podcasts.

**Literatur**

Bleicher, K. (2020). Organisation: Strategien - Strukturen - Kulturen. München: Vahlen.  
 Kieser, A. & Walgenbach, P. (2020). Organisation. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.  
 Laloux, F. (2014). Reinvention Organizations. A Guide to Creating Organizations Inspired by the Next Stage of Human Consciousness. Crawthorne: Nelson Parker.  
 Schreyögg, G (2023). Grundlagen der Organisation: Basiswissen für Studium und Praxis. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.  
 Vahs, D. (2023). Organisation. Ein Lehr- und Managementbuch. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Prof. Dr. Simon	deutsch	u.a. Voraussetzung für die Vertiefung Personal und Wirtschaftspsychologie

## Modul: Entscheidungsrechnung und Finanzwirtschaft

Lehrveranstaltung 1: Entscheidungsrechnung

Lehrveranstaltung 2: Finanzwirtschaft

### Kompetenzziele des Moduls

Die Studierenden kennen die Grundlagen der Entscheidungsrechnung und Finanzwirtschaft. Sie sind in der Lage, wichtige entscheidungstheoretische und finanzwirtschaftliche Aspekte zu beurteilen. Das erworbene Wissen können sie auf Problemstellungen in der Praxis situationsadäquat anwenden und sachgerechte Entscheidungen ableiten und umsetzen.

Das Modul fasst Inhalte zusammen, die den finanziellen Bereich von Unternehmen betreffen. Es soll das Denken in Zusammenhängen und die selbständige Beurteilung von betriebswirtschaftlichen Zusammenhängen fördern.

Modulverantwortliche/r	Credit / Workload	Prüfungsform
Dipl.-Kffr. B. Berthold-Löffler	5 CP/150 h	Klausur 90 min.

**Lehrveranstaltung 1: Entscheidungsrechnung**

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Prüfungsform
3	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	75 h, davon 30 h Kontaktstudium 45 h Selbststudium	Klausur 45 min.

**Voraussetzung für die Teilnahme**

**Lehrinhalte**

Entscheidungstheoretische Grundlagen  
Kurzfristige Entscheidungen bei Quasi-Sicherheit  
Kurzfristige Entscheidungen unter Risiko

**Kompetenzziele**

Die Studierenden können entscheidungstheoretische Grundbegriffe erklären. Sie sind in der Lage, Entscheidungssituationen darzustellen und Lösungen für diese Probleme zu finden. Dabei wenden sie theoretisches Wissen systematisch und zielorientiert an. Die Studierenden kennen die zentralen Annahmen der Lösungstechniken und können diese kritisch diskutieren.

**Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen**

Interaktive Vorlesung, Fallstudien

**Literatur**

Bamberg, Günter / Coenenberg, Adolf G./ Krapp, Michael: Betriebswirtschaftliche Entscheidungslehre, 15. Aufl., München 2012.  
Däumler, Klaus – Dieter/ Grabe, Jürgen: Kostenrechnung 2, Deckungsbeitragsrechnung, 10. Aufl., Herne 2013.  
Ewert, Ralf/ Wagenhofer, Alfred: Interne Unternehmensrechnung, 8. Aufl., Berlin 2014.  
Laux, Helmut / Gillenkirch, Robert M. / Schenk-Mathes, Heike Y.: Entscheidungstheorie, 9. Aufl., Berlin 2014.

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Dipl.-Kfm. T. Volkmann	deutsch	Vertiefung Controlling und Automobilwirtschaft

**Lehrveranstaltung 2: Finanzwirtschaft**

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Prüfungsform
3	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	75 h, davon 30 h Kontaktstudium 45 h Selbststudium	Klausur 45 min.

**Voraussetzung für die Teilnahme**

Bilanzen

**Lehrinhalte**

Grundlagen der Finanzanalyse, ausgewählte Bereiche der Investitionsrechnung, Grundmodelle der Finanztheorie (z.B. Kapitalstruktur und Verschuldungspolitik, Portfolio- und Kapitalmarkttheorie)

**Kompetenzziele**

Zur Ableitung wichtiger Entscheidungen für den finanziellen Bereich eines Unternehmens wurden zahlreiche Modelle der finanzwirtschaftlichen Theorie entwickelt, die auch in der Praxis akzeptiert sind. Vor diesem Hintergrund sollen die Studierenden ein fundiertes Wissen über den Gegenstand und die Ergebnisse wichtiger finanzwirtschaftlicher Theorien, weiterführender Modelle der Investitionsrechnung und der Finanzplanung aufweisen und entscheidungsorientiert anwenden können.

**Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen**

Vorlesung mit integrierten Übungsteilen bzw. -aufgaben

**Literatur**

Bösch, M. (2016): Finanzwirtschaft, 3. Aufl., München  
 Perridon, L./Steiner, M. (2017): Finanzwirtschaft der Unternehmung, 18. Aufl., München  
 Zantow, R./Dinauer, R. (2016): Finanzwirtschaft des Unternehmens, 4. Aufl., München  
 Bruns, C./Meyer-Bullerdiek, F. (2013): Professionelles Portfoliomanagement, 5. Aufl., Stuttgart

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Dipl.-Kffr. B. Berthold-Löffler	deutsch	Vertiefung Finanzen und Banken Wahlpflichtfach in anderen Studiengängen

**Modul: Marktforschung**

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
3	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	150 h, davon 60 h Kontaktstudium 90 h Selbststudium	5	Klausur 90 min.

Modulverantwortliche(r)	Voraussetzung für die Teilnahme
Prof. Dr. I. Bormann	Einführung BWL Statistik für Wirtschaftswissenschaftler

**Lehrinhalte**  
Begriffliche Abgrenzungen, statistische Grundlagen; Datenerhebungsformen (Befragung, Beobachtung, Panel, Experimente); Datenanalyseverfahren (uni-, bi- und multivariate Datenanalyseverfahren); Einführung in die Software SPSS

**Kompetenzziele**  
Die Studierenden beherrschen neben marktforschungstheoretischen Grundlagen alle Formen der Datenerhebung und die verschiedenen Möglichkeiten der Datenanalyse. Sie führen eine Marktforschungsstudie von der Konzeptbeschreibung über die empirische Datenerhebung und Datenauswertung bis hin zur Dokumentation selbständig durch und präsentieren diese. Ziel der Veranstaltung ist es, die Methoden der empirischen Primärforschung bekannt zu machen und diese in der Praxis anwenden zu können. Den Studierenden werden Methodenkompetenzen durch die Umsetzung der theoretischen Kenntnisse auf ein Praxisprojekt vermittelt.

**Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen**  
Vorlesung, empirische Erhebung mittels Befragung (ggf. in Kooperation mit Unternehmen), Präsentation

**Literatur**  
Weis/Steinmatz: Marktforschung, 8. Aufl., Kiehl, 2012.  
Hüttner, Manfred: Grundzüge der Marktforschung  
Bormann, I.; Hurth, J.: Hersteller- und Handelsmarketing

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Prof. Dr. I. Bormann	deutsch	Grundlagen Marketing Vertiefung Marketing Die Lehrveranstaltung wird in unterschiedlicher Form in mehreren Studiengängen angeboten und wird wechselseitig anerkannt.

**Modul: Makroökonomie und Außenwirtschaft**

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
3	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	150 h, davon 60 h Kontaktstudium 90 h Selbststudium	5	Klausur 90 min.

Modulverantwortliche(r)	Voraussetzung für die Teilnahme
Prof. Dr. M. Broer	Mikroökonomie

**Lehrinhalte**

Der Teil Makroökonomie befasst sich mit einer Einführung in die volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, Arten der Arbeitslosigkeit, Geld und Inflation und grundlegende gesamtwirtschaftliche Modelle (z.B. IS-/LM-Modell). In der Außenwirtschaft werden sowohl Aspekte der realen Außenwirtschaft (komparative Kostenvorteile, Zölle) als auch der monetären Außenwirtschaft (Systeme flexibler und fester Wechselkurse) behandelt.

**Kompetenzziele**

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. Die grundsätzlichen Vorteile der (internationalen) Arbeitsteilung bzw. die Nachteile von Zöllen können die Studierenden nachvollziehen und auch darlegen. Sie können die Vor- und Nachteile der unterschiedlichen Wechselkursregime benennen. Durch das Modul wird ganz allgemein auch die Methodenkompetenz gefördert, insbesondere abstraktes und analytisches Denkvermögen.

**Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen**

Vorlesung mit integrierten Übungsanteilen

**Literatur**

Blanchard, O.; Illing, G.: Makroökonomie, aktuelle Auflage, München.  
Mankiw, N. G.; Taylor, M. P.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, aktuelle Auflage, Stuttgart.

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Dipl.-Volksw. P. Meyer	deutsch	Öffentliche Finanzen und Wirtschaftspolitik

**Modul: Methodenkompetenz 3**

Lehrveranstaltung 1: Wirtschaftswissenschaftliches Arbeiten

Lehrveranstaltung 2: Wahlpflichtmodul 1

**Kompetenzziele des Moduls**

Die Studierenden sollen zum wissenschaftlichen Arbeiten befähigt werden, indem sie unter Anleitung eine wissenschaftliche Arbeit zu einem Thema der allgemeinen BWL verfassen.

<b>Modulverantwortliche/r</b>	<b>Credit / Workload</b>	<b>Prüfungsform</b>
Prof. Dr. Joachim Hurth	5 CP/150 h	Kumulationsprüfung

**Lehrveranstaltung 1: Wirtschaftswissenschaftliches Arbeiten**

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Prüfungsform
3	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	75 h, davon 30 h Kontaktstudium 45 h Selbststudium	Kumulationsprü- fung

**Voraussetzung für die Teilnahme**

Teilnahmebescheinigung der Lehrveranstaltung Arbeits- und Präsentationstechniken

**Lehrinhalte**

Einführung  
Planung/Vorbereitung/Recherche  
Materialauswahl/Arbeitsgliederung  
Manuskript/Enderstellung/Formalien  
Häufige Fehler in wissenschaftlichen Arbeiten

**Kompetenzziele**

Die Studierenden kennen die Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens. Sie sind in der Lage, eine ausreichende Literaturrecherche und sorgfältige Zitation vorzunehmen und erkennen die Bedeutung eines stringenten Aufbaus. Auf Basis der erlernten theoretischen Grundlagen können die Studierenden in kleinen Gruppen selbständig erste wissenschaftliche Arbeiten zu Themen aus der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre erstellen.

**Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen**

Vorlesung, Besprechungen, Feedbackgespräch (Hausarbeit)

**Literatur**

Theisen, M.: Wissenschaftliches Arbeiten, aktuelle Aufl., München.  
Bänsch, A.: Wissenschaftliches Arbeiten, Seminar- und Diplomarbeiten, aktuelle Aufl., München u.a.  
Stickel-Wolf, Ch.; Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, aktuelle Aufl., Wiesbaden.  
Chmielewicz, K.: Forschungskonzeptionen der Wirtschaftswissenschaft, aktuelle Aufl., Stuttgart.

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Diverse Dozentinnen und Dozenten	deutsch	Vorbereitung auf wissenschaftliches Arbeiten, insbesondere auf die Bachelorarbeit. Wird in allen Studiengängen verlangt.

**Lehrveranstaltung 2: Wahlpflichtmodul 1 – je nach Angebot aus dem in jedem Semester beschlossenen Wahlpflichtmodul-Katalog**

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Prüfungsform
3	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	75 h, davon 30 h Kontaktstudium 45 h Selbststudium	Kumulationsprüfung

**Voraussetzung für die Teilnahme**

**Lehrinhalte**

**Kompetenzziele**

**Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen**

**Literatur**

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
	deutsch	

## Modul: Business Methods

Lehrveranstaltung 1: International Business

Lehrveranstaltung 2: Business Simulation Game

### Kompetenzziele des Moduls

Die Studierenden analysieren internationale Marktchancen und -risiken sowie die Stärken und Schwächen von globalen Unternehmen. 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	5 CP/150 h	Kumulationsprüfung

## Lehrveranstaltung 1: International Business

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Prüfungsform
4	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	75 h, davon 30 h Kontaktstudium 45 h Selbststudium	Kumulationsprü- fung

### Voraussetzung für die Teilnahme

Grundlagenstudium

### Lehrinhalte

- **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

Die Lehrveranstaltung 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
- Gruppenarbeiten mit anschließender Präsentation und Diskussion

### Literatur

- 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	Das Seminar wird in Englisch und Deutsch angeboten.	Seminar International Sales Management Die Veranstaltung wird in anderen Studiengängen als Wahlpflichtfach anerkannt.

**Lehrveranstaltung 2: Business Simulation Game**

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Prüfungsform
4	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	75 h, davon 30 h Kontaktstudium 45 h Selbststudium	Kumulationsprüfung

**Voraussetzung für die Teilnahme**

Betriebswirtschaftliche Grundlagen, Bilanzen, Kosten- und Leistungsrechnung, Einführung Steuern, Organisationslehre, Entscheidungsrechnung und Finanzwirtschaft

**Lehrinhalte**

Simulation von betrieblichen Entscheidungen aus den Bereichen Personal, Beschaffung, Produktion, Absatz und Finanzierung.

Es werden mit dem Computerplanspiel aufeinander folgende Geschäftsjahre simuliert und die daraus resultierenden 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 kennen die Interdependenzen der betrieblichen Funktionen im Innenverhältnis und die Wirkungsmechanismen international agierender Unternehmen aus der Perspektive der Unternehmensleitung (Faktenkompetenz). Zusätzlich werden ‚Soft-Skills‘ durch die Gruppenkonzeption erworben, die die Sozialkompetenz verbessern. Die Förderung der Methodenkompetenz erfolgt durch die situativen Bedingungen zur kollektiven Entscheidungsfindung, welches ein formales Vorgehen erzwingt.

**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 anderen Studiengängen
Dipl.-Kff. C. Kunst Dipl.-Kff. K. Kubik-Wenzel H. Palabiyik, M.A. Dipl.-Kfm. G. Zeranski	deutsch	Marketingplanung Controlling Die Veranstaltung wird in anderen Studiengängen als Wahlpflichtfach anerkannt.

**Modul: Öffentliche Finanzen und Wirtschaftspolitik**

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	150 h, davon 60 h Kontaktstudium 90 h Selbststudium	5	Klausur 90 min.

Modulverantwortliche(r)	Voraussetzung für die Teilnahme
Prof. Dr. M. Broer	Mikroökonomie, Makroökonomie und Außenwirtschaft, Einführung Steuern, Finanzwirtschaft

**Lehrinhalte**  
Das Modul Öffentlichen Finanzen und Wirtschaftspolitik behandelt den föderalen Staatsaufbau in Deutschland, den öffentlichen Haushalt, das Steuersystem und die Steuerwirkungslehre sowie die Staatsverschuldung. Zudem werden u.a. die Aufgaben des Staates in den Bereichen die Allokation (z.B. öffentliche Güter, externe Effekte) und Distribution (Sozialversicherungen, soziale Sicherheit) sowie Stabilität behandelt.

**Kompetenzziele**  
Die Studierenden kennen die Aufgaben des öffentlichen Haushaltsplans und können mit der Haushaltsaufstellung verbundene Probleme benennen und Lösungsansätze aufzeigen. Die ökonomischen Vorteile eines föderalen Staatsaufbaus können benannt und beschrieben werden. Die grundsätzlichen Regelungen des Länderfinanzausgleichs, seine Notwendigkeit und die damit verbundenen Wirkungen können aufgeführt werden. Wirkungen von Mengensteuern können modelltheoretisch analysiert werden. Die Gründe, die Entwicklung und die Problematik der öffentlichen Schuldenaufnahme können die Studierenden darlegen. Die Studierenden sind in der Lage die Auslöser für Marktversagen (öffentliche Güter, externe Effekte) und die Eingriffsnotwendigkeit des Staates aufzuzählen, zu diskutieren und modellhaft darzulegen. Dies gilt auch für die Notwendigkeit einer staatlichen Umverteilungspolitik.

**Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen**  
Vorlesung mit integrierten Übungsanteilen

**Literatur**  
Zimmermann, H.; Henke, K.-D.; Broer, M. (2021): Finanzwissenschaft, 13. Aufl., München.

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Prof. Dr. M. Broer Dipl.-Volksw. P. Meyer	deutsch	

**Modul: Wirtschaftsprivatrecht**

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	150 h, davon 60 h Kontaktstudium 90 h Selbststudium	5	Klausur 90 min.

Modulverantwortliche(r)	Voraussetzung für die Teilnahme
Prof. Dr. M. Rutemöller	Modul „Einführung Recht“

**Lehrinhalte**

- Abgrenzung zwischen öffentlichem und privatem Recht
- Grundlagen des Wirtschaftsprivatrechts, Gerichtszweige und Instanzen
- Vertragstypen, insbes. Kauf-, Dienst-, Arbeits-, Werkvertrag
- Kreditsicherungsrecht
- Vertragsrecht, insbes. Vertragsabschluss, Stellvertretungsrecht, Anfechtungsrecht, Allgemeine Geschäftsbedingungen, Fristen und Termine, Verjährung von Ansprüchen
- Recht der Leistungsstörungen, insbes. Unmöglichkeit und Verzug
- Gewährleistungsrechte
- Sachenrecht, insbes. Eigentumsrecht
- Unerlaubte Handlungen und Produkthaftungsrecht
- Einführung in das Handels- und Gesellschaftsrecht
- Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz
- Methodik der juristischen Falllösung

**Kompetenzziele**

Die Studierenden haben Kenntnisse von der Systematik des Wirtschaftsprivatrechts sowie von den grundlegenden Anspruchsgrundlagen und deren Voraussetzungen erlangt. Sie haben die Methodik der juristischen Falllösung kennengelernt und sind in der Lage, einfach gelagerte juristische Fälle zu lösen. Die Studierenden sind in der Lage, juristische Zusammenhänge zu erfassen und juristisch zu argumentieren.

**Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen**

Vorlesung, Übungen/Falllösungen, Kontrollaufgaben, Besprechung von Grundsatzentscheidungen sowie aktuellen Fällen aus der Praxis und Rechtsprechung

**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:  
 Wörlen, Rainer/Metzler-Müller, Karin: BGB-AT,  
 Wörlen, Rainer/ Metzler-Müller, Karin: Schuldrecht AT  
 Wörlen, Rainer/ Metzler-Müller, Karin: Schuldrecht BT  
 Wörlen, 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, Kompakt-4-3\_Wirtschaftsprivatrecht.docx

wissen für Betriebswirte, Ingenieure und Juristen, München

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Prof. Dr. M. Rutmöller	deutsch	Grundlage für Pflicht- und Wahlpflichtfächer mit Bezug zum Recht, insbesondere Produkthaftungs- und Arbeitsrecht. Die Lehrveranstaltung ist ebenfalls im Curriculum des Studiengangs Wirtschaftsingenieurwesen enthalten.

**Modul: Digital Transformation Management (DTM)**

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
5	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	150 h, davon 60 h Kontaktstudium 90 h Selbststudium	5	Kumulationsprü- fung

Modulverantwortliche(r)	Voraussetzung für die Teilnahme
Prof. Dr. Denis Royer	Einführung Wirtschaftsinformatik

**Lehrinhalte**

Die Veranstaltung vermittelt zentrale Konzepte, Technologien und Managementansätze im Kontext der digitalen Transformation. Im Mittelpunkt stehen die Gestaltung und Weiterentwicklung betrieblicher Informationssysteme sowie die Integration digitaler Geschäftsmodelle und Plattformstrategien.

Thematische Schwerpunkte sind:

- Begriffliche Grundlagen und Einordnung in den Kontext E-Business und digitale Transformation
- Management der Unternehmensarchitektur (Enterprise Architecture Management)
- Planung, Entwicklung und Betrieb von Informationssystemen mit agilen Methoden (z. B. Scrum)
- Grundlagen und Geschäftsmodelle des E-Commerce im B2C- und B2B-Umfeld
- Aufbau und Management digitaler Plattformen und Ökosysteme
- Zentrale Domänen der digitalen Transformation (Kunden, Daten, Wettbewerb, Innovation, Wertschöpfung)
- Erfolgsfaktoren und Herausforderungen der digitalen Transformation in Unternehmen
- Methoden und Werkzeuge zur Steuerung digitaler Transformationsprozesse
- Aktuelle Entwicklungen und Fallbeispiele aus Wirtschaft und Gesellschaft

**Kompetenzziele**

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:

1. **die grundlegenden Konzepte, Begriffe und strategischen Implikationen der digitalen Transformation** zu verstehen und auf Unternehmen, Märkte und Geschäftsmodelle anzuwenden;
2. **betriebliche Informationssysteme, E-Commerce-Systeme und digitale Geschäftsarchitekturen** in ihren Grundstrukturen zu beschreiben und in den Kontext des E-Business und der digitalen Transformation einzuordnen;
3. **Relevante Methoden und Werkzeuge des Digital Transformation Managements** zu kennen und gezielt einzusetzen;
4. **praxisrelevante Fragestellungen und Anwendungsfelder eigenständig zu identifizieren**, zu analysieren und auf der Grundlage theoretischer Konzepte fundierte Lösungsvorschläge zu entwickeln und zu bewerten;
5. **im Team an Fallstudien und Projekten zur digitalen Transformation** zu arbeiten und dabei sowohl analytische als auch kreative Problemlösungsfähigkeiten anzuwenden.

**Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen**

Interaktive Vorlesung mit integrierten Übungsteilen (Fallstudien und Gruppenarbeiten als Workshops). Die Erledigung dieser vorlesungsbegleitenden Aufgaben wird durch entsprechende Aufgabenstellungen in der Klausur sichergestellt.

**Literatur**

- Grassmann, Sutter (2016): Digitale Transformation im Unternehmen gestalten, Hanser.
- Rogers, David L. (2017): Digital Transformation - Das Playbook, MITP.
- Laudon et al. (2016): Wirtschaftsinformatik – Eine Einführung, Pearson, 3. Auflage.
- Wirtz, B. W. (2018): Electronic Business, Gabler, 6. Auflage.
- weitere Literatur- und Materialhinweise i.R.d. Veranstaltung

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Prof. Dr. Denis Royer	deutsch	Die Veranstaltung wird in anderen Studiengängen als Wahlpflichtfach anerkannt.

**Modul: Projektmanagement**

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
5	ein Semester/ semesterweise	Pflicht	150 h, davon 60 h Kontaktstudium 90 h Selbststudium	5	Kumulationsprüfung

Modulverantwortliche(r)	Voraussetzung für die Teilnahme
Prof. Dr. Henning Tirrel	

**Lehrinhalte**

- Aufgaben und Methoden des Projektmanagements
- Rollen und Verantwortlichkeiten in Projekten
- Projektstrukturierung und Meilensteinplanung
- Qualitäts-, Chancen- und Risikomanagement
- Agiles Projektmanagement
- Prozessmanagement inkl. Prozessanalyse und -verbesserung (KVP) sowie Prozessmodellierung

**Kompetenzziele**

Die Studierenden wenden in Projekten geeignete Methoden und Vorgehensweisen des Projektmanagements zielgerichtet an. Aufgaben und Rollen in Projekten werden geplant, Projektergebnisse aufbereitet, dargestellt und präsentiert. Prozesse werden von Projekten abgegrenzt und unternehmerische Prozesse werden identifiziert und verstanden. Zudem werden Prozesse kritisch analysiert und verbessert.

**Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen**

Vorlesungen, Gruppendiskussionen, Übungsaufgaben, Fallstudien

**Literatur**

Bertagnolli, F. (2020), *Lean Management: Einführung und Vertiefung in die japanische Management-Philosophie*, 2. Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler.

Gadatsch, A. (2023), *Grundkurs Geschäftsprozess-Management: Analyse, Modellierung, Optimierung und Controlling von Prozessen*, 10. Aufl., Wiesbaden: Springer Vieweg.

Jakoby, W. (2025), *Intensivtraining Projektmanagement. Ein praxisnahes Übungsbuch für den gezielten Kompetenzaufbau*, 4. Aufl., Wiesbaden, Springer Vieweg.

Kuster, J., Bachmann, C., Hubmann, M., Lippmann, R und Schneider, P. (2022), *Handbuch Projektmanagement. Agil – Klassisch – Hybrid*, 5. Aufl., Heidelberg, Springer.

Reichert, T. (2024), *Projektmanagement. Projekte zum Erfolg führen*, 5. Aufl., Freiburg: Haufe-Lexware.

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Prof. Dr. Henning Tirrel	deutsch	Projektmanagement steht in Verbindung mit vielen betriebswirtschaftlichen Fragestellungen

**Vertiefung: Automobilwirtschaft**

Modul 1: Automobilmarketing und -vertrieb

Modul 2: Beschaffungsmanagement in der Automobilwirtschaft

Modul 3: Nachhaltige Automobilwirtschaft und Geschäftsmodelle

Modul 4: Mobilienleasing

## Vertiefung Automobilwirtschaft

### Modul: Automobilmarketing und -vertrieb

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4/5	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	150 h, davon 60 h Kontaktstudium 90 h Selbststudium	5	Klausur 90 min.

#### Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Helena Wisbert

#### Voraussetzung für die Teilnahme

Absatz/Marketing  
Marktforschung

#### Lehrinhalte

Konzeptionelle Grundlagen des Automobilmarketings; Segmentierung und Bearbeitung des Automobilmarktes; Käuferverhalten, Kaufentscheidungsprozesse und Zufriedenheit von Automobilkunden; Kunden- und Fahrzeugbindungsprozesse im automobilen Kundenbeziehungsmanagement

#### Kompetenzziele

Ausgehend von der Konzeption des Marketings können die Studierenden grundlegende Aufgabenstellungen im Automobilmarketing aufzählen, diskutieren und relevante Fragestellungen ableiten. Sie sind in der Lage mit Hilfe von Marktsegmentierungsansätzen den Automobilmarkt angebots- und nachfrageseitig differenziert zu beschreiben und zu analysieren, um den zielgerichteten Einsatz des automobilen Marketing-Mix zu entwickeln. Die Studierenden können den Kaufentscheidungsprozess von Automobilkunden selbständig erklären und können sich kritisch mit der Bedeutung der Kundenzufriedenheit für die angestrebte Kundenbindung auseinandersetzen. Sie beherrschen die Grundlagen des Kundenbeziehungsmanagements (CRM) in den Kunden- und Fahrzeugbindungsprozessen und können konkrete online- und offlinebasierte Maßnahmen zum Aufbau und zur Stabilisierung von Kundenbeziehungen entwickeln. Durch die Heranziehung von Ergebnissen der Automobilmarktforschung verbessert sich ihre systematische Analyse- und Problemlösungsfähigkeit.

#### Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Interaktive Vorlesung mit integrierten Übungsteilen

#### Literatur

Deutsche Automobil Treuhand GmbH (Hrsg.) (2019): DAT Report 2019, 45. Ausgabe, Ostfildern.  
Diez, W. (2015): Automobil-Marketing, 6. Aufl., München.  
Esch, F.-R. (Hrsg.) (2013): Strategie und Technik des Automobilmarketing, Wiesbaden  
Meffert, H. u. a. (2019): Marketing – Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 13. Aufl., Wiesbaden.  
Seeba, H.-G. / Meffert, H. / Burmann, C. (2009): Fallstudie Volkswagen Golf V. Ein Praxisbeispiel für erfolgreiches Marketing, Wiesbaden (download unter [www.gabler.de/fallstudie\\_vw\\_golf](http://www.gabler.de/fallstudie_vw_golf)).

#### Dozent(in)

Prof. Dr. Helena Wisbert deutsch

#### Unterrichtssprache

#### Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen

Bachelorarbeit  
Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt.

## Vertiefung Automobilwirtschaft

### Modul: Beschaffungsmanagement in der Automobilwirtschaft

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4/5	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	150 h, davon 60 h Kontaktstudium 90 h Selbststudium	5	Klausur 90 min.
<b>Modulverantwortliche(r)</b>			<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>		
Prof. Dr. J. Walther			Grundlagen der BWL Beschaffung und Produktion		
<b>Lehrinhalte</b>					
Operatives und strategisches Beschaffungsmanagement, Programmorientierte Bedarfsplanung, Bestellrechnung, Aufgaben der Beschaffungs- und Produktionslogistik, Green Logistics, Supply Chain Management, Bullwhip Effekt (Beer Game), Einkauf 4.0, Additive Fertigung und 3D-Druck, Kooperatives Innovationsmanagement, Outsourcing von Beschaffungsprozessen, Qualifizierung im Einkauf 4.0					
<b>Kompetenzziele</b>					
Die Studierenden kennen die aktuellen Anforderungen an eine globale Beschaffung in der Automobilindustrie sowie die daraus resultierenden operativen und strategischen Aufgaben. Die Studierenden sind in der Lage, ausgewählte Instrumente und Methoden des Beschaffungsmanagements anzuwenden und zu beurteilen. Die Teilnehmer*innen sollen Ihre Fähigkeit zur Analyse sowie zum abstrakten und vernetzten Denken steigern.					
<b>Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen</b>					
Vorlesung mit integrierten Übungsteilen und Workshops, Planspiel (Beer Game), Nutzung einer interaktiven Online-Lernplattform, Exkursion zu einem Wirtschaftsforum, Einbeziehung von Automobilunternehmen über entsprechende Impulsvorträge; maximale Gruppengröße 30 Personen.					
<b>Literatur</b>					
Blohm, H., Beer, T., Seidenberg, U., Silber, H., Produktionswirtschaft, aktuelle Ausgabe. Garcia Sanz, F.-J., Semmler, K., Walther, J. (Hrsg.), Die Automobilindustrie auf dem Weg zur globalen Netzwerkkompetenz, Heidelberg 2007. Jünemann, R., Materialfluß und Logistik, aktuelle Ausgabe. Schulte, G., Material- und Logistikmanagement, aktuelle Ausgabe.					
<b>Dozent(in)</b>	<b>Unterrichtssprache</b>		<b>Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen</b>		
Prof. Dr. J. Walther	deutsch		Bachelorarbeit Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt.		

## Vertiefung Automobilwirtschaft

### Modul: Nachhaltige Automobilwirtschaft und automobiler Geschäftsmodelle

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4/5	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	150 h, davon 60 h Kontaktstudium 90 h Selbststudium	5	Kumulationsprüfung

Modulverantwortliche(r)	Voraussetzung für die Teilnahme
Prof. Dr. Helena Wisbert	keine

#### Lehrinhalte

- Managementprozesse in der Automobilwirtschaft
- Nachhaltigkeit in der strategischen Ausrichtung
- Der Strategiefindungsprozess von Automobilherstellern
- Transformationsprozesse in der Automobilwirtschaft
- Makro- und Mikroumgebungsanalyse
- Branchenanalyse und Ausarbeitung einer Geschäftsfeldstrategie
- Auswertung von Chancen und Risiken verschiedener Strategieansätze
- Geschäftsmodellinnovationen in der Automobilindustrie
- Anwendung auf aktuelle Praxisbeispiele

#### Kompetenzziele

Die Studierenden können mit Hilfe betriebswirtschaftlicher Theorien und Instrumente den Transformationsprozess in der Automobilwirtschaft analysieren und evaluieren. Weiter können sie auf Basis aktueller Instrumente Geschäftsfeldstrategien ableiten und kritisch beurteilen. Dazu werden aktuelle Praxisbeispiele herangezogen und diskutiert. Die Teilnehmer steigern ihre Fähigkeiten zur Analyse sowie zum abstrakten und vernetzten Denken. Die Theorie-Praxis-Transferleistung ist ein zentrales Kompetenzziel der Veranstaltung.

#### Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Interaktive Vorlesung mit Fallstudienbearbeitungen und Anwendungsbeispielen sowie themenbezogenen Diskussionen und Gruppenarbeiten. Gastvorträge aus der automobilwirtschaftlichen Praxis ergänzen die Veranstaltung.

#### Literatur

- Proff., H. 2020: Automobilindustrie im Umbruch, in: Proff. H. (Hrsg.), 2020: Neue Dimensionen der Mobilität, S. 49 – 65.
- Welge, M.K., Al-Laham, A.; Eulerich, M., 2017: Strategisches Management -Grundlagen – Prozess – Implementierung, 7., überarbeitete und aktualisierte Auflage 2017.
- Reisinger, S., Gattringer, R., Strehl, F., 2017: Strategisches Management, Grundlagen für Studium und Praxis, 2. Aufl.
- Diez, W., Reindl, S. Brachat, H. (Hrsg.), 2016: Grundlagen der Automobilwirtschaft – Das Standardwerk der Automobilbranche.
- Aktuelle Literatur wird in der Vorlesung bekanntgegeben.

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Prof. Dr. Helena Wisbert	Deutsch/Englisch	Bachelorarbeit

Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen  
der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt.

## Vertiefung Automobilwirtschaft

### Modul: Mobilienleasing

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4/5	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	150 h, davon 60 h Kontaktstudium 90 h Selbststudium	5	Kumulationsprüfung

#### Modulverantwortliche(r)

Dipl.-Kfm. T. Volkmann

#### Voraussetzung für die Teilnahme

#### Lehrinhalte

Leasingbegriff

Mobilienleasingmarkt in Deutschland

Arten von Leasingverhältnissen

Wirtschaftliche Zurechnung von Leasingobjekten

Kalkulation von Leasingverträgen

Vergleich von Leasing- und Kreditfinanzierung

Refinanzierung von Leasingverträgen

Jahresabschluss von Leasinggesellschaften

Risikomanagement und Risikocontrolling in Leasinggesellschaften

Entscheidung zwischen Leasing und Kauf als Investitions- und Finanzierungsproblem unter Unsicherheit

Leasing in volkswirtschaftlichen Modellen

Leasing im internationalen Kontext

#### Kompetenzziele

Die Studierenden sind fähig, den Mobilienleasingmarkt in Deutschland zu beschreiben. Sie sind sicher im Umgang mit grundlegenden Leasingbegriffen sowie typischen Leasingvarianten und können diese systematisch erläutern. Sie kennen das Problem der wirtschaftlichen Zurechnung und können dieses situationsangemessen lösen. Die Studierenden sind in der Lage, selbstständig Leasinggratenkalkulationen durchzuführen. Sie können einen quantitativen Vergleich der Alternativen Leasing und Kreditkauf durchführen und eine Entscheidung zwischen diesen unter Berücksichtigung weiterer qualitativer Aspekte treffen. Die Studierenden kennen die Refinanzierungsmöglichkeiten von Leasinggesellschaften und können diese kritisch beurteilen. Sie sind in der Lage, Besonderheiten im Jahresabschluss einer Leasinggesellschaft zu erklären.

Die Studierenden erwerben vertiefte Kenntnisse im Risikomanagement und Risikocontrolling von Leasinggesellschaften. Sie können einen quantitativen Vergleich zwischen Leasen und Kaufen bei unsicheren Parametern durchführen und eine Entscheidung für eine Alternative in dieser Situation begründen. Die Studierenden sind in der Lage, ausgewählte Probleme modelltheoretisch darzustellen. Sie kennen die wichtigsten internationalen Leasingmärkte und deren wesentlichen Merkmale.

Die vertiefte Auseinandersetzung mit einem der genannten Themen in einer zu erstellenden Hausarbeit erhöht die selbständige wissenschaftliche Arbeitsweise. Die Besprechung des Fortschritts und der gewonnenen Erkenntnisse während der Anfertigung steigert die Kooperations- und Kommunikationsfähigkeit der Studierenden.

#### Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Vorlesung mit integrierten Übungen, Exkursion mit Gastvorträgen

#### Literatur

Beigler, M.: Analyse der Vorteilhaftigkeit zwischen Leasing und kreditfinanziertem Kauf, 2012.  
Tonner, N.: Leasing im Steuerrecht, 6. Aufl., 2014.  
Perridon, L./ Steiner, M./ Rathgeber, A.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, 17. Aufl., 2017.  
Peters, B./ Schmid-Burgk, K.: Das Leasinggeschäft, 4. Aufl., 2017.  
Westphalen, F. von (Hrsg.): Der Leasingvertrag, 7. Aufl., 2015

<b>Dozent(in)</b>	<b>Unterrichtssprache</b>	<b>Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen</b>
Dipl.-Kfm. T. Volkmann	deutsch	Bachelorarbeit Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt.

**Vertiefung: Finanzen und Banken**

Modul 1: Bankmanagement

Modul 2: Finanzmanagement

Modul 3: Banksteuerung

Modul 4: Aktien- und Anleihenanalyse

## Vertiefung Finanzen und Banken

### Modul: Bankmanagement

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4/5	ein Semester/einmal jährlich	Vertiefungsfach	150 h, davon 60 h Kontaktstudium 90 h Selbststudium	5	Klausur 90 min.
<b>Modulverantwortliche(r)</b>			<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>		
Dipl.-Kffr. B. Berthold-Löffler			Finanz- und Rechnungswesen		
<b>Lehrinhalte</b>					
Grundlagen und Rahmenbedingungen des Bankmanagements, Grundlagen ausgewählter Bankgeschäfte, Grundlagen des externen Bankrechnungswesens und der regulatorischen Anforderungen					
<b>Kompetenzziele</b>					
Die Kreditwirtschaft befindet sich in einem starken Wandel, der auch durch die Einflüsse der Bankenaufsicht geprägt ist. Dabei stellen die zunehmend umfassenden und komplexen Vorgaben eine große Herausforderung des Managements (inkl. Risikomanagements) der Banken dar. Vor diesem Hintergrund dient die Lehrveranstaltung der Vermittlung wichtiger Grundlagen und Rahmenbedingungen des Bankmanagements, so dass die Studierenden diese diskutieren und beurteilen sowie ausgewählte Bankgeschäfte analysieren und bewerten können. Dies fördert das Denken in Zusammenhängen und die selbständige Beurteilung von bankwirtschaftlichen Zusammenhängen. Über den rein fachlichen Bezug verbessert sich allgemein die Methodenkompetenz (Analysefähigkeit sowie abstraktes Denken).					
<b>Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen</b>					
Vorlesung mit integrierten Übungsteilen, Praxisbeispielen und Kurzpräsentationen					
<b>Literatur</b>					
Baule, R.: Finanzwirtschaftliches Bankmanagement, Stuttgart 2019 Hartmann-Wendels, T./Pfungsten, A./Weber, M. (2019): Bankbetriebslehre, 7. Aufl., Berlin-Heidelberg Hellenkamp, D. (2018): Bankwirtschaft, 2. Aufl., Wiesbaden Peppmeier, A. (2020): Bankbetriebslehre, 12. Aufl., Herne					
<b>Dozent(in)</b>	<b>Unterrichtssprache</b>	<b>Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen</b>			
Dipl.-Kffr. B. Berthold-Löffler	deutsch	Bachelorarbeit Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt.			

## Vertiefung Finanzen und Banken

### Modul: Finanzmanagement

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4/5	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	150 h, davon 60 h Kontaktstudium 90 h Selbststudium	5	Klausur 90 min.

#### Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. F. Meyer-Bullerdiel

#### Voraussetzung für die Teilnahme

Investition und Finanzierung

#### Lehrinhalte

Im Finanzmanagement laufen alle Informationen zur finanziellen Führung eines Unternehmens zusammen. Zum Aufgabengebiet des Finanzmanagements gehören u.a. die Finanzierung über Bankkredite und die Kapitalmärkte, die Beurteilung des Finanzbedarfs (Finanzplanung) sowie die Begrenzung finanzieller Risiken durch den Einsatz von Finanztermingeschäften. Vor diesem Hintergrund werden die folgenden Lehrinhalte vermittelt: Darlehen von Banken, Anleihenfinanzierung, Analyse des Finanzbedarfs, Wirtschaftlichkeitsanalyse, Rating, Finanztermingeschäfte (Forward Rate Agreements, Financial Futures, Optionen, Swaps, Devisentermingeschäfte).

#### Kompetenzziele

Die Studierenden können den dynamischen Effektivzins von Darlehen und von Anleihen bestimmen und ausgewählte Anleihevarianten darstellen und beurteilen. Weiterhin sind sie in der Lage, den Finanzbedarf eines Unternehmens und die Wirtschaftlichkeit eines Projektes mit Hilfe des Vollständigen Finanzplans zu bestimmen. Sie können die wesentlichen Aspekte des Ratings erläutern. Im Bereich der Finanztermingeschäfte können die Studierenden die Funktionsweise und Einsatzmotive von Forward Rate Agreements, Financial Futures, Aktien- und Zinsoptionen, Swapgeschäften und Devisentermingeschäften darstellen und entsprechende Berechnungen durchführen. Über diesen rein fachlichen Bezug verbessern die Studierenden allgemein die Analysefähigkeit und das abstrakte Denken, indem sie Modelle zur Analyse und Bewertung anwenden.

#### Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Vorlesung mit Übungsaufgaben

#### Literatur

Bruns, C./Meyer-Bullerdiel, F. (2020): Professionelles Portfoliomanagement, 6. Aufl.

Perridon, L./Steiner, M. (2017): Finanzwirtschaft der Unternehmung, 17. Aufl.

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Prof. Dr. F. Meyer-Bullerdiel	deutsch	Bachelorarbeit Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt.

## Vertiefung Finanzen und Banken

### Modul: Banksteuerung

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4/5	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	150 h, davon 60 h Kontaktstudium 90 h Selbststudium	5	Klausur 90 min.

#### Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. F. Meyer-Bullerdiel

#### Voraussetzung für die Teilnahme

Modul „Investition und Finanzierung“

#### Lehrinhalte

Eine funktionstüchtige Banksteuerung dient als Voraussetzung für eine erfolgreiche Umsetzung der wertorientierten Managementphilosophie in Banken. Dazu werden leistungsfähige Instrumente der Kalkulation und Steuerung des Zinsergebnisses, der Betriebskosten und der Risiken eingesetzt. Vor diesem Hintergrund werden die folgenden Lehrinhalte vermittelt: Grundlagen der Banksteuerung inkl. der bankenaufsichtlichen Rahmenbedingungen, Rentabilitätsmanagement (insbesondere Marktzinsmethode, Kalkulations- und Kennzahlensystem für das ROI-Management, Zielgrößen im Rentabilitätsmanagement, Kontrollen und Abweichungsanalysen), Risikosteuerung in Kreditinstituten.

#### Kompetenzziele

Die Studierenden kennen die Grundlagen der Banksteuerung und des Rentabilitätsmanagements von Banken. Sie sind in der Lage, auf Basis der Marktzinsmethode Konditions- und Strukturbeiträge für eine Bank zu berechnen. Im Rahmen des ROI-Managements können die Studierenden Standardrisiko- und Standardbetriebskosten bestimmen und eine ROI-Analyse mit Hilfe von Daten der Einzelgeschäftskalkulation und des externen Rechnungswesens durchführen. Darüber hinaus sind sie in der Lage, ausgehend von der Eigenkapitalbedarfsermittlung die Plangröße für die Mindest-Bruttomarge im Kundengeschäft zu bestimmen. Weiterhin können die Studierenden die Grundlagen der Risikosteuerung im Asset-Liability-Management von Banken beurteilen. Ferner können sie den Value-at-Risk mit Hilfe verschiedener Verfahren berechnen und interpretieren. Sie kennen die verschiedenen Risikokalküle einer Bank und können die Konzepte der Quantifizierung des Zinsspannenrisikos darstellen und beurteilen sowie Möglichkeiten erläutern, das Risiko abzusichern. Zudem können sie eine marktwertorientierte Kreditrisikoquantifizierung anhand eines Modells durchführen. Über diesen rein fachlichen Bezug verbessern sich allgemein die Analysefähigkeit und das abstrakte Denken der Studierenden durch die Verwendung von Analysemodellen.

#### Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Vorlesung mit Übungsaufgaben

#### Literatur

Baule, R.: Finanzwirtschaftliches Bankmanagement, aktuelle Auflage.

Bieg, H./Krämer, G./Waschbusch, G./Igl, A. (Hrsg.): Bankenaufsicht in Theorie und Praxis, aktuelle Auflage.

Schierenbeck, H./Lister, M./Kirmße, S.: Ertragsorientiertes Bankmanagement, Bände 1 und 2, jeweils die aktuelle Auflage

Wiedemann, A./Hille, V./Wiechers, S.: Integrierte Banksteuerung, aktuelle Auflage.

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Prof. Dr. F. Meyer-Bullerdiel	deutsch	Bachelorarbeit Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt.

## Vertiefung Finanzen und Banken

### Modul: Aktien- und Anleihenanalyse

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4/5	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	150 h, davon 60 h Kontaktstudium 90 h Selbststudium	5	Klausur 90 min.

#### Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. M. Spiwoks

#### Voraussetzung für die Teilnahme

Finanz- und Rechnungswesen  
Unternehmenssteuerung

#### Lehrinhalte

Es werden die bedeutendsten Aspekte der Wertpapieranalyse betrachtet:

1. Bedeutung der Aktien- und Anleihenanalyse im Rahmen des Bankgeschäftes
2. Zusammenhang von Kurs und Rendite im Rahmen der Anleihenanalyse
3. Restlaufzeit, Währung, Bonität, Liquidierbarkeit, Kupon und weitere Eigenschaften von Anleihen
4. Berechnung und Interpretation der Duration und der Modified Duration
5. Berücksichtigung der Restlaufzeitverkürzung (Riding the Yield Curve)
6. Chancen und Risiken der Immunisierungsstrategie
7. Einflussfaktoren auf die Zinsentwicklung
8. Einflussfaktoren auf die Aktienkursentwicklung
9. Fundamentale Ansätze der Finanzmarktprognose (u.a. Szenarienanalyse, Regressionsmodelle)
10. Technische Ansätze der Finanzmarktprognose (u.a. Formationen, gleitende Durchschnitte)
11. Neuere Prognoseansätze (u.a. Behavioral Finance, Kapitalmarktsimulationen)
12. Erfolgspotenzial von Finanzmarktprognosen (Stand der empirischen Forschung)
13. Rationales Herdenverhalten von Finanzanalysten (u.a. Reputational Herding, Investigative Herding, Informational Cascades)

#### Kompetenzziele

Die Studierenden lernen alle gängigen Ansätze der Finanzmarktprognose kennen. Sie sind in der Lage, die Ansätze zu verstehen, anzuwenden, einzuordnen und kritisch zu hinterfragen. Sie erkennen die erhebliche praktische Bedeutung der Finanzmarktanalyse für den Investmentprozess und können den weiteren Forschungsbedarf in diesem Bereich abschätzen.

Insbesondere die Einbeziehung aktueller Forschungsergebnisse fördert die Methodenkompetenzen, die Analysefähigkeiten, die Kreativität sowie das abstrakte und vernetzte Denken der Studierenden. Ferner wird die Handlungskompetenz gestärkt und die Medienkompetenz geschärft.

#### Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

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

- Eller, R.: Festverzinsliche Wertpapiere, 2. Auflage, 1995  
 Spiwoks, M.: Bestimmungsgründe der Kapitalmarktzinsentwicklung, Baden-Baden 1993  
 Bruns, C./Meyer-Bullerdiek, F.: Professionelles Portfoliomanagement, 5. Auflage, 2013  
 Steiner, M./Bruns, C./Stöckl, S.: Wertpapiermanagement, 11. Auflage, 2017

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Prof. Dr. M. Spiwoks	deutsch	Bachelorarbeit Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt. Alternativ kann das englischsprachige Wahlpflichtfach „Investment Management“ belegt und beim Prüfungsausschuss als Vertiefungsfach anerkannt werden (Formular W2).

**Vertiefung: Personal und Wirtschaftspsychologie**

Modul 1: Organisations- und Personalentwicklung

Modul 2: Führungs- und Interaktionskompetenz

Modul 3: Arbeitsgestaltung und Innovationsmethoden

Modul 4: Strategische Unternehmensplanung und Organisation

## Vertiefung Personal und Wirtschaftspsychologie

### Modul: Organisations- und Personalentwicklung

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4/5	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	150 h, davon 60 h Kontaktstudium 90 h Selbststudium	5	Teilnahmepflicht, Kumulationsprü- fung

#### Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. M. Simon

#### Voraussetzung für die Teilnahme

#### Lehrinhalte

Die Studierenden erhalten zunächst einen allgemeinen Überblick über das breite Feld der Organisationspsychologie (Geschichte, Einordnung in die anwendungsorientierte Psychologie, Aufgaben, Forschungsfelder, Arbeitsfelder in der Praxis). Daneben werden einzelne Teildisziplinen in den Bereichen Organisations- und Personalentwicklung vertieft.

#### Kompetenzziele

Die Studierenden haben einen sicheren Umgang mit anwendungsorientierten Feldern der Organisations- und Personalentwicklung mit Fokus auf Themen wie:

- Einführung und Überblick Organisationspsychologie,
- Organisationsdiagnose,
- Organisationsentwicklung und -beratung,
- Kompetenzmanagement,
- Beurteilung und Messung von Leistung und Potenzial,
- Gruppendynamik und gruppenorientierte Interventionstechniken,
- Teams und ihre Entwicklung.

#### Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Interaktive Vorlesung, Fallstudien, Praxisbeispiele, Referate, Übungen

#### Literatur

Nerdinger, F.W. & Blicke, G. (2014). Arbeits- und Organisationspsychologie. Springer  
 Kauffeld, S. (2014). Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor. Springer  
 Kanning, U.P. & Staufenbiehl, T. (2011). Organisationspsychologie (Bachelorstudium Psychologie). Hogrefe  
 Schuler, H. & Moser, K. (2013). Lehrbuch Organisationspsychologie. Huber  
 Elbe, M. (2016). Sozialpsychologie der Organisation. Springer

#### Dozent(in)

Prof. Dr. M. Simon

#### Unterrichtssprache

deutsch

#### Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen

Bachelorarbeit  
 Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt.



## Vertiefung Personal und Wirtschaftspsychologie

### Modul: Arbeitsgestaltung und Innovationsmethoden

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4/5	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	150 h, davon 60 h Kontaktstudium 90 h Selbststudium	5	Kumulationsprüfung

#### Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. M. Simon

#### Voraussetzung für die Teilnahme

Grundlagen der BWL

#### Lehrinhalte

Die Studierenden erhalten zunächst einen allgemeinen Überblick über die aktuellen Herausforderungen der digitalen Transformation. Hierbei geht es einerseits um die strategische Ausrichtung bei der Entwicklung und den Einsatz neuer Technologien. Daneben geht es aber auch vor allem um die Frage welche Auswirkungen die all damit verbundenen Veränderungen auf die zukünftige Gestaltung von Arbeit haben. Im Einzelnen wird behandelt:

- Einführung Arbeit 4.0
- Generationenmanagement
- Agile Methoden (Design Thinking, SCRUM, Holocracy)
- Agile Führung
- Management von Innovationen
- Arbeitsplatz der Zukunft und moderne Bürokonzepte
- Mobiles und vernetztes Arbeiten
- Purpose – Die Rolle von Sinnstiftung in der Arbeit
- Rolle von Gesundheitsmanagement in modernen Unternehmen

#### Kompetenzziele

Die Studierenden beherrschen die wichtigsten Grundbegriffe aus den Bereichen Arbeitsgestaltung und Innovationsmethoden. Sie haben ein grundlegendes Verständnis entwickelt für die Rolle und Bedeutung des Faktors Mensch in betriebswirtschaftlichen Prozessen und Abläufen. Die Studierenden können vor allem den Bezug und die Relevanz dieser wichtigen Thematik in den Kontext der unternehmerischen Praxis übertragen und anwenden. Die Veranstaltung zielt neben der Wissensvermittlung vornehmlich darauf ab, die Methodenkompetenz zu erweitern. Die Analysefähigkeit, das abstrakte und vernetzte Denken wird gefördert.

#### Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Interaktive und in weiten Teilen seminaristisch gestaltete Vorlesung mit Fallstudien, Praxisbeispielen, Referaten und Übungen

#### Literatur

Anderson, K. & Uhlig, J. (2015). Das agile Unternehmen. Wie sich Organisationen neu erfinden. Campus  
 Hackl, B. et al. (2017). New Work: Auf dem Weg zur neuen Arbeitswelt. Management-Impulse, Praxisbeispiele, Studien. Springer  
 Moran, A. (2015). Managing Agile. Strategy, Implementation, Organization and People. Springer  
 Redmann, B. (2017). Agiles Arbeiten im Unternehmen. Rechtliche Rahmenbedingungen und gesetzliche Anforderungen. Haufe  
 Rump, J. & Eilers, S. (2017). Auf dem Weg zur Arbeit 4.0. Innovationen in HR. Springer  
 Scherber, S. & Lang, M. (2015). Agile Führung. Vom agilen Projekt zum agilen Unternehmen. Symposium  
 Wetzel, D. (2015). Arbeit 4.0. Was Beschäftigte und Unternehmen ändern müssen. Herder

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Prof. Dr. M. Simon	deutsch	Bachelorarbeit Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt.

**Vertiefung Personal und Wirtschaftspsychologie**

**Modul: Strategische Unternehmensplanung und Organisation**

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4/5	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	150 h, davon 60 h Kontaktstudium 90 h Selbststudium	5	Kumulationsprüfung

**Modulverantwortliche(r)**

Dipl.-Kfm. G. Zeranski

**Voraussetzung für die Teilnahme**

**Lehrinhalte**

- Strategische Planung als Unternehmensfunktion
- Strategische Planungsinstrumente, wie SWOT-Analysen, Portfolio-Technik, Scoring-Modelle, Szenario-Technik, PIMS-Studien
- Neuere Organisationsformen, wie agile Organisation, virtuelle Organisationsformen, Teamvermaschungsmodelle
- CSR und nachhaltige Strategiekonzepte

**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.

**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  
 Staehle, H.W., Conrad, P., Sydow, J.: Management, 8. Aufl., München 1999  
 North, K.: Wissensorientierte Unternehmensführung, 6. Aufl., Wiesbaden 2016

**Dozent(in)**

Dipl.-Kfm. G. Zeranski

**Unterrichtssprache**

deutsch

**Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen**

Bachelorarbeit  
 Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt.

**Vertiefung: Marketing und Commerce**

Modul 1: Grundlagen Commerce

Modul 2: Marketing-Instrumente

Modul 3: Commerce-Management

Modul 4: Marketingplanung

## Vertiefung Marketing und Commerce

### Modul: Grundlagen Commerce

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4/5	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	150 h, davon 60 h Kontaktstudium 90 h Selbststudium	5	Klausur 90 min.

Modulverantwortliche(r)	Voraussetzung für die Teilnahme
Prof. Dr. J. Hurth	Absatz/Marketing

#### Lehrinhalte

Begriffe Commerce  
Geschichte des Handels  
Rechtlicher Rahmen des Handels  
Struktur und Dynamik wichtiger Einzelhandelsbranchen  
Betriebstypen im Handel und Betriebstypenentwicklung  
Konzept der Unternehmenspolitik im Handel  
Grundstrukturpolitik im Handel

Beim Einzelhandel (Commerce) geht es um die Beschaffung und den Absatz von Ware, ohne dass diese wesentlich manipuliert (verändert) wird. Auf Produktion wird also weitestgehend verzichtet. Man kann Großhandel und Einzelhandel unterscheiden. Die Veranstaltung umfasst den stationären Einzelhandel (Beispiel Ikea-Möbelhäuser) und den Electronic Commerce (Beispiel Amazon).

#### Kompetenzziele

Die StudentInnen erkennen Muster in den bestehenden Handelskonzeptionen und können diese typologisieren. Daraus abgeleitet sind sie in der Lage die Erfolgsaussichten neuer Entwicklungen zu extrapolieren. Durch mehrere Anwendungsaufgaben können sie Informationen analysieren und evaluieren. Teilweise können neue Lösungen konstruiert werden.

#### Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Vorlesung, Lehrgespräch, Fallstudien, Übungen, Kurzreferate

#### Literatur

Bormann, I./Hurth, J.: Hersteller- und Handelsmarketing, aktuelle Aufl., Herne.  
Swoboda, B./Foscht, Th./Schramm-Klein, H.: Handelsmanagement, aktuelle Aufl., München.  
Wirtz, B.W.: Digital Business, aktuelle Aufl., Cham.

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Prof. Dr. J. Hurth	deutsch	Bachelorarbeit Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt.

## Vertiefung Marketing und Commerce

### Modul: Marketing-Instrumente

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4/5	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	150 h, davon 60 h Kontaktstudium 90 h Selbststudium	5	Klausur 90 min.

#### Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. A. Helpup

#### Voraussetzung für die Teilnahme

Absatz/Marketing  
Marktforschung

#### Lehrinhalte

- Produktpolitik: Produktstrategien, Markenmanagement; Produktentwicklung; Neuromarketing
- Preispolitik: Preisbildung; Preisstrategien und -änderungspolitik, Rabatte
- Kommunikationspolitik: Werbeprogramme; Verkaufsförderung; Public Relation; Sponsoring; Social Media Marketing; Online Marketing
- Distributionspolitik: Absatzwege und -organe; vertikale Marketingsysteme

#### Kompetenzziele

Die Veranstaltung schafft ein Verständnis für die Anwendungsmöglichkeiten der klassischen vier Marketing-Instrumente: Produktpolitik, Preispolitik, Kommunikationspolitik und Distributionspolitik. Die Studierenden sind in der Lage, aufbauend auf den Grundlagen des Marketings, das erworbene Wissen auf Problemstellungen der Marketingpraxis anzuwenden. Ein besonderer Wert wird dabei auf die Methodenkompetenz gelegt. Die im Unterricht vermittelten theoretischen Grundlagen werden im Rahmen der Präsentationen auf Praxisunternehmen übertragen. Hierbei werden die Analysefähigkeit und Kreativität der Studierenden geschult.

#### Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Vorlesung, Literaturstudium, Referate und Präsentationen/Kurzreferate als Klausurvorbereitung; Aufgaben und Übungen

#### Literatur

- Becker, J.: Marketing-Konzeption, 11. Aufl., München, 2018.  
 Bruhn, M.: Marketing: Grundlagen für Studium und Praxis, Wiesbaden, 13. aktual. Aufl., 2016.  
 Fritz, W.; Oelsnitz, D.: Marketing, Köln, 5. Auflage, 2018.  
 Godefroid, P.; Pförtsch, W.: Business-to-Business-Marketing, Herne, 5. aktual. Aufl., 2013.  
 Haller, S.: Handelsmarketing, Ludwigshafen, 4. Aufl., 2017.  
 Homburg, C.: Marketingmanagement, Wiesbaden, 6. überarb. u. erw. Aufl., 2016.  
 Kotler, P.; Armstrong, G.; Harris, L. C.; Piercy, N.: Grundlagen des Marketing, München, 2016.  
 Kotler, P.; Keller, K.; Opresnik, M. O.: Marketing-Management, Boston, 15. Aufl., 2017.  
 Kreutzer, R.: Praxisorientiertes Marketing; Wiesbaden, 2017.  
 Meffert, H.; Burmann, C.; Kirchgeorg, M.; Eisenbeiß, M.: Marketing., Wiesbaden, 2018.  
 Scharf, A.; Schubert, B; Hehn, P.: Marketing, Stuttgart, 2015.

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Prof. Dr. A. Helpup	deutsch	Bachelorarbeit Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt.

## Vertiefung Marketing und Commerce

### Modul: Commerce-Management

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4/5	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	150 h, davon 60 h Kontaktstudium 90 h Selbststudium	5	Klausur 90 min

#### Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. J. Hurth

#### Voraussetzung für die Teilnahme

Absatz/Marketing

#### Lehrinhalte

Sortimentspolitik  
Preis- und Konditionenpolitik im Handel  
Kommunikationspolitik im Handel  
Informationspolitik im Handel  
Controlling im Handel  
Ausgewählte Aspekte zu Organisation und Führung im Handel

#### Kompetenzziele

Die StudentInnen kennen die Marketing- und Managementtätigkeiten im Handel (stationär und nicht-stationär/E-Commerce). Durch ausgewählte Instrumente der Marketing- und Managementpolitik im Handel wie Sortimentsanalysen oder Kennzahlensysteme können sie mögliche Lösungen für Entscheidungsprobleme anwenden. Beispielhafte Problemlösungen werden kritisch beurteilt, um Ansatzpunkte für Verbesserungen zu generieren.

Darüber hinaus vertiefen die StudentInnen in freiwilligen Referaten eigenständig ausgewählte Themenstellungen und entwickeln sich durch die Präsentation der Ergebnisse rhetorisch weiter.

#### Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Vorlesung, Lehrgespräch, Fallstudien, Übungen

#### Literatur

Bormann, I./Hurth, J.: Hersteller- und Handelsmarketing, aktuelle Aufl., Herne.  
Swoboda, B./Foscht, Th./Schramm-Klein, H.: Handelsmanagement, aktuelle Aufl., München.  
Wirtz, B.W.: Digital Business, aktuelle Aufl., Cham.

#### Dozent(in)

Prof. Dr. J. Hurth

#### Unterrichtssprache

deutsch

#### Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen

Bachelorarbeit  
Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt.

**Vertiefung Marketing und Commerce**

**Modul: Marketingplanung**

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4/5	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	150 h, davon 60 h Kontaktstudium 90 h Selbststudium	5	Klausur 90 min.

Modulverantwortliche(r)	Voraussetzung für die Teilnahme
Prof. Dr. I. Bormann	Marktforschung

**Lehrinhalte**  
Planungsinstrumente, Marketing-Konzepte, Marketing-Planungsprozess, Marketing-Zielplanung, Marketing-Strategien, ausgewählte Aspekte des Internationalen Marketing

**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, Fallstudien

**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	Bachelorarbeit Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt.

**Vertiefung: Controlling und Steuern**

Modul 1: Controlling-Instrumente

Modul 2: Unternehmensbesteuerung I

Modul 3: Angewandtes Controlling

Modul 4: Unternehmensbesteuerung II

## Vertiefung Controlling und Steuern

### Modul: Controlling-Instrument

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4/5	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	150 h, davon 60 h Kontaktstudium 90 h Selbststudium	5	Klausur 90 min.
<b>Modulverantwortliche(r)</b>			<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>		
NN			Erfolgreiche Teilnahme an den Veranstaltungen zum Finanz- und Rechnungswesen sowie Betriebswirtschaftslehre		
<b>Lehrinhalte</b>					
Begriff, Aufgaben, Anforderungen und Organisation des Controllings; Instrumente des operativen Controllings: Deckungsbeitrags- und Plankostenrechnung, Erlös-, Einzelkosten- und Gemeinkostenabweichungsanalysen, integrierte finanzielle Gesamtplanung (Budgetierung), Kennzahlen- und Kennzahlensysteme, Break-Even-Analyse, Berichtswesen.					
<b>Kompetenzziele</b>					
Die Studierenden kennen die operativen und strategischen Ansätze des Controllings. Sie können die Controlling-Organisation im Unternehmen einschätzen und operative Handlungshinweise als Dienstleister geben. Die Studierenden beherrschen die wesentlichen operativen Instrumente des Controllings und können sie situationsadäquat einsetzen. Die Lehrveranstaltung soll die Methodenkompetenz durch das Denken in Zusammenhängen und die selbständige Beurteilung betriebswirtschaftlicher Fragestellungen im Zusammenhang mit der erfolgswirtschaftlichen Unternehmenssteuerung fördern. Darüber hinaus werden im Rahmen der Veranstaltung analytische Fähigkeiten und abstraktes Denken geschult.					
<b>Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen</b>					
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 sowie zusätzliche Übungsaufgaben. Die Erledigung dieser vorlesungsbegleitenden Aufgaben wird durch entsprechende Aufgabenstellungen in der Klausur sichergestellt.					
<b>Literatur</b>					
Brühl, R. (2016): Controlling, München Horvath, P. (2015): Controlling, 13. Aufl., München Weber, J. (2016): Einführung in das Controlling, 15. Aufl., Stuttgart					
<b>Dozent(in)</b>	<b>Unterrichtssprache</b>		<b>Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen</b>		
NN	deutsch		Bachelorarbeit Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt.		

## Vertiefung Controlling und Steuern

### Modul: Unternehmensbesteuerung I

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4/5	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	150 h, davon 60 h Kontaktstudium 90 h Selbststudium	5	Klausur 90 min.

#### Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. M. Rutmöller, LL.M.

#### Voraussetzung für die Teilnahme

Einführung Steuern

#### Lehrinhalte

Die Veranstaltung beinhaltet folgende Themengebiete:

1. Einführung in die Unternehmensbesteuerung
2. Rechtsformen und Besteuerung im Vergleich (Einzelunternehmen, Personengesellschaften und Körperschaften)
3. Körperschaftsteuer (Steuerpflicht, Ermittlung des zu versteuernden Einkommens, Steuertarif, verdeckte Gewinnausschüttungen (vGA) und verdeckte Einlagen (vEL), Verlustabzugsbeschränkung, Zinsschranke, Beteiligungserträge und Belastungsvergleich)
4. Gewerbesteuer (Steuerpflicht, Ermittlung des Gewerbeertrags, Hinzurechnungen und Kürzungen, Freibeträge und Anrechnung nach § 35 EStG)
5. Rechtsformwahl unter steuerlichen Aspekten und Rechtsformwechsel

#### Kompetenzziele

Die Studierenden

- haben wesentliche Kenntnisse über die Ertragssteuerarten (Einkommensteuer, Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer) erworben.
- beherrschen die Systematik des Ertragssteuerrechts und sind in der Lage, diese Kenntnisse auf an die Vorlesungsinhalte angepasste steuerliche Sachverhalte selbstständig anzuwenden und Steuerberechnungen durchzuführen.
- haben die Besteuerung einzelner Rechtsformen kennengelernt und sind in der Lage, Steuerbelastungsvergleiche anhand der verschiedenen Rechtsformen anzustellen und einfache Steueroptimierungsmöglichkeiten zu identifizieren.

Die Studierenden arbeiten zielgerichtet in Einzel- oder Gruppenarbeit an steuerlichen Fallbeispielen und vertreten ihre Lösungsvorschläge argumentativ. Dadurch stärken sie ihre Kommunikations- und Kooperationsfähigkeit und werden zum Denken in Zusammenhängen angeregt. Die Studierenden erstellen vorlesungsbegleitende Präsentationen. Die Arbeitsergebnisse werden im Anschluss vorgestellt und diskutiert. Auf diese Weise lernen die Studierenden, ihr theoretisches Wissen in eine strukturierte, verständliche Form zu bringen, die auch für andere nachvollziehbar ist. Zugleich üben die Studierenden, Inhalte präzise, logisch, zeitlich angemessen und auf fachlichem Niveau zu erklären und zu visualisieren. Neben der Ausdrucksfähigkeit der Studierenden werden auch die Diskussionsfähigkeit und das aktive Zuhören gefördert. Das erworbene Wissen können die Studierenden auf Problemstellungen in der Praxis situationsadäquat anwenden und sachgerechte Entscheidungen ableiten und umsetzen.

#### Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Vorlesung mit integrierten Übungsanteilen; Einzel- und Gruppenarbeit; Referate und Präsentationen

#### Literatur

Alber/Szczesny: Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer  
Bornhofen, M./Bornhofen M.: Steuerlehre 2

Birk/Desens/Tappe: Steuerrecht  
Hubert: Unternehmensteuern  
Weitemeyer/Maciejewski: Unternehmensteuerrecht  
*(jeweils in der aktuellen Auflage)*

<b>Dozent(in)</b>	<b>Unterrichtssprache</b>	<b>Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen</b>
Prof. Dr. M. Rutmöller, LL.M.	deutsch	Bachelorarbeit Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt.

## Vertiefung Controlling und Steuern

### Modul: Angewandtes Controlling

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4/5	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	150 h, davon 60 h Kontaktstudium 90 h Selbststudium	5	Klausur 90 min.

#### Modulverantwortliche(r)

NN

#### Voraussetzung für die Teilnahme

#### Lehrinhalte

Sondergebiete des Controllings: Strategisches Kostenmanagement, Zielkostenmanagement, Life Cycle Costing, Prozesskostenmanagement, Investitionscontrolling; Kennenlernen von und Umgang mit Standard-Planungs- und Analysesoftware zum Controlling.

#### Kompetenzziele

Die Studierenden lernen spezielle Verfahren und Anwendungen des strategischen und operativen Controllings in der Theorie und praxisnahen Fallstudien bzw. im Rahmen von praktischen Projekten kennen, anwenden und zu beurteilen.

Die Lehrveranstaltung vermittelt die Methodenkompetenz durch das Denken in Zusammenhängen und fördert die selbständige Beurteilung betriebswirtschaftlicher Fragestellungen im Zusammenhang mit der erfolgswirtschaftlichen Unternehmenssteuerung. Darüber hinaus werden im Rahmen der Veranstaltung analytische Fähigkeiten und abstraktes Denken geschult. Durch das gemeinsame Arbeiten in einem Gruppenprojekt mit anschließender Präsentation der Ergebnisse wird ferner die Sozialkompetenz (Kooperationsfähigkeit, Kommunikationsfähigkeit, Konfliktfähigkeit), die Individualkompetenz (Leistungsbereitschaft, Engagement, Kreativität, Zuverlässigkeit) sowie die Medienkompetenz gefördert.

#### Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Vorlesung mit integrierten Übungsanteilen sowie Laborarbeit

#### Literatur

Coenenberg, A., Fischer, Th. (2016): Kostenrechnung und Kostenanalyse, 18. Aufl., Stuttgart  
 Kremin-Buch, B. (2012): Strategisches Kostenmanagement, 4. Aufl., Wiesbaden  
 Nagl, A.: Der Businessplan (2010), 5. Aufl., Wiesbaden

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
NN	deutsch	Bachelorarbeit Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt.

<b>Modul: Unternehmensbesteuerung II</b>					
Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4/5	ein Semester/ einmal jährlich	Pflicht	150 h, davon 60 h Kontaktstudium 90 h Selbststudium	5	Klausur 90 min.
<b>Modulverantwortliche(r)</b>			<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>		
Prof. Dr. M. Rutmöller, LL.M.			Einführung Steuern		
<b>Lehrinhalte</b>					
<p>Die Veranstaltung beinhaltet folgende Themengebiete:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bewertungsrecht [Allgemeine Bewertungsregeln, allgemeine Bewertungsmaßstäbe (gemeiner Wert, abgeleitete Werte), Bewertung von Grundvermögen (unbebaute, bebaute Grundstück, Vergleichswert-, Ertragswert-, Sachwertverfahren) Bewertung von Betriebsvermögen (vereinfachtes Ertragswertverfahren, Besonderheiten bei Personengesellschaften)]</li> <li>2. Erbrecht des BGB [gesetzliche Erbfolge, gewillkürte Erbfolge (Testament, Erbvertrag, Annahme/Ausschlagung der Erbschaft, Pflichtteil, Erbunwürdigkeit)]</li> <li>3. Erbschaft- und Schenkungsteuer [Persönliche und sachliche Steuerpflicht, steuerpflichtiger Erwerb (Privatvermögen, Steuerbefreiungen, Freibeträge; Betriebsvermögen, begünstigtes Vermögen, Verwaltungsvermögen, Familiengesellschaften, Verschonungsregeln für Unternehmen untersch. Größe), Erbschaftsteuertarif, Festsetzung und Entrichtung der Erbschaftsteuer, Gestaltungsmöglichkeiten]</li> <li>4. Umsatzsteuer [Einführung (Umsatzsteuersystem, Besteuerungsverfahren, Kleinunternehmer), Steuerbarkeit (Tatbestandsmerkmale steuerbarer Umsätze), Lieferungen und sonstige Leistungen (Begriff, Einheitlichkeit der Leistung, Werklieferungen und -leistungen, Tatbestandsmerkmale, Ort), unentgeltliche LuL, Einfuhr aus dem Drittlandsgebiet, innergemeinschaftlicher Erwerb (USt-ID, i. E. gegen Entgelt, Verbringen, Halbunternehmer, neue Fahrzeuge, Ort des i. E., Reihengeschäfte), Steuerbefreiungen, Bemessungsgrundlage, Steuersätze, Vorsteuerabzug, Rechnungen, Aufzeichnungspflichten].</li> </ol>					
<b>Kompetenzziele</b>					
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• kennen die Grundlagen der behandelten Rechts- und Steuerggebiete und können diese Kenntnisse in Dialogen anwenden.</li> <li>• sind in der Lage, ihre Kenntnisse auf einfache steuerliche Sachverhalte selbstständig anzuwenden.</li> <li>• können die steuerlichen Auswirkungen grundlegender betriebswirtschaftlicher Entscheidungen analysieren und bewerten.</li> <li>• können Empfehlungen zu steuerlichen Gestaltungsmöglichkeiten geben.</li> </ul> <p>Durch die Bearbeitung von Sachverhalten in kleinen Gruppen stärken die Studierenden ihre Kommunikations- und Kooperationsfähigkeit. Die Bereitstellung von vorlesungsbegleitenden Übungsaufgaben fördert die Selbständigkeit und Selbstverantwortung für den Lernprozess. Das erworbene Wissen können die Studierenden auf Problemstellungen in der Praxis situationsadäquat anwenden und sachgerechte Entscheidungen ableiten und umsetzen.</p>					
<b>Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen</b>					
Vorlesung mit integrierten Übungsanteilen; Gruppenarbeit; Selbstlerneinheiten zum Bonuspunkterwerb					
<b>Literatur</b>					
<p>Bornhofen, M./Bornhofen M.: Steuerlehre 2                      Birk/Desens/Tappe: Steuerrecht                      Grootens/Koltermann: Lehr- und Trainingsbuch Bewertung und Erbschaftsteuer                      Heil: Erbrecht, Erbschaftsteuer, Schenkungsteuer</p>					

Horschitz/Lahme/Zipfel/Knak/Szczesny/Rüttenauer: Erbschaft- und Schenkungsteuer, Bewertungsrecht  
Maier: Lehrbuch Umsatzsteuer  
Walkenhorst/Bolk/Nieskens: Fallsammlung Umsatzsteuer  
Weinfurter: Umsatzsteuer visuell  
Zugmaier, Einführung in das Umsatzsteuerrecht  
(jeweils in der aktuellen Auflage)

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Dipl.-Kffr. C. Kunst / Dipl.-Ök. StB H. Palabiyik, M.A. Wirtschaftswissenschaften	deutsch	Bachelorarbeit Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt.

**Vertiefung: International Management (englisch)**

Modul 1: Intercultural Communication

Modul 2: Human Resource Management

Modul 3: International Sales Management

Modul 4: International Finance

## Vertiefung International Management (englisch)

### Modul: Intercultural Communication

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4/5	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	150 h, davon 60 h Kontaktstudium 90 h Selbststudium	5	Kumulationsprü- fung

#### Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Mike Hoffmeister

#### Voraussetzung für die Teilnahme

Abschluss drittes Semester

#### Lehrinhalte

Meanings and Dimensions of Culture; Intercultural Communication; Stereotypes, Cross Cultural Leadership; Human Resource Development Across Culture, Happiness at Work – Value Based Management Across Cultures

#### Kompetenzziele

Die Studierenden werden interkulturell sensibilisiert und lernen die Komponenten für eine interkulturelle Kompetenz im internationalen Berufsumfeld kennen. Sie erkennen die Zusammenhänge unterschiedlicher Kulturdimensionen und -standards. Sie analysieren und beurteilen die Ursachen für interkulturell basierte Konflikte. Die Studierenden entwickeln Lösungsansätze zur Konfliktvermeidung bzw. -lösung. Anhand einer Fallstudie/Projekt es wenden Sie dabei die erlernten Kenntnisse in praktischen Übungen umgesetzt. Hierbei erfahren die Studierenden gruppensdynamische, interkulturelle Prozesse, die für internationale Tätigkeiten von besonderer Bedeutung sind. Die Studierenden sind in der Lage, auf dem internationalen Parket professionell zu agieren.

#### Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

- Vorlesung und Workshop mit integrierten Übungsteilen.
- Gruppenarbeiten und Diskussionen
- Videoanalysen und Simulationsübungen
- Öffentliche Präsentation der Arbeitsergebnisse (Intercultural Dialogue)
- Das Modul wird als Blockveranstaltungen durchgeführt; Seminarsprache ist Englisch
- Kick-off ist das interkulturelle Wochenende am Anfang des Semesters

#### Literatur

- Frey, B. Osterloh, M., Successful Management by Motivation, Berlin, aktuelle Auflage
- Nierenberg, J., Ross, I., Negotiate for Success, San Francisco, aktuelle Auflage
- Bjerke, B., Business Leadership and Culture, Cheltenham, aktuelle Auflage
- Keegan, W, Global Marketing, Essex, aktuelle Auflage
- Luthans, F.; Doh, J., International Management: Culture, Strategy and Behavior, Boston, aktuelle Auflage
- Hofstede, G: Cultures and Organisations, New York; aktuelle Auflage
- Hofstede, G., J., Pedersen, P. B.; Hofstede, G., Exploring Culture; aktuelle Auflage
- Trompenaars, F., Hampden-Tuner, C., Riding the Waves of Culture, London, Boston, aktuelle Auflage
- Trompenaars, F., Hampden-Tuner, C.: Building Cross-Cultural Competence, London, Boston, aktuelle Auflage
- Dignen, B. Communicating Across Cultures, Cambridge, aktuelle Auflage
- Ting-Toomey, S., Dorjee, T., Communicating Across Cultures, New York, aktuelle Auflage

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Prof. Dr. Mike Hoffmeister	englisch	Bachelorarbeit Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt.

**Vertiefung International Management (englisch)**

**Modul: Human Resource Management**

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4/5	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	150 h, davon 60 h Kontaktstudium 90 h Selbststudium	5	Kumulationsprüfung

Modulverantwortliche(r)	Voraussetzung für die Teilnahme
Dipl.-Kff. Kerstin Kubik-Wenzel	-

**Lehrinhalte**

This course will cover essential Human Resource Management concepts and techniques in combination with the underlying strategic HR issues. Case studies and in-class exercises will be used to apply the theoretical concepts to authentic business situations, in local and international context. The students will have the opportunity for self-assessment. Ethical questions will be discussed throughout the course to provide the students with a sense of the consequences that human resources-related decisions have for individuals and organizations. Current research will supplement the critical discussion of the different subject areas.

**Kompetenzziele**

Specialist skills: using research results and apply to practice, critically assessing HR policies  
 Methodical competencies: presentation and discussion skills; research skills  
 Social competencies: working in groups  
 Personal competencies: using English language in discussions and presentations, judging own and others' work

**Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen**

Interactive lecture, case studies, exercises, business games, group work, self-assessment

**Literatur**

Dessler, G.: Human Resource Management, Global Edition, Pearson 2023  
 Wilton, N.: An Introduction to Human Resource Management, Sage 2025  
 Crawshaw, J.: Human Resource Management - Strategic and International Perspectives, Sage 2023

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Dipl.-Kffr. Kerstin Kubik-Wenzel	englisch	Bachelorarbeit Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt.

**Vertiefung International Management (englisch)**

**Modul: International Sales Management**

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4/5	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	150 h, davon 60 h Kontaktstudium 90 h Selbststudium	5	Kumulationsprüfung

Modulverantwortliche(r)	Voraussetzung für die Teilnahme
Prof. Dr. M. Hoffmeister	

**Lehrinhalte**  
International Sales Force Management, International Business Behaviour, International Negotiation and Presentation Skills, International Sales and Service Strategies

**Kompetenzziele**  
Das Vertiefungsfach vermittelt den Studierenden Fertigkeiten im Umgang mit unterschiedlichen Präsentationstechniken im internationalen Umfeld vermittelt. Darüber hinaus lernen die Studierenden verschiedene Vertriebs- und Verkaufsmethoden aus ausgewählten Kulturkreisen kennen. Sie analysieren die Wertemuster dieser Kulturkreise auf Basis von Kulturstandards/-dimensionen und leiten daraus die Implikationen für ein erfolgreiches Vertriebsmanagement ab. Zudem analysieren die Studierenden die Erfolgsfaktoren für das internationale Verkaufsmanagement und wenden diese in Übungen an. Im Rahmen einer Fallstudie werden die erlernten Inhalte vertieft, Zusammenhänge erkannt und Lösungsstrategien abgeleitet. Die Studierenden sind in der Lage, sich situativ angemessen in unterschiedlichen internationalen Berufssituationen professionell erfolgreich zu verhalten.

- Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen**
- Vorlesung und Workshop mit integrierten Übungsteilen
  - Gruppenarbeiten und Diskussionen
  - Videoanalysen und Simulationsübungen
  - Das Modul wird als Blockveranstaltungen durchgeführt; Seminarsprache ist Englisch

**Literatur**

- Homburg, C., Schäfer, H., Schneider, J., Sales Excellence: Systematic Sales Management, Heidelberg, New York, aktuelle Ausgabe
- Johnston, M.W., Sales Force Management, New York, aktuelle Ausgabe
- Matthews, B., Sales Enablement, Hoboken, aktuelle Ausgabe
- Johnston, M.W., Sales Force Management: Leadership, Innovation, Technology, New York, aktuelle Ausgabe
- Ingram, T. N., LaForge, R. W., Avial, R. A., Sales Management: Analysis and Decision Making, Exeter, aktuelle Ausgabe
- Harvard Business Review on Winning Negotiations (Harvard Business Review Paperback Series) Boston, aktuelle Ausgabe
- Fisher, R., Ury, W. L., Getting to Yes, Boston, aktuelle Ausgabe
- Jobber, D., Lancaster, G., Selling and Sales Management, London; aktuelle Auflage
- Spiro, Rosann; Stanton, William; Rich, Gregory: Management of a Sales Force, Boston; aktuelle Auflage
- Frey, B. Osterloh, M., Successful Management by Motivation, Berlin, aktuelle Auflage
- Nierenberg, J., Ross, I., Negotiate for Success, San Francisco, aktuelle Auflage
- Bjerke, B., Business Leadership and Culture, Cheltenham, aktuelle Auflage
- Keegan, W, Global Marketing, Essex, aktuelle Auflage

- Luthans, F.; Doh, J., International Management: Culture, Strategy and Behavior, Boston, aktuelle Auflage
- Hofstede, G: Cultures and Organisations, New York; aktuelle Auflage
- Hofstede, G., J., Pedersen, P. B.; Hofstede, G., Exploring Culture; aktuelle Auflage
- Trompenaars, F., Hampden-Tuner, C., Riding the Waves of Culture, London, Boston, aktuelle Auflage
- Trompenaars, F., Hampden-Tuner, C.: Building Cross-Cultural Competence, London, Boston, aktuelle Auflage
- Dignen, B. Communicating Across Cultures, Cambridge, aktuelle Auflage
- Ting-Toomey, S., Dorjee, T., Communicating Across Cultures, New York, aktuelle Auflage

<b>Dozent(in)</b>	<b>Unterrichtssprache</b>	<b>Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen</b>
Prof. Dr. M. Hoffmeister	englisch	Bachelorarbeit Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt.

**Vertiefung International Management (englisch)**

**Modul: International Finance**

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
4/5	ein Semester/ einmal jährlich	Vertiefungs- fach	150 h, davon 60 h Kontaktstudium 90 h Selbststudium	5	Klausur 90 min.

Modulverantwortliche(r)	Voraussetzung für die Teilnahme
Prof. Dr. F. Meyer-Bullerdiel	Module „Investition und Finanzierung“ sowie „Entscheidungsrechnung und Finanzwirtschaft“

**Lehrinhalte**

The International Finance course deals with the financial management of multinational enterprises with special emphasis on currency hedging using derivatives. It starts with an overview of the foreign exchange market including the analysis of foreign exchange rates and quotations. Then, international parity conditions are explored. After this, an introduction to financial derivatives is provided before the primary foreign currency financial derivatives used in multinational finance are explored. Afterwards, a number of hedging techniques used in international finance will be introduced. These include forward, money market and option hedges. Finally, the influence of global investors on financing costs is analysed.

**Kompetenzziele**

The students are able to describe the structure of the global foreign exchange market and the financial transactions conducted in this market including the forms of currency quotations used by market participants when conducting foreign exchange transactions. They know how price levels and inflation in countries determine currency exchange rates and can explain how interest rates drive the exchange rates. The students are able to describe the principles of important financial derivatives. They can explain how currency futures, currency options and currency swaps are used. Students are able to describe how transaction exposure is measured and how companies may hedge foreign exchange exposure. Finally, they know how international portfolio theory and diversification alter the cost of capital of a global firm. In addition, students' methodological skills, analytical skills, and abstract thinking are fostered.

**Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen**

Lecture with integrated exercises

**Literatur**

The course is based in particular upon the following textbooks:  
Eiteman, D.K. / Stonehill, A.I. / Moffett, M.H.: "Multinational Business Finance", current edition, Pearson Education Limited.  
Bodie, Z. / Kane, A. / Marcus, A.J.: "Investments", current edition, McGraw-Hill/Irwin.

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Prof. Dr. Frieder Meyer-Bullerdiel	Englisch	Bachelorarbeit Das Modul wird in anderen Bachelor-Studiengängen der Fakultät als Wahlpflichtfach anerkannt.

**Modul: Studium im Ausland**

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
5	ein Semester/ einmal jährlich	Pflicht für das Aus- landsstudium	150 h, davon 60 h Kontaktstudium 90 h Selbststudium	5	Projektbericht (bestehend aus 1. Klausur 50% 2. Erfahrungsweiter- gabe 50%)

Modulverantwortliche(r)	Voraussetzung für die Teilnahme
E. Uta, M.A.	Zusage für ein Auslandssemester / Selbstorganisiertes Auslandssemester im 5 Semester

**Lehrinhalte**

- Kultur: Begriff und Konzepte
- Interkulturelle Kompetenz
- Kulturstandards nach Thomas
- Kulturdimensionen nach Hofstede, Trompenaars und GLOBE
- Interkulturelle Kommunikation
- Wahrnehmungszirkel und Handlungsstrategien
- Internationalisierungskonzept der Fakultät
- Weitergabe der eigenen Ausländerfahrung

**Kompetenzziele**

Die Studierenden, die ein Auslandssemester im anschließenden Semester absolvieren, werden für die Anforderungen und Bedingungen des Auslandsstudiums sensibilisiert. Sie reflektieren sich und ihr Handeln in einem anderen kulturellen Umfeld. Die Teilnehmenden setzen sich mit ihrer eigenen kulturellen Prägung, anderen Kulturen, Verschiedenartigkeit und Missverständnissen, die daraus resultieren können, auseinander. Sie erlernen Handlungsstrategien, die sie sowohl beim Auslandsstudium als auch im weiteren Privat- sowie Berufsleben anwenden können.

**Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen**

Vorlesung mit integrierten Übungsteilen

Die Vorlesung wird mit einer Klausur abgeschlossen. Nach dem Auslandsaufenthalt werden die eigenen Auslandserfahrungen in Form einer Projektarbeit aus mehreren Teilen an andere Studierende weitergegeben.

**Literatur**

- Erl, A. / Gymnich, M. (2014): Interkulturelle Kompetenzen, 5. Auflage, Stuttgart
- Hofstede, G. (2017): Lokales Denken, globales Handeln: Interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management, 6. Auflage, Wiesbaden
- Kutschker, M. / Schmid, S. (2011): Internationales Management, 7. Auflage, München
- Schulz von Thun, F. / Kumbier, D. (2008): Interkulturelle Kommunikation, 2. Auflage, Hamburg.
- Trompenaars, F. / Hampden-Turner, C. (2009): Riding the waves of culture: Understanding cultural diversity in business, 2. Auflage, London.
- Lüsebrink, H.-J. (2012): Interkulturelle Kommunikation, 3. Auflage, Stuttgart
- Schroll-Machl, S. (2013): Die Deutschen – Wir Deutschen, 4. Auflage, Göttingen
- Thiagarajan, S. / van der Bergh, S. (2008): Interaktive Trainingsmethoden, 2. Auflage, Reinbeck

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
E. Uta, M.A.	deutsch	

**Modul: Praxissemester**

Semester	Dauer / Häufigkeit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
6	3 Monate	Pflicht	540 h	18	Praxisbericht

Modulverantwortliche(r)	Voraussetzung für die Teilnahme
Studiendekan*in	1. Studienjahr bestanden

**Lehrinhalte**

Die Tätigkeiten in der Praxisphase sollen im Rahmen eines abgrenzbaren betrieblichen Projekts stattfinden, wobei die Integration der Studierenden in die Unternehmensorganisation insbesondere den gegenseitigen Erfahrungs- und Wissensaustausch zwischen Hochschule und Praxis fördern sollte. Soweit die fachliche Thematik es erlaubt, sollen die Studierenden an notwendige fachübergreifende bzw. interdisziplinäre Denkansätze herangeführt werden. In diesem Zusammenhang sollen die Studierenden sich auch organisatorischen, gruppenorientierten und sozialen Problemen im Betrieb widmen. Die Praxisphase beinhaltet eine betriebswirtschaftliche bzw. technisch-betriebswirtschaftliche Tätigkeit noch weitgehend unter Anleitung durch die Praxisstelle und die Hochschule.

**Kompetenzziele**

Ziel der Praxisphase ist es, eine enge Verbindung zwischen Studium und Berufspraxis herzustellen, und die Studierenden an anwendungsorientierte Tätigkeiten heranzuführen. Die Studierenden können dadurch die in verschiedenen Disziplinen vermittelten Kenntnisse und Fertigkeiten unter Anleitung auf komplexe Probleme der Praxis anzuwenden. Die Studierenden kennen verschiedene Aspekte der betrieblichen Entscheidungsprozesse sowie deren Zusammenwirken und erlangen vertiefte Einblicke in technische, organisatorische, ökonomische, rechtliche und soziale Zusammenhänge des Betriebsgeschehens. Die berufspraktische Tätigkeit fördert die Fähigkeit der Studierenden zum erfolgreichen Umsetzen wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden in konkreten Praxissituationen und trägt zur intensiveren Verzahnung von Theorie und Praxis in der Ausbildung bei.

**Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen**

Berufspraktische Tätigkeit/ Projekt

**Literatur**

-

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Studiendekan*in	i.A. deutsch	Bachelorarbeit