

Modulhandbuch Business Administration (B.A.)

Stand August 2020

Inhaltsverzeichnis

Core Modules

M1: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, des Personalmanagements, der Beschaffung und der Produktion - BWL 1, Teil A	5
M2: Grundlagen des Marketings und Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft - BWL 1, Teil B	8
M3: Betriebswirtschaftslehre 2 (Unternehmensführung)	11
M4: Einführung in die Volkswirtschaftslehre	13
M5: Angewandte Volkswirtschaftslehre	15
M6: Dokumentationsfunktion der Bilanzierung	17
M7: Steuereinflüsse im Unternehmen	20
M8: Internes Rechnungswesen	22

Support Modules

M9: Quantitative Methoden 1	25
M10: Quantitative Methoden 2	28
M11: Wirtschaftsrecht 1	30
M12: Wirtschaftsrecht 2 (Arbeitsrecht, Schuldrecht BT und Sachenrecht)	33
M13: Wirtschaftsinformatik	36

Organization- and Communication Skills Modules

M14- 15 a: Wirtschaftsenglisch 1	39
M14- 15 b: Wirtschaftsenglisch 2	41
M14- 15 c: Wirtschaftsenglisch 3	43
M14- 15 d: Wirtschaftsfranzösisch 1	45
M14- 15 e: Wirtschaftsfranzösisch 2	47
M14- 15 f: Wirtschaftsfranzösisch 3	49
M14- 15 g: Wirtschaftsspanisch 1	51
M14- 15 h: Wirtschaftsspanisch 2	53
M14- 15 i: Wirtschaftsspanisch 3	55
M16- 17 a: Methodik der organisatorischen Gestaltung	57
M16- 17 b: Projektmanagement	60

M16- 17 c: Rhetorik und Präsentationstechnik	62
M16- 17 d: Verhandlungsführung und Konfliktmanagement.....	64
M16- 17 e: Studium Generale - Ethik, Nachhaltigkeit, Ökologie, Verantwortung, Kultur, Technikfolgeabschätzung.....	66

Specialization Modules

M18- 21 a: Aktuelle Entwicklungen der IT	68
M18- 21 b: IT-Anwendungen	71
M18- 21 c: Arbeitsrecht	74
M18- 21 d: Controlling-Entwicklungen	77
M18- 21 e: Controlling-Instrumente	80
M18- 21 f: Steuerungsdimensionen des Controllings	83
M18- 21 g: Handelsmarketing	86
M18- 21 h: Handelsstrategien	89
M18- 21 i: Institutionelle Aspekte des Handels	92
M18- 21 j: Informationsfunktion der Bilanzierung	95
M18- 21 k: Marktforschung und Käuferverhalten.....	98
M18- 21 l: Marketingmanagement	101
M18- 21 m: Marketinginstrumente 1.....	104
M18- 21 n: Marketinginstrumente 2.....	107
M18- 21 o: Steuergestaltung durch Rechtsformwahl	110
M18- 21 p: Steuerplanung im Unternehmen	113
M18- 21 q: Verfahrensrecht sowie substanz- und verkehrsteuerliche Steuergestaltungen ..	117
M18- 21 r: Wirtschaftsprüfung.....	121
M18- 21 s: International Economics.....	123
M18- 21 t: Finanzmanagement	125
M18- 21 u: Quantitative Methoden der Betriebswirtschaftslehre.....	128
M18- 21 v: Personalmanagement	130
M18- 21 w: Personalführung	132
M18- 21 x: Wirtschafts- und Unternehmensethik sowie Grundlagen Corporate Social Responsibility (CSR) und Sustainable and Responsible Investment (SRI).....	134

Transferable Skills Modules (Simulation Studies)

M22 a: Corporate Responsibility + Sustainable Management.....	138
M22 b: Workshop Verkaufstraining	141
M22 c: Existenzgründung und Businessplan.....	143
M22 d: Diversity Management	145

Transferable Skills Modules (Project)

M23 a: Projekt Methoden in der IT- Unterstützung.....	147
M23 b: Projekt Marketing	150
M23 c: Projekt Wirtschaftsprüfung	152
M23 d: Planspiel Strategische Unternehmensführung	155
M23 e: Projekt Steuern und Rechnungslegung	158
M23 f: Projekt Personalmanagement	161
M23 g: Projekt Unternehmenskäufe und Unternehmensumstrukturierungen.....	163

Transferable Skills Modules (Graduation)

M24: Projektseminar Thesis	166
M25: Employability Workshop	169
M26: Thesis.....	171
M27: Kolloquium	172

M1: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, des Personalmanagements, der Beschaffung und der Produktion - BWL 1, Teil A					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M1	225 h	9	V: 1. Sem. T: 1. Sem.	jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, des Personalmanagements, der Beschaffung und der Produktion	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 135 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage aus dem Bereich der Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre: • die Grundfragestellungen und Grundrichtungen der modernen Betriebswirtschaftslehre wiederzugeben, • die betriebswirtschaftliche Terminologie zu beherrschen, • mit Hilfe von Formeln den betriebswirtschaftlichen Erfolg zu messen, • auf der Basis von Modellen betriebswirtschaftliches Handeln auch unternehmensethisch zu beurteilen und einzuordnen, • mit Hilfe von Entscheidungsmodellen konstitutive Entscheidungen abzuleiten, • Zielsysteme von Unternehmen aufzustellen, • die Grundlagen der Planung, Kontrolle und des Controllings wiederzugeben, • im Rahmen von Fallbeispielen die betriebliche Organisation zu analysieren und diese auch zu entwerfen und aus dem Bereich des Personalmanagements: • die Grundlagen des Personalmanagements wiederzugeben, • mit Hilfe von Formeln den Personalbedarf zu ermitteln • die Personalbeschaffungswege auf der Basis von Vorteilhaftigkeitsaspekten zu beurteilen, • Konzepte des Personaleinsatzes sowie der Humanisierung der Arbeitsbedingungen, inklusive alternativer Arbeitszeitmodelle sowie Personalführungskonzepte zu unterscheiden und auch unter Berücksichtigung interkultureller Aspekte zu beurteilen, • verschiedene Entgeltsysteme wiederzugeben und zu beurteilen, • Basiskennzahlen des Personalcontrollings zu berechnen sowie aus dem Bereich Beschaffung und Produktion:				

	• die Grundlagen des Beschaffungsmanagements und des Produktionsmanagements wiederzugeben, • betriebswirtschaftliche Modelle und Formeln anzuwenden, um im Rahmen kleiner Fallbeispiele Beschaffungs- und Produktionsprogrammentscheidungen zu treffen, • die Grundlagen betrieblicher Produktionsprozesse wiederzugeben.
3	Inhalte aus dem Bereich der Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre: • Wissenschaftsprogramm der BWL, • Darstellung des Güter- und Geldkreislaufs, • betriebswirtschaftliche Erfolgsgröße im Spannungsfeld ethischer Grundfragestellungen (Unternehmensethik, CSR, Sustainable Management), • konstitutive Entscheidungen (Standortwahl, Rechtsformwahl, Unternehmenszusammenschlüsse), • Ziele und Zielsysteme von Unternehmen, • Grundlagen der Planung, Kontrolle und Controlling, • Grundlagen der betrieblichen Organisation und aus dem Bereich des Personalmanagements: • Konzeptioneller Rahmen des modernen HR-Management, • Personalbedarfsermittlung, • Personalbeschaffung und –freisetzung, • Personaleinsatz und Arbeitszeitmodelle, • Personalentwicklung, • Personalführung, • Entgeltsysteme, • Personalcontrolling und aus dem Bereich Beschaffung und Produktion: • Materialbedarfsermittlung, • Make-or-Buy-Entscheidungen, • Lieferantenmanagement, • Materialbereitstellungsprinzipien, • Bestellmengenplanung, • Grundfragen des Produktionsmanagements, • Organisations- und Prozesstypen der Fertigung, • Produktionsprogrammplanung, • Produktionsprozessplanung sowie aktuelle Entwicklungen in den Bereichen Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, des Personalmanagements, der Beschaffung und der Produktion.
4	Lehrformen Die Vermittlung und Einübung der Inhalte erfolgt durch einen die Teilnehmer aktivierenden seminaristischen Unterricht. Hierbei werden die Inhalte auf der Basis aktueller Beispiele verdeutlicht. Zur Vorbereitung auf die Klausur und zur laufenden Lernkontrolle erfolgen integrierte Übungen mit Alt-Klausuren. Didaktische Hilfsmittel sind Powerpoint-Präsentationen und Verschriftlichungen mittels Visualizer. Die Lehrveranstaltungen werden alternativ als Präsenz- und als online-Lehrveranstaltung (live) angeboten. Die Studierenden können die ihnen

	genehme Lehrform frei wählen und auch zwischen den Lehrformen innerhalb des Semesters beliebig wechseln.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen: Klausur, 120 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung (Klausur)
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 9 / 210
10	Modulbeauftragte /r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Diedrich (Modulbeauftragter und Lehrender) Prof. Dr. Nagel (Modulbeauftragter und Lehrender)
11	Sonstige Informationen Zu Beginn des Semesters werden Hinweise zur verpflichtenden und optionalen Literatur gegeben. <u>Pflichtlektüre:</u> • Jung, H.: Allg. Betriebswirtschaftslehre, 2016. oder • Wöhe, G. et al: Einführung in die Allg. Betriebswirtschaftslehre, 2016. • Holtbrügge, D.: Personalmanagement, 2015. • Kummer, S. et al. (Hrsg.): Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik, 2013. <u>Zusätzlich empfohlene Literatur:</u> • Thommen, J.-P.; Achleitner, A.-K et. al.: Allg. Betriebswirtschaftslehre, 2016. • Scherm, E., Süß, S.: Personalmanagement, 2016 • Scholz, Chr.: Grundzüge des Personalmanagements, 2014. • Large, R.: Strategisches Beschaffungsmanagement, 2013. • Corsten, H.; Gössinger, R.: Produktionswirtschaft, 2016. Zusätzlich aktuelle relevante Literatur. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungunterlagen zu entnehmen.

M2: Grundlagen des Marketings und Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft - BWL 1, Teil B					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M2	225 h	9	V: 2. Sem. T: 2. Sem.	jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung Grundlagen des Marketings und Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 135 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage aus dem Bereich Marketing: • die Grundlagen des modernen Marketings wiederzugeben, • die Instrumente der Strategischen Analyse wiederzugeben, • mit Hilfe der SWOT-Analyse erste strategische Richtungen zuzuordnen, • auf der Basis von Fallbeispielen Marketing-Strategien zuzuordnen und kritisch zu beurteilen, • mit Hilfe von Entscheidungsmodellen und unter Anwendung von Formeln Entscheidungen innerhalb der Instrumente des Marketing-Mix abzuleiten, • die Grundlagen der Marketingforschung und des Käuferverhaltens wiederzugeben sowie aus dem Bereich der betrieblichen Finanzwirtschaft: • die Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft wiederzugeben, • unter Anwendung von Formeln Investitionsentscheidungen zu treffen und die verschiedenen Investitionsrechenverfahren kritisch zu beurteilen, • die Finanzierungsalternativen wiederzugeben und für die einzelnen Rechtsformen die Möglichkeiten der Eigenkapitalfinanzierung zu beurteilen, • die grundlegenden Verfahren zur Bewertung von Aktien anzuwenden und zu beurteilen, • Maßnahmen der Eigenkapitalerhöhung bei Aktiengesellschaften hinsichtlich ihrer Wirkung zu berechnen, • die Wirkungen, Werte und Kosten der Fremdfinanzierungsalternativen zu berechnen und diese zu beurteilen, • die Wirkungen der alternativen Innenfinanzierungsmöglichkeiten wiederzugeben, anzuwenden und zu beurteilen, • grundlegende Instrumente des Risikomanagements und finanzanalytische Verfahren wiederzugeben,				

	• bezogen auf ein Fallbeispiel eine Finanzplanung zu entwerfen.
3	Inhalte aus dem Bereich Marketing: • Grundlagen des Marketing, • Aufbau der Marketingkonzeption (Strategische Analyse, Marketingziele, Marketing-Strategien, Festlegung des Marketingmix), • Marketingforschung, • Käuferverhalten, • Markt- und Absatzprognose, • Instrumente des Marketing-Mix (Produktpolitik, Kontrahierungspolitik, Distributionspolitik, Kommunikationspolitik), • Koordinationssysteme des Marketing und aus dem Bereich der betrieblichen Finanzwirtschaft: • Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft, • Vermögensstrukturmanagement und Finanzierungsalternativen, • Finanzierungsquellen, • Kapitalstrukturmanagement, • Instrumente des Risikomanagements, • Finanzanalyse, • Finanzplanung sowie aktuelle Entwicklungen in den Bereichen Marketing und betriebliche Finanzwirtschaft.
4	Lehrformen Die Vermittlung und Einübung der Inhalte erfolgt durch einen die Teilnehmer aktivierenden seminaristischen Unterricht. Hierbei werden die Inhalte auf der Basis aktueller Beispiele verdeutlicht. Zur Vorbereitung auf die Klausur und zur laufenden Lernkontrolle erfolgen integrierte Übungen mit Alt-Klausuren. Didaktische Hilfsmittel sind Powerpoint-Präsentationen und Verschriftlichungen mittels Visualizer. Die Lehrveranstaltungen werden alternativ als Präsenz- und als online-Lehrveranstaltung (live) angeboten. Die Studierenden können die ihnen genehme Lehrform frei wählen und auch zwischen den Lehrformen innerhalb des Semesters beliebig wechseln.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen: Klausur, 120 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung (Klausur)
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 9 / 210

10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Diedrich (Modulbeauftragter und Lehrender) Prof. Dr. Nagel (Modulbeauftragter und Lehrender)
11	Sonstige Informationen Zu Beginn des Semesters werden Hinweise zur verpflichtenden und optionalen Literatur gegeben. <u>Pflichtlektüre (in Marketing sowie betriebliche Finanzwirtschaft jeweils alternativ zu verstehen):</u> • Becker, J.: Marketing-Konzeption, 2013. • Homburg, Chr.: Marketingmanagement, 2017. • Meffert, H. et al.: Marketing, 2015. • Scharf, A. et al.: Marketing, 2015. • Bösch, M.: Finanzwirtschaft, 2016. • Perridon, L. et al.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, 2016. • Zantow, R. et al.: Finanzwirtschaft des Unternehmens, 2016. <u>Zusätzlich empfohlene Literatur:</u> • Kotler, Ph.: Grundlagen des Marketing, 2016. • Kotler, Ph.: Marketing-Management, 2015. • Berk, J.; DeMarzo, P.: Grundlagen der Finanzwirtschaft, 2015. • Wöhe, G. et al.: Grundzüge der Unternehmensfinanzierung, 2013. Zusätzlich aktuelle relevante Literatur. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M3: Betriebswirtschaftslehre 2 (Unternehmensführung)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M3	300 h	12	V: 4. Sem. T: 7. Sem.	jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Unternehmensorganisation b) Controlling	Kontaktzeit a) 4 SWS / 60 h b) 4 SWS / 60 h	Selbststudium 180 h	geplante Gruppengröße 100 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach Besuch des Moduls und intensivem Studium der Inhalte sollten die Studierenden • Zielsetzung, grundlegende Bedingungen und Instrumente der Unternehmensorganisation in fachlicher und methodischer Hinsicht anwenden, analysieren und beurteilen können, • Zielsetzung, Bedingungen und Parameter der Unternehmensorganisation auf konkrete fiktive wie reale Fälle betrieblicher Praxis übertragen und Gestaltungsempfehlungen entwickeln können, • Controlling definieren, in den Kontext der Unternehmensführung einordnen und seine Evolution im deutschsprachigen Raum erläutern können, • wesentliche Planungs- und Kontrollrechnungen mit ihrem Zahlenwerk systematisieren und jüngere Entwicklungen des Rechnungswesens kritisch würdigen können, • Gestaltungsanforderungen an Planungs- und Kontrollsysteme formulieren, den Inhalt und Ablauf einzelner Systemkomponenten zusammenhängend darlegen können (generelle Zielplanung, strategische und operative Planung, Ergebnis- und Finanzplanung), • ausgewählte Controlling-Instrumente entlang der Systemkomponenten rechnerisch anwenden, interpretieren und kritisch würdigen können.				
3	Inhalte • Führungsfunktionen in der Unternehmung, • Bezugsrahmen organisatorischer Gestaltung, • Geschäftsbereichs- und Geschäftsprozessorganisation • Konzeption des Controllings, State of the Art in Theorie und Praxis • Zielsetzung und Zahlenwerk des Controllings unter Berücksichtigung von Internationalisierung und Harmonisierung des Rechnungswesens • Aufgaben und ausgewählte Instrumente des strategischen und operativen Controllings				
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht, begleitende Übungsaufgaben und Fallbeispiele ermöglichen eine laufende Lernkontrolle, durch die Bearbeitung realer Praxisfälle wird die Fähigkeit zur Transferleistung geschult				
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Bestandene Modulabschlussprüfungen BWL 1 Teil A und BWL 1 Teil B Inhaltlich: Empfohlen: Studium nach Studienverlaufsplan empfohlen, insbes. Rechnungswesen und Bilanzierung				
6	Prüfungsformen Klausur, 150 Min				

7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung (Klausur)
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 12 / 210
10	Modulbeauftragte und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Albers (Modulbeauftragte und Lehrende) Prof. Dr. Lachmann (Lehrende)
11	Sonstige Informationen Literatur: • Frese/Graumann/Theuvsen, Grundlagen der Organisation. Konzept - Prinzipien – Strukturen. Entscheidungsorientiertes Konzept der Organisationsgestaltung. 10. Aufl. Wiesbaden 2012 • Grochla, Grundlagen der organisatorischen Gestaltung. Stuttgart (1982) Nachdruck 2000 • Schreyögg/v. Werder, Handwörterbuch der Organisation. 4. Aufl. Stuttgart 2004 • Hahn/Hungenberg, PuK - Wertorientierte Controllingkonzepte. 6. Aufl., Wiesbaden 2001. • Horváth/Gleich/Seiter, Controlling. 13. Aufl. München 2015 • Fischer/Möller/Schulze, Controlling: Grundlagen, Instrumente und Entwicklungsperspektiven, 2. Aufl., Stuttgart 2015 • Weber/Schäffer, Einführung in das Controlling. 15. Aufl., Stuttgart 2016 • IGC (Hrsg.)/Horváth & Partners, Controlling-Prozessmodell. Ein Leitfaden für die Beschreibung und Gestaltung von Controlling-Prozessen, Freiburg 2011 jeweils in der aktuellen Auflage Geschäftsberichte und sonstige Firmenberichte, aktuelle Wirtschaftspresse Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M4: Einführung in die Volkswirtschaftslehre					
Kennnummer M4	Workload 150 h	Credits 6	Studien- semester V: 3. Sem. T: 5. Sem.	Häufigkeit des Angebots jedes Semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Mikroökonomie b) Makroökonomie	Kontaktzeit a) 2 SWS / 30 h b) 2 SWS / 30 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach der Bearbeitung des Moduls verfügen die Studierenden über fachliche und methodische Kompetenzen aus dem Gebiet der Mikroökonomie (a) um: • grundlegende einzelwirtschaftliche und gesamtwirtschaftliche Zusammenhänge wiederzugeben, auf konkrete Fälle zu übertragen und in ihren Wirkungen zu bewerten. • im mikroökonomischen Kontext einzelwirtschaftliche Handlungsmöglichkeiten zu bestimmen und in ihren Auswirkungen auf das Marktgeschehen einzuschätzen. • das erarbeitete Instrumentarium selbständig auf verschiedene reale Problembereiche durch die Nutzung ökonomischer Darstellungs- und Analysemethoden und Tools (graphisch, verbal, algebraisch) zu anwenden. Und aus dem Gebiet der Makroökonomie (b) um • grundlegende gesamtwirtschaftliche Zusammenhänge wiederzugeben, auf konkrete Fälle zu übertragen und in ihren Wirkungen zu bewerten. • im makroökonomischen Kontext Möglichkeiten und Grenzen gesamtwirtschaftlicher Analyse, Strategien und Maßnahmen zu formulieren. • das erarbeitete Instrumentarium selbständig auf verschiedene reale Problembereiche durch die Nutzung ökonomischer Darstellungs- und Analysemethoden und Tools (graphisch, verbal, algebraisch) zu anwenden				
3	Inhalte Mikroökonomie: • Einführung in die Volkswirtschaftslehre • Der Markt, Marktteilnehmer und seine Funktionsweisen • Haushaltstheorie (Präferenzstruktur, Haushaltsoptimum, Ableitung von Nachfragekurven) • Theorie der Unternehmung (produktionstheoretische Grundlagen, Kostentheorie, Güterangebotsverhalten) • Marktstruktur und Marktergebnisse bei vollständiger Konkurrenz und im Monopolfall Makroökonomie: • Grundlagen der „Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung“ • Makroökonomische Denkschulen und ihre empirische Relevanz • Analyse einzelner makroökonomischer Märkte (Güter-, Geld-, und Arbeitsmarkt)				

	• Interdependenz von gesamtwirtschaftlichen Märkten • Gesamtwirtschaftliche Modellrahmen • Wirtschaftspolitische Maßnahmen (Fiskal-, Geld- und Lohnpolitik) • Anwendung und Analyse von wirtschaftlichen Strategien im gesamtwirtschaftlichen Modellrahmen und darüber hinaus.
4	Lehrform: seminaristischer Unterricht. In der Veranstaltung werden Anwendungsfälle und begleitende Übungsaufgaben genutzt, um eine laufende Lernkontrolle zu ermöglichen. Als didaktische Hilfsmittel werden Präsentationsunterlagen, Tafel und Visualizer sowie einzelne Online Quiz genutzt. Die Lehrveranstaltung Mikroökonomie wird alternativ als Präsenz- und als online-Lehrveranstaltung (live) angeboten. Die Studierenden können die ihnen genehme Lehrform frei wählen und auch zwischen den Lehrformen innerhalb des Semesters beliebig wechseln.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen: Modulabschluss Quantitative Methoden 1 und 2
6	Prüfungsformen: Klausur, 90 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung (Klausur)
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 6 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Thiele (Modulbeauftragte und Lehrende) Dipl.-Volkswirt Högemann (Lehrbeauftragter)
11	Sonstige Informationen Literatur (Pflichtlektüre): • Mankiw/Taylor: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 6. Aufl., Stuttgart 2016 • Hermann: Arbeitsbuch Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 5. Aufl., Stuttgart 2016 • In den Veranstaltungen werden Materialien zur Verfügung gestellt Literatur (zusätzlich empfohlen): • Arnold, Principles of Economics, 10 ed., South-Western 2011 • Baßeler/Heinrich/Utecht: Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft, 19. Aufl., Stuttgart 2010 • Neubäumer/Hewel/Lenk (Hrsg.), Volkswirtschaftslehre, 5. Aufl., Wiesbaden 2011 • Cowen /Tabarrok, Modern Principles of Economics, 2. ed., New York 2013 Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M5: Angewandte Volkswirtschaftslehre						
Kennnummer M5		Workload 225 h	Credits 9	Studien- semester V: 5. Sem. T: 6. Sem.	Häufigkeit des Angebots jedes Semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Angewandte Volks- wirtschaftslehre (insb. Wirtschaftspolitik, Industrieökonomie und angewandte Makroökonomie)		Kontaktzeit 5 SWS / 75 h		Selbststudium 150 h	geplante Gruppengröße 100 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Das Qualifikationsziel dieses Moduls ist der Wissens- und Handlungstransfers im Hinblick auf konkrete industrieökonomische und gesamtwirtschaftliche Fälle und ihre Auswirkungen auf die betriebliche Praxis. Nach Abschluss des Moduls können Studierende • gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen einschätzen und in betriebliche Entscheidungen und Handlungen einbinden. • aktuelle wirtschaftliche Entwicklungen interpretieren und Implikationen daraus ableiten. • volkswirtschaftlich relevante Schlüsselkennzahlen und deren Bedeutung für Marktteilnehmer einschätzen. • im erarbeiteten Analyserahmen das wirtschaftspolitische Instrumentarium (u.a. Geld-/Fiskalpolitik) und die Auswirkungen auf die verschiedenen Akteure analysieren und beurteilen. • Theorien und Modelle als Instrumente zur Lösung von Problemen anhand von unternehmensrelevanten Fragestellungen verwenden. • verfügen über fachliche und methodische Kompetenzen grundlegende volkswirtschaftliche Zusammenhänge wiederzugeben und in konkreten Fällen anzuwenden.					
3	Inhalte • Grundlagen der Wirtschaftspolitik • Preisbildung an Faktormärkten insb. des Arbeitsmarktes • Ökonomie des öffentlichen Sektors (u.a. Staatsausgaben/-einnahmen, öffentliche Verschuldung) • Aspekte der sozialen Sicherung und Einkommens-/Vermögensverteilung • Vertiefung der Marktstruktur und –ergebnisanalyse (monopolistische Konkurrenz, Oligopol), Wettbewerbspolitik • Konjunktur- und wachstumspolitische Maßnahmen • Geldpolitik in der Eurozone					

	• Makroökonomie der offenen Volkswirtschaft (Zahlungsbilanz, Wechselkurse, internationaler Außenhandel)
4	Lehrform: aktivierender, seminaristischer Unterricht. In der Veranstaltung werden begleitende Übungsaufgaben, Fallstudien und Online-Quiz genutzt, um eine laufende Lernkontrolle zu ermöglichen.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen: Studium nach Studienverlaufsplan; relevante Vorkenntnisse werden insbesondere im Modul M4: Einführung in die Volkswirtschaftslehre vermittelt.
6	Prüfungsformen: Klausur, 120 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung (Klausur)
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 9 / 210
10	Modulbeauftragte und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Thiele (Modulbeauftragte und Lehrende)
11	Sonstige Informationen Literatur (Pflichtlektüre): • Mankiw/Taylor: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 6. Aufl., Stuttgart 2016 • Hermann: Arbeitsbuch Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 3. Aufl., Stuttgart 2008 • Clement/Terlau/Kiy: Grundlagen der angewandten Makroökonomie. Eine Verbindung von Makroökonomie und Wirtschaftspolitik mit Fallbeispielen, 5. Aufl. München 2013 • In der Veranstaltung werden Materialien zur Verfügung gestellt Literatur (zusätzlich empfohlen): • R. Arnold, Principles of Economics, 10 ed., South-Western 2011 • Baßeler/Heinrich/Utecht: Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft, 19. Aufl., Stuttgart 2010 • R. Neubäumer/B. Hewel/T. Lenk (Hrsg.), Volkswirtschaftslehre, 5. Aufl., Wiesbaden 2011 • T. Cowen / A. Tabarrok, Modern Principles of Economics, 2. ed., New York 2013 • Jahresgutachten des Sachverständigenrates zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung, (jeweils aktuelle Ausgabe) Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M6: Dokumentationsfunktion der Bilanzierung					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M6	225 h	9	V: 1. Sem. T: 3. Sem.	jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Dokumentation der Geschäftsvorfälle b) Erstellung des Jahresabschlusses	Kontaktzeit a) 2 SWS / 30 h b) 4 SWS / 60 h	Selbststudium 135 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Im Bereich der Dokumentation der Geschäftsvorfälle: Die Studierenden: • können die Aufgaben und den Informationsgehalt der Finanzbuchhaltung darstellen und erkennen die engen inhaltlichen Zusammenhänge zum Jahresabschluss • können Buchhaltung (und Jahresabschluss) in das Rechnungswesen einordnen und gegenüber dem internen Rechnungswesen abgrenzen • können die Organisation, die Technik und den Ablauf einer Finanzbuchhaltung beschreiben und wichtige Regelungen zur buchhalterischen Erfassung von Geschäftsvorfällen erkennen und anwenden • können die Regelungen auf konkrete Sachverhalte im betrieblichen Ablauf anwenden durch Bestimmung der erforderlichen Buchungssätze (und Ableitung der handels- und steuerbilanziellen Auswirkungen) • können die ökonomischen Wirkungen von Geschäftsvorfällen bestimmen und beurteilen • erkennen die Grundlagenfunktion für andere Gebiete der Betriebswirtschaftslehre Im Bereich der Erstellung des Jahresabschlusses: Die Studierenden: • können die Aufgaben und den Informationsgehalt des Jahresabschlusses darstellen und erkennen die engen inhaltlichen Zusammenhänge zur Finanzbuchhaltung • können Jahresabschluss (und Buchhaltung) in das Rechnungswesen einordnen und gegenüber dem internen Rechnungswesen abgrenzen • können den Aufbau und das System eines Jahresabschlusses darstellen und wichtige Regelungen zur Erstellung des handelsrechtlichen Jahresabschlusses bzw. der steuerbilanziellen Gewinnermittlung erkennen und anwenden • können die Regelungen auf konkrete Sachverhalte im betrieblichen Ablauf anwenden und die handels- und steuerbilanziellen Auswirkungen ableiten • erkennen Spielräume bei der Bilanzierung und können diese zieladäquat nutzen durch Auswahl geeigneter Alternativen • erkennen die Zusammenhänge von Handels- und Steuerbilanz und analysieren und beurteilen die Folgen für die Bilanzpolitik • können die ökonomischen Wirkungen von Geschäftsvorfällen bestimmen und beurteilen • erkennen die Grundlagenfunktion für andere Gebiete der Betriebswirtschaftslehre				

3	Inhalte Im Bereich der Dokumentation der Geschäftsvorfälle: • Allgemeines Bilanzverständnis und Aufgaben der Finanzbuchhaltung (und des handelsrechtlichen Jahresabschlusses) • Einordnung in das betriebliche Rechnungswesen; maßgebende Vorschriften • Grundlagen und Technik der Finanzbuchhaltung • Anwendung auf typische laufende Geschäftsvorfälle in der Praxis eines Unternehmens: Verbuchung (zur Vorbereitung der anschließenden Besprechung der daraus resultierenden Bilanzpositionen unter Berücksichtigung bilanzpolitischer Spielräume in Handels- und Steuerbilanz) • Anwendung auf typische besondere Geschäftsvorfälle in der Praxis eines Unternehmens: Verbuchung (zur Vorbereitung der anschließenden Besprechung der daraus resultierenden Bilanzpositionen unter Berücksichtigung bilanzpolitischer Spielräume in Handels- und Steuerbilanz) • Durchführung der Buchungen infolge der vorbereitenden Jahresabschlussarbeiten Im Bereich der Erstellung des Jahresabschlusses: • Allgemeines Bilanzverständnis und Aufgaben des handelsrechtlichen Jahresabschlusses • Einordnung in das betriebliche Rechnungswesen; maßgebende Vorschriften • Überblick über den Gesamtablauf der Erstellung eines Jahresabschlusses • Das System der Vorschriften des Handelsbilanzrechts und des Bilanzsteuerrechts: Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung (GoB), Grundsätze der Bilanzierung dem Grund und der Höhe nach, steuerbilanzielle Gewinnermittlung • Zusammenhang zwischen Handels- und Steuerbilanz und Folgen für die Bilanzpolitik • Gewinn- und Verlustrechnung sowie Anhang und Lagebericht • Anwendung auf typische laufende Geschäftsvorfälle in der Praxis eines Unternehmens: nach der durchgeführten Verbuchung erfolgt anschließend die Besprechung der daraus resultierenden Bilanzpositionen unter Berücksichtigung bilanzpolitischer Spielräume in Handels- und Steuerbilanz • Anwendung auf typische besondere Geschäftsvorfälle in der Praxis eines Unternehmens: nach der durchgeführten Verbuchung erfolgt anschließend die Besprechung der daraus resultierenden Bilanzpositionen unter Berücksichtigung bilanzpolitischer Spielräume in Handels- und Steuerbilanz • Vorbereitende Jahresabschlussarbeiten • Exkurs zur internationalen Rechnungslegung Aufgrund der hohen Änderungsgeschwindigkeit der einschlägigen gesetzlichen Normen bleiben Anpassungen der Lehrinhalte an aktuelle Entwicklungen in Gesetzgebung und Rechtsprechung vorbehalten.
4	Lehrformen Die Vermittlung und Einübung der Inhalte erfolgt durch einen die Teilnehmer aktivierenden seminaristischen Unterricht. Hierbei werden die Inhalte auf der Basis aktueller Beispiele verdeutlicht. Zur Vorbereitung auf die Klausur und zur laufenden Lernkontrolle erfolgen integrierte Übungen auch mit Alt-Klausuren. Didaktische Hilfsmittel sind i.d.R. Powerpoint-Präsentationen und Verschriftlichungen mittels Visualizer. Die Lehrveranstaltungen können alternativ als Präsenz- und als online-Lehrveranstaltung (live) angeboten werden. Die Studierenden können dann die ihnen genehme Lehrform frei wählen und auch zwischen den

	Lehrformen innerhalb des Semesters beliebig wechseln. Hoher Stellenwert des vor- und nachbereitenden Selbststudiums.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur, 120 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung (Klausur)
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 9 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Graetz (Modulbeauftragter und Lehrender)
11	Sonstige Informationen Gastvorträge von Vertretern der Praxis. Grundlegende Literatur: • Coenenberg / Haller / Mattner / Schultze: Einführung in das Rechnungswesen, 6. Aufl., Stuttgart 2016. • Falterbaum / Bolk / Reiss / Kirchner: Buchführung und Bilanz, 22. Aufl. Achim 2015. • Heno: Jahresabschluss nach Handelsrecht, Steuerrecht und internationalen Standards, 8. Aufl., Heidelberg 2016. • Meyer: Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht, 27. Aufl., Herne 2016. • Schmolke / Deitermann: Industrielles Rechnungswesen – IKR, 45. Aufl., Braunschweig 2016. Zudem empfohlene Literatur (Auswahl) • Baetge / Kirsch / Thiele, Stefan: Bilanzen, 13. Aufl., Düsseldorf 2014. • Bieg: Buchführung, 8. Aufl., Herne 2015. • Coenenberg: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 24. Aufl., Stuttgart 2016. • Döring / Buchholz: Buchhaltung und Jahresabschluss, 14. Aufl., Berlin 2015. • Horschitz / Gross / Weidner: Bilanzsteuerrecht und Buchführung, 14. Stuttgart 2016. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M7: Steuereinflüsse im Unternehmen						
Kennnummer		Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M7		250 h	10	V: 2. Sem. T: 4. Sem.	jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Ertragsteuerliche Einflüsse b) Verkehrsteuerliche Einflüsse		Kontaktzeit a) 4 SWS / 60 h b) 2 SWS / 30 h	Selbststudium 160 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden: • können die einschlägigen ertrag- und verkehrsteuerlichen Vorschriften des Einkommensteuer-, Körperschaft-, Gewerbesteuer- und Umsatzsteuergesetzes darstellen und anwenden. Sie erkennen, ob und in welchem Umfang die Besteuerung das betriebliche bzw. unternehmerische Handeln beeinflusst. • können Vergleichsbetrachtungen durchführen, anhand derer die unterschiedliche Höhe der Steuerbelastungen bei gleichen oder ähnlichen wirtschaftlichen Zuständen und Transaktionen in Abhängigkeit vom gewählten Gestaltungsweg deutlich werden. • können grundlegende betriebswirtschaftliche Entscheidungsprobleme (z.B. Rechtsformwahl, Finanzierungsalternativen, Lieferwege) vor dem Hintergrund einer steuerlichen Vorteilhaftigkeitsanalyse analysieren und lösen.					
3	Inhalte • Darstellung der betriebs- und volkswirtschaftlichen Bedeutung der Besteuerung von Unternehmen und Privatpersonen. • Darstellung der grundlegenden Systematik der einzelnen Steuerarten (Überblick über die relevanten Vorschriften). • Darstellung der steuerlichen Einflussfaktoren auf betriebliche bzw. unternehmerische Entscheidungsprobleme, insb. - Rechtsformwahl - Standortwahl (national/international) - Finanzierungsalternativen - Investitionsalternativen - Liefer- und Leistungsorte, Lieferwege • Vergleichsbetrachtung und steuerliche Optimierung bei Handlungsalternativen <u>Hinweis:</u> Aufgrund der hohen Änderungsgeschwindigkeit der einschlägigen gesetzlichen Normen bleiben Anpassungen der Lehrinhalte an aktuelle Entwicklungen in Gesetzgebung und Rechtsprechung vorbehalten					
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit hohem Stellenwert des Selbststudiums und des eigenmotivierten Lernens, da insbesondere hinsichtlich der grundlegenden Gesetzeskenntnisse					

	intensive Eigenlernphasen erwartet werden. In die Veranstaltung sind zahlreiche Übungen und praktische Fallbeispiele integriert, sodass eine laufende Lernkontrolle erfolgt.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen: Stoffinhalte der Module „Dokumentationsfunktion der Bilanzierung“ und „BWL 1A“
6	Prüfungsformen Klausur, 120 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung (Klausur)
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 10 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Jurowsky (Modulbeauftragter und Lehrender) Prof. Dr. Voos (Lehrender)
11	Sonstige Informationen Gastvorträge von Vertretern der Praxis. Pflichtlektüre: Eigenes Skript und Übungsskript zur Veranstaltung Zudem empfohlene Literatur • Stobbe, Thomas: Steuern kompakt, 14. Auflage, 2015 • Grefe, Cord: Unternehmenssteuern, 19. Auflage, 2016 • Breithecker, Volker: Einführung in die Betriebswirtschaftliche Steuerlehre, 17. Auflage, 2016 • Kussmaul, Heinz: Betriebswirtschaftliche Steuerlehre, 7. Auflage, 2014 • Rose/Watrin: Reihe: Betrieb und Steuer, Bd. 2, Umsatzsteuer, 18., neu bearbeitete Auflage 2013 • Mücke: Umsatzsteuer/Mehrwertsteuer leicht gemacht, 5. Auflage 2016 • Kortschak: Lehrbuch Umsatzsteuer, 17., überarbeitete Auflage 2016 • Walkenhorst • : Umsatzsteuer, 1. Auflage, 2014 Hinweis: Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage; vorbehalten bleiben Anpassungen der relevanten Literatur an aktuelle Entwicklungen in der Gesetzgebung und Rechtsprechung. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M8: Internes Rechnungswesen					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M8	200 h	8	V: 3. Sem. T: 5. Sem.	jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Internes Rechnungswesen 1 b) Internes Rechnungswesen 2 c) Internes Rechnungswesen 3	Kontaktzeit a) 1 SWS / 15 Std b) 2 SWS / 30 Std c) 2 SWS / 30 Std	Selbststudium 125 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierende können die Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung erläutern und diese zielorientiert zur Lösung praktischer Problemstellungen anwenden sowie die Vorgehensweise kritisch würdigen. - Lernergebnisse Internes Rechnungswesen 1: Die Studierenden können die Bestandteile und Unterscheidungsmerkmale des betrieblichen Rechnungswesens nennen sowie die grundsätzliche Einordnung der Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung in der Kostenrechnung fundiert erläutern. Sie können die Unterschiede zwischen Voll- und Teilkostenrechnung sowie zwischen Umsatz- und Gesamtkostenverfahrens aufzeigen. Zudem sind die Studierenden in der Lage unterschiedliche Abweichungen im Rahmen der flexiblen Plankostenrechnung zu berechnen und fundiert zu erläutern. - Lernergebnisse Internes Rechnungswesen 2: Die Studierenden können die Grundlagen der Kostenartenrechnung, der Kostenstellenrechnung und der Kostenträgerrechnung im System der Vollkostenrechnung wissenschaftlich fundiert erläutern und diese auf praxisrelevante Beispielfälle anwenden. Sie können Vor- und Nachteile einzelner Vorgehensweisen im Rahmen der Vollkostenrechnung aufzeigen und für die Lösung praktischer Anwendungsfälle geeignete Vorgehensweisen (z.B. Kalkulationsverfahren) auswählen. - Lernergebnisse Internes Rechnungswesen 3: Die Studierenden können die Vorgehensweise und Methodik der Kostenartenrechnung, der Kostenstellenrechnung und der Kostenträgerrechnung im System der Teilkostenrechnung wissenschaftlich fundiert erläutern und diese auf konkrete Entscheidungssituationen der Unternehmenspraxis anwenden. Sie können Vor- und Nachteile sowie Anwendungsgrenzen einzelner Vorgehensweisen im Rahmen der Teilkostenrechnung aufzeigen und geeignete Verfahren und Methoden zur Lösung praktischer Anwendungsfälle (z.B. Ergebnisanalyse, betriebliche Entscheidungen) auswählen.				
3	Inhalte				

	Internes Rechnungswesen 1 – Aufgaben des Rechnungswesens – Rechengrößen des Rechnungswesens – Aufbau der Kostenrechnung – Überblick der Kostenrechnungssysteme • Internes Rechnungswesen 2 – Grundbegriffe der Vollkostenrechnung – Kostenartenrechnung – Kostenstellenrechnung, insbesondere Verfahren der innerbetrieblichen Leistungsverrechnung – Kostenträgerstückrechnung, insbesondere Kalkulationsverfahren – Grundlagen der Kostenträgerzeitrechnung • Internes Rechnungswesen 3 – Grundlagen entscheidungsorientierter Rechnungssysteme der Kosten- und Leistungsrechnung – Kostenarten- und Kostenstellenrechnung im System der Teilkostenrechnung – Einstufige und mehrstufige Deckungsbeitragsrechnung – Methoden und Rechentechniken zur Unterstützung kurzfristiger betrieblicher Entscheidungen
4	Lehrformen Die Vermittlung und Einübung der Inhalte erfolgt durch einen die Teilnehmer aktivierenden seminaristischen Unterricht. Hierbei werden die Inhalte theoretisch sowie auf Basis von Beispielen verdeutlicht. Zur laufenden Lernkontrolle und zur Vorbereitung auf die Klausur wird eine begleitende Übung angeboten.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur, 90 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung (Klausur)
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 8 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Albrecht (Modulbeauftragter und Lehrender) Prof. Dr. Jödicke (Lehrender) Dipl.-Betriebswirtin Lehmann (Lehrende)

11	Sonstige Informationen Literatur • Coenenberg, A. G., Fischer, T. M. und Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, 9. Auflage, Stuttgart 2016. • Deimel, K., Isemann, R., Müller, S., Kosten und Erlösrechnung, 1. Auflage, München 2006. • Friedl, G., Hofmann, C. und Pedell, B.: Kostenrechnung, 2. Auflage, München 2013. • Plötner, O., Sieben, B., Kummer, T.-F., Kosten und Erlösrechnung, Heidelberg 2008. Aktualisierte und weiterführende Literaturhinweise im Rahmen der Veranstaltungen. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage.
----	--

M9: Quantitative Methoden 1					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M9	150 h	6	V: 1. Sem. T: 1. Sem.	jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
	a) Finanzmathematik, Lineare Algebra/Lineare Optimierung		a) 2 SWS / 30 h	90 h	60 Studierende
	b) Deskriptive Statistik		b) 2 SWS / 30 h		
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen - Allgemeines Qualifikationsziel: Beherrschung des Umgangs mit formalen mathematischen Methoden und Vorbereitung auf weiterführende Lehrveranstaltungen. Für die einzelnen Lehrveranstaltungen sind das konkret: Finanzmathematik, Lineare Algebra/Lineare Optimierung: - Beherrschung des finanzmathematischen Handwerkszeugs sowie Befähigung, finanzmathematische Fragestellungen selbständig zu lösen. - Beherrschung des Umgangs mit Matrizen sowie deren Anwendung auf wirtschaftliche Problemstellungen. - Beherrschung von Algorithmen zur Lösung von linearen Gleichungssystemen und Aufgaben der linearen Optimierung im Zusammenhang mit wirtschaftlichen Problemstellungen. Deskriptive Statistik: - Beherrschung der einschlägigen Methoden und Berechnungsweisen zur Beschreibung und Auswertung von statistischem Datenmaterial. Neben dem Primäreffekt (direkte Anwendung auf mathematische und statistische Problemstellungen) erfüllen die quantitativen Methoden auch einen für die Berufspraxis wichtigen Sekundäreffekt: Schulung der geistigen Präzision und des analytischen Denk- und Strukturierungsvermögens.				
3	Inhalte Finanzmathematik, Lineare Algebra/Lineare Optimierung: - Folgen und Reihen - Abschreibungen - Zins-, Zinseszins-, Renten- und Tilgungs- sowie Investitionsrechnung - Matrizen, Matrizenrechnung, lineare Gleichungssysteme, Gauß-Algorithmus, Invertierung von Matrizen - Lineare Optimierung Deskriptive Statistik: - Begriffe, Gegenstand und Erkenntniswert der Statistik - Grundlagen der empirischen Sozialforschung				

	• Auswertungsmethoden für eindimensionales Datenmaterial (Mittelwerte, Streuungsparameter, Konzentrationsmessung) • Auswertungsmethoden für mehrdimensionales Datenmaterial (Korrelation, Regression) • Indices • Zeitreihenanalyse
4	Lehrformen Die Vermittlung und Einübung der Inhalte erfolgt durch einen die Teilnehmer aktivierenden seminaristischen Unterricht. Hierbei werden die Inhalte auf der Basis aktueller Beispiele verdeutlicht. Zur Vorbereitung auf die Klausur und zur laufenden Lernkontrolle erfolgen integrierte Übungen mit Alt-Klausuren. Didaktische Hilfsmittel sind Powerpoint-Präsentationen und Verschriftlichungen mittels Visualizer. Die Lehrveranstaltungen werden alternativ als Präsenz- und als online-Lehrveranstaltung (live) angeboten. Die Studierenden können die ihnen genehme Lehrform frei wählen und auch zwischen den Lehrformen innerhalb des Semesters beliebig wechseln.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen: Finanzmathematik, Lineare Algebra / Lineare Optimierung: Grundkenntnisse in Mathematik gemäß den Lehrplänen der die Fachhochschulreife vermittelnden Schulen. Deskriptive Statistik: Keine Vorkenntnisse. Empfohlen: Teilnahme am Mathematik-Brückenkurs vor Semesterbeginn.
6	Prüfungsformen: Klausur, 90 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung (Klausur)
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen): keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote: gemäß den Credits 6 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Kölle (Modulbeauftragter und Lehrender) Prof. Dr. Peters (Modulbeauftragter) Prof. Dr. Schwarz (Lehrender)
11	Sonstige Informationen • Peters: Wirtschaftsmathematik, 4. Aufl., Stuttgart, 2012. • Akkerboom/Peters: Wirtschaftsmathematik – Übungsbuch, Stuttgart, 2008. • Schwarze: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Bd. 1, Grundlagen, 14. Aufl., Herne, 2015. • Schwarze: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Bd. 3, Lineare Algebra, Lineare Optimierung und Graphentheorie, 13. Aufl., Herne, 2010.

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Bamberg et al: Statistik, 17. Aufl., München, 2012.• Bamberg et al: Statistik-Arbeitsbuch, 9. Aufl., München, 2012.• Bleymüller et al: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, 17. Aufl., München, 2015• Schwarze: Grundlagen der Statistik, Bd. 1, - Beschreibende Verfahren, 12. Aufl., Herne, 2014.• Wewel: Statistik im Bachelor-Studium der BWL und VWL, 3. Aufl., München, 2014. <p>Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage.
Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.</p> |
|--|

M10: Quantitative Methoden 2					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M10	150 h	6	V: 2. Sem. T: 2. Sem.	jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
	a) Analysis		a) 2 SWS / 30 h	90 h	60 Studierende
	b) Analytische Statistik		b) 2 SWS / 30 h		
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen - Allgemeines Qualifikationsziel: Beherrschung des Umgangs mit formalen mathematischen Methoden und Vorbereitung auf weiterführende Lehrveranstaltungen. Für die einzelnen Lehrveranstaltungen sind das konkret: Analysis: - Beherrschung des Umgangs mit Gleichungen und Funktionen, insbesondere im Zusammenhang mit ökonomischen Fragestellungen. - Befähigung, mit Hilfe der Differentialrechnung ökonomische Zusammenhänge analysieren und Entscheidungshilfen ableiten zu können. Analytische Statistik: - Befähigung, auf Basis von Stichproben Schlussfolgerungen und Entscheidungen für die unbekannte Grundgesamtheit abzuleiten. - Befähigung, Entscheidungsfelder unter Unsicherheit auf Basis von Wahrscheinlichkeiten zu analysieren. Neben dem Primäreffekt (direkte Anwendung auf mathematische und statistische Problemstellungen) erfüllen die quantitativen Methoden auch einen für die Berufspraxis wichtigen Sekundäreffekt: Schulung der geistigen Präzision und des analytischen Denk- und Strukturierungsvermögens.				
3	Inhalte Analysis: - Gleichungen und Funktionen mit einer und mehreren Veränderlichen - Tangentenproblem und Differentialquotient - Marginalanalyse und Elastizitäten - Extremwertbestimmungen - Extremwertbestimmungen unter Nebenbedingungen (Lagrange-Verfahren) - Anwendung der Differentialrechnung auf ausgewählte ökonomische Fragestellungen Analytische Statistik: - Grundzüge der Wahrscheinlichkeitstheorie und -rechnung - Zufallsvariablen, Verteilungsfunktion und -parameter - Punkt- und Intervallschätzung (Konfidenzintervalle) - Hypothesentests				

4	Lehrformen Die Vermittlung und Einübung der Inhalte erfolgt durch einen die Teilnehmer aktivierenden seminaristischen Unterricht. Hierbei werden die Inhalte auf der Basis aktueller Beispiele verdeutlicht. Zur Vorbereitung auf die Klausur und zur laufenden Lernkontrolle erfolgen integrierte Übungen mit Alt-Klausuren. Didaktische Hilfsmittel sind Powerpoint-Präsentationen und Verschriftlichungen mittels Visualizer. Die Lehrveranstaltungen werden alternativ als Präsenz- und als online-Lehrveranstaltung (live) angeboten. Die Studierenden können die ihnen genehme Lehrform frei wählen und auch zwischen den Lehrformen innerhalb des Semesters beliebig wechseln.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen: Grundkenntnisse in Mathematik gemäß den Lehrplänen der die Fachhochschulreife vermittelnden Schulen. Stoffinhalte des Moduls Quantitative Methoden 1 empfohlen.
6	Prüfungsformen: Klausur, 90 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung (Klausur)
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen): keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote: gemäß den Credits 6 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Kölle (Modulbeauftragter und Lehrender) Prof. Dr. Peters (Modulbeauftragter) Prof. Dr. Schwarz (Lehrender)
11	Sonstige Informationen • Peters: Wirtschaftsmathematik, 4. Aufl., Stuttgart, 2012. • Akkerboom/Peters: Wirtschaftsmathematik – Übungsbuch, Stuttgart, 2008. • Sydsæter, Hammond: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, 4. Aufl., München, 2013. • Schwarze: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Bd. 2, Differential- und Integralrechnung, 13. Aufl., Herne, 2010. • Bamberg et al: Statistik, 17. Aufl., München, 2012. • Bamberg et al: Statistik-Arbeitsbuch, 9. Aufl., München, 2012. • Bleymüller et al: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, 17. Aufl., München, 2015 • Schwarze: Grundlagen der Statistik, Bd. 2, - Wahrscheinlichkeitsrechnung und induktive Statistik, 10. Aufl., Herne, 2013. • Wewel: Statistik im Bachelor-Studium der BWL und VWL, 3. Aufl., München, 2014. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M11: Wirtschaftsrecht 1					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M11	125 h	5	V: 1.Sem. T: 3. Sem.	jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Wirtschaftsrecht 1		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 65 h	geplante Gruppengröße 60
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Entwicklung eines Grundverständnisses für juristische Problemstellungen und die geltende Rechtsordnung in einem praxisnahen und internationalen Kontext. Fähigkeit Sachverhalte aus zentralen Bereichen des Wirtschaftsprivatrechts zu erfassen, nach den Regeln juristischer Dogmatik eigenständig zu bearbeiten und eine vertretbare, in sich schlüssige Lösung in einem schriftlichen Gutachten strukturiert darzustellen. Befähigung in der betriebswirtschaftlichen Praxis im Rahmen der rechtlichen Rahmenbedingungen zu arbeiten, rechtliche Probleme rechtzeitig zu erkennen und mit Rechtsexperten effektiv zu kommunizieren.				
3	Inhalte • Funktion und Einteilung der Rechtsordnung, Rechtssystem, Rechtsquellen. • Bedeutung des Europarechts und des Grundgesetzes (insbesondere der Grundrechte) für das Wirtschaftsprivatrecht. • Hinweise zum Wirtschaftsstrafrecht und zum öffentlichen Wirtschaftsrecht. • Problematik der internationalen Anwendbarkeit deutschen Zivilrechts (Internationales Privatrecht). • Überblick über die fünf Bücher des BGB und zentrale Bestimmungen des BGB. Aus dem BGB AT und Schuldrecht AT im Detail insbesondere: ○ Rechtssubjekte und Rechtsobjekte. ○ Willenserklärungen, Rechtsgeschäfte und Abstraktionsprinzip. ○ Vertragsfreiheit und Vertragsrecht. ○ Nichtigkeit und anfechtbare Rechtsgeschäfte. ○ Allgemeine Geschäftsbedingungen und Verbraucherschutz. ○ Rechtsgeschäftliche und gesetzliche Stellvertretung. ○ Fristen, Verjährung und Verwirkung. ○ Arten von Schuldverhältnissen und deren Entstehung, Inhalt und Beendigung. ○ Pflichtverletzungen im Schuldverhältnis (allgemeines Leistungsstörungenrecht), insbesondere Unmöglichkeit, Schuldnerverzug, Schlechtleistung, Störung der Geschäftsgrundlage, Kündigung aus wichtigem Grund sowie Annahmeverzug. ○ Schadensersatz, Verschulden und Kausalität. • Überblick über das Handelsrecht. Aus dem HGB insbesondere: Kaufmann, Handelsregister, Handelsfirma und Handelsgeschäfte. • Überblick über das Personen- und Kapitalgesellschaftsrecht sowie ausgewählte Praxisprobleme aus dem Gesellschaftsrecht (insbesondere GmbHG und AktG).				

	• Organhaftung, insbesondere Business Judgement Rule und Compliance. • Letter of Intent, Due Diligence, Share Deal vs. Asset Deal. • Hinweis zum Insolvenzrecht und zum Wettbewerbsrecht. • Rechtspraxis: Rechtsanwälte, Notare, Zivil- und Schiedsgerichte. • Methodik der Fallbearbeitung im Privatrecht (Gutachtenstil).
4	Lehrformen Seminaristische Unterricht, die durch eine umfassende Power Point-Präsentation und Unterlagen aus der Praxis (z.B. Dokumentation einer GmbH-Gründung) unterstützt wird. Aktivierung der Studierenden erfolgt insbesondere im Rahmen zahlreicher Fallbearbeitungen während der Veranstaltung, einem Repetitorium am Ende der Veranstaltung und im Rahmen des ergänzenden Tutoriums.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen: Klausur, 90 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung (Klausur)
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen): keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote: gemäß den Credits 5 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. jur. Fischer, M.C.J. (Modulbeauftragter und Lehrender)
11	Sonstige Informationen Pflichtlektüre (alternativ): • Fischer, Wirtschaftsprivatrecht, 1. Aufl. 2016 • Fühlich, Wirtschaftsprivatrecht, 12. Aufl. 2014 • Müssig, Wirtschaftsprivatrecht, 19. Aufl. 2016 • Mehrings, Grundzüge des Wirtschaftsprivatrechts, 3 Aufl. 2015 • Ann/Hauck/Obergfell, Wirtschaftsprivatrecht kompakt, 2. Aufl. 2014. Sowie in den Veranstaltungen verteilte Materialien und online zur Verfügung gestellte Unterlagen (insb. Slides der Veranstaltung). Zusätzlich empfohlene Literatur zur Vertiefung einzelner Problemstellungen: • Brox/Walker, Allgemeiner Teil des BGB, 40. Aufl. 2016. • Brox/Walker, Allgemeines Schuldrecht, 40. Aufl. 2016. • Brox/Hennsler, Handelsrecht, 22. Aufl. 2016. • Kallwass/Abels, Privatrecht, 22. Aufl. 2015. • Medicus/Petersen, Bürgerliches Recht, 25. Aufl. 2015. • Fritzsche Fälle zum BGB Allgemeiner Teil, 6. Aufl. 2016. • Fritzsche Fälle zum Schuldrecht I, 7. Aufl. 2016. • Strauß/Büßer, Fälle zum Wirtschaftsprivatrecht, 2008.

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Alpmann Schmidt BGB AT 1 und 2, 20 Aufl. 2015.• Alpmann Schmidt Schuldrecht AT 1, 21 Aufl. 2015.• Alpmann Schmidt Schuldrecht AT 2, 21 Aufl. 2016.• Palandt, Kommentar zum BGB, 75. Aufl. 2016.• Baumbach/Hopt, Kommentar zum HGB, 37. Aufl. 2016. <p>Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage.
Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.</p> <p>Die vorstehend genannte Literatur steht auch in dem Semesterapparat in der Bibliothek der Hochschule grds. in jeweils aktueller Fassung bereit.</p> |
|---|

M12: Wirtschaftsrecht 2 (Arbeitsrecht, Schuldrecht BT und Sachenrecht)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M12	150 h	6	V: 2. Sem. T: 4. Sem.	jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Arbeitsrecht b) Schuldrecht BT und Sachenrecht	Kontaktzeit a) 2 SWS / 30 h b) 2 SWS / 30 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Arbeitsrecht • Sensibilisierung für arbeitsrechtliches Konfliktpotential im Wirtschaftsleben • Erwerb von Grundwissen im Individual- und Kollektivarbeitsrecht Schuldrecht BT / Sachenrecht • Vertiefung des Grundverständnisses für juristische Problemstellungen und für die ersten drei Bücher des BGB in einem praxisnahen Kontext • Erfassen und Bearbeitung von Fällen aus dem Bereich des Schuldrecht BT / Sachenrecht nach den Regeln juristischer Dogmatik • Lernen der wichtigsten Anspruchsgrundlagen aus dem Schuldrecht BT und dem Sachenrecht				
3	Inhalte Arbeitsrecht • Arbeitsrecht und Wirtschaftsordnung • Rechtsquellen und ihre Rangordnung • Grundzüge des EU-Arbeitsrechts und seine Bedeutung für das deutsche Arbeitsrecht • Begründung von Arbeitsverhältnissen • wesentlicher Inhalt von Arbeitsverhältnissen, Haupt- und Nebenleistungspflichten der Arbeitsvertragsparteien • Beendigung von Arbeitsverhältnissen • Ausgewählte Arbeitnehmerschutzrechte • Grundzüge des Tarif- und Betriebsverfassungsrechts • Grundzüge des arbeitsgerichtlichen Verfahrens Schuldrecht BT a) Rechtsgeschäftliche Schuldverhältnisse • Kaufvertrag • Werkvertrag • Dienstvertrag • Mietvertrag				

	• Bürgschaft b) Gesetzliche Schuldverhältnisse • ungerechtfertigte Bereicherung • Deliktsrecht / Grundzüge der Produkthaftung Sachenrecht • Prinzipien des Sachenrechts • Übereignung beweglicher Sachen • Sicherungseigentum / Eigentumsvorbehalt • Grundstückskaufvertrag • Hypothek / Grundschuld Methodik der Fallbearbeitung im Wirtschaftsprivatrecht (Gutachtenstil)
4	Lehrformen Die Vermittlung und Einübung der Inhalte erfolgt durch einen die Teilnehmer aktivierenden seminaristischen Unterricht. Hierbei werden die Inhalte auf der Basis aktueller Beispiele und zahlreicher Fälle verdeutlicht. Zur Vorbereitung auf die Klausur und zur laufenden Lernkontrolle wird ein Repetitorium mit selbständiger Fallbearbeitung unter Anleitung angeboten. Didaktische Hilfsmittel sind PowerPoint-Präsentationen und Verschriftlichungen mittels Visualizer. Seminaristischer Unterricht einschließlich zahlreicher Fälle und Repetitorium mit selbständiger Fallbearbeitung unter Anleitung.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen: Modul Wirtschaftsrecht 1 sollte absolviert sein
6	Prüfungsformen Klausur, 90 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung (Klausur)
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 6 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Otte-Gräbener, LL.M. (Modulbeauftragte und Lehrende) RA Haase (Lehrbeauftragter)
11	Sonstige Informationen Literatur Arbeitsrecht Pflichtlektüre: • Brox/Rüthers/Henssler, Arbeitsrecht, 19. Aufl., 2016 • Junker, Grundkurs Arbeitsrecht, 15. Aufl., 2016

	• Reichelt, Arbeitsrecht, 5. Aufl., 2016 sowie in den Veranstaltungen verteilte Materialien und online zur Verfügung gestellte Unterlagen Zusätzlich empfohlen: • Dütz/Thüsing, Arbeitsrecht, 20. Aufl., 2015 • Richardi/Bayreuther, Kollektives Arbeitsrecht, 3. Aufl., 2016 • Hantel, Europäisches Arbeitsrecht, 3. Aufl., 2016 • Marschollek, Arbeitsrecht, 21. Aufl., 2016 (Skriptenreihe Alpmann Schmidt) Literatur Schuldrecht BT / Sachenrecht Pflichtlektüre: • Führich, Wirtschaftsprivatrecht, 12. Aufl., 2014 • Förchler, Privat- und Prozessrecht, 1. Aufl., 2016 • Müssig, Wirtschaftsprivatrecht, 19. Aufl., 2016 • Richter, Grundlagen des Wirtschaftsprivatrechts, 1. Aufl., 2016 • Führich/Werdan, Wirtschaftsprivatrecht in Fällen und Fragen, 6. Aufl., 2013 • sowie in den Veranstaltungen verteilte Materialien und online zur Verfügung gestellte Unterlagen Zusätzlich empfohlen: • Brox/Walker, Besonderes Schuldrecht, 40. Aufl., 2016 • Wolf/Wellenhofer, Sachenrecht, 31. Aufl., 2016 • Palandt, BGB, 76. Aufl., 2017 Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.
--	---

M13: Wirtschaftsinformatik					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M13	200 h	8	V: 3. Sem. T: 6. Sem.	jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Gestaltung betrieblicher Anwendungssysteme b) Systementwicklung c) Software-, Hardware- und Netzwerkkonzepte	Kontaktzeit a) 2 SWS / 30 h b) 2 SWS / 30 h c) 1 SWS / 15 h	Selbststudium 125 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Erwerb grundlegender Kenntnisse und praktischer Fertigkeiten zur Planung, Entwicklung, Einführung und dem Betrieb von Informationssystemen (IS) in privatwirtschaftlichen Unternehmungen oder der öffentlichen Verwaltung. Die Studierenden sollen im Bereich Gestaltung betrieblicher Anwendungssysteme (a) ... • die Gestaltungspotenziale von IS für Geschäftslösungen bewerten • Struktur und Verhalten der verschiedenen Anwendungssysteme unterscheiden • den Einsatz von branchenneutralen und –spezifischen Anwendungssystemen zur Administration bzw. Disposition sowie zur Entscheidungsunterstützung beurteilen ... im Bereich Systementwicklung (b) ... • betriebswirtschaftliche Anforderungen (Fachkonzepte) an IS multiperspektivisch modellieren • Ansätze der Systementwicklung unterscheiden und bewerten ... sowie im Bereich Software-, Hardware- und Netzwerkkonzepte (c) ... • Software-, Hardware- und Netzwerkkonzepte zur technischen Realisierung betrieblicher IS beurteilen ... können.				
3	Inhalte a) Gestaltung betrieblicher Anwendungssysteme • Wirtschaftsinformatik als Angewandte Informatik • Information, Kommunikation, Modell, System, Informationssystem (IS) • Typisierung von IS (Transaktionssysteme, Datenbanken, Data Mining, Expertensysteme, Künstliche neuronale Netze, ...) • Informations- und Wissensmanagement • Management der IT-Sicherheit, Grundschutzkataloge des BSI • IT-Servicemanagement mittels ITIL • IS-Outsourcing, ASP, Cloud Computing • Branchenneutrale Anwendungssysteme zur Administration und Disposition, SAP ERP Architektur und Referenzmodelle, SAP-Komponente zur Finanzbuchhaltung, SAP NetWeaver, SAP Enterprise Portal, Hana				

	• Einführung in das Customizing von SAP ERP • Branchenspezifische Referenzmodelle: Fertigungsbetriebe, Handelsunternehmen • Anwendungssysteme zur Entscheidungsunterstützung: Business Intelligence, Data Warehouse, OLAP, Big Data b) Systementwicklung • Business Engineering, Wechselwirkungen zwischen IS und Organisationen • Entwurf betrieblicher Systeme auf der strategischen, organisatorischen und IS-Ebene • Architektur Integrierter Informationssysteme (ARIS) • Organisations-, Funktions-, Leistungs-, Daten- und Prozessmodellierung mit zahlreichen Übungen • Systementwicklung, Standard- vs. Individualsoftware, Entwicklungsstrategien • Phasenmodelle und Prototyping • Projekt- und Qualitätsmanagement, Lasten- und Pflichtenheft c) Software-, Hardware- und Netzwerkkonzepte • Digitalisierung, Vernetzung, Mobilität, Miniaturisierung • Systemarchitekturen (Standards, Zentrale IS, Client Server, IS am Arbeitsplatz, Lokal vernetzte IS, Global vernetzte IS) • Anwendungsdienste (Dateisysteme, Datenbanksysteme/-architekturen/-sprachen, Archivierungsdienste, Datensicherungsdienste, Dokumentbearbeitung und -verteilung, Content Management Systeme, Groupware) • Sicherungsdienste (Zugang, Firewall, Virenschutz, Kryptologie) • Systemnahe Software (Betriebssystemarten, Benutzeroberflächen) • Rechnerarchitekturen • Netzwerkarchitekturen • Internet, Protokolle, Internet der Dinge, Service Orientierte Architektur
4	Lehrformen Die Vermittlung und Einübung der Inhalte erfolgt durch Lehrgespräche und Diskussionen im Rahmen eines teilnehmeraktivierenden seminaristischen Unterrichts. Hierbei werden die Inhalte auf der Basis aktueller Beispiele verdeutlicht. Zur Vorbereitung auf die Klausur und zur laufenden Lernkontrolle erfolgen integrierte Übungen. Didaktische Hilfsmittel sind Powerpoint-Präsentationen und Verschriftlichungen mittels Visualizer. Es werden nach Möglichkeit auch Gastreferenten für Vorträge eingeladen.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen: Betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse aus den Kernmodulen des 1. und 2. Fachsemesters.
6	Prüfungsformen: Schriftliche Klausur, 90 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung (Klausur)
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen): keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote: gemäß den Credits 8 / 210

10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Kalmring (Modulbeauftragter und Lehrender) Dipl.-Betriebswirtin Lehmann (Lehrende) Dipl.-Betriebswirt Hedrich (Lehrbeauftragter)
11	Sonstige Informationen Pflichtlektüre: - Alpar, Paul; Alt, Rainer; Bensberg, Frank; Grob, Heinz; Weimann, Peter; Winter, Robert: Anwendungsorientierte Wirtschaftsinformatik: Strategische Planung, Entwicklung und Nutzung von Informationssystemen. 8. Aufl., Vieweg 2016 - Lehmann, Frank: Integrierte Prozessmodellierung mit ARIS. dpunkt 2007 - Lemke, Claudia; Brenner, Walter: Einführung in die Wirtschaftsinformatik: Band 1: Verstehen des digitalen Zeitalters. Springer Gabler 2015 - Österle et al.: Memorandum zur gestaltungsorientierten Wirtschaftsinformatik. WIRTSCHAFTSINFORMATIK 5 2010, Beilage S. 7 – 10 - WKWI; VHB; GI FB WI: Profil der Wirtschaftsinformatik. Zürich 2011 Zusätzlich empfohlene Literatur: - Buchsein, Ralf; Victor, Frank; Günther, Holger; Machmeier, Volker: IT-Management mit ITIL V3. Vieweg 2007 - Davenport, Thomas H.; Paulus, Petra: big data @ work: Chancen erkennen, Risiken verstehen. Vahlen 2014 - Frick, Detlev; Gadatsch, Andreas; Schäffer-Kütz, Ute: Grundkurs SAP ERP. Vieweg 2008 - Hahne, Michael: Modellierung von Business Intelligence Systemen. dpunkt 2014 - Königs, Hans-Peter: IT-Risikomanagement mit System. 4. Auflage, Vieweg 2013 - Laudon, Kenneth C.; Laudon, Jane P.; Schoder, Detlef : Wirtschaftsinformatik: Eine Einführung. 3. Auflage, Pearson 2016 - Leimeister, Jan M.: Einführung in die Wirtschaftsinformatik. 12. Auflage, Springer 2015 - Ludewig, Jochen; Lichter, Horst: Software Engineering. dpunkt 2013 - Mertens, Peter; Bodendorf, Freimut; König, Wolfgang; Schumann, Matthias; Hess, Thomas; Buxmann: Grundzüge der Wirtschaftsinformatik. 12. Auflage, Springer Gabler 2017 - Scheer, August-Wilhelm: ARIS: Vom Geschäftsprozess zum Anwendungssystem. 4. Auflage, Springer 2012 - Schwarzer, Bettina; Krcmar, Helmut: Wirtschaftsinformatik. 5. Auflage, Schäffer-Poeschel 2014 - Winter, Robert: Business Engineering Navigator: Gestaltung und Analyse von Geschäftslösungen "Business-to-IT". Springer 2011 Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturangaben sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M14- 15 a: Wirtschaftsenglisch 1					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M14- 15 a	100 h	4	V: 3./4. Sem. T: 9./10.Sem.	i.d.R. jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Wirtschaftsenglisch 1	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 40 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierende verfügen über eine Kompetenz in der englischen Sprache entsprechend der Stufe B1/B2 des GER • Sie haben brachliegende Englischkenntnisse reaktiviert • Sie sind in der Lage, die Gesetzmäßigkeiten der englischen Grammatik zu erkennen und anzuwenden • Sie verfügen über einen Grundwortschatz fachbezogener Wirtschaftsbegriffe • Sie sind in der Lage, Emails und Berichte zu verfassen • Sie können sich angemessen und verständlich in Meetings, Verhandlungen und Präsentationen ausdrücken • Die Studierenden haben sich Techniken angeeignet, neuen Wortschatz zu organisieren und zu üben • Sie können ihren eigenen Sprachlernprozess reflektieren und Lernstrategien anwenden				
3	Inhalte Grammatik: z.B tenses, question forms, articles, relative clauses, noun combination Wortschatzarbeit: z.B.company types and structures, job responsibilities, company finance, supply chain, customer support, corporate culture Business Skills: z.B problem-solving on the telephone, meetings, presentation structure, e-mails product descriptions and report writing				
4	Lehrformen seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeit				
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen: mindestens GER Level B1				
6	Prüfungsformen Klausur von 120 Minuten (2/3), mündliche Prüfung von 15 Minuten (1/3)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandende Modulprüfung				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)				

	keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 4 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende StR'i.H. Jenczewski (Modulbeauftragte und Lehrende) Kate Cowe (Lehrbeauftragte) Mario Keczan (Lehrbeauftragter) Karen Passmore (Lehrbeauftragte)
11	Sonstige Informationen <u>Pflichtlektüre</u> : z.B Business Result (Second Edition) Upper-Intermediate Student's Book, Oxford University Press. <u>Empfohlene Literatur</u> : Macmillan English Dictionary Self-Study: Business Grammar and Practice, Michael Duckworth, Oxford University Press Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M14- 15 b: Wirtschaftsenglisch 2					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M14- 15 b	100 h	4	V: 3./4. Sem. T: 9./10.Sem.	i.d.R. jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Wirtschaftsenglisch 2	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 40 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierende verfügen über eine erweiterte Kompetenz in der englischen Sprache entsprechend der Stufe B2 des GER • Sie haben vertiefte Kenntnisse der mündlichen und schriftlichen Kommunikation in Wirtschaftsenglisch • Sie verfügen über einen erweiterten Wortschatz fachbezogener Wirtschaftsbegriffe • Sie sind in der Lage, Berichte und Protokolle und Handelskorrespondenz zu verfassen • Sie können sich angemessen und verständlich in Meetings und Verhandlungen ausdrücken • Sie können ihren eigenen Sprachlernprozess reflektieren und Lernstrategien anwenden				
3	Inhalte • Grammatik:z.B conditionals, passives, reported speech, future forms, prepositions • Wortschatzarbeit: aus verschiedenen Geschäftsbereichen z.B CSR, International Trade • Business Skills: z.B. Besprechungen, Verhandlungen, Korrespondenz und Berichte • Hörverstehensübungen				
4	Lehrformen seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeiten				
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen: mindestens GER Level B1				
6	Prüfungsformen Klausur von 120 Minuten (2/3), mündliche Prüfung von 15 Minuten (1/3)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandende Modulprüfung				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine				
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 4 / 210				

10	Modulbeauftragte und hauptamtlich Lehrende StR'i.H. Jenczewski (Modulbeauftragte und Lehrende) Kate Cowe (Lehrbeauftragte) Mario Keczan (Lehrbeauftragter) Karen Passmore (Lehrbeauftragte)
11	Sonstige Informationen <u>Pflichtlektüre:</u> • Business Result (Second Edition) Upper-Intermediate Student's Book, Oxford University Press. Empfohlene Literatur: • Macmillan English Dictionary, Verlag: Macmillan/Hueber • Self-Study: Business Grammar and Practise, Author: Michael Duckworth (Oxford University Press) Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M14- 15 c: Wirtschaftsenglisch 3						
Kennnummer		Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M14-15 c		100 h	4	V: 3./4. Sem. T: 9./10.Sem.	i.d.R. jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Wirtschaftsenglisch 3		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h		Selbststudium 40 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierende verfügen über eine erweiterte Sprachkompetenz in der englischen Sprache entsprechend der Stufe C1 des GER • Die Studierenden verfügen über einen breitgefächerten Wortschatz von Wirtschaftsbegriffen • Sie sind in der Lage, Artikel aus der Wirtschaftspresse (z.B Financial Times) zu verstehen und zu diskutieren • Sie sind in der Lage, umfassend zu präsentieren und Verhandlungen und Besprechungen auf Englisch zu führen • Sie sind in der Lage, selbstständig verschiedene Textsorten zu verfassen und die entsprechenden Formalitäten zu wahren					
3	Inhalte • Erschließen und Besprechung von authentischen Wirtschaftstexten • Academic Writing anhand aktueller Wirtschaftsthemen • Business Skills: Besprechungen, Verhandlungen, Präsentationen					
4	Lehrformen seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeiten					
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen: mindestens GER Level B2					
6	Prüfungsformen Klausur von 120 Minuten (2/3), mündliche Prüfung von 15 Minuten (1/3)					
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandende Modulprüfung					
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine					
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 4 / 210					

10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende StR'i.H. Jenczewski (Modulbeauftragte und Lehrende)
11	Sonstige Informationen Literatur: • aktuelle Wirtschaftsartikel aus englischsprachigen Zeitungen und Zeitschriften • Handouts Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M14- 15 d: Wirtschaftsfranzösisch 1					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M14- 15 d	100h	4	V: 3./4. Sem. T: 9./10.Sem.	i.d.R. jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Wirtschaftsfranzösisch 1	Kontaktzeit 4 SWS / 60h	Selbststudium 40 h	geplante Gruppengröße 15 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden verfügen über eine Grundkompetenz in der französischen Sprache entsprechend der Stufe A2 des GER, diplôme de francais professionnel (DFPA2) de la Chambre de commerce et d'industrie de Paris (CCIP) und DELF Pro A2. • Sie verfügen über den Grundwortschatz der Unternehmenskommunikation und die Grundgrammatik der französischen Sprache • Sie können einfache Briefe, Mitteilungen und Beschreibungen lesen und schreiben. • Sie sind in der Lage, sich in französischsprachigen Ländern zurechtzufinden. • Sie können ihren eigenen Sprachlernprozess reflektieren und Lernstrategien anwenden.				
3	Inhalte • Grundwortschatz und Sprachfertigkeiten für alltägliche Situationen (Kontaktaufnahme, Hobbys, Interessen, Einkaufen, Bank,...) • Grundwortschatz und Sprachfertigkeiten für berufliche Situationen (Einen Lebenslauf schreiben, Geschäftsreisen organisieren, Email und Briefe schreiben, Termine vereinbaren, telefonieren,...) • Grundlagen der französischen Grammatik (Niveau A2 des GER) • Interkulturelle Aspekte der französischsprachigen Länder.				
4	Lehrformen • Teilnehmeraktiver seminaristischer Unterricht • Übungen • Partnerarbeit • Gruppenarbeit • Rollenspiele				
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine				
6	Prüfungsformen Klausur, 120 Minuten				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandende Modulprüfung				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine				

9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 4/ 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende StR i. H. Jansen-Lasnier (Modulbeauftragte und Lehrende)
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen: • Dubois, Tauzin : Objectif Express 1, le monde professionnel en français, livre, DVD, Hachette FLE, 2014, ISBN 978 3 19 003379 9 • Dubois, Tauzin, :Objectif Express 1, le monde professionnel en français, Cahier d'Activités, Hachette FLE, 2014, ISBN 978 3 19 013379 6 • Boeckel, Straub, Thiele, : Dictionnaire de l'allemand économique commercial et financier, allemand-français / français-allemand, Paris, Presses Pocket, 2010 • Abri, Chalaron : Grammaire des premiers temps A1-A2 - ISBN 978-3-19-053290-2 – Hueber Verlag Corrigé – 978-3-19-063290-9 Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M14- 15 e: Wirtschaftsfranzösisch 2						
Kennnummer		Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M14- 15 e		100h	4	V: 3./4. Sem. T: 9./10.Sem.	i.d.R. jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Wirtschaftsfranzösisch 2		Kontaktzeit 4 SWS / 60h		Selbststudium 40 h	geplante Gruppengröße 15 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden verfügen über eine erweiterte Grundkompetenz in der französischen Sprache entsprechend der Stufe B1 des GER, diplôme de francais professionnel (DFPB1) de la Chambre de commerce et d’industrie de Paris (CCIP) und DELF Pro B1. • Sie haben vertiefte Kenntnisse der mündlichen und schriftlichen Kommunikation in Wirtschaftsfranzösisch. • Sie wenden die Grammatik sicher an. • Sie können eine schriftliche Bewerbung auf Französisch verfassen und sind in der Lage, sich im Rahmen eines Vorstellungsgesprächs angemessen auszudrücken. • Sie sind in der Lage, sich in französischsprachigen Ländern zurechtzufinden, sowohl im Alltag als auch im beruflichen Leben. • Sie können ihren eigenen Sprachlernprozess reflektieren und Lernstrategien anwenden.					
3	Inhalte • Ausbau der Grammatikkenntnisse (Niveau B1 entsprechend) • Systematischer Wortschatzausbau: Grundwortschatz und Geschäftswortschatz • Ausbau der mündlichen und schriftlichen Kommunikationsfähigkeiten, z.B.: Stellenangebot, Bewerbung, Vorstellungsgespräch, Präsentation • Beschreibung firmeninterner Strukturen und Organisationsabläufe • Geschäftsreisen organisieren und durchführen, Kontakte zu neuen Kunden anbahnen, Termine vereinbaren, Telefonate erledigen, Hotelzimmer reservieren, Geschäftspartner empfangen • Bankgeschäfte, Handelskorrespondenz, Werbung, Internet, Versicherung, Messen • Schulung des Lese-und Hörverstehens • Komplexere Mitteilungen schreiben und fachbezogene Texte lesen. • Interkulturelle Aspekte der französischsprachigen Länder.					
4	Lehrformen • Teilnehmeraktiver seminaristischer Unterricht • Übungen • Partnerarbeit • Gruppenarbeit • Rollenspiele					
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen: Wirtschaftsfranzösisch A2					

6	Prüfungsformen Schriftliche Klausur von 120 Minuten (2/3), mündliche Prüfung von 15 Minuten (1/3)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandende Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 4/ 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende StR i. H. Jansen-Lasnier (Modulbeauftragte und Lehrende)
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen: • Dubois, Tauzin, Objectif Express 2, le monde professionnel en français, livre, DVD, Hachette FLE, 2014, ISBN 978 3 19 0433379 9 • Dubois, Tauzin, Objectif Express 2, le monde professionnel en français, Cahier d'Activités, Hachette FLE, 2014, ISBN 978 3 19 053379 4 • Boeckel, Straub, Thiele, Dictionnaire de l'allemand économique commercial et financier, allemand-français / français-allemand, Paris, Presses Pocket, 2010 • Schwarz-Frömel, Schmidthaler, Französische Grammatik für die Wirtschaftskommunikation, Linde International, ISBN: 978 3 7143 0119 9 Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M14- 15 f: Wirtschaftsfranzösisch 3					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M14- 15 f	100h	4	V: 3./4. Sem. T: 9./10.Sem.	i.d.R. jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Wirtschaftsfranzösisch 3	Kontaktzeit 4 SWS / 60h	Selbststudium 40 h	geplante Gruppengröße 15 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden verfügen über eine erweiterte Sprachkompetenz in der französischen Sprache entsprechend der Stufe B1/B2 des GER, diplôme de francais professionnel (DFPB1 – DFPB2) de la Chambre de commerce et d’industrie de Paris (CCIP) und DELF Pro B1 - DELF Pro B2. • Sie besitzen eine kommunikative Kompetenz im professionellen Umfeld in der Fremdsprache und verfügen über branchenübergreifende Sprachkenntnisse und geeignete Handlungsstrategien. • Sie sind in der Lage, sich mit Gesprächspartner aus französischsprachigen Ländern am Arbeitsplatz, am Telefon, bei Geschäftsessen zu kommunizieren und selbstständig Geschäftsbriefe zu verfassen, sowie Präsentationen durchzuführen • Sie können komplexe mündlich gegebene Informationen verstehen und sinngemäß wiedergeben • Sie sind in der Lage, französische Texte wirtschaftlichen Inhalts selbstständig zu erschließen und zusammenzufassen. • Sie können ihren eigenen Sprachlernprozess reflektieren und Lernstrategien anwenden.				
3	Inhalte • Besondere Aspekte und Vertiefung der französischen Wirtschaftsgrammatik • Ausbau und Vertiefung des Wirtschaftswortschatzes • Schwerpunktthemen der betrieblichen Praxis • Fachgespräche zu thematischen Schwerpunkten der französischen Presse • Schulung des Hörverstehens durch fachbezogene und authentische Videos • Kulturelle und sozioökonomische Hintergrundinformationen: Berufswelt, Geschäftswelt, Wirtschaft in Frankreich und in französischsprachigen Ländern. • Erschließen von Wirtschaftstexten, selbstständiges Abfassen von Geschäftsbriefen und Berichten, Verhandlungen führen.				
4	Lehrformen • Teilnehmeraktiver seminaristischer Unterricht • Übungen • Partnerarbeit • Gruppenarbeit • Rollenspiele • Diskussionen • Präsentationen				

5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen: Wirtschaftsfranzösisch B1
6	Prüfungsformen Schriftliche Klausur von 120 Minuten (2/3), mündliche Prüfung von 15 Minuten (1/3)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandende Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 4/ 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende StR i. H. Jansen-Lasnier (Modulbeauftragte und Lehrende)
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen: • Dubois, Tauzin, Objectif Express 2, le monde professionnel en français, livre, DVD, Hachette FLE, 2014, ISBN 978 3 19 043379 9 • Dubois, Tauzin, Objectif Express 2, le monde professionnel en français, Cahier d'Activités, Hachette FLE, 2014, ISBN 978 3 19 0533379 4 • Boeckel, Straub, Thiele, Dictionnaire de l'allemand économique commercial et financier, allemand-français / français-allemand, Paris, Presses Pocket, 2010 • Schwarz-Frömel, Schmidthaler, Französische Grammatik für die Wirtschaftskommunikation, Linde International, ISBN: 978 3 7143 0119 9 • Wagner: Wörterbuch Wirtschaftsfranzösisch, Französisch-Deutsch, ISBN: 978-3-589-24063-0 Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M14- 15 g: Wirtschaftsspanisch 1						
Kennnummer		Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M14- 15 g		100h	4	V: 3./4. Sem. T: 9./10.Sem.	i.d.R. jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Wirtschaftsspanisch 1		Kontaktzeit 4 SWS / 60h		Selbststudium 40 h	geplante Gruppengröße 15 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden verfügen über eine Grundkompetenz in der spanischen Sprache entsprechend der Stufe A2 des GER. • Sie verfügen über den Grundwortschatz der Unternehmenskommunikation und die Grundgrammatik der spanischen Sprache • Sie können einfache Briefe, Mitteilungen und Beschreibungen lesen und schreiben. • Sie sind in der Lage, sich in spanischsprachigen Ländern zurechtzufinden. • Sie können ihren eigenen Sprachlernprozess reflektieren und Lernstrategien anwenden.					
3	Inhalte • Grundwortschatz und Sprachfertigkeiten für alltägliche Situationen (Kontaktaufnahme, Hobbys, Interessen, Stadt und Verkehr, Einkaufen, Bank,...) • Grundwortschatz und Sprachfertigkeiten für berufliche Situationen (Einen Lebenslauf schreiben, Geschäftsreisen organisieren, Email und Briefe schreiben, Termine vereinbaren, telefonieren,...) • Grundlagen der spanischen Grammatik (Niveau A2 des GER) • Interkulturelle Aspekte der spanischsprachigen Länder.					
4	Lehrformen • Teilnehmeraktiver seminaristischer Unterricht • Übungen • Partnerarbeit • Gruppenarbeit • Rollenspiele					
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine					
6	Prüfungsformen Klausur, 120 Minuten					
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandende Modulprüfung					
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine					

9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 4 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende OStR'i.H. Boyens-Witte (Modulbeauftragte und Lehrende) Cristina Blankenhorn (Lehrbeauftragte) Denise Llinás de Mahrenholtz (Lehrbeauftragte) Isabel Figueroa (Lehrbeauftragte)
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen: • Díaz Gutiérrez, Eva [u.a.]. Meta profesional A1-A2. Stuttgart: Ernst Klett Verlag. 2014 • Gramática básica del estudiante de español. Stuttgart: Ernst Klett Verlag. • Veegh, Monika und Bauer, Reinhard. Durchstarten Spanisch – Grammatik Übungsbuch. Linz: Veritas Verlag. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M14- 15 h: Wirtschaftsspanisch 2						
Kennnummer		Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M14- 15 h		100h	4	V: 3./4. Sem. T: 9./10.Sem.	i.d.R. jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Wirtschaftsspanisch 2		Kontaktzeit 4 SWS / 60h		Selbststudium 40 h	geplante Gruppengröße 15 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierende verfügen über eine erweiterte Kompetenz in der spanischen Sprache entsprechend der Stufe B1 des GER. • Sie haben vertiefte Kenntnisse der mündlichen und schriftlichen Kommunikation in Wirtschaftsspanisch. • Sie wenden die Grammatik sicher an. • Sie können eine schriftliche Bewerbung auf Spanisch verfassen und sind in der Lage, sich im Rahmen eines Vorstellungsgesprächs angemessen auszudrücken. • Sie sind in der Lage, sich in spanischsprachigen Ländern zurechtzufinden, sowohl im Alltag als auch im beruflichen Leben. • Sie können ihren eigenen Sprachlernprozess reflektieren und Lernstrategien anwenden.					
3	Inhalte • Ausbau der Grammatikkenntnisse (Niveau B1 entsprechend) • Systematischer Wortschatzausbau: Grundwortschatz und Geschäftswortschatz • Ausbau der mündlichen und schriftlichen Kommunikationsfähigkeiten, z.B.: Stellenangebot, Bewerbung, Vorstellungsgespräch, Präsentation • Beschreibung firmeninterner Strukturen und Organisationsabläufe • Geschäftsreisen organisieren und durchführen, Kontakte zu neuen Kunden anbahnen, Termine vereinbaren, Telefonate erledigen, Hotelzimmer reservieren, Geschäftspartner empfangen • Bankgeschäfte, Handelskorrespondenz, Werbung, Internet, Versicherungen, Messen • Schulung des Lese-und Hörverstehens • Komplexere Mitteilungen schreiben und fachbezogene Texte lesen. • Interkulturelle Aspekte der spanischsprachigen Länder.					
4	Lehrformen • Teilnehmeraktiver seminaristischer Unterricht • Übungen • Partnerarbeit • Gruppenarbeit • Rollenspiele					
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen: Wirtschaftsspanisch A2					

6	Prüfungsformen Schriftliche Klausur von 120 Minuten (2/3), mündliche Prüfung von 15 Minuten (1/3)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandende Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 4 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende OStR'i.H. Boyens-Witte (Modulbeauftragte und Lehrende) Cristina Blankenhorn (Lehrbeauftragte) Denise Llinás de Mahrenholtz (Lehrbeauftragte) Isabel Figueroa (Lehrbeauftragte)
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen: • Díaz Gutiérrez, Eva [u.a.]. Meta profesional B1. Stuttgart: Ernst Klett Verlag. 2015 • Gramática básica del estudiante de español. Stuttgart: Ernst Klett Verlag. • Veegh, Monika und Bauer, Reinhard. Durchstarten Spanisch – Grammatik Übungsbuch. Linz: Veritas Verlag. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M14- 15 i: Wirtschaftsspanisch 3						
Kennnummer		Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M14- 15 i		100h	4	V: 3./4. Sem. T: 9./10.Sem.	i.d.R. jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Wirtschaftsspanisch 3		Kontaktzeit 4 SWS / 60h		Selbststudium 40 h	geplante Gruppengröße 15 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierende verfügen über eine erweiterte Sprachkompetenz in der spanischen Sprache entsprechend der Stufe B1/B2 des GER • Sie besitzen eine kommunikative Kompetenz im professionellen Umfeld in der Fremdsprache und verfügen über branchenübergreifende Sprachkenntnisse und geeignete Handlungsstrategien. • Sie sind in der Lage, sich mit Gesprächspartnern aus Spanien und Lateinamerika am Arbeitsplatz, am Telefon, bei Geschäftsessen zu kommunizieren und selbstständig Geschäftsbriefe zu verfassen, sowie Präsentationen durchzuführen. • Sie können komplexe mündlich gegebenen Informationen verstehen und sinngemäß wiedergeben. • Sie sind in der Lage, spanischsprachige Texte wirtschaftlichen Inhalts selbstständig zu erschließen und zusammenzufassen. • Sie können ihren eigenen Sprachlernprozess reflektieren und Lernstrategien anwenden. • Sie haben die Befähigung, das Certificado Básico de Español de los Negocios der Industrie- und Handelskammer von Madrid zu erlangen					
3	Inhalte • Besondere Aspekte und Vertiefung der spanischen Wirtschaftsgrammatik • Ausbau und Vertiefung des Wirtschaftswortschatzes • Schwerpunktthemen der betrieblichen Praxis • Kulturelle und sozioökonomische Hintergrundinformationen: Berufsleben, Geschäftswelt, Wirtschaft in Spanien und ausgewählten Ländern Lateinamerikas. • Systematische Schulung des Hör- und Leseverstehens, des mündlichen Ausdrucks und der Textproduktion: • Fachgespräche zu thematischen Schwerpunkten der spanischsprachigen Presse • Erschließen von Wirtschaftstexten, selbstständiges Abfassen von Geschäftsbriefen und Berichten, Verhandlungen führen.					
4	Lehrformen • Teilnehmeraktiver seminaristischer Unterricht • Übungen • Partnerarbeit • Gruppenarbeit • Rollenspiele • Präsentationen					
5	Teilnahmevoraussetzungen					

	Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen: Wirtschaftsspanisch B1
6	Prüfungsformen Schriftliche Klausur von 120 Minuten (2/3), mündliche Prüfung von 15 Minuten (1/3)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandende Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 4 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende OStR'i.H. Boyens-Witte (Modulbeauftragte und Lehrende) Cristina Blankenhorn (Lehrbeauftragte) Denise Llinás de Mahrenholtz (Lehrbeauftragte) Isabel Figueroa (Lehrbeauftragte)
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen: • aktuelle Texte aus der spanischen und lateinamerikanischen Wirtschaftspresse. • Díaz Gutiérrez, Eva [u.a.]. Meta profesional B1. Stuttgart: Ernst Klett Verlag. 2015 • Gramática básica del estudiante de español. Stuttgart: Ernst Klett Verlag. • Veegh, Monika und Bauer, Reinhard. Durchstarten Spanisch – Grammatik Übungsbuch. Linz: Veritas Verlag. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M16- 17 a: Methodik der organisatorischen Gestaltung						
Kennnummer		Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M16- 17 a		100 h	4	V: 3./4. Sem. T: 7./8. Sem.	i.d.R. jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Geschäftsprozess- management		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h		Selbststudium 40 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden sollen ... • Erfolgsfaktoren von Reorganisationsprojekten bewerten • Modellierungsmethoden und -werkzeuge projektspezifisch auswählen • Geschäfts- und Kommunikationsprozesse IT-gestützt modellieren, analysieren und optimieren • die Qualität von Organisationsmodellen bewerten • unterschiedliche Methoden der IT-Unterstützung von Geschäftsprozessen abgrenzen und bewerten • Reifegrade ableiten sowie Unternehmensarchitekturen strukturieren ... können.					
3	Inhalte • Definitionen und Abgrenzungen grundlegender Begriffe und Konzepte, Fallbeispiele • Horizontale vs. vertikale Prozessauflösung • Modelle, Ziele der Modellierung, Grundsätze ordnungsgemäßer Modellierung (GoM) • Projektphasen • Prozesseffizienz und -effektivität, Kennzahlen • Methoden zur Geschäftsprozessverbesserung • Erfolgsfaktoren von Reorganisationsprojekten • Überblick über die verschiedenen Modellierungsmethoden • IT-gestützte Modellierung mittels Microsoft Visio (z.B. Erstellung projektspezifischer Shapes und Schablonen, Transfer der GoM) • Einführung in Visio unterstützende Produkte (z.B. viflow, process4biz) • Prozessmodellierung mittels erweiterter Ereignisgesteuerter Prozessketten (eEPK) • Kommunikationsmodellierung mittels Sprechakten • Projektbezogene Evaluation von Modellierungsmethoden • Überblick über die verschiedenen IT-Werkzeuge • Projektbezogene Evaluation von Werkzeugen zur Modellierung, Analyse, Simulation und Automation von Geschäftsprozessen (Nutzwertanalyse) • Methoden der IT-Unterstützung von Geschäftsprozessen • Standard- vs. Individualsoftware • Workflowmanagement-Systeme • Methoden der Strukturierten Analyse (Entscheidungstabellen, Struktogramme, Pseudocode) • Methoden der Objektorientierten Analyse (Unified Modeling Language UML) • Reifegradmodelle, Governance, IT-Business Alignment (Control Objectives for Information and Related Technologies COBIT)					

	Enterprise Architecture Management (Zachman Framework, The Open Group Architecture Framework TOGAF)
4	Lehrformen Die Vermittlung und Einübung der Inhalte erfolgt durch Lehrgespräche und Diskussionen im Rahmen eines teilnehmeraktivierenden seminaristischen Unterrichts mit intensiven praktischen Übungen im IT-Labor. Hierbei werden die Inhalte auf der Basis aktueller Beispiele verdeutlicht. Zur Vorbereitung auf die Klausur und zur laufenden Lernkontrolle erfolgen integrierte Übungen. Didaktische Hilfsmittel sind Powerpoint-Präsentationen, Verschriftlichungen mittels Visualizer und eine Klassenraummanagement-Software für das IT-Labor (Netop Vision).
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen: Interesse an sachgerechter Gestaltung und Veränderung betrieblicher Strukturen
6	Prüfungsformen: Klausur, 60 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandende Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen): keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote: gemäß den Credits 4 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Albers (Modulbeauftragte) Prof. Dr. Kalmring (Modulbeauftragter und Lehrender)
11	Sonstige Informationen Pflichtlektüre: - Becker, Jörg; Kugeler, Martin; Rosemann, Michael: Prozessmanagement. Ein Leitfaden zur prozessorientierten Organisationsgestaltung. 7. Auflage, Springer 2012 - Gadatsch, Andreas: Grundkurs Geschäftsprozess-Management: Methoden und Werkzeuge für die IT-Praxis. 7. Auflage, Springer 2013 - Medina-Mora; Winograd; Flores; Flores: The action workflow approach to workflow management technology. Computer Supported Cooperative Work. Proceedings of the 1992 ACM conference on Computer-supported cooperative work. Toronto, Ontario, Canada (1992), p. 281 – 288 Zusätzlich empfohlene Literatur: - Balzer, Heide: UML 2 in 5 Tagen: Der schnelle Einstieg in die Objektorientierung. 3. Auflage, W3I 2013 - Gaulke, Markus: Praxiswissen COBIT: Grundlagen und praktische Anwendung in der Unternehmens-IT. 2. Auflage, dpunkt 2014 - Hammer, Michael; Champy, James: Business Reengineering. Die Radikalkur für das Unternehmen. 7. Auflage, Campus 2003

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Lehmann, Frank: Integrierte Prozessmodellierung mit ARIS. dpunkt 2007• Martin, René: Visio 2016: Grundlagen. video2brain (2016)• Schmelzer, Hermann J.; Sesselmann, Wolfgang: Geschäftsprozessmanagement in der Praxis: Kunden zufrieden stellen, Produktivität steigern, Wert erhöhen. 8. Auflage 2013• The Open Group: TOGAF Version 9: Ein Pocket Guide. Van Haren 2010 <p>Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage.</p> <p>Aktualisierte Literaturangaben sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.</p> |
|---|

M16- 17 b: Projektmanagement						
Kennnummer		Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M16- 17 b		100 h	4	V: 3./4. Sem. T: 7./8. Sem.	i.d.R. jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Theoretische Grundlagen b) Praktische Anwendung		Kontaktzeit a) 2 SWS / 30 h b) 2 SWS / 30 h		Selbststudium 40 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden sollen nach dem Abschluss des Modules in der Lage sein - die Besonderheiten von Projektaufgaben wiederzugeben, zu verstehen und zu analysieren, - Vorgehensmodelle, Methoden, Techniken und elektronische Werkzeuge zur Steuerung von Projekten wiederzugeben, zu verstehen und anzuwenden - eigener Hypothesen und Pläne zur selbstständigen Projektplanung und –durchführung zu entwickeln					
3	Inhalte a) Theoretische Grundlagen - Projekte als Problemlösungsprozesse - Projektmanagement als Führungsprozess - Projektphasen - Methoden und Instrumente des Projektmanagements b) Praktische Anwendung - Vorgehensmodell bei der Strukturierung von Projekten - softwareunterstützter Aufbau eines Projektstrukturplans - Terminplanung, Mitarbeiterplanung, Kostenplanung - softwareunterstützte Projektüberwachung					
4	Lehrformen seminaristischer Unterricht, Projekt- und Gruppenarbeiten, studentische Präsentation					
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen: Kenntnis von Anwendungsfeldern des Projektmanagements sind wünschenswert (z.B. IT, Marketing)					
6	Prüfungsformen a) Klausur, 60 Minuten (Notenanteil 50%) b) Projektarbeit/Präsentation (Notenanteil 50%)					

7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandende Modulprüfung Erreichen von 50% der Gesamtpunktzahl (a) + b))
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 4 / 210
10	Modulbeauftragte und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Albers (Modulbeauftragte) Dr. Steußloff (Lehrende) Dipl.-Betriebswirtin Lehmann (Lehrende)
11	Sonstige Informationen Literatur • Cronenbroeck, Projektmanagement, Berlin 2008 • Chatfield/ Johnson, Microsoft Project 2016 Microsoft Press • Drees/ Lang/ Schöps, Praxisleitfaden Projektmanagement, 2. Aufl. München 2014 • Kern, Werner; Schröder, Hans-Horst: Forschung und Entwicklung in der Unternehmung. Reinbek 1977 • Kuster u.a., Project Management Handbook. Heidelberg u.a. 2015 • Litke u.a., Projektmanagement. 3. Aufl. München 2015 • Probst / Haunerding, Projektmanagement leicht gemacht, 2. Aufl. Heidelberg 2007 • Schmidt, Organisation und Business Analysis. Methode und Techniken. 14. Aufl. Giessen 2009 • Schwarze, Projektmanagement mit Netzplantechnik. 11. Aufl. Herne, Berlin 2014 • Wegmann/ Winkelbauer, Projektmanagement für Unternehmensberatungen. Mit Beispielen aus dem Inhouse Consulting von Deutsche Post World Net. Wiesbaden 2008 • Zell, Projektmanagement – lernen, lehren und für die Praxis. 6. Aufl. Norderstedt 2015 • DIN 69901 Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen. Tooleinsatz, i.d.R. MSPProject

M16- 17 c: Rhetorik und Präsentationstechnik					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M16- 17 c	100 h	4	V: 3./4. Sem. T: 7./8. Sem.	i.d.R. jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Rhetorik und Präsentationstechnik		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 40 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach dem Besuch des Moduls „Rhetorik und Präsentationstechnik“ werden die Studierenden in der Lage sein, • Grundbegriffe, Grundtheorien und Grundkonzepte der verbalen und nonverbalen Kommunikation zu kennen und anwenden zu können. Dabei steht nicht die Theorie im Vordergrund, sondern die praktische Anwendung des Gelernten im Seminar. • Präsentationen zu unterschiedlichen Themenstellungen selbstständig erstellen und durchführen zu können. In diesem Zusammenhang erlernen die Studierenden verschiedene Präsentationstechniken und den sicheren Umgang mit unterschiedlichen Präsentationsmedien (z.B. MS-Powerpoint, Flipchart). • Rhetorik- und Präsentationsfähigkeiten soweit erlernt zu haben, dass sie zielgruppengerecht und im Rahmen der jeweiligen Zeit- und Ressourcenvorgaben selbstbewusst ihre Inhalte vermitteln können..				
3	Inhalte • Grundlagen der verbalen und nonverbalen Kommunikation • Analyse der Ausgangslage und Zielsetzung • Kommunikationsstrategien • Präsentationstechniken • Umgang mit unterschiedlichen Präsentationsmedien • Umgang mit Unsicherheit				
4	Lehrformen seminaristischer Unterricht, praktische Übungen zur Rhetorik- und Präsentationstechnik, Übung mit Video-Aufnahmen, konstruktive Kritik und Vorschläge zur Verbesserung				
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine				
6	Prüfungsformen Mit Präsentationstechnik unterstützter Vortrag zu einem vorgegebenen wirtschaftswissenschaftlichen Thema				

7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandende Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 4 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Bugge (Modulbeauftragter) N.N. (Lehrbeauftragte)
11	Sonstige Informationen Literatur • Bernstein, D.: Die Kunst der Präsentation. Wie sie einen Vortrag ausarbeiten und überzeugend darbieten, 2. Aufl., Frankfurt a. M. u.a. 1992 • Garten, M.: Best Business Presentations, Wiesbaden, 2004. • Graebig, M. / Jennerich-Wünsche, A. / Engel, E.: Wie aus Ideen Präsentationen werden, Wiesbaden, 2011. • Herbig, Alfred F.: Vortrags- und Präsentationstechnik. Erfolgreich und professionell vortragen und präsentieren, Norderstedt 2004 • Minto, B.: The Pyramid Principle, 3. Ed., New York 2001 • Seifert, J.W.: Visualisieren – Präsentieren – Moderieren, 4. Aufl., Offenbach 2004. • Zelazny, G.: Das Präsentationsbuch, Berlin 2001 • Zelazny, G.: Wie aus Zahlen Bilder werden. Wirtschaftsdaten überzeugend präsentiert, 5. Aufl., Wiesbaden 1999 Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M16- 17 d: Verhandlungsführung und Konfliktmanagement					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M16- 17 d	100 h	4	V: 3./4. Sem. T: 7./8. Sem.	i.d.R. jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Verhandlungsführung und Konfliktmanagement	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 40 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach dem Besuch des Moduls „Verhandlungsführung und Konfliktmanagement“ werden die Studierenden in der Lage sein, • die zentralen Wesensmerkmale von Verhandlungen zu kennen und diese von anderen Formen der Interessenvertretung bzw. Konfliktbewältigung zu unterscheiden. • die wechselseitigen Ziel- und Ergebnisabhängigkeiten in unterschiedlichen Konflikt- bzw. Verhandlungssituationen zu analysieren und aufgrund ihrer Kenntnis der spezifischen Eigenheiten und Unterschiede die für eine konkrete Konflikt- bzw. Verhandlungssituation adäquate Grundprägung von Ansätzen der Konfliktlösung bzw. Verhandlungsführung zu bestimmen. • Konfliktlösung und Verhandlungen als (Management-)Prozesse zu begreifen und die dafür notwendigen Maßnahmen zur Erledigung der Aufgaben in den einzelnen Prozessphasen zu planen und zu organisieren. • klare Ziele für das Konflikt- bzw. Verhandlungsmanagement zu definieren und in adäquate Strategien sowie Taktiken umzusetzen. • ausgewählte Verhandlungstaktiken anhand ihrer Zielsetzungen, ihrer Funktionsweisen und möglicher Gegenmaßnahmen zu differenzieren sowie hinsichtlich der Erfolgsaussichten ihres Einsatzes in konkreten Verhandlungssituationen zu bewerten und zielgerichtet einzusetzen.				
3	Inhalte • Wesen und Grundprägungen von Konflikten und Verhandlungen • Konfliktmanagement(-prozess) • Grundlagen der Verhandlungstechniken • Praxisübungen: Simulation von Konflikt- und Verhandlungssituationen				
4	Lehrformen seminaristischer Unterricht, praktische Übungen, insb. Im Rahmen von Rollenspielen, ggf. Übung mit Video-Aufnahmen, konstruktive Kritik und Vorschläge zur Verbesserung				
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine				

6	Prüfungsformen Kombinationsprüfung aus drei kurzen semesterbegleitenden schriftlichen Prüfungselementen (Konzeptentwicklung für Vorgehensweisen in simulierten Konflikt- und Verhandlungssituationen) und einem Rollenspiel.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandende Modulprüfung: Die vier o.g. Prüfungselemente (3x schriftliche Unterlage und 1x Rollenspiel) gehen mit jeweils ¼ in die Endnote ein.
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 4 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Bugge (Modulbeauftragter) N.N. (Lehrbeauftragte)
11	Sonstige Informationen Literatur • Jung, S. & Krebs, P. (2016): Die Vertragsverhandlung – Taktische, strategische und rechtliche Elemente. Wiesbaden: Springer. • Kreggenfeld, U. (2014): Erfolgreich systemisch verhandeln – Ganzheitliche Verhandlungsstrategien, Checklisten, Anwendungsbeispiele. Wiesbaden: Springer: • Erbacher, C. E. (2010): Grundzüge der Verhandlungsführung. 3., verbesserte Auflage, Zürich: vdf Hochschulverlag. • Tries, J. (2008): Konflikt- und Verhandlungsmanagement – Konflikte konstruktiv nutzen. Berlin, Heidelberg: Springer. • Schienle, W. (2016): Psychologisches Konfliktmanagement – Professionelles Handwerkszeug für Fach- und Führungskräfte. Wiesbaden: Springer. • Lanz, H. (2016): Konfliktmanagement für Führungskräfte – Konflikte im Team erkennen und nachhaltig lösen. Wiesbaden: Springer. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M16- 17 e: Studium Generale - Ethik, Nachhaltigkeit, Ökologie, Verantwortung, Kultur, Technikfolgeabschätzung					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M16- 17 e	100 h	4	V: 3./4. Sem. T: 7./8. Sem.	i.d.R. jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Alle Lehrveranstaltungen der HSD mit inhaltlichem Bezug (siehe Nr. 3 Inhalte)	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 40 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage: • Zusammenhänge von philosophischen, ethischen, gesellschaftlichen, technischen, sozialen, interkulturellen, ökologischen und ökonomischen Fragestellungen zu erkennen und zu reflektieren, • wissenschaftstheoretische Positionen zu unterscheiden, • interdisziplinäre Frage- und Aufgabenstellungen zu erkennen, zu analysieren und zu reflektieren, • in interdisziplinären Diskursen ihre Position zu formulieren und andere Perspektiven als die wirtschaftswissenschaftliche Perspektive zu betrachten und zu respektieren, • die Subjektivität und Disziplingebundenheit der eigenen Wahrnehmung und der wissenschaftlichen Disziplin zu erkennen, als Basis der Toleranz, Reflexionsfähigkeit, der persönlichen Weiterentwicklung sowie der Übernahme von gesellschaftlicher Verantwortung und gesellschaftlichem Engagement.				
3	Inhalte Frei wählbare Module der anderen Bachelor-Studiengänge des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften und der anderen Fachbereiche der Hochschule Düsseldorf aus den Themenbereichen: Allgemeine Philosophie, Wissenschaftstheorie, Ethik, Technikfolgeabschätzung, Verantwortung, Menschenrechte, Kultur und Politik, soziale Kommunikation, soziale Verantwortung, gesellschaftliche Verantwortung, Ökologie, Nachhaltigkeit.				
4	Lehrformen Lehrformen entsprechend der Modulbeschreibungen der jeweiligen Fachbereiche (Lehrgespräche und Diskussionen, Vorträge, Seminare, Exkursionen, Einzelarbeiten, Gruppenarbeiten).				
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine				
6	Prüfungsformen: Prüfungsformen der gewählten Module der jeweiligen Fachbereiche.				

7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandende Modulprüfungen entsprechend der Modulbeschreibungen der jeweiligen Fachbereiche
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 4 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Nagel (Modulbeauftragter) N. N. (Lehrende der jeweiligen Module)
11	Sonstige Informationen Literaturvorgaben der jeweiligen Module.

M18- 21 a: Aktuelle Entwicklungen der IT					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M18- 21 a	250 h	10	V: 4./5./6./7. Sem. T: 9./10./12./13. Sem.	i.d.R. jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Aktuelle Fragen der Informationsverarbeitung aus betriebswirtschaftlich-organisatorischer und rechtlicher Sicht b) Aktuelle IT-Anwendungskonzeptionen c) IT-Architekturen	Kontaktzeit a) 2 SWS / 30 h b) 2 SWS / 30 h c) 2 SWS / 30 h	Selbststudium 160 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden sollen nach dem Abschluss des Modules in der Lage sein • Praxisfälle multiperspektivisch im Kontext der Wirtschaftsinformatik, der Unternehmensorganisation und des Wirtschaftsrechts zu analysieren und zu beurteilen • Erfahrungswissen anhand realer und fiktiver Anwendungsfälle aufzubauen und anzuwenden • eigene Hypothesen und Pläne zur Durchführung zielgerichteter, grundlegender und fallstudienbezogener Recherchen zum eigenen fallstudienbezogenen Wissenserwerb zu entwickeln				
3	Inhalte a) Aktuelle Fragen der Informationsverarbeitung aus betriebswirtschaftlich-organisatorischer und rechtlicher Sicht • Betriebswirtschaftlich-organisatorische und rechtliche Würdigung ausgewählter und aktuell variierender Fragen des IT-Einsatzes z.B.: • ERP-Systeme, Einsatz externer Mitarbeiter und Outsourcing • Business intelligence, data- und web- mining und datawarehousing • Mobile computing, e-commerce • IT-Forensik und IT-Risikomanagement b) Aktuelle IT-Anwendungskonzeptionen • Beschreibungsmodell betrieblicher IT-Anwendungen • Recherche, Analyse und Erörterung von Praxisfällen c) IT-Architekturen • Strategiekonforme Gestaltung von IT-Architekturen • Zentralisation vs. Dezentralisation				
4	Lehrformen • Seminaristischer Unterricht mit studentischen Referaten und intensiven praktischen Übungen im IT-Labor in Einzel- und Gruppenarbeit				

	• Studentische Transferleistung im Rahmen von Referaten bzw. Abschlusspräsentation incl. Demonstration/ Gruppenarbeit
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen: Betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse aus den Kernmodulen des 1. und 2. Fachsemesters, insbes. der Wirtschaftsinformatik.
6	Prüfungsformen Klausur, 120 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 10 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Albers (Modulbeauftragte) N.N. (Lehrbeauftragter)
11	Sonstige Informationen Literatur • Albers/Rüschbaum, Wirtschaftsinformatik. Informationssysteme im Unternehmen. Stuttgart 2002 • Fechner/Meyer, Medienrecht. 11. Aufl. Stuttgart 2015 • Fischer, Wirtschaftsprivatrecht. Stuttgart 2016 • Härtling, Internetrecht, 5. Aufl. Köln 2013 • Laudon/Laudon/Schoder, Wirtschaftsinformatik, Hallbergmoos 3. Aufl. 2016 • Schaub, Arbeitsrechts - Handbuch, 16. Aufl. München 2015 • Stahlknecht, Peter; Hasenkamp, Ulrich: Einführung in die Wirtschaftsinformatik. 4. Aufl. Berlin 2006 Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen. Fachzeitschriften: • Der Betrieb (DB) • Computer und Recht (CR) • HMD - Praxis der Wirtschaftsinformatik (HMD) • Das Magazin für Innovation, Organisation und Management (IM+io) • Neue Zeitschrift für Arbeitsrecht (NZA) • Business & Information Systems Engineering (BISE) DIN Normen: • DIN 69901 • DIN SPEC 1041 Aktuelle Wirtschaftspresse, Geschäftsberichte und sonstige Firmenberichte

	Besonderheiten • Gastvorträge • Praxisbesuche • Studentische Arbeiten im IT-Labor zur Be- und Erarbeitung von Fallstudien
--	--

M18- 21 b: IT-Anwendungen					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M18- 21 b	250 h	10	V: 4./5./6./7. Sem. T: 9./10./12./13. Sem.	i.d.R. jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Wissensmanagement b) SAP ERP – Umsetzung eines integrierten Geschäftsszenarios	Kontaktzeit a) 3 SWS / 45 h b) 3 SWS / 45 h	Selbststudium 160 h	geplante Gruppengröße 28 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden sollen im Bereich Wissensmanagement (a) ... • die Ziele, die unterschiedlicher Ansätze und interdisziplinären Zusammenhänge im Wissensmanagement verstehen und vor diesem Hintergrund den Einsatz unterschiedlicher IT-Anwendungen gestalten, bewerten, umsetzen und vermitteln ... sowie im Bereich SAP ERP (b) ... • die Struktur und das Verhalten eines ERP Systems verstehen, praktische Erfahrungen mit der Anwendung und Gestaltung der IT-Anwendung sammeln sowie die Abbildung eines konkreten Geschäftsszenarios im System umsetzen ... können.				
3	Inhalte a) Wissensmanagement • Einführung in das Wissensmanagement mit zahlreichen aktuellen Fallbeispielen • Daten, Information, Wissen, Wettbewerbsfähigkeit, Wissensbewertung, Wissensarten, Wissensträger, Wissenskarten • Ansätze und Managementkonzepte organisationalen Lernens • Ansätze und Managementkonzepte im Wissensmanagement • Wissensmanagement im Strategiekontext • Institutionalisierung des Wissensmanagements • Technologische Unterstützung des Wissensmanagements • Potenziale und Grenzen verschiedener IT-Anwendungen für das Wissensmanagement • Herausforderungen und Lösungen für das Wissensmanagement in verschiedenen Branchen, Unternehmungstypen, betrieblichen Funktionen • Auswahl von IT-Anwendungen zur praktischen Anwendung, Gestaltung und Bewertung z.B. aus den Bereichen Information Retrieval, IT-Sicherheit, Künstliche Intelligenz, Business Analytics, Industrie 4.0, E-Learning, Social Media, Open Innovation, Cloud Computing, Mobile Systeme und Enterprise Content Management aus über 40 Referatsthemen b) SAP ERP – Umsetzung eines integrierten Geschäftsszenarios • Überblick über SAP ERP • Darstellung des Geschäftsszenarios				

	• Einführung in die für das Geschäftsszenario relevanten SAP ERP-Komponenten: Financials, Controlling, Material Management und Sales & Distribution • Entwicklung des Berechtigungskonzeptes • Durchführung des Customizing • Stammdatenkonzept für die einzelnen Komponenten • Plan- und Ist-Datenerfassung • Aufbau des Berichtswesens im CO-PA
4	Lehrformen Die Vermittlung und Einübung der Inhalte erfolgt durch Lehrgespräche und Diskussionen im Rahmen eines teilnehmeraktivierenden seminaristischen Unterrichts mit studentischen Referaten, Lehr-Lern-Arbeitsgruppen und intensiven praktischen Übungen im IT-Labor in Einzel- und Gruppenarbeit. Hierbei werden die Inhalte auf der Basis aktueller Beispiele verdeutlicht. Zur Vorbereitung auf die Klausur und zur laufenden Lernkontrolle erfolgen integrierte Übungen. Didaktische Hilfsmittel sind Powerpoint-Präsentationen, Verschriftlichungen mittels Visualizer und eine Klassenraummanagement-Software für das IT-Labor (Netop Vision). Es werden nach Möglichkeit auch Gastreferenten für Vorträge eingeladen.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen: Support Module ‚Wirtschaftsinformatik‘
6	Prüfungsformen: Referat (90 Minuten) zu Wissensmanagement (a, 50%) und schriftliche Klausur (60 Minuten) zu SAP ERP (b, 50%)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen): keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote: gemäß den Credits 10 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Kalmring (Modulbeauftragter und Lehrender) Dipl.-Betriebswirtin Lehmann (Lehrende)
11	Sonstige Informationen Pflichtlektüre: • Kalmring, Dirk: Performance Measurement von wissensintensiven Geschäftsprozessen: Ein Beitrag zum Controlling im Wissensmanagement. Deutscher Universitätsverlag 2004 • Nonaka, Ikujiro; Takeuchi, Hirotaka: Die Organisation des Wissens: Wie japanische Unternehmen eine brachliegende Ressource nutzbar machen. 2. Aufl., Campus 2012 • Probst, Gilbert; Raub, Steffen; Romhardt, Kai: Wissen managen: Wie Unternehmen ihre wertvollste Ressource optimal nutzen. 7. Auflage, Gabler 2013 • SAP ERP Online-Dokumentation im IDES (International Demonstration & Education System) Zusätzlich empfohlene Literatur: • BISE - Business & Information Systems Engineering, Fachzeitschrift, aktuelle Jahrgänge • DuD – Datenschutz und Datensicherheit, Fachzeitschrift, aktuelle Jahrgänge

- Frick, Detlev, Gadatsch, Andreas, Schäffer-Külz, Ute G.: Grundkurs SAP ERP: Geschäftsprozessorientierte Einführung mit durchgehendem Fallbeispiel. Springer 2008
- Gronau, Norbert; Becker, Jörg; Sinz, Elmar; Suhl, Leena; Leimeister, Jan M. (Hrsg.): Enzyklopädie der Wirtschaftsinformatik: Online-Lexikon. 9. Aufl., GITO 2017
- HMD - Praxis der Wirtschaftsinformatik, Fachzeitschrift, aktuelle Jahrgänge
- IM+io – Das Magazin für Innovation, Organisation und Management, Fachzeitschrift, aktuelle Jahrgänge
- InnoVisions, Fachzeitschrift, aktuelle Jahrgänge
- KES – Die Zeitschrift für Informationssicherheit, Fachzeitschrift, aktuelle Jahrgänge
- Meyer, Jörn-Axel (Hrsg.): Wissens- und Informationsmanagement in kleinen und mittleren Unternehmen. Eul 2005
- North, Klaus: Wissensorientierte Unternehmensführung. Wertschöpfung durch Wissen. 5. Auflage, Gabler 2012
- Schulz, Olaf: Der SAP-Grundkurs für Einsteiger und Anwender. 3. Auflage, SAP Press 2016
- Wissensmanagement – Das Magazin für Führungskräfte, Fachzeitschrift, aktuelle Jahrgänge

Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage.

Aktualisierte Literaturangaben sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M18- 21 c: Arbeitsrecht						
Kennnummer		Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M18- 21 c		250 h	10	V: 4./5./6./7. Sem. T: 9./10./12./13. Sem.	i.d.R. jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Arbeitsvertragsrecht b) Kollektives Arbeitsrecht c) Aktuelle Entwicklungen im Arbeitsrecht und Fallstudien		Kontaktzeit a) 2 SWS / 30 h b) 2 SWS / 30 h c) 2 SWS / 30 h		Selbststudium 160 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen • Erkennen und Beurteilen aktueller individualrechtlicher Problemstellungen • Erkennen und Beurteilen aktueller kollektivarbeitsrechtlicher Problemstellungen • Entwicklung adäquater Lösungen bei individual- und kollektivarbeitsrechtlichen Problemen					
3	Inhalte a) Individualarbeitsrecht: • Inhalt des Arbeitsvertrags • Arbeitnehmerschutzrechte • Beendigung des Arbeitsverhältnisses • Nachwirkungen aus dem beendeten Arbeitsverhältnis • Arbeitnehmerüberlassung • Betriebsübergang • Vergütungsformen/ Mindestlohn • Compliance im Arbeitsrecht • Mobbing im Arbeitsrecht • Auswirkung des europäischen Arbeitsrechts auf das nationale deutsche Individualarbeitsrecht anhand ausgewählter Rechtsbereiche • Prozessrecht: Das arbeitsgerichtliche Verfahren. b) Kollektives Arbeitsrecht • Betriebsverfassungsrecht • Organe und Aufgaben der Betriebsverfassung					

	• Betriebsänderung, Interessenausgleich und Sozialplan • Beteiligungsrechte des Betriebsrats in personellen, sozialen und wirtschaftlichen Angelegenheiten • Unternehmensmitbestimmung • Tarifrecht • Koalitionsrecht • Tarifvertragsrecht • Arbeitskampfrecht • Europäische Betriebsverfassung) c) Aktuelle Entwicklungen im Arbeitsrecht und Fallstudien • Darstellung, Vermittlung und Erörterung ausgewählter höchstrichterlicher Entscheidungen und die vertiefte Behandlung (auch übergreifender) aktueller arbeitsrechtlicher Praxisthemen • „Emmely“ und die Folgen – Bagatelldelikte im Arbeitsverhältnis • Der Fall LIDL – Persönlichkeitsrechte, Überwachung und Mitbestimmung Datenschutz • Das Arbeitszeugnis – Anspruch, Inhalt und Haftung • Arbeitsrechtlicher Umgang mit Low Performern • Krankheit und sonstige Fehlzeiten im Arbeitsverhältnis und ihre arbeitsrechtliche Behandlung, insbesondere das BEM • Urlaubsrecht, insbesondere Urlaubsabgeltung • Befristung von Arbeitsverträgen – Vorteile und Risiken unter Berücksichtigung der neueren Rechtsprechung (Urteile des BAG 7 AZR 716/09 und 7 AZR 375/10) • Mindestlohngesetz • Betriebsübergang und Betriebsschließung, Arbeitsrechtliche Auswirkungen für Arbeitnehmer • Beteiligungsrechte des Betriebsrats • Formulararbeitsverträge im Spiegel der Rechtsprechung, insbesondere vertragliche Lohngestaltung, Überstunden, Verweisungsklauseln, Ausschlussklauseln • Zeitarbeit – Rechtliche Rahmenbedingungen für die Beteiligten
4	Lehrformen • Seminaristischer Unterricht • Studentische Referate mit anschließender Diskussion • Besuch von Güte- und Kammerterminen
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine

	Inhaltlich: Empfohlen: Abschluss der Support Module Wirtschaftsrecht 1 und Wirtschaftsrecht 2 empfohlen
6	Prüfungsformen Klausur, 120 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen): keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote: gemäß den Credits 10 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. jur. Fischer (Modulbeauftragter und Lehrender) RA/ FachRA für Arbeitsrecht Haase (Lehrbeauftragter) RAin/ FachRAin für Arbeitsrecht Hannewald (Lehrbeauftragte)
11	Sonstige Informationen Literatur Pflichtlektüre: • Junker, Grundkurs Arbeitsrecht, 15. Aufl., 2016 • Preis, Individualarbeitsrecht, 4. Aufl., 2012 • Preis, Kollektivarbeitsrecht, 3. Aufl., 2012 • Reichelt, Arbeitsrecht, 5. Aufl., 2016 • Stahlhacke/Preis/Vossen, Kündigung und Kündigungsschutz im Arbeitsrecht, 11. Aufl., 2015 • Richardi/Bayreuther, Kollektives Arbeitsrecht, 3. Aufl., 2016 • Schaub/, Arbeitsrechts-Handbuch, 16. Aufl., 2015 • Hantel, Europäisches Arbeitsrecht, 3. Aufl., 2016 • Kocher, Europäisches Arbeitsrecht, 2016 • Erfurter Kommentar zum Arbeitsrecht, 17. Aufl., 2017 • Fitting, Betriebsverfassungsgesetz, 28. Aufl., 2016 sowie in den Veranstaltungen verteilte Materialien und online zur Verfügung gestellte Unterlagen zusätzlich empfohlene Literatur: • Boecken/Düwell/Diller/Hanau, Gesamtes Arbeitsrecht, 3 Bände, 2016 • Willemsen / Hohenstatt / Schweibert / Seibt, Umstrukturierung und Übertragung von Unternehmen, 5. Aufl., 2016 • Preis/Sagan, Europäisches Arbeitsrecht, 2015 • Marschollek, Arbeitsrecht, 21. Aufl., 2016 (Skriptenreihe Alpmann Schmidt) Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungunterlagen zu entnehmen.

M18- 21 d: Controlling-Entwicklungen					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M18- 21 d	250 h	10	V: 4./5./6./7. Sem. T: 9./10./12./13. Sem.	i.d.R. in jedem Sommersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Wertorientiertes Controlling b) Internationales Controlling c) Fallstudienübung	Kontaktzeit a) 2 SWS / 30 h b) 2 SWS / 30 h c) 2 SWS / 30 h	Selbststudium 160 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sollten die Studierenden im Bereich Wertorientiertes Controlling • Ansätze zur Bewertung von Unternehmen systematisieren, Gründe wertorientierter Führung, Zielgrößen und Aufgabenfelder eines wertorientierten Controllings erläutern können, • gängige wertorientierte Kennzahlensysteme methodisch anwenden, ihre Steuerungseignung kritisch würdigen und konkrete Bewertungsergebnisse interpretieren können, im Bereich Internationales Controlling • wesentliche „Störfaktoren“ für das Controlling internationaler Unternehmen erläutern und hieraus folgenden Anpassungsbedarf der Controllingfunktion begründen können, • Sonderprobleme des Controllings internationaler Unternehmen bezüglich ihres Zahlenwerks, ihrer Organisation, Aufgaben und Instrumente darlegen, methodische Lösungsansätze aufzeigen und kritisch würdigen können, mittels der Fallstudienübung • einschlägig praxisrelevante Controlling-Instrumente im Rahmen komplexer, realitätsnaher Entscheidungsprobleme (Fallstudien) anwenden und fachlich vernetzen können.				
3	Inhalte Wertorientiertes Controlling • Wissenschaftliche Konzeption und Status quo in der Praxis • Logik und Methodik wertorientierter Kennzahlensysteme (Shareholder Value, residuale Gewinne und Renditen, WACC, Werttreibermodelle) • Aufgabenfelder und ausgewählte Instrumente wertorientierten Controllings auf Geschäftsfeld- und Unternehmensebene Internationales Controlling • Sonderprobleme internationaler Unternehmen im Überblick				

	• Sonderprobleme hinsichtlich des Zahlenwerks und der Organisation des Controllings • Sonderprobleme hinsichtlich des Investitionscontrollings und laufenden Erfolgscontrollings Fallstudienübung • Wirtschaftlicher Wandel und aktuelle Herausforderungen des Controllings im Überblick • Fallstudien zu ausgewählten Controlling-Instrumenten: Mix aus jüngeren und klassischen Instrumenten, strategischen und operativen Problemstellungen, teils fachlich vernetzt, Themenauswahl wird an aktuelle Entwicklungen angepasst
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit zahlreichen Übungsaufgaben und Fallbeispielen zur laufenden Lernkontrolle, Fallstudienübung umfasst auch Gruppenarbeiten
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen: Studium nach Studienverlaufsplan empfohlen, insb. Inhalte der Module 1, 2, 6 und 8.
6	Prüfungsformen Klausur, 120 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Gemeinsames Modul mit Studiengang Bachelor International Management
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 10 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Lachmann (Modulbeauftragte und Lehrende)
11	Sonstige Informationen Literatur: • Coenenberg/Salfeld/Schultze, Wertorientierte Unternehmensführung, Vom Strategieentwurf zur Implementierung, 3. Aufl., Stuttgart 2015. • Rappaport, Creating Shareholder Value, 2. Aufl., New York 1998. • Stewart, The Quest for Value, The EVA Management Guide, Harper/Collins, 1991. • Weber/Bramseman et al.: Wertorientierte Unternehmenssteuerung, Wiesbaden 2004. • Hoffjan, Internationales Controlling, Stuttgart 2009. • Bleuel, Internationales Management, Stuttgart 2017. • Coenenberg/Fischer/Günther, Kostenrechnung und Kostenanalyse, 9. Aufl., Stuttgart 2016. • Horváth/Gleich/Voggenreiter, Controlling umsetzen, 5. Aufl., Stuttgart 2012.

	• Weber/Schäffer/Binder, Einführung in das Controlling, Übungen und Fallstudien, 3. Aufl., Stuttgart 2016. • Friedl/Hofmann/Pedell, Kostenrechnung, 2. Aufl., München 2013. Alle Titel in der aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.
--	--

M18- 21 e: Controlling-Instrumente					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M18- 21 e	250 h	10	V: 4./5./6./7. Sem. T: 9./10./12./13. Sem.	i.d.R. jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Koordinations- und Steuerungstechniken b) Investitionscontrolling als Managementaufgabe c) Change-Controlling und Leadership für Controller	Kontaktzeit a) 2 SWS / 30 h b) 2 SWS / 30 h c) 2 SWS / 30 h	Selbststudium 160 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden beherrschen die gebräuchlichen Controlling-Instrumente, die von Unternehmen zur Koordination bzw. zur zielgerichteten Steuerung von Entscheidungen, Handlungen und langfristigen Veränderungen eingesetzt werden, sie können deren Anwendungshintergrund bzw. deren Anwendungsvoraussetzungen sowie deren Stärken und Grenzen einschätzen, kennen mögliche Fehlerquellen und können diese Instrumente auf konkrete Controlling-Situationen in der Praxis anwenden. Lernergebnisse Koordinations- und Steuerungstechniken: Die Studierenden kennen die gebräuchlichen Planungstechniken und können Planungssysteme und -prozesse gestalten; sie können Geschäftsmodelle analysieren, kritisch hinterfragen und in Form integrierter Planungsmodelle abbilden sowie Geschäftspläne qualitätssichernd analysieren; darüber hinaus kennen sie die Steuerungswirkung von Informationen und können Informations- und Berichtssysteme so gestalten, dass sie die gewünschten Verhaltenswirkungen entfalten; schließlich können Sie Anreizsysteme aus Controlling-Sicht kritisch hinsichtlich ihrer Steuerungswirkungen beurteilen und gestalten. Lernergebnisse Investitionscontrolling als Managementaufgabe: Die Studierenden können die finanziellen Wirkungen von Investitionen sachgerecht modellieren und deren finanzielle und nichtfinanzielle Wirkungen analysieren und beurteilen; sie beherrschen die gebräuchlichen Verfahren, mit denen Investitionen bewertet werden können und mit deren Hilfe entschieden werden kann, ob eine Investition oder ein Investitionsprogramm realisiert werden soll, kennen insbesondere deren Vor- und Nachteile und mögliche Anwendungsfehler und können mit deren Hilfe Investitionsentscheidungen in Unternehmen unterstützen. Außerdem können Sie gebräuchliche Techniken der Risikosimulation im Investitionskontext anwenden und typische Aufgaben im Rahmen der Investitionsbudgetierung sachgerecht lösen.				

	Lernergebnisse Change-Controlling und Leadership für Controller: Die Studierenden kennen die Bedeutung von langfristigen Anpassungs- bzw. Veränderungsprozessen für den Erfolg von Unternehmen; auf der Grundlage der aktuellen Ergebnisse der betriebswirtschaftlichen und psychologischen Forschung können sie die Gründe analysieren, die notwendigen Veränderungen in Organisationen typischerweise entgegenstehen und Maßnahmen zum Abbau solcher „Change-Blockaden“ entwickeln und umsetzen. Sie können darüber hinaus Veränderungsprozesse in Organisationen auf der Grundlage eines betriebswirtschaftlich wie psychologisch fundierten Referenzmodells hinsichtlich möglicher Gründe analysieren, an denen diese Vorhaben scheitern könnten und Maßnahmen entwickeln, um den Erfolg solcher Vorhaben sicherzustellen. Dabei lernen die Studierenden insbesondere auch wichtige Aspekte aus dem Bereich „Leadership“ in ihrer Bedeutung für Veränderungsprozesse kennen; sie können diese sowohl auf Veränderungsprozesse wie auch auf Alltagssituationen aus dem Berufsbild eines Controllers anwenden.
3	Inhalte Koordinations- und Steuerungstechniken • Controlling als Koordinations- und Steuerungsfunktion in Unternehmen • Planung und Budgetierung, insbesondere Organisation von Planungssystemen, Planungsinhalte, Planungsverfahren und -techniken, integrierte Planungsmodelle und typische Planungsfehler; Planung im Kontext internationaler Konzerne • Aufgaben und Konzeption von Informationssystemen aus Controlling- und Managementsicht, Informationsbedarfsanalyse, Konzeption von Berichten, Performance Analytics, Big Data, Controlling und Kontrolle • Controllingaufgaben bei der Gestaltung betrieblicher Anreizsysteme, Konzeption und Komponenten von Anreizsystemen, (typische) Gestaltungsfehler bei Anreizsystemen Investitionscontrolling als Managementaufgabe • Investition als (Führungs-)Entscheidung, insbesondere Ziele von Investitionsentscheidungen und Ziele und Aufgaben des Investitionscontrollings • „Traditionelle“ Verfahren zur Bewertung von Investitionen (insbesondere dynamische Verfahren) • Kritische Beurteilung der „traditionellen“ Verfahren der Investitionsrechnung aus Controllingsicht • Die Marktzinsmethode der Investitionsrechnung • Techniken zur Analyse der Risiken von Investitionsvorhaben • Budgetierung von Investitionen • Investitionen im internationalen Kontext Change-Controlling und Leadership für Controller • Ziele, Aufgaben und Konzeption des Change Controllings • Prozessuale Aspekte von Veränderungsvorhaben • Psychologische Aspekte von Veränderungsvorhaben • Barrieren für Veränderungen und Möglichkeiten zu deren Überwindung • Fehler in Change-Prozessen • Erfolgsfaktoren von Veränderungsprozessen • Controlling-Skills, um Veränderungen zu bewirken
4	Lehrformen Die Vermittlung und Einübung der Inhalte erfolgt durch einen die Teilnehmer aktivierenden seminaristischen Unterricht. Hierbei werden die Inhalte theoretisch sowie auf Basis von

	Beispielen verdeutlicht und die zu erwerbenden Kompetenzen an Hand von Fallstudien und (Forschungs-)Aufgaben trainiert.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen: Studium nach Studienverlaufsplan.
6	Prüfungsformen Klausur, 120 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 10 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Albrecht (Modulbeauftragter und Lehrender)
11	Sonstige Informationen Grundlagenliteratur: • Troßmann, E.: Controlling als Führungsfunktion, München 2013. • Klein, R. und Scholl, A.: Planung und Entscheidung, 2. Auflage, München 2011. • Troßmann, E.: Investition als Führungsentscheidung – Projektrechnungen für Controller, 2. Auflage, München 2013. • Blohm, H., Lüder K.: und Schaefer, C.: Investition – Schwachstellenanalyse des Investitionsbereichs und Investitionsrechnung, 10. Auflage, München 2012. • Doppler, K. und Lauterburg, C.: Change Management – Den Unternehmenswandel gestalten, 13. Auflage, Frankfurt/New York 2014. • Kotter, J. P.: Leading Change, München 2011. • Lauer, T.: Change-Management – Grundlagen und Erfolgsfaktoren, 2. Auflage, Berlin und Heidelberg 2014. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte und weiterführende Literaturhinweise im Rahmen der Veranstaltungen.

M18- 21 f: Steuerungsdimensionen des Controllings					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M18- 21 f	250 h	10	V: 4./5./6./7. Sem. T: 9./10./12./13. Sem.	i.d.R. jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Marketingcontrolling b) Finanzcontrolling c) Risikocontrolling	Kontaktzeit a) 2 SWS / 30 h b) 2 SWS / 30 h c) 2 SWS / 30 h	Selbststudium 160 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sollten die Studierenden im Bereich Marketingcontrolling • aus wissenschaftlicher Sicht potentielle Ziele, Aufgaben, Instrumente und Organisationsformen des Marketingcontrollings erläutern und begründen können, • verbreitete Instrumente des strategischen und operativen Marketingcontrollings auf praktische Fallbeispiele anwenden, Ergebnisse interpretieren und kritisch würdigen können, • den Implementierungsstand des Marketingcontrollings in konkreten Unternehmen analysieren, kritisch beurteilen und differenzierte Handlungsempfehlungen ableiten können, im Bereich Finanzcontrolling • wissenschaftlich fundiert die Ziele und (Teil-)Aufgaben des Finanzcontrollings darstellen und begründen können, • praxisrelevante Instrumente im operativen und strategischen Finanzcontrolling auf Fallbeispiele anwenden und konkrete Schlussfolgerungen ziehen können, im Bereich Risikocontrolling • die Steuerungsdimension „Risiko“ definitorisch vollumfänglich erfasst haben, auf dieser Grundlage • die Risikosituation eines Unternehmens theoriegeleitet analysieren und sachgerecht mit modernen Techniken hinsichtlich ihres Bedrohungspotentials einschätzen können, • Risikomanagementsysteme in Unternehmen kritisch hinsichtlich ihrer Effektivität beurteilen und zielgerichtet weiterentwickeln können und • Strategien zur Absicherung von Risiken entwickeln und kritisch hinsichtlich deren Wirksamkeit beurteilen können.				
3	Inhalte Marketingcontrolling • Wissenschaftliche Konzeption und Status quo in der Praxis				

	• Informationsbasis, Ziel- und Kennzahlensysteme des Marketingcontrollings • Aufgabenfelder und ausgewählte Instrumente sowohl des strategischen als auch des operativen Marketingcontrollings Finanzcontrolling • Konzeption des Finanzcontrollings und Einordnung in das Finanzmanagement des Unternehmens • Informationsbasis, Ziel- und Kennzahlensysteme des Finanzcontrollings • Ausgewählte Instrumente des operativen und strategischen Finanzcontrollings Risikocontrolling • Arten und Wirkungsweisen von Risiken • Konzeption und Organisation effektiver Risikomanagementsysteme • Verfahren zur Identifikation und Quantifizierung von Risiken • Instrumente und Techniken zur Risikoabsicherung • Kontrollverfahren im Rahmen des Risikomanagements
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht; zahlreiche Übungsaufgaben und Fallbeispiele, die eine laufende Lernkontrolle ermöglichen
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen: Studium nach Studienverlaufsplan empfohlen, insb. Inhalte der Module 1, 2, 6 und 8.
6	Prüfungsformen Klausur, 120 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 10 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Lachmann (Modulbeauftragte und Lehrende) Prof. Dr. Kölle (Lehrender) Prof. Dr. Albrecht (Lehrender)
11	Sonstige Informationen Literatur: • Coenenberg/Fischer/Günther, Kostenrechnung und Kostenanalyse, 9. Aufl., Stuttgart 2016. • Ehrmann, Marketingcontrolling, 5. Aufl., Herne 2016.

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Reinecke/Janz, Marketingcontrolling, 1. Aufl., Stuttgart 2007.• Mensch, G. (2008): Finanz-Controlling, 2. Aufl.• Perridon, L. et al. (2012): Finanzwirtschaft der Unternehmung, 16. Aufl.• Zantow, R.; Dinauer, J. (2011): Finanzwirtschaft des Unternehmens, 3. Aufl.• Schierenbeck, H., Lister, M. und Kirmße, S.: Ertragsorientiertes Bankmanagement (Band 2) - Risiko-Controlling und integrierte Rendite-/Risikosteuerung, 9. Auflage, Wiesbaden 2008• Hull, J. C.: Risikomanagement, 4. Auflage, Hallbergmoos 2016• Hannemann, R., Steinbrecher, I. und Weigl, T.: Mindestanforderungen an das Risikomanagement (Kommentar) 5. Auflage, Stuttgart 2017• Wüst, K.: Risikomanagement – Eine Einführung mit Anwendungen in Excel, Konstanz und München 2014 <p>Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage.</p> <p>Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.</p> |
|--|

M18- 21 g: Handelsmarketing						
Kennnummer		Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M18- 21 g		250 h	10	V: 4./5./6./7. Sem. T: 9./10./12./13. Sem.	i.d.R. jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Instrumente des Handelsmarketing b) Kommunikation im Handel c) Marketingumfeld, Marketingforschung & Konsumentenverhalten		Kontaktzeit a) 2 SWS / 30 h b) 2 SWS / 30 h c) 2 SWS / 30 h		Selbststudium 160 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage, • die handelsrelevanten aktuellen Marktentwicklungen zu verstehen und ihre Chancen und Risiken sowie die Konsequenzen für Handelsunternehmen kritisch zu reflektieren. • die Grundlagen der Instrumente des Handelsmarketing sowie die Prozesse zur Entscheidungsfindung zu verstehen und anzuwenden sowie den Einsatz für verschiedenen Handelsunternehmen/Betriebsformen differenziert zu hinterfragen. • alternative Optionen des Instrumenteneinsatzes kritisch zu vergleichen und zu entdecken, wie man zur Auswahl und Entscheidung von unterschiedlichen operativen Optionen kommt. • die Planung und Gestaltung der Kommunikationsmaßnahmen, die der Umsatzsteigerung in Handelsunternehmen dienen zu verstehen und anzuwenden. • den Einsatz der Kommunikationsinstrumente im Hinblick auf praktische Fragestellungen anzuwenden und die betriebswirtschaftlichen Konsequenzen zu bewerten.					
3	Inhalte aus dem Bereich Instrumente des Handelsmarketing • Grundlagen des Handelsmarketing • Standortpolitik (Standortentscheidungen und Methoden) • Category Management-Prozess und Sortimentspolitik • Preispolitischer Handlungsspielraum und Preismaßnahmen im Handel • POS-Gestaltung: Gestaltung des Verkaufsraums und Platzierungspolitik • Service- und Beratungspolitik					

	aus dem Bereich Kommunikation im Handel • Grundlagen der Handelskommunikation und Instrumente • Werbung im Handel • Preiskommunikation • Direktkommunikation und persönliche Kommunikation • Verkaufsförderung • Sonderthemen zur Handelskommunikation Aus dem Bereich Marketingumfeld, Marketingforschung & Konsumentenverhalten • Umfeldfaktoren des Einzelhandelsmarketing und ihre Entwicklung • Theorien zum Konsumentenverhalten im Einzelhandel • Instrumente der Marketingforschung im Handel
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht. Begleitende Übungsaufgaben und Praxisbeispiele ermöglichen eine laufende Lernkontrolle. Durch Einbeziehung von aktuellen Entwicklungen in Märkten und bei realen Unternehmen wird die Fähigkeit zur Transferleistung und zur kritischen Beurteilung geschult.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen: Studium nach Studienverlaufsplan. Vermittlung relevanter Vorkenntnisse in den betriebswirtschaftlichen Modulen der ersten drei Semester.
6	Prüfungsformen Klausur, 120 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß der Credits 10 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Ziehe (Modulbeauftragte und Lehrende)
11	Sonstige Informationen Literatur (Pflichtlektüre): • Roger D., Blackwell, Paul W., Miniard: Consumer Behavior Verlag: Cengage Learning Services; Auflage: 10th ed. 2005 • Kroeber-Riel, W./Gröppel-Klein, A.: Konsumentenverhalten, 10. Aufl. München 2013 • Theis, Hans-Joachim, Handbuch Handelsmarketing, Bd. 3,: Strategien und Instrumente der Handels-Marktforschung, Frankfurt 2008 • Trommsdorff, V.: Konsumentenverhalten, 8. Aufl., Stuttgart 2011

- Müller-Hagedorn, Lothar / Toporowski, Waldemar (2012), Der Handel, Grundlagen – Management – Strategien, Stuttgart (2. A.)
- McGoldrick, Peter (2005), Retail Marketing, London (2.A.)
- Müller-Hagedorn, L./Natter, M.: Handelsmarketing, 5. Aufl., Stuttgart et al. 2011

Literatur (zusätzlich empfohlen):

- Ahlert, Dieter / Kenning, Peter (2007), Handelsmarketing: Grundlagen der marktorientierten Führung von Handelsbetrieben, Berlin – Heidelberg
- Bruhn, M.: Kommunikationspolitik, 8. Aufl., München 2015
- Haller, Sabine (2009), Handelsmarketing, Ludwigshafen (3.A.)
- Meffert, H./Burmann, Chr./Kirchgeorg: Marketing, 12. Aufl., Wiesbaden 2014
- Michael R. Solomon, Gary Bamossy: Consumer Behaviour, 5/E, 2013
- Oehme, Wolfgang: Handels-Marketing, 2. Aufl., München 2001
- Pepels, W.: Marketing-Kommunikation, 3. Aufl., Stuttgart 2015
- Pflaum, D.: Einführung in die Handelswerbung, Stuttgart 1988
- Schröder, Hendrik (2012), Handelsmarketing, München (2.A.)
- Schweiger, G./ Schrattenecker, G.: Werbung, 8. Aufl., Stuttgart 2012

Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage.

Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M18- 21 h: Handelsstrategien					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M18- 21 h	250 h	10	V: 4./5./6./7. Sem. T: 9./10./12./13. Sem.	i.d.R. jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Internationaler Einzelhandel b) Efficient Consumer Response c) Digitaler Handel		Kontaktzeit a) 2 SWS / 30 h b) 2 SWS / 30 h c) 2 SWS / 30 h	Selbststudium 160 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen für den Bereich Internationaler Einzelhandel (a) sind die Studierenden in der Lage: • die Grundlagen des Stationären Einzelhandels im globalen Kontext zu verstehen • die relevanten Steuerungskennzahlen zu erkennen, diese kritisch zu hinterfragen und entsprechende Handlungsempfehlungen abzuleiten • bestehende Konzepte und Geschäftsmodelle des Internationalen Einzelhandels darzustellen und diese quantitativ und qualitativ zu bewerten. • relevante strategische Werkzeuge anzuwenden (Expansion, Kommunikation, Pricing etc.), die ein internationaler Einzelhändler für die optimale Ausschöpfung seiner Internationalen Potentiale benötigt • kulturelle Besonderheiten, Unterschiede und Herausforderungen von international operierenden Einzelhändlern zu erkennen • Aspekte des CSR und Nachhaltigkeit, insbesondere im Bereich des Global Sourcing und des Waste Management, zu verstehen für den Bereich Efficient Consumer Response (b) sind die Studierenden in der Lage: • die Kooperationsansätze zwischen Industrie und Handel anzuwenden und deren Potentiale für den Internationalen Einzelhandel einzuschätzen • die Prozessschritte des Category Management anzuwenden und diese in einem Projekt praktisch umzusetzen • auf der Supply Side die Herausforderungen eines Internationalen Einzelhändlers zu erkennen und mögliche Lösungsansätze abzuleiten für den Bereich Digitaler Handel (c) sind die Studierenden in der Lage: • die Möglichkeiten / Schwierigkeiten / Herausforderungen des Online Handels zu erkennen und im Rahmen von Fallstudien kritisch zu hinterfragen • aktuelle Entwicklungen des Digitalen Handels und deren Potentiale zu analysieren und zu bewerten • neben den technischen und wirtschaftlichen Möglichkeiten auch ethische Fragen zu berücksichtigen und zu adressieren (Profiling, Fairness, Überwachung, Selbstbestimmung der persönlichen Daten etc.)				

3	Inhalte aus dem Bereich Internationaler Einzelhandel (a): • Einführung in die unterschiedlichen Betriebsformen und Steuerungskennzahlen • Internationale Expansionsstrategien (Standortpolitik, Markteintrittsstrategien, Investitionsentscheidungen) • Anwendung des Marketing-Mix im internationalen Kontext • Bestands- und Filialmanagement • Global Sourcing und Logistik • Multi-Channel Strategien aus dem Bereich Efficient Consumer Response (b): • Formen der Kooperation im Einzelhandel • Category Management • Efficient Replenishment, Efficient Promotion, Efficient Product Introduction • Cross-Docking, Vendor-Managed-Inventory • Collaborative Planning Forecasting & Replenishment • Space Management • EDI, RFID, GTIN, Computer Assisted Ordering aus dem Bereich Digitaler Handel (c): • Mobile Commerce • E-Commerce (e-procurement, e-marketplace, e-shop) • E-fulfilment, e-payment, e-distribution • Omni-channel Strategien • Dynamic Pricing • Mobile Marketing (Location Based Services, Beacons, Couponing) • Online Marketing (SEO, SEA) • Near Field Communication, Bluetooth, QR-Codes
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit Ausarbeitung von Beispielen und Fallstudien. Einsatz von Gruppenarbeit zur Bearbeitung von Projekten in der Hausarbeit. Didaktische Hilfsmittel sind Powerpoint-Präsentationen begleitet durch den Einsatz digitaler Medien (z.B. Smart Phone, Internet). Zur Vorbereitung auf die Klausur und zur laufenden Lernkontrolle erfolgen integrierte Übungen mit Alt-Klausuren.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur, 120 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine

9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 10 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Scheideler (Modulbeauftragter und Lehrender)
11	Sonstige Informationen Literatur: • Berman, B.; Evans, J.-R.: Retail Management: A Strategic Approach, Pearson, 11. Auflage, 2010 • Merkel, H.; Breuer, P.; Eltze, C.; Kerne, J.: Global Sourcing im Handel, Springer-Verlag, Heidelberg, 2008 • Becker, J.; Winkelmann, A.: Handelscontrolling, Springer Gabler Verlag, Heidelberg, 3. Auflage, 2014 • Pohl, J.: Internationale Handelslogistik, Logos Verlag, Berlin, 2008 • Wirtz, B.: Electronic Business, Springer Gabler Verlag, Heidelberg, 5. Auflage, 2016 • Kollmann, T.: E-Business: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Net Economy, Springer Gabler Verlag, Heidelberg, 5. Auflage, 2013 • Heinemann, G.: Der neue Online-Handel, Springer Gabler Verlag, Heidelberg, 6. Auflage, 2015 Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M18- 21 i: Institutionelle Aspekte des Handels					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M18- 21 i	250 h	10	V: 4./5./6./7. Sem. T: 9./10./12./13. Sem.	i.d.R. jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Institutionen des Handels und aktuelle Entwicklungen b) Supply Chain Management c) Handels- und Vertragsrecht	Kontaktzeit a) 2 SWS / 30 h b) 2 SWS / 30 h c) 2 SWS / 30 h	Selbststudium 160 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage, • die aktuellen Entwicklungen im institutionellen Handel zu erkennen und zu analysieren. Sie erkennen und beurteilen die Stärken/Schwächen von Betriebstypen sowie deren Chancen und Risiken. • den Ressourceneinsatz im Handelsbetrieb einzuordnen und die Institutionen und Systeme des Handels im Hinblick auf die ihnen jeweils zugrundeliegende handelsbetriebliche Konzeption zu verstehen. • die spezifischen Leistungsmerkmale sowie die Erfolgsfaktoren von Betriebsformen im Groß- und Einzelhandel zu erfassen und zu analysieren. • institutionenspezifische Konzepte und Methoden der Handelsbetriebslehre auf anwendungsbezogene betriebliche Fragestellungen anzuwenden. • Lösungen für konkrete Herausforderungen des Handelsmanagements zu beschreiben, zu reflektieren und umzusetzen. • die Herausforderungen im Bereich Supply Chain Management zu erkennen, diese zu analysieren und zu bewerten sowie entsprechende Handlungsempfehlungen / Verbesserungsvorschläge kritisch zu vergleichen. • Tools und Modelle (z.B. Value Stream Mapping, SCOR) zur Darstellung und Analyse von Supply Chains nachzuvollziehen und kritisch zu reflektieren. In diesem Zusammenhang beschreiben sie die Umsetzung in Best Practices. • juristische Problemstellungen zu verstehen und die geltende Rechtsordnung in einem praxisnahen und internationalen Kontext zu unterscheiden. • Grundsätze der Vertragsgestaltung zu verstehen und in der Praxis wichtige juristische Probleme im Handels- und Vertragsrecht zu erkennen und zu lösen.				

3	Inhalte aus dem Bereich Institutionen des Handels und aktuelle Entwicklungen • Theoretische Grundlagen des Handelsmanagements • Institutionelle Erscheinungsformen in Distribution und Handel • Vertriebsarten in Distribution und Handel • Multi Channel und Cross Channel-Retailing • Aktuelle Entwicklungen und Trends im institutionellen Handel aus dem Bereich Supply Chain Management • Leistungsprozesse und Ressourceneinsatz im Handelsbetrieb • Design, Modellierung und Planung von Supply Chain Netzwerken • Beschaffung, Produktion, Distribution in der Supply Chain • Analyse der Supply Chain Treiber: Gebäude (Läger, Produktionsstätten), Transport und Warenbestand aus dem Bereich Handels- und Vertragsrecht • Lehre vom Kaufmann / Handelsfirma / Handels- und Unternehmensregister und Rechtsscheintatbestände • Lehre vom Vertragsschluss • besondere Formen der Stellvertretung (Prokurist, Handlungsbevollmächtigter, Ladenvollmacht) • selbständige Hilfspersonen des Kaufmanns (Handelsvertreter / Handelsmakler / Vertragshändler / Franchise) • Allgemeine Geschäftsbedingungen • handelsrechtliche Besonderheiten des Kaufvertrages / Besonderheiten bei Rahmenlieferverträgen / Vertragsregelungen in der Praxis • Unternehmensformen / Organhaftung
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht. Begleitende Übungsaufgaben und Praxisbeispiele ermöglichen eine laufende Lernkontrolle. Durch Einbeziehung von aktuellen Entwicklungen in Branchen/Märkten und bei realen Unternehmen wird die Fähigkeit zur Transferleistung und zur kritischen Beurteilung geschult.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen: Studium nach Studienverlaufsplan Vermittlung relevanter Vorkenntnisse in den betriebswirtschaftlichen Modulen der ersten drei Semester.
6	Prüfungsformen Klausur, 120 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung

8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß der Credits 10 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Ziehe (Modulbeauftragte und Lehrende) Prof. Dr. Scheideler (Lehrender) Prof. Dr. Otte-Gräbener (Lehrende)
11	Sonstige Informationen Literatur (Pflichtlektüre): • Barth, Karl / Hartmann, Michaela / Schröder, Hendrik (2015), Betriebswirtschaftslehre des Handels, Wiesbaden (7.A.) • Liebmann, Hans-Peter / Zentes, Joachim / Swoboda, Bernd (2012), Handelsmanagement, München (3.A.) • Müller-Hagedorn, Lothar / Toporowski, Waldemar / Zielke, Stephan (2012), Der Handel, Stuttgart (2.A.) • Zentes, Joachim / Swoboda, Bernhard et al. (Hrsg.) (2012), Handbuch Handel, Strategien – Perspektiven – Internationaler Wettbewerb, Wiesbaden (2.A.) • Müller-Hagedorn, Lothar / Toporowski, Waldemar (2012), Der Handel, Grundlagen – Management – Strategien, Stuttgart (2. A.) • Chopra, Sunil; Meindl, Peter (2014): Supply Chain Management: Strategie, Planung und Umsetzung, 5. Auflage, Pearson Studium, Hallbergmoos • Kummer, Sebastian; Grün, Oskar; Jammernegg, Werner (2013): Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik, 3. Auflage, Pearson Studium, Hallbergmoos • Führich, Wirtschaftsprivatrecht, 12. Aufl., 2014 • Förchler, Privat- und Prozessrecht, 1. Aufl., 2016 • Müssig, Wirtschaftsprivatrecht, 19. Aufl., 2016 • Richter, Grundlagen des Wirtschaftsprivatrechts, 1. Aufl., 2016 • Brox/Henssler, Handelsrecht, 22. Aufl., 2016 Literatur (zusätzlich empfohlen): • Alpmann/Braasch, Skript Handelsrecht, 16. Aufl., 2016 Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M18- 21 j: Informationsfunktion der Bilanzierung						
Kennnummer		Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M18- 21 j		250 h	10	V: 4./5./6./7. Sem. T: 9./10./12./13. Sem.	i.d.R. jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Internationale Rechnungslegung b) Konzernrechnungslegung c) Abschlussanalyse und -politik		Kontaktzeit a) 2 SWS / 30 h b) 2 SWS / 30 h c) 2 SWS / 30 h		Selbststudium 160 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Internationale Rechnungslegung: Die Studierenden können die Ansatz- und Bewertungsregeln für wesentliche Bilanzpositionen nach IFRS erläutern und diese auf praktische Sachverhalte anwenden. Bei gegebener Zielsetzung, können Sie Vor- und Nachteile bilanzieller Abbildungsalternativen (etwa bei Wahlrechten) beurteilen, um die bilanzielle Abbildung von Sachverhalten zielgerichtet zu beeinflussen. Konzernrechnungslegung: Die Studierenden können die Notwendigkeit einer Konzernabschlusserstellung darstellen und prüfen, ob ein Unternehmen konzernrechnungslegungspflichtig ist. Sie können die Regelungen zur Abgrenzung des Konsolidierungskreises erläutern und diese auf Fallbeispiele anwenden. Die Studierenden können die Schritte zur Erstellung eines Konzernabschlusses detailliert erläutern und diese auf praktische Fallbeispiele anwenden. Abschlussanalyse und -politik: Die Studierenden können die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage eines Unternehmens anhand seines Abschlusses analysieren und die Grenzen solcher Analysemöglichkeiten aufzeigen. Sie können beispielorientiert Möglichkeiten zur bilanzpolitischen Beeinflussung von Kennzahlen beurteilen und bilanzpolitische Einflüsse in Ihrer Unternehmensanalyse angemessen berücksichtigen.					
3	Inhalte Teil Internationale Rechnungslegung • Institutioneller Rahmen der IFRS und Unterschiede zu den handelsrechtlichen Grundlagen • Immaterielle Vermögenswerte • Sachanlagen • Vorräte					

	• Bilanzierung von Leasingverhältnissen • Gewinnrealisierung • Bilanzierung von Finanzinstrumenten • Rückstellungen • Latente Steuern Teil Konzernrechnungslegung • Grundlagen der Konzernrechnungslegung • Pflicht zur Aufstellung eines Konzernabschlusses • Abgrenzung des Konsolidierungskreises • Grundsatz der Einheitlichkeit • Währungsumrechnung im Konzern • Methoden der Vollkonsolidierung • Goodwillbilanzierung und Impairmenttest • Quotenkonsolidierung und Equity-Methode Teil Abschlussanalyse und –politik • Ziele der Abschlusspolitik und -analyse • Möglichkeiten und Grenzen der Abschlussanalyse • Analyse der Vermögens- und Finanzlage • Analyse der Ertragslage • Analyse des Geschäftszyklus • Weitergehende Analysemöglichkeiten aus Eigen- und Fremdkapitalgebersicht • Ausgewählte Ansatzpunkte für Bilanzpolitik
4	Lehrformen Die Vermittlung und Einübung der Inhalte erfolgt durch einen die Teilnehmer aktivierenden seminaristischen Unterricht. Hierbei werden die Inhalte auf der Basis aktueller Beispiele verdeutlicht. Zur Vorbereitung auf die Klausur und zur laufenden Lernkontrolle erfolgen integrierte Übungen sowie die Bereitstellung von Alt-Klausuren. Didaktische Hilfsmittel sind Powerpoint-Präsentationen und Verschriftlichungen mittels Tablet, Visualizer oder Whiteboard.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlene Vorkenntnisse werden insbesondere im Modul „Dokumentationsfunktion der Bilanzierung“ vermittelt.
6	Prüfungsformen Klausur, 120 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung

8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Dieses Modul wird gleichfalls angeboten als Wahl-Spezialisierungsmodul für die Studiengänge Bachelor International Management und Bachelor Taxation Dual.
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 10 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Jödicke (Modulbeauftragter und Lehrender)
11	Sonstige Informationen Literatur Teil Internationale Rechnungslegung: • Pellens/Fülbier/Gassen/Sellhorn: Internationale Rechnungslegung, 9. Aufl., Stuttgart 2014 • Relevante IFRS-Texte in der aktuellen Version • In der Veranstaltung werden Materialien zur Verfügung gestellt • Buchholz: Internationale Rechnungslegung, 12. Aufl., Berlin 2015 • Coenenberg/Haller/Schultze: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 23. Aufl., 2014 Teil Konzernrechnungslegung: • Pellens/Fülbier/Gassen/Sellhorn: Internationale Rechnungslegung, 9. Aufl., Stuttgart 2014 • Relevante IFRS-Texte in der aktuellen Version • In der Veranstaltung werden Materialien zur Verfügung gestellt • Küting/Weber: Der Konzernabschluss, 13. Aufl., Stuttgart 2012 • Baetge/Kirsch/Thiele: Konzernbilanzen, 10. Aufl., Düsseldorf 2013 • Baetge/Kirsch/Thiele: Übungsbuch Konzernbilanzen, 4. Aufl., Düsseldorf 2010 Teil Abschlussanalyse und -politik • Coenenberg/Haller/Schultze: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 23. Aufl., 2014 • Küting/Weber: Die Bilanzanalyse, 11. Aufl., Stuttgart 2015 • Mit Veranstaltungsunterlagen verteilte Materialien • Baetge/Kirsch/Thiele: Bilanzanalyse, 2. Aufl., Düsseldorf 2004 • Baetge/Kirsch/Thiele: Übungsbuch Bilanzen und Bilanzanalyse, 3. Aufl., Düsseldorf 2007 • Hommel/Rammert: IFRS - Bilanzanalyse case by case, München 2006 Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M18- 21 k: Marktforschung und Käuferverhalten					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M18- 21 k	250 h	10	V: 4./5./6./7. Sem. T: 9./10./12./13. Sem.	i.d.R. jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Markt- und Absatz- forschung b) Käuferverhalten c) Übung Marktforschung	Kontaktzeit a) 2 SWS / 30 h b) 2 SWS / 30 h c) 2 SWS / 30 h	Selbststudium 160 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage, aus dem Bereich Markt- und Absatzforschung: • die Phasen und Schritte eines Marktforschungsprojekts zu beschreiben • die unterschiedlichen Methoden im Rahmen primärstatistischer Erhebungen zu erklären, • die Phasen und Schritte eines Marktforschungsprojekts und die unterschiedlichen Methoden im Rahmen primärstatistischer Erhebungen zu beschreiben, • und aus dem Bereich Käuferverhalten: • auf Basis der theoretischen Konstrukte und Prozesse das Käuferverhalten zu beschreiben, zu erklären und zu messen, • die relevanten Kaufentscheidungsprozesse zu erklären und die notwendigen Konsequenzen für das Marketing abzuleiten, • sowie in der Übung Marktforschung • die theoretisch vermittelten Kenntnisse auf konkrete Fallbeispiele aus der Praxis zu übertragen • aktuelle Trends und Entwicklungen der Marktforschung und des Käuferverhaltens zu analysieren				
3	Inhalte <u>Markt- und Absatzforschung</u> • Grundlagen der Marktforschung: Gegenstand und Aufgaben – Informationsquellen - Sekundärforschung • Ablauf und Methodik empirischer Erhebungen: Stichprobenverfahren – Messung und Skalierung – Befragung und Beobachtung - Datenauswertung • Praktische Anwendung in Strukturanalysen: Marktsegmentierung und Käufertypologien - Imageanalysen				

	• Praktische Anwendung in Wirkungsanalysen: Produkttests und Werbepretests – Testmärkte - Erfolgskontrollen <u>Käuferverhalten</u> • Grundlagen des Käuferverhaltens und der Konsumentenforschung • Erklärungsgrößen des Käuferverhaltens: Aktivierung – Emotionen – Kognitionen – Motive – Einstellungen – Werte - Persönlichkeit • Prozesse des Informationserwerbs und der Informationsverarbeitung: Wahrnehmung – Informationsselektion – Lernen - Informationsverarbeitung • Wirkungen der Kommunikation: Kategorien von Kommunikationswirkungen – Wirkungsmodelle der Kommunikation • Kaufentscheidungsprozesse: Typen von Kaufentscheidungen – Erstkauf und Wiederholungskauf <u>Übung / Seminar Marktforschung</u> Die Inhalte (Beispiele), die in der Lehrveranstaltung behandelt werden, werden jeweils zu Beginn des Semesters durch den Dozenten vorgestellt. Die Struktur der Lehrveranstaltung ist an folgenden Vorgehensmodellen ausgerichtet: • Präsentation ausgewählter Anwendungsfälle der Marktforschung und des Käuferverhaltens • Erarbeitung eines Vorgehensmodells sowie Festlegung relevanter Analysebereiche • Erarbeitung relevanter Analyse- und Aufbereitungsstandards für die Gruppenarbeiten • Durchführung der Gruppenarbeiten (moderiert und unterstützt durch den Lehrenden) • Ergebnispräsentation • Ergebnisbewertung durch die Gruppe ggf. unter Beteiligung von Praktikern
4	Lehrformen Die Vermittlung der Inhalte erfolgt in Rahmen eines teilnehmeraktiven seminaristischen Unterrichts sowie auf der Grundlage von Beispielsfällen. Die Lehrinhalte werden praxisorientiert und anwendungsbezogen vermittelt.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsform Klausur, 120 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine

9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 10 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Straßburger (Modulbeauftragte und Lehrende)
11	Sonstige Informationen <u>Literatur (Pflichtlektüre)</u> • Berekoven, L. / Eckert, W. / Ellenrieder, P., Marktforschung: Methodische Grundlagen und praktische Anwendung, Wiesbaden, 12. Auflage, Gabler 2009 • Hermann, A. / Homburg, C. / Klarmann, M., (Hrsg.), Handbuch Marktforschung: Methoden – Anwendungen – Praxisbeispiele, Wiesbaden, 3. Auflage, Gabler 2014 • Kroeber-Riel, W. / Gröppel-Klein, A., Konsumentenverhalten, 10. Auflage München, Vahlen 2013 • Mayer, H. / Illmann, T., Markt- und Werbepsychologie, Stuttgart, 3. Auflage, Schäffer-Poeschel 1999 • Solomon, M., Konsumentenverhalten, 11. Auflage München, Pearson Studium 2016 • Steffenhagen, H., Wirkungen der Werbung: Konzepte - Erklärungen – Befunde, Aachen, Verlag der Augustinus Buchhandlung 2000 • Trommsdorff, V., Konsumentenverhalten, 8. Auflage, Stuttgart, Kohlhammer 2011 • Weis, C. / Steinmetz, P., Marktforschung, 8. Auflage Ludwigshafen, Kiehl 2012 Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M18- 21 I: Marketingmanagement					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M18- 21 I	250 h	10	V: 4./5./6./7. Sem. T: 9./10./12./13. Sem.	i.d.R. jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Marketingkonzeption b) Markenmanagement c) Übung Marketing-management	Kontaktzeit a) 2 SWS / 30 h b) 2 SWS / 30 h c) 2 SWS / 30 h	Selbststudium 160 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage, aus dem Bereich Marketingkonzeption • den Prozess des Marketingmanagements zu erklären und die einzelnen Phasen zu beschreiben • die strategischen Optionen der Marketingkonzeption zu analysieren und differenziert zu bewerten • aus dem Bereich Markenmanagement • den Prozess des identitätsorientierten Markenführungsansatzes zu diskutieren und mit Beispielen zu erläutern • die Ziele der Markenführung und die Markenpositionierung zu erklären • die unterschiedlichen strategischen Optionen und die Erfolgsfaktoren strategischer Markenführung zu bestimmen und anhand konkreter Beispielfälle differenziert zu beurteilen • den Prozess, die Komponenten und Funktionen der Markengestaltung zu beschreiben • im Rahmen der Übung • die theoretisch vermittelten Kenntnisse auf konkrete Fallbeispiele aus der Praxis zu übertragen • aktuelle Trends und Entwicklungen im Marketing zu erkennen und in Gruppenarbeiten aufzubereiten •				
3	Inhalte <u>Marketingkonzeption</u> • Marketing als marktorientierte Unternehmensführung • Überblick über die Planungsschritte der Marketingkonzeption				

	• Analyse der Ist-Situation • Marktsegmentierung • Entwicklung von Marketingzielen • Überblick und Bewertung der Marketingstrategieoptionen • Umsetzung der Marketingstrategien • Aktuelle Trends <u>Markenmanagement</u> • Stellenwert und Gegenstand des Markenmanagements • Grundlagen der identitätsorientierten Markenführung • Ziele der Markenführung und Markenpositionierung • Strategien des Markenmanagements • Instrumente des Markenmanagements • Grundlagen des Controllings • Aktuelle Trends <u>Übung / Seminar Marketingmanagement</u> Die Inhalte (Beispiele), die in der Lehrveranstaltung behandelt werden, werden jeweils zu Beginn des Semesters durch den Dozenten vorgestellt. Die Struktur der Lehrveranstaltung ist an folgenden Vorgehensmodellen ausgerichtet: • Präsentation ausgewählter Anwendungsfälle der Marketing- und Markenmanagement • Erarbeitung eines Vorgehensmodells sowie Festlegung relevanter Analysebereiche • Erarbeitung relevanter Analyse- und Aufbereitungsstandards für die Gruppenarbeiten • Durchführung der Gruppenarbeiten (moderiert und unterstützt durch den Lehrenden) • Ergebnispräsentation • Ergebnisbewertung durch die Gruppe ggf. unter Beteiligung von Praktikern
4	Lehrformen Die Vermittlung der Inhalte erfolgt in Rahmen eines teilnehmeraktiven seminaristischen Unterrichts ergänzt durch Unternehmensbesuche und Gastvorträge von Praxisvertretern. In die Veranstaltungen sind Übungen und Kurzfälle integriert, sodass eine laufende Lernkontrolle erfolgt.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsform Klausur, 120 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 10 / 210

10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Kalka (Modulbeauftragte und Lehrende) Prof. Dr. Straßburger (Lehrende)
11	Sonstige Informationen <u>Literatur (Pflichtlektüre)</u> • Esch, F.: Strategie und Technik der Markenführung, 8. Auflage, Vahlen, München, 2014 • Homburg, C.: Grundlagen des Marketingmanagements, 5. Auflage, SpringerGabler, Wiesbaden, 2016 • Meffert, H./Burmman, C./Koers, M.: Markenmanagement, 2. Auflage, SpringerGabler, Wiesbaden, 2012 • Meffert, H./Burmman, C./Kirchgeorg, M.: Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte, Instrumente, Praxisbeispiele, 11. Auflage, SpringerGabler, Wiesbaden, 2011 • Scharf, A./Schubert, B./Hehn, P.: Marketing: Einführung in Theorie und Praxis, 6. Auflage Schäffer/Poeschel, Stuttgart, 2015 <u>Zusätzlich empfohlene Literatur</u> • Baumgarth, C.: Markenpolitik: Markentheorien, Markenwirkungen, Markenführung, Markencontrolling, Markenkontexte, 4. Auflage, SpringerGabler, Wiesbaden, 2014 • Walsh, G./Deseniss, A./Kilian, T.: Marketing: Eine Einführung auf der Grundlage von Case Studies, 2. Auflage, SpringerGabler, Wiesbaden, 2013 • Sander, M.: Marketing-Management – Märkte, Marktinformationen und Marktbearbeitung, 2. Auflage, UVK, Konstanz/München, 2011 Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M18- 21 m: Marketinginstrumente 1					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M18- 21 m:	250 h	10	V: 4./5./6./7. Sem. T: 9./10./12./13. Sem.	i.d.R. jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Produktpolitik b) Preispolitik c) Übung Produkt- und Preispolitik	Kontaktzeit a) 2 SWS / 30 h b) 2 SWS / 30 h c) 2 SWS / 30 h	Selbststudium 160 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage, aus dem Bereich Produktpolitik • die konzeptionellen Grundlagen der Produktpolitik zu verstehen • die strategischen Zielvorgaben und konkreten Maßnahmen der Produktpolitik zu erklären • die Entscheidungsfelder und Handlungsoptionen der Produktpolitik fundiert zu erläutern und differenziert zu bewerten aus dem Bereich Preispolitik • die konzeptionellen Grundlagen der Preispolitik zu verstehen • die strategischen Zielvorgaben und konkreten Maßnahmen der Preispolitik zu erklären • die Entscheidungsfelder und Handlungsoptionen Preispolitik fundiert zu erläutern und differenziert zu bewerten in der Übung • die theoretisch vermittelten Kenntnisse auf konkrete Fallbeispiele aus der Praxis zu übertragen • aktuelle Trends und Entwicklungen in der Produkt- und Preispolitik zu erkennen und zu analysieren				
3	Inhalte <u>Produktpolitik</u> • Produktbegriff und Produktklassifikationen • Innovationsmanagementprozess • Produkt- und programmpolitische Entscheidungsspielräume bestehender Produkte • Verpackungsgestaltung				

	• Servicepolitik • Aktuelle Trends in der Produktpolitik <u>Preispolitik</u> • Grundlagen der Preispolitik und der Pricing-Prozess • Strategische Zielvorgaben und Status-Quo-Analyse • Preisbestimmung • Verhaltenswissenschaftliche Preisforschung • Preisstrategien • Preisgestaltung • Klassische und online-Preismodelle • Konditionenpolitik • Preisimplementierung und –controlling • Aktuelle Trends in der Preispolitik <u>Übung Preis- und Produktpolitik</u> • Aktuelle Entwicklungen in der Produkt- und Preispolitik insbesondere bei Konsumgütern • Umsetzung der Produkt- und Preispolitik in ausgewählten Branchen/Unternehmen • Case Studies/Fallstudienbearbeitung
4	Lehrformen Die Vermittlung der Inhalte erfolgt in Rahmen eines teilnehmeraktiven seminaristischen Unterrichts ergänzt durch Unternehmensbesuche, Gastvorträge von Praxisvertretern sowie durch die Durchführung einer Online Vorlesung als multimediales und hybrides Lernkonzept. Im virtuellen Vorlesungsraum findet ein zeitgleiches synchrones und kollaboratives Lernen statt und ermöglicht den Studierenden, den Lernort selbst zu bestimmen. In die Veranstaltungen sind Übungen und Kurzfälle integriert, sodass eine laufende Lernkontrolle erfolgt.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsform Klausur, 120 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 10 / 210

10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Kalka (Modulbeauftragte und Lehrende)
11	Sonstige Informationen <u>Literatur (Pflichtlektüre)</u> • Homburg, C.: Grundlagen des Marketingmanagements, 5. Auflage, SpringerGabler, Wiesbaden, 2016 • Meffert, H./Burmann, C./Kirchgeorg, M.: Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte, Instrumente, Praxisbeispiele, 11. Auflage, SpringerGabler, Wiesbaden, 2011 • Scharf, A./Schubert, B./Hehn, P.: Marketing: Einführung in Theorie und Praxis, 6. Auflage Schäffer/Poeschel, Stuttgart, 2015 <u>Zusätzlich empfohlene Literatur</u> • Sander, M.: Marketing-Management – Märkte, Marktinformationen und Marktbearbeitung, 2. Auflage, UVK, Konstanz/München, 2011 • Simon, H./Fassnacht, M.: Preismanagement: Strategie – Analyse – Entscheidung – Umsetzung, SpringerGabler, Wiesbaden, 2015 • Stöger, R.: Innovationsmanagement für die Praxis: Neues zum Markterfolg, Schäffer/Poeschel, Stuttgart, 2011 • Vahs, D./Brehm, A.: Innovationsmanagement, Schäffer/Poeschel, Stuttgart, 2015 • Walsh, G./Deseniss, A./Kilian, T.: Marketing: Eine Einführung auf der Grundlage von Case Studies, 2. Auflage, SpringerGabler, Wiesbaden, 2013 Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M18- 21 n: Marketinginstrumente 2					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M18- 21 n	250 h	10	V: 4./5./6./7. Sem. T: 9./10./12./13. Sem.	i.d.R. jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Kommunikationspolitik b) Distributionspolitik c) Internationales Messe-Marketing	Kontaktzeit a) 2 SWS / 30 h b) 2 SWS / 30 h c) 2 SWS / 30 h	Selbststudium 160 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Für den Bereich Kommunikationspolitik (a) sind die Studierenden in der Lage: • die konzeptionellen Grundlagen der Kommunikationspolitik zu verstehen • Probleme der Kommunikationspolitik zu analysieren und einzuschätzen • Entscheidungsfelder und Handlungsoptionen der Kommunikationspolitik zu bewerten • die theoretisch vermittelten Kenntnisse auf konkrete Fallbeispiele aus der Praxis zu übertragen Für den Bereich Distributionspolitik (b) sind die Studierenden in der Lage: • die konzeptionellen Grundlagen der Distributionspolitik zu verstehen • über die erworbenen, fundierten Kenntnisse Handlungsoptionen für die Distributionspolitik für verschiedenen Rahmenbedingungen abzuleiten • die theoretisch vermittelten Kenntnisse auf konkrete Fallbeispiele aus der Praxis zu übertragen. Für den Bereich Internationales Messe-Marketing (c) sind die Studierenden in der Lage: • die Internationalisierungsstrategien der Messe zu verstehen • das Kommunikationsinstrument Messe aus Aussteller- und Veranstaltersicht, insbesondere hinsichtlich internationaler Gesichtspunkten zu verstehen und zu bewerten. • den internationalen strategischen Marketingplanungsprozess und die Anwendung der Marketinginstrumente für eine Messe aus Aussteller- und Veranstaltersicht, insbesondere an Beispielen der Messe Düsseldorf anzuwenden.				
3	Inhalte Distributionspolitik: • Grundlagen der Distributionspolitik • Absatzkanalmanagement: Vertriebssysteme, Absatzformen und –wege, Multikanalsysteme, Franchising, Handelsformen und -typen • Distributionslogistik: Lieferservice – Logistikkosten				

	• Gestaltung und Management der Verkaufsorganisation: Analyse – Organisation – Planung und Kontrolle des Verkäufereinsatzes - Entlohnungssysteme • Multi-Channel Distribution • Aktuelle Trends Kommunikationspolitik: • Grundlagen des Kommunikations-Managements • Integrierte Kommunikation und Überblick über die Kommunikations-Instrumente • Ziele, Wirkungen sowie Wirkungsmodelle der Kommunikation • Entscheidungsaufgaben und –hilfen im Kommunikations- Planungsprozess: Situationsanalyse – Ziele und Strategien – Budgetierung – Mediaplanung – Kommunikationsmittel-Gestaltung • Erfolgskontrolle • Aktuelle Trends Internationales Messe-Marketing: • Grundlagen der internationalen Messewirtschaft ○ Akteure in der internationalen Messewirtschaft und Wettbewerbssituation ○ Messen als internationale Dienstleistung und Medienevent aus Veranstaltersicht ○ Messen als internationale Live-Kommunikationsplattformen für Marken aus Ausstellersicht • Der internationale strategische Marketingplanungsprozess und die operative Umsetzung der Marketinginstrumente aus Veranstaltersicht am Beispiel von internationalen Messen der Messe Düsseldorf • Der Planungsprozess des Kommunikationsinstrumentes Messe am Beispielen von Ausstellern der Messe Düsseldorf • Die globale Markterschließung von Messen • Umgang mit unterschiedlichen Businesskulturen • Markenmanagement aus Sicht der Veranstalter und der Aussteller • Aktuelle Trends im internationalen Messe-Marketing
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit Ausarbeitung von Beispielen und Fallstudien. Einsatz von Gruppenarbeit zur Bearbeitung von Projekten während der Lehrveranstaltung. Didaktische Hilfsmittel sind Powerpoint-Präsentationen begleitet durch den Einsatz digitaler Medien (z.B. Videos, Internet). Zur Vorbereitung auf die Klausur und zur laufenden Lernkontrolle erfolgen integrierte Übungen mit Alt-Klausuren.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur, 120 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine

9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 10 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Scheideler (Modulbeauftragter und Lehrender) Prof. Dr. Steusloff (Lehrende) Dipl.-Kaufmann Reinhard (Lehrbeauftragter)
11	Sonstige Informationen Literatur: • Bruhn, M., Kommunikationspolitik, 8. Auflage, München, Vahlen 2015 • Delfmann, Werner;/Köhler, Richard/Müller-Hagedorn, Lothar, Kölner Kompendium der Messewirtschaft, Kölner Wissenschaftsverlag, Köln 2005 • Esch, F.-R. / Kroeber-Riel, W., Strategie und Technik der Werbung, 8. Auflage, Stuttgart, Kohlhammer 2015 • Heinemann, Gerrit, Cross-Channel-Management: Integrationserfordernisse im Multi-Channel-Handel, 3. Auflage, Wiesbaden, Gabler 2012 • Homburg, C. u. a., Sales Excellence: Vertriebsmanagement mit System, 8. Auflage, Wiesbaden, Gabler 2016 • Kirchgeorg, Manfred/Dornscheidt, Werner M./Giese, Wilhelm;/Stoeck, Norbert (Hrsg.): Handbuch Messemanagement, Gabler, Wiesbaden 2013 • Specht, G. / Fritz, W., Distributionsmanagement, 4. Auflage, Stuttgart et al. 2005 • Schögel, M., Distributionsmanagement, München, Vahlen, 2012 • Unger, F. / Fuchs, W., Management der Marketing- Kommunikation, 5. Auflage, Berlin, Springer 2014 Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M18- 21 o: Steuergestaltung durch Rechtsformwahl					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M18- 21 o	250 h	10	V: 4./5./6./7. Sem. T: 9./10./12./13. Sem.	i.d.R. jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Steuergestaltung durch Rechtsformwahl	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 160 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Generell haben die Studierenden die Fähigkeit, betriebliche Entscheidungsprobleme aus steuerlicher Sicht anhand vorgegebener Entscheidungskriterien selbstständig zu analysieren, zu strukturieren und zu lösen. Die Studierenden: • können die Besteuerungsunterschiede der einzelnen Rechtsformen (Personenunternehmen, Kapitalgesellschaften und Mischformen) im Detail darstellen, berechnen und beurteilen • erkennen, in welchem Maße die Besteuerungsfolgen identischer Sachverhalte von der zugrundeliegenden Rechtsform abhängen • können die Bereiche der einzelnen Rechtsformen identifizieren, die zu steuerlichen Vor- und auch zu Nachteilen gegenüber anderen Entscheidungsalternativen führen, wobei dem Einsatz von Mischformen (z.B. GmbH & Co. KG, Betriebsaufspaltung) hierbei eine ergänzende Bedeutung zukommt • können die Kriterien für die Auswahl der steueroptimierten Rechtsform bestimmen und diese zielgerichtet anwenden • sind befähigt, die steuerlichen Auswirkungen verschiedener Handlungsalternativen unter Berücksichtigung nicht steuerlicher Einflussfaktoren zu analysieren und zu bewerten				
3	Inhalte • Steuerplanung als Entscheidungsproblem; steuerrelevante Interessen der Beteiligten • Die Bedeutung der Rechtsform aus einzelwirtschaftlicher Sicht auf Unternehmens- und Unternehmerebene • Die steuerliche Belastung von Personenunternehmen und Kapitalgesellschaften im Vergleich auf Unternehmens- und Unternehmerebene • Die steuerliche Belastung von Mischformen • Steuerbelastungsrechnungen unterschiedlicher Rechtsformen • Besteuerung der entgeltlichen Übertragung von Gesellschaftsanteilen an Personenunternehmen und Kapitalgesellschaften Aufgrund der hohen Änderungsgeschwindigkeit der einschlägigen gesetzlichen Normen bleiben Anpassungen der Lehrinhalte an aktuelle Entwicklungen in Gesetzgebung und Rechtsprechung vorbehalten.				

4	Lehrformen Seminaristische Bearbeitung von Gestaltungsalternativen für verschiedene Möglichkeiten zur Rechtsformwahl. Ggf. Einsatz von Gruppenarbeit zur getrennten Bearbeitung verschiedener Handlungsalternativen für eine Problemstellung bzw. für die getrennte Bearbeitung verschiedener Problemstellungen mit anschließender Präsentation und Diskussion der Ergebnisse.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen: Stoffinhalte der Module „Dokumentationsfunktion der Bilanzierung“ und „Steuereinflüsse im Unternehmen“.
6	Prüfungsformen Gemeinsame schriftliche Klausur für die Module „Steuergestaltung durch Rechtsformwahl“ und „Steuerplanung im Unternehmen“ von zusammen 240 Minuten.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Bachelor Taxation Dual
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 10 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Jurowsky (Modulbeauftragter und Lehrender) Prof. Dr. Graetz (Modulbeauftragter)
11	Sonstige Informationen Gastvorträge von Vertretern der Praxis. Literatur: Aufgrund des besonderen fachlichen und didaktischen Ansatzes und des Einbezugs vielfältiger Interdependenzen können die Literaturhinweise nicht auf Pflichtlektüren bezogen werden. Grundlagenliteratur hinsichtlich der einzelnen Steuerarten vgl. Literaturhinweise zum Modul „Steuereinflüsse im Unternehmen“. Literatur (Teil Steuergestaltungsplanung): • Breithecker: Einführung in die Betriebswirtschaftliche Steuerlehre, 17. Aufl. Berlin, 2016 • Kussmaul: Betriebswirtschaftliche Steuerlehre, 7. Aufl., München 2014 • Schneeloch: Besteuerung und betriebliche Steuerpolitik, Band 2: Betriebliche Steuerpolitik, 3. Aufl., München 2009

	Literatur (Rechtsformwahl): • König/Maßbaum: Besteuerung und Rechtsformwahl, 7. Aufl., Herne 2016 • Grobshäuser/Meier: Die Besteuerung der Gesellschaften, 4. Aufl, Stuttgart 2014 • Schneeloch: Rechtsformwahl und Rechtsformwechsel, 2. Aufl., München 2006 Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.
--	--

M18- 21 p: Steuerplanung im Unternehmen					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M18- 21 p:	250 h	10	V: 4./5./6./7. Sem. T: 9./10./12./13. Sem.	i.d.R. jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Steuerbilanzpolitik b) Internationale Steuerplanung c) Steuerplanung bei Rechtsformwechsel	Kontaktzeit a) 2 SWS / 30 h b) 2 SWS / 30 h c) 2 SWS / 30 h	Selbststudium 160 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Generell haben die Studierenden die Fähigkeit, betriebliche Entscheidungsprobleme aus steuerlicher Sicht anhand vorgegebener Entscheidungskriterien selbstständig zu analysieren, zu strukturieren und zu lösen. Die Studierenden sind befähigt, die steuerlichen Auswirkungen verschiedener Handlungsalternativen unter Berücksichtigung nicht steuerlicher Einflussfaktoren zu analysieren und zu bewerten. Praktische Entscheidungsprobleme der Steuerbilanzpolitik sowie von steuerlichen Entscheidungsproblemen mit internationalem Bezug sowie bei einem Rechtsformwechsel können selbstständig gelöst werden. Im Bereich der Steuerbilanzpolitik: Die Studierenden • können bilanzpolitische Maßnahmen identifizieren und sind in der Lage, sie zu systematisieren • können die monetären Auswirkungen alternativer bilanzpolitischer Entscheidungen ermitteln und sind in der Lage, die zieladäquaten Handlungsalternativen auszuwählen • erkennen die Zusammenhänge von Handels- und Steuerbilanz und analysieren die Folgen für die Bilanzpolitik Im Bereich der Internationalen Steuerplanung: Die Studierenden • erkennen die besonderen steuerlichen Problemstellungen eines internationalen Unternehmens • können die maßgebenden steuerlichen Rahmenbedingungen des internationalen Steuerrechts darstellen und anwenden • können Lösungsansätze für ausgewählte steuerliche Entscheidungsprobleme mit internationalem Bezug selbstständig entwickeln Im Bereich der Steuerplanung bei Rechtsformwechsel: Die Studierenden • erkennen die besonderen steuerlichen Problemstellungen und Anlässe eines Rechtsformwechsels • können die maßgebenden steuerlichen Rahmenbedingungen des Rechtsformwechsels darstellen und anwenden				

	• können Lösungsansätze für ausgewählte steuerliche Entscheidungsprobleme bei einem Rechtsformwechsel selbstständig entwickeln
3	Inhalte Im Bereich der Steuerbilanzpolitik: • Steuerplanung als Entscheidungsproblem; steuerrelevante Interessen der Beteiligten • Systematik des Bilanzsteuerrechts • Wahlrechte beim Bilanzansatz • Wahlrechte bei der Bewertung • Sonderabschreibungen und steuerstundende Rücklagen • Ermessensspielräume bei der Bilanzierung • Sachverhaltsgestaltende Steuerbilanzpolitik Im Bereich der Internationalen Steuerplanung: • Systematik des Internationalen Steuerrechts • Besonderheiten der Besteuerung von Steuerinländern mit Auslandseinkünften ohne Existenz eines Doppelbesteuerungsabkommens und steuerplanerische Aspekte • Wirkungen der Doppelbesteuerungsabkommen bei Auslandseinkünften von Steuerinländern sowie Gestaltungsmöglichkeiten • Besteuerung von Steuerausländern mit Inlandseinkünften und steuerplanerische Aspekte • Wirkungsweise des Außensteuergesetzes und Gestaltungsmöglichkeiten Im Bereich der Steuerplanung bei Rechtsformwechsel: • Systematik des Umwandlungsgesetzes und des Umwandlungssteuerrechts • Zusammenhänge zwischen Umwandlungsgesetz und Umwandlungssteuergesetz • Umwandlungsarten und deren Anwendungsbereiche im Zivilrecht • Steuerliche Gewinnermittlung in Umwandlungsfällen auf den Ebenen des übertragenden Rechtsträgers und des übernehmenden Rechtsträgers • Darstellung wichtiger Umwandlungsfälle mit Ansatzpunkten für Gestaltungsmöglichkeiten Aufgrund der hohen Änderungsgeschwindigkeit der einschlägigen gesetzlichen Normen bleiben Anpassungen der Lehrinhalte an aktuelle Entwicklungen in Gesetzgebung und Rechtsprechung vorbehalten.
4	Lehrformen Die Vermittlung und Einübung der Inhalte erfolgt durch einen die Teilnehmer aktivierenden seminaristischen Unterricht. Hierbei werden die Inhalte auf der Basis aktueller Beispiele bzw. Problemstellungen verdeutlicht. Zur Vorbereitung auf die Klausur und zur laufenden Lernkontrolle erfolgen integrierte Übungen auch mit Alt-Klausuren. Didaktische Hilfsmittel sind i.d.R. Powerpoint-Präsentationen und Verschriftlichungen mittels Visualizer. Ggf. Einsatz von Gruppenarbeit zur getrennten Bearbeitung verschiedener Handlungsalternativen für eine Problemstellung bzw. für die getrennte Bearbeitung verschiedener Problemstellungen mit anschließender Präsentation und Diskussion der Ergebnisse.

5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen: Stoffinhalte der Module „Dokumentationsfunktion der Bilanzierung“ und „Steuereinflüsse im Unternehmen“ sowie „Steuergestaltung durch Rechtsformwahl“.
6	Prüfungsformen Gemeinsame schriftliche Klausur für die Module „Steuergestaltung durch Rechtsformwahl“ und „Steuerplanung im Unternehmen“ von zusammen 240 Minuten.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Bachelor Taxation Dual
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 10 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Graetz (Modulbeauftragter und Lehrender) Prof. Dr. Jurowsky (Modulbeauftragter) StB Rössel (Lehrbeauftragter) WP StB Frye (Lehrbeauftragter) RA StB Knief (Lehrbeauftragter)
11	Sonstige Informationen Gastvorträge von Vertretern der Praxis. Literatur: Aufgrund des besonderen fachlichen und didaktischen Ansatzes und des Einbezugs vielfältiger Interdependenzen können die Literaturhinweise nicht auf Pflichtlektüren bezogen werden. Grundlagenliteratur hinsichtlich der einzelnen Steuerarten vgl. Literaturhinweise zum Modul „Steuereinflüsse im Unternehmen“. Grundlagenliteratur zu Handels- und Steuerbilanz vgl. Literaturhinweise zu dem Modul „Dokumentationsfunktion der Bilanzierung“. Literatur (Teil Steuergestaltungsplanung allgemein sowie zur Steuerbilanzpolitik): • Breithecker: Einführung in die Betriebswirtschaftliche Steuerlehre, 17. Aufl. Berlin, 2016 • Kussmaul: Betriebswirtschaftliche Steuerlehre, 7. Aufl., München 2014 • Schneeloch: Besteuerung und betriebliche Steuerpolitik, Band 2: Betriebliche Steuerpolitik, 3. Aufl., München 2009 • Falterbaum/Bolk/Reiss/Kirchner: Buchführung und Bilanz, 22. Aufl. 2015 • Horschitz/Gross/Weidner: Bilanzsteuerrecht und Buchführung, 14. Stuttgart 2016 Literatur (Teil Internationale Steuerplanung): • Rupp/Knies/u.a.: Internationales Steuerrecht, 3. Aufl., Stuttgart 2014 • Brähler: Internationales Steuerrecht, 8. Aufl., Wiesbaden 2014 • Frotscher: Internationales Steuerrecht, 43. Aufl., München 2015

- Jacobs: Internationale Unternehmensbesteuerung, 8. Aufl., München 2015
- Mössner: Steuerrecht international tätiger Unternehmen, 4. Aufl., Berlin 2012
- Wilke: Lehrbuch Internationales Steuerrecht, 13. Aufl., Herne 2016

Literatur (Teil Rechtsformwechsel):

- Brähler: Umwandlungssteuerrecht, 9. Aufl., Wiesbaden 2014
- Klein/Müller/u.a.: Änderung der Unternehmensform, 10. Aufl., Herne 2014
- Junge: Lehrbuch Umwandlungssteuerrecht, 3. Aufl., Herne 2015
- Klingebiel/Patt/u.a.: Umwandlungssteuerrecht, 4. Aufl. 2016
- Madl: Umwandlungssteuerrecht, 5. Aufl., Stuttgart 2012

Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage.

Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M18- 21 q: Verfahrensrecht sowie substanz- und verkehrsteuerliche Steuergestaltungen					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M18- 21 q	250 h	10	V: 4./5./6./7. Sem. T: 9./10./12./13. Sem.	i.d.R. in jedem Sommersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Steuerplanung bei unentgeltlichen Vermögensübertragungen b) Umsatzsteuer c) Abgaben- und Finanzgerichtsordnung	Kontaktzeit a) 2 SWS / 30 h b) 2 SWS / 30 h c) 2 SWS / 30 h	Selbststudium 160 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Generell haben die Studierenden die Fähigkeit, betriebliche Entscheidungsprobleme aus steuerlicher Sicht anhand vorgegebener Entscheidungskriterien selbstständig zu analysieren, zu strukturieren und zu lösen. Im Bereich der Steuerplanung bei unentgeltlichen Vermögensübertragungen: Die Studierenden • können die zivil- und steuerrechtlichen Rahmenbedingungen bei unentgeltlichen Übertragungen durch Schenkungen oder Erbschaften darstellen und anwenden • erkennen Handlungsalternativen aus der Sicht des Erblassers oder Schenkers, • sind befähigt, selbstständig Lösungen für praktische Entscheidungsprobleme in Bezug auf die Übertragung von einzelnen Wirtschaftsgütern, Betrieben oder Gesellschaftsanteilen zu entwickeln Im Bereich der Umsatzsteuer: Die Studierenden • erkennen die umsatzsteuerlichen Einflüsse auf betriebliche Entscheidungsprozesse • erkennen die besonderen steuerlichen Problemstellungen des Umsatzsteuerrechts • können die maßgebenden steuerlichen Rahmenbedingungen des Umsatzsteuerrechts darstellen und anwenden • sind befähigt, Lösungsansätze für ausgewählte steuerliche Entscheidungsprobleme mit Bezug zur Umsatzsteuer zu entwickeln • können Vergleichsbetrachtungen durchführen, um die unterschiedliche Höhe der Steuerbelastungen bei gleichen oder ähnlichen wirtschaftlichen Transaktionen bzw. Tatbeständen in Abhängigkeit von der jeweiligen Gestaltung deutlich werden zu lassen Im Bereich der Abgaben- und Finanzgerichtsordnung: Die Studierenden • erkennen die verfahrensrechtlichen und finanzgerichtlichen Rahmenbedingungen des Steuerrechts durch Abgabenordnung und Finanzgerichtsordnung • sind befähigt, Lösungen für ausgewählte Problemstellungen des Verfahrensrechts und finanzgerichtlicher Auseinandersetzungen zu entwickeln				

3	Inhalte Im Bereich der Steuerplanung bei unentgeltlichen Vermögensübertragungen: • Steuerplanung als Entscheidungsproblem; steuerrelevante Interessen der Beteiligten • Systematik des Erb- und Schenkungsrechts • Systematik des Erbschaftsteuer- und Schenkungsteuergesetzes • Relevante steuerplanerische Aspekte bei unentgeltlichen Vermögensübertragungen • Steuerplanung bei unentgeltlichen Übertragungen von Einzelwirtschaftsgütern • Steuerplanung bei unentgeltlichen Übertragungen von Betrieben • Steuerplanung bei unentgeltlichen Übertragungen von Gesellschaftsanteilen Im Bereich der Umsatzsteuer: • Einfluss umsatzsteuerlicher Vorschriften auf betriebliche Entscheidungen • Systematik des Umsatzsteuergesetzes • Ausgewählte Problemstellungen des Umsatzsteuergesetzes • Steuerliche Pflichten des Steuerschuldners • Ausgewählte Entscheidungssituationen und Vergleichsbetrachtungen Im Bereich der Abgaben- und Finanzgerichtsordnung: • Systematik der AO und der FGO • Zentrale Begriffsbestimmungen der AO • Zuständigkeiten von Finanzbehörden • Zentrale Bereiche des Steuerschuldrechts • Ausgewählte Problemstellungen des Steuerverfahrens • Gerichtsverfassung • Ausgewählte Problemstellungen des finanzgerichtlichen Verfahrens Aufgrund der hohen Änderungsgeschwindigkeit der einschlägigen gesetzlichen Normen bleiben Anpassungen der Lehrinhalte an aktuelle Entwicklungen in Gesetzgebung und Rechtsprechung vorbehalten.
4	Lehrformen Die Vermittlung und Einübung der Inhalte erfolgt durch einen die Teilnehmer aktivierenden seminaristischen Unterricht. Hierbei werden die Inhalte auf der Basis aktueller Beispiele bzw. Problemstellungen verdeutlicht. Zur Vorbereitung auf die Klausur und zur laufenden Lernkontrolle erfolgen integrierte Übungen auch mit Alt-Klausuren. Didaktische Hilfsmittel sind i.d.R. Powerpoint-Präsentationen und Verschriftlichungen mittels Visualizer. Ggf. Einsatz von Gruppenarbeit zur getrennten Bearbeitung verschiedener Handlungsalternativen für eine Problemstellung bzw. für die getrennte Bearbeitung verschiedener Problemstellungen mit anschließender Präsentation und Diskussion der Ergebnisse.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen: Stoffinhalt des Moduls „Steuereinflüsse im Unternehmen“.

6	Prüfungsformen Klausur, 120 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Bachelor Taxation Dual
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 10 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Graetz (Modulbeauftragter und Lehrender) Prof. Dr. Jurowsky (Modulbeauftragter) RA StB Kombert (Lehrbeauftragte) RA StB Wolber (Lehrbeauftragter)
11	Sonstige Informationen Gastvorträge von Vertretern der Praxis. Literatur: Aufgrund des besonderen fachlichen und didaktischen Ansatzes und des Einbezugs vielfältiger Interdependenzen können die Literaturhinweise nicht auf Pflichtlektüren bezogen werden. Grundlagenliteratur hinsichtlich der einzelnen Steuerarten vgl. Literaturhinweise zum Modul „Steuereinflüsse im Unternehmen“. Literatur (Teil Steuerplanung): • Breithecker: Einführung in die Betriebswirtschaftliche Steuerlehre, 17. Aufl. Berlin, 2016 • Kussmaul: Betriebswirtschaftliche Steuerlehre, 7. Aufl., München 2014 • Schneeloch: Besteuerung und betriebliche Steuerpolitik, Band 2: Betriebliche Steuerpolitik, 3. Aufl., München 2009 Literatur (Teil Steuerplanung bei unentgeltlichen Vermögensübertragungen): • Brüggemann/Stirnberg: Erbschaftsteuer/Schenkungssteuer, 9. Aufl. 2012 • Horschitz/Groß/u.a.: Erbschaft- und Schenkungssteuer, Bewertungsrecht, 18. Aufl., Stuttgart 2014 • Haas/Heil: Erbrecht, Erbschaftsteuer, Schenkungssteuer, 3. Aufl., Stuttgart 2012 • Handzik: Erbschaft- und Schenkungssteuer, 8. Aufl., Berlin 2012 • Moench/Albrecht: Erbschaftsteuer, 3. Aufl., München 2012 Literatur (Teil Umsatzsteuer): • Kortschak: Lehrbuch Umsatzsteuer, 17. Aufl., Herne 2016 • Walkenhorst: Praktikerhandbuch Umsatzsteuer, 6. Aufl. 2016 • Kurz/Meissner: Umsatzsteuer, 17. Aufl., Stuttgart 2014 • Lippross, Umsatzsteuer, 24. Auflage, Achim 2016,

	• Reiß, Skript Umsatzsteuerrecht, 14. Aufl., Münster 2016 Literatur (Teil Abgaben- und Finanzgerichtsordnung): • Andrascek-Peter/Braun: Lehrbuch Abgabenordnung, 20. Aufl., Herne 2016 • Ax/Große/u.a.: Abgabenordnung und Finanzgerichtsordnung, 20. Aufl., Stuttgart 2010 • Helmschrott/Schaeberle/Scheel: Abgabenordnung, 16. Aufl., Stuttgart 2016 Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.
--	---

M18- 21 r: Wirtschaftsprüfung					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M18- 21 r:	250 h	10	V: 4./5./6./7. Sem. T: 9./10./12./13. Sem.	i.d.R. in jedem Sommersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Wirtschaftsprüfung	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 160 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein: - das Berufsfeld „Wirtschaftsprüfung“ zu beschreiben und zu charakterisieren, - den risikoorientierten Prüfungsansatz nach (internationalen) Prüfungsstandards zu veranschaulichen, - den risikoorientierten Prüfungsansatz auf einzelne Prüffelder anzuwenden und - die Grenzen des risikoorientierten Prüfungsansatzes zu erklären und zusammenzufassen				
3	Inhalte - Beruf, Berufsorganisation und Berufspflichten - Qualitätssicherung und –kontrolle - Rechtsgrundlagen, Ziele und allgemeine Grundsätze der Durchführung von Abschlussprüfungen - Risikoorientierter Prüfungsansatz nach § 317 Abs. 5 HGB (International Standards on Auditing) - Feststellung und Beurteilung von Fehlerrisiken - Reaktionen des Abschlussprüfers auf die festgestellten und beurteilten Fehlerrisiken - Berichterstattung im Rahmen der Abschlussprüfung				
4	Lehrformen Die Vermittlung und Einübung der Inhalte erfolgt durch Lehrgespräche und Diskussionen im Rahmen eines teilnehmeraktivierenden seminaristischen Unterrichts. Hierbei werden die Inhalte auf der Basis aktueller Beispiele verdeutlicht. Zur Vorbereitung auf die Klausur und zur laufenden Lernkontrolle erfolgen integrierte Übungen. Didaktische Hilfsmittel sind Powerpoint-Präsentationen und Verschriftlichungen mittels Visualizer. Nach Möglichkeit werden die Inhalte auch online vermittelt. Gastvorträge, Exkursionen bzw. Praxisbesuche (z. B. bei einer Wirtschaftsprüfungsgesellschaft) erfolgen nach Bedarf und Möglichkeit.				

5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen: Modul „Informationsfunktion der Bilanzierung“ sollte absolviert sein.
6	Prüfungsformen Klausur, 120 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 10 / 210
10	Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrender: Prof. Dr. Voos (Modulbeauftragter und Lehrender)
11	Sonstige Informationen Zu Beginn des Semesters werden Hinweise zur verpflichtenden und optionalen Literatur gegeben, die u. a. im Semesterapparat vorgehalten werden. • Arens, A u. a.: Auditing and Assurance Services: An Integrated Approach, 16. Aufl. 2016 • Brösel, G. u. a.: Wirtschaftliches Prüfungswesen, 3. Aufl. 2015 • Coenenberg, A. W. / Haller, A. / Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 24. , überarbeitete Aufl. 2016. • Cole, W. M.: Accounting and Auditing – Primary Source Edition, Nachdruck 2014 (1. Auflage vor 1923) • Freichel, C.: Skalierte Jahresabschlussprüfung, 1. Aufl. 2016 (zugl. Diss. FernUniversität in Hagen 2016) • Goldshteyn, M. / Gabriel, A.: Massendatenanalysen in der Jahresabschlussprüfung, 1. Aufl. 2013 • Graumann, M.: Wirtschaftliches Prüfungswesen, 4. Aufl. 2015 • Institut der Wirtschaftsprüfer in Deutschland e. V. (Hrsg.): IDW Praxishandbuch zur Qualitätssicherung 2016/2017, 10. , überarbeitete Aufl. 2016 • Institut der Wirtschaftsprüfer in Deutschland e. V. (Hrsg.): WP Handbuch: Wirtschaftsprüfung und Rechnungslegung, 15. Aufl. 2016 • Knechel, R. W. / Salterio, S. E.: Auditing: Assurance and Risk, 4., überarbeitete Aufl. 2016 • Louwers, T. J. u. a.: Auditing and Assurance Services, 7. Aufl. 2017 • Marten, K.-U. / Quick, R. / Ruhnke, K.: Wirtschaftsprüfung, 5. Aufl. 2015 • Messier Jr., W. F. / Glower, S. M. / Prawitt, D. W.: Auditing and Assurance Services: A Systematic Approach, 10. Aufl. 2016 Zusätzlich aktuelle relevante Literatur Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M18- 21 s: International Economics						
Kennnummer		Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M18- 21 s:		250 h	10	V: 4./5./6./7. Sem. T: 9./10./12./13. Sem.	i.d.R. in jedem Sommersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) International Trade b) Open Economy Macroeconomics		Kontaktzeit a) 3 SWS / 45 h b) 3 SWS / 45 h		Selbststudium 160 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach der Bearbeitung des Moduls verfügen die Studierenden über fachliche und methodische Kompetenzen aus dem Bereich International Trade (a) um • grundlegende reale Außenwirtschaftstheorien auf konkrete Fragestellungen anzuwenden. • Einflussgrößen für internationale Handelsströme sowie auf Ströme von Produktionsfaktoren und Direktinvestitionen in ihren Wirkungsmechanismen einschätzen zu können. • Begründungen und Gegenargumente für verschiedene protektionistische Maßnahmen argumentativ zu nutzen. und aus dem Bereich Open Economy Macroeconomics (b) • grundlegende monetäre Außenwirtschaftstheorien auf konkrete Fragestellungen anzuwenden. • Auswirkungen von verschieden geld- und fiskalpolitische Maßnahmen in einer offenen Volkswirtschaft zu analysieren und die erwarteten Ergebnisse darzustellen. • Ungleichgewichte in der Zahlungsbilanz zu interpretieren und ggf. Lösungsansätze aufzuzeigen. • Wechselkurssysteme und Einflussgrößen auf Wechselkurse in ihren Wirkungen auf unternehmerische Entscheidungen bewerten zu können.					
3	Inhalte Teilmodul a: International Trade • Empirical Facts of the International Economy • Theories of Comparative Advantage • Beyond Comparative Advantage („New“ Trade Theories with Imperfect Competition) • Theory of Protectionism • Political Economy of Trade Policy • Microeconomics of European Integration • Foreign Market Entry and International Production • Economics of Migration					

	Teilmodul b: Open Economy Macroeconomics • Balance of Payment • Nominal and Real Exchange Rate • Theorie of Exchange Rates • Stabilisation Policies in Open Economies • Financial Crisis • Macroeconomics of European Integration
4	Lehrform: seminaristischer Unterricht. In der Veranstaltung werden Anwendungsfälle und Case Studies bearbeitet, Gruppenübungen und begleitende Übungsaufgaben genutzt, um eine laufende Lernkontrolle zu ermöglichen. Das Modul wird auch von internationalen Studierenden besucht, woraus sich vielfältige modulbezogene Anknüpfungspunkte zu internationalen Außenhandelsaspekten ergeben. Lehr- und Prüfungssprache ist Englisch.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen: Relevante Vorkenntnisse werden insbesondere in den Modulen M4: Einführung in die Volkswirtschaftslehre und M5: Angewandte Volkswirtschaftslehre vermittelt.
6	Prüfungsformen: Klausur, 120 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 10 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Thiele (Modulbeauftragte und Lehrende) Prof. Dr. Funk (Lehrender)
11	Sonstige Informationen Literatur (Pflichtlektüre): • Reinert, Kenneth: An Introduction to International Economics, Cambridge University Press, Cambridge, 2012. • Gerber, J.: International Economics, 6th ed., New York et al. 2014 • Mankiw, N.G./Taylor, M.P.: Economics, 3rd ed., London et al. 2014 • In der Veranstaltung werden Materialien zur Verfügung gestellt Literatur (zusätzlich empfohlen): • Krugman, P./Obstfeld, M.: International Economics , 8th ed., New York et al. 2008 • Baldwin, R. / Wyplosz, Ch: The Economics of European Integration, 3rd ed. Oxford 2009 Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M18- 21 t: Finanzmanagement					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M18- 21 t	250 h	10	V: 4./5./6./7. Sem. T: 9./10./12./13. Sem.	i.d.R. jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Corporate Finance b) Structured Finance c) Financial Markets		Kontaktzeit a) 2 SWS / 30 h b) 2 SWS / 30 h c) 2 SWS / 30 h	Selbststudium 160 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach erfolgreicher Teilnahm an dem Modul haben die Studierenden • aus dem Bereich Financial Markets die Fähigkeit, komplexe Zusammenhänge an den Finanzmärkten zu verstehen, • aus dem Bereich Structured Finance vertiefte Kenntnisse der standardisierten und strukturierten Finanzprodukte, • aus dem Bereich Corporate Finance die Fähigkeit, die im Zusammenhang mit der Unternehmensfinanzierung gegebenen Gestaltungsaufgaben zu beschreiben und diese einzuschätzen.				
3	Inhalte Corporate Finance: • Instrumente der Außen- und der Innenfinanzierung • Finanzanalyse/Kennzahlen • Internationales Finanzmanagement • Bankenregulierung • Finanzplanung Structured Finance: • Begriff und Bedeutung strukturierter Finanzierungen • Projektfinanzierungen • Leverage Buy-outs • Asset Backed Transaktionen				

	Financial Markets: • Volkswirtschaftliche Bedeutung der Finanzmärkte • Geldmärkte • Kapitalmärkte • Kreditmärkte
4	Lehrformen Die Vermittlung und Einübung der Inhalte erfolgt durch einen die Teilnehmer aktivierenden seminaristischen Unterricht. Hierbei werden die Inhalte auf der Basis aktueller Beispiele verdeutlicht. Zur Vorbereitung auf die Klausur und zur laufenden Lernkontrolle erfolgen integrierte Übungen mit Alt-Klausuren. Didaktische Hilfsmittel sind Powerpoint-Präsentationen und Verschriftlichungen mittels Visualizer.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen: Stoffinhalte der Module Quantitative Methoden 1 und 2 sowie Grundzüge der VWL.
6	Prüfungsformen: Klausur, 120 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen): Bachelor Taxation Dual
9	Stellenwert der Note für die Endnote: gemäß den Credits 10 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Kölle (Modulbeauftragter und Lehrender) Dr. Enders (Lehrbeauftragter) Prof. Fehrmann (Lehrbeauftragter)
11	Sonstige Informationen Pflichtlektüre: • Bösch, M.: Finanzwirtschaft und Kapitalmärkte, 3. Aufl., München 2016. • Böttcher, J./Blattner, P.: Projektfinanzierung, 3. Aufl., München 2013. • Brealey, R. A. et al. (2017): Principles of Corporate Finance, 12. Aufl. • Copeland, T. E. et al.: Finanzierungstheorie und Unternehmenspolitik, 4. Aufl., München 2010. • Gischer, H. et al.: Geld, Kredit und Banken: Eine Einführung, 3. Aufl., Berlin 2011. • Perridon, L. et al.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, 17. Auflage, München 2016. • Spremann, K. et al.: Finanzmärkte, 3. Aufl., Konstanz 2014

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Wolf, B. et al.: Strukturierte Finanzierungen, 2. Aufl., Stuttgart, 2011.• Zantow, R./Dinauer, J.: Finanzwirtschaft der Unternehmung: Die Grundlagen des modernen Finanzmanagements, 3. Aufl., München 2011. |
|---|

Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage.

Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M18- 21 u: Quantitative Methoden der Betriebswirtschaftslehre					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M18- 21 u	250 h	10	V: 4./5./6./7. Sem. T: 9./10./12./13. Sem.	i.d.R. in jedem Sommersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vertiefende Anwendungen der Finanzmathematik/ Finanzderivate b) Quantitative Finanzwirtschaft/ Financial Modelling c) Statistische Anwendungen und Versicherungsmathematik	Kontaktzeit a) 2 SWS / 30 h b) 2 SWS / 30 h c) 2 SWS / 30 h	Selbststudium 160 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen • Allgemeines Qualifikationsziel: Beherrschung des Umgangs mit formalen Methoden. • Beherrschung des vertiefenden Handwerkszeugs zur Finanzmathematik und Durchdringung der Risiko---Chancenpositionen sowie der Bewertungsverfahren bei Finanzderivaten. • Beherrschung des Basishandwerkszeugs zur Versicherungsmathematik. • PC---technische und inhaltliche Befähigung, ein Finanzierungsprojekt modellmäßig in einem integrierten Cashflow---Finanzplanungsmodell abzubilden und inhaltliche Erkenntnisse daraus abzuleiten. • Beherrschung der Anwendung stochastischer Ansätze. • Schulung des analytischen Denkvermögens.				
3	Inhalte • Anleihen, Anleihenbewertung und Duration-Konzept. • Terminmärkte. • Zinsderivate– Funktionsweise, Absicherungsstrategien und Bewertungsmethoden. • Devisenderivate – Funktionsweise, Absicherungsstrategien und Bewertungsmethoden. • Sonstige Derivate (Aktienderivate, Kreditderivate etc.). • Value at Risk. • Biometrische Rechnungsgrundlagen. • Beitragsberechnung. • Deckungsruckstellungen. • Ergebnisanalyse. • Rückversicherung.				

	• Aufbau eines integrierten Finanzplanungsmodells. • Implementierung eines integrierten Finanzplanungsmodells.
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht. In die Veranstaltung sind Übungen integriert, so dass eine laufende Lernkontrolle erfolgt. PC---Anwendungen mit Excel.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen: Module Quantitative Methoden 1 und 2 sollten erfolgreich absolviert sein.
6	Prüfungsformen Klausur, 120 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 10 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Peters (Modulbeauftragter und Lehrender) Prof. Dr. Freitag (Lehrender) Dipl.-Math. Müller (Lehrbeauftragter)
11	Sonstige Informationen • Excel-Anwendungen im PC-Raum zwecks Erstellung eines integrierten Finanzplanungsmodells • Gastvorträge zu Fachthemen Literatur: • Peters: Wirtschaftsmathematik, 4. Aufl., Stuttgart 2012. • Pfeifer: Finanzmathematik, Europa-Lehrmittel, 6.Aufl. 2016. • Hull: Optionen, Futures und andere Derivate, 9. Auflage, München 2015. • Hull: Optionen, Futures und andere Derivate – Das Übungsbuch, 9. Auflage, München 2015. • Ortmann/Karl: Praktische Lebensversicherungsmathematik, Vieweg + Teubner 200X. • Wolfsdorf: Versicherungsmathematik Teil 1 Personenversicherung, 2. Auflage, Teubner 1997. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungunterlagen zu entnehmen.

M18- 21 v: Personalmanagement						
Kennnummer		Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M18- 21 v		250 h	10	V: 4./5./6./7. Sem. T: 9./10./12./13. Sem.	i.d.R. in jedem Sommersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Personalmanagement		Kontaktzeit 6 SWS / 90 h		Selbststudium 160 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach dem Besuch des Moduls „Personalmanagement“ werden die Studierenden in der Lage sein, • die Notwendigkeit des Personalmanagements als wertschöpfende Aktivität im Unternehmen nachvollziehen zu können, • den Zusammenhang zwischen Unternehmensstrategie, Personalstrategie und -Organisation zu verstehen, sowie • die grundlegenden personalwirtschaftlichen Aktionsfelder in Theorie und Praxis zu kennen.					
3	Inhalte • Entstehungsgeschichte, Einflussfaktoren und theoretisches Grundwissen des Personalmanagements • Personalarbeit im strategischen und organisationalen Kontext • Personalinstrumente und -methoden • Aktuelle Herausforderungen und Trends im Personalmanagement					
4	Lehrformen seminaristischer Unterricht, Übungen (insb. Bearbeitung von Fallstudien), Gastvorträge und ggf. Exkursionen (soweit möglich)					
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine					
6	Prüfungsformen Klausur, 120 Minuten					
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung					
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine					

9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 10 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Bugge (Modulbeauftragter und Lehrender)
11	Sonstige Informationen Literatur • Scholz, C. (2014). Grundzüge des Personalmanagements. München: Vahlen. • Stock-Homburg, R. (2010). Personalmanagement. 2. Auflage, Wiesbaden: Gabler. • Human Resource Development International, Academic Journal, Routledge. • Human Resource Management, Academic Journal, John Wiley & Sons. • Human Resource Management Journal, Academic Journal, Wiley-Blackwell. • Human Resource Management Review, Academic Journal, Elsevier Science. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M18- 21 w: Personalführung					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M18- 21 w	250 h	10	V: 4./5./6./7. Sem. T: 9./10./12./ 13. Sem.	i.d.R. in jedem Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Personalführung	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 160 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach dem Besuch des Moduls „Personalführung“ werden die Studierenden in der Lage sein, • grundlegende Informationen zur und Begründung für Führung nachvollziehen zu können, • grundlegende Führungstheorien zu kennen und kritisch reflektieren zu können, • Führung in Beziehung setzen zu können zu Motivation und Lernen, • zentrale Führungsinstrumente, deren Nutzen und Grenzen zu kennen, • Führung und Führungsbeziehungen unter ethischen Gesichtspunkten zu betrachten.				
3	Inhalte • Führung und Führungsbeziehungen • Entstehung und Entwicklung von Führungsbeziehungen • Ausrichtung von Führungsbeziehungen • Gestaltung von Führungsbeziehungen • Veränderung von Führungsbeziehungen • Ethische Reflexion von Führung und Führungsbeziehungen				
4	Lehrformen seminaristischer Unterricht, Übungen (insb. Bearbeitung von Fallstudien), Gastvorträge (soweit möglich)				
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine				
6	Prüfungsformen Klausur, 120 Minuten				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten bestandene Modulabschlussprüfung				

8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 10 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Bugge (Modulbeauftragter und Lehrender)
11	Sonstige Informationen Literatur • Weibler, J. (2012). Personalführung. 2. Auflage, München: Vahlen. • Schirmer, U. & Woydt, S. (2016). Mitarbeiterführung. Berlin u.a.: Springer Gabler. • Paschen, M. & Dihsmäier (2011). Psychologie der Menschenführung. Berlin & Heidelberg: Springer. • Walenta, C. & Kirchler, E. (2011). Führung. Wien: Facultas. • Scholz, C. (2014). Grundzüge des Personalmanagements. München: Vahlen. • Stock-Homburg, R. (2010). Personalmanagement. 2. Auflage, Wiesbaden: Gabler. • Human Resource Development International, Academic Journal, Routledge. • Human Resource Management, Academic Journal, John Wiley & Sons. • Human Resource Management Journal, Academic Journal, Wiley-Blackwell. • Human Resource Management Review, Academic Journal, Elsevier Science. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M18- 21 x: Wirtschafts- und Unternehmensethik sowie Grundlagen Corporate Social Responsibility (CSR) und Sustainable and Responsible Investment (SRI)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M18- 21 x	250 h	10	V: 4./5./6./7. Sem. T: 9./10./12./13. Sem.	i.d.R. in jedem Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Wirtschafts- und Unternehmensethik sowie Grundlagen CSR b) SRI	Kontaktzeit a) 4 SWS / 60 h b) 2 SWS / 30 h	Selbststudium 160 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage aus dem Bereich Wirtschafts- und Unternehmensethik sowie Grundlagen CSR (a): - Ethische Grundpositionen zu unterscheiden, - den Einfluss der Ethik auf die Ökonomik und der Ökonomik auf die Moral zu erklären, - Ebenen der Wirtschaftsethik einzuordnen und in marktwirtschaftlichen Kontexten zu differenzieren, - Relevanz, Herausforderungen und Probleme (Dilemmata) von Verantwortungs- und Gerechtigkeitsherausforderungen im wirtschaftlich-gesellschaftlichen Kontext zu bestimmen und kritisch zu reflektieren, - grundsätzliche unternehmensethische Konzepte zu erkennen und zu analysieren, - unterschiedliche globale, regionale und branchenbezogenen ethische Initiativen zu unterscheiden und in den ethischen Kontext einzuordnen, - Verantwortung von Unternehmen, Konsumenten sowie politischen und (zivil)gesellschaftlichen Akteuren für die sozialen und ökologischen Auswirkungen wirtschaftlichen Handelns zu erfassen und zu analysieren, - strategische und operative unternehmensethische Optionen zu erarbeiten, - ökonomische Risiken durch unternehmensethische Fehlentscheidungen zu erkennen und zu beurteilen, - unternehmensethische Problemstellungen im Rahmen von Fallstudien zu lösen und aus dem Bereich SRI (b): - Konzepte der Nachhaltigkeitsberichterstattung kritisch zu diskutieren, - Bedeutung von Nachhaltigkeitsratings und nachhaltigen Kapitalanlagen im Kontext globaler Kapitalmärkte zu erkennen und zu analysieren, - Auswirkungen der nachhaltigen Kapitalanlage und Nachhaltigkeitsratings auf die Unternehmen zu erkennen und zu analysieren, - Methoden zur nachhaltigkeitsbezogenen Bewertung von Unternehmen nachzuvollziehen und zu bewerten.				

3	Inhalte aus dem Bereich Wirtschafts- und Unternehmensethik sowie Grundlagen CSR (a): • Grundlagen der Ethik (zentrale Begriffe, Typen ethischer Bewertung, Orte der Moral, ethische Methoden), • Modelle der Beziehungen von Ethik und Ökonomik, • Grundlagen und Differenzierung von Verantwortungs- und Gerechtigkeitsdiskussionen, • Bereiche der angewandten Wirtschafts- und Unternehmensethik (Makroebene, Mesoebene, Mikroebene), • Verantwortungsstandards, Wertebasis und Umsetzungsmöglichkeiten (UN Global Compact, UN Guiding Principles, OECD Leitsätze, ILO-Normen, UN PRI, ISO 26000 u.a.), • Grundlagen und Herausforderungen des Stakeholdermanagements, • Unternehmens- und Konsumentenethik als umfassendes Verantwortungsmanagement, • Branchenspezifische Initiativen und deren Codes of Conduct, • ordnungspolitische und wettbewerbsorientierte ethische Strategien von Unternehmen sowie deren operative Umsetzungen in den betrieblichen Teilfunktionen (Corporate Social Responsibility), • Risiko- und Wertemanagement; Compliance und Integrität und aus dem Bereich SRI (b): • Staatliche Rahmenbedingungen und aktuelle Konzepte der Nachhaltigkeitsberichterstattung (Global Reporting Initiative, Integrated Reporting, Key Performance Indicators), • Entwicklung des Marktes für nachhaltige Kapitalanlagen (Akteure, Produkte), • Aufbau und Prozess von Nachhaltigkeitsratings als Basis nachhaltiger Kapitalanlagen, • Unternehmensbewertung unter Nachhaltigkeitsaspekten, • Strategien der nachhaltigen Kapitalanlage und deren Umsetzung, • Umsetzung in Betrieben (Wertemanagement, Strategien, Implementierung, Controlling, Reporting, Auditing u.a.) sowie aktuelle Entwicklungen in den Bereichen Wirtschafts- und Unternehmensethik, CSR, SRI.
4	Lehrformen Die Vermittlung und Einübung der Inhalte erfolgt durch Lehrgespräche und Diskussionen im Rahmen eines teilnehmeraktivierenden seminaristischen Unterrichts. Hierbei werden die Inhalte auf der Basis aktueller Beispiele verdeutlicht. Zur Vorbereitung auf die Klausur und zur laufenden Lernkontrolle erfolgen integrierte Übungen. Didaktische Hilfsmittel sind Powerpoint-Präsentationen und Verschriftlichungen mittels Visualizer. Es werden nach Möglichkeit auch Gastreferenten für Vorträge eingeladen.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen: Inhalte der Pflichtmodule der Semester 1 bis 3.
6	Prüfungsformen: Klausur, 120 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung

8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 10 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Nagel (Modulbeauftragter) Dr. Wagner (Lehrbeauftragter) Dipl.-Ökonom Häßler (Lehrbeauftragter)
11	Sonstige Informationen Zu Beginn des Semesters werden Hinweise zur verpflichtenden und optionalen Literatur gegeben. • • Aßländer, M. (Hrsg.): Handbuch Wirtschaftsethik, 2011. • Balderjahn, I.: Nachhaltiges Management und Konsumentenverhalten, 2013. • Boatright, J. R.: Ethics and the Conduct of Business, 2013. • Breuer, M.; Mastronardi, P.; Waxenberger, B. (Hrsg.): Markt, Mensch und Freiheit, 2009. • Butz, C. & Pictet, O.: Das SRI-Performance-Paradox - Messung und Reporting der extrafinanziellen Performance nachhaltiger Anlagen, 2008. • Crane, A.; Matten, D.: Business Ethics, 2015. • Eurosif (Hrsg.): European SRI Study 2016, 2016. • Fisher, C.; Lovell, A.: Business Ethics and Values: Individual, Corporate and International Perspectives, 2012. • Forum Nachhaltige Geldanlagen (Hrsg.): Marktbericht Nachhaltige Geldanlagen, 2016. • Gestring, Ingo et al. (Hrsg.): Ethik im Mittelstand, 2016. • Global Sustainable Investment Alliance: Global Sustainable Investment Review 2014, 2015. • Göbel, E.: Unternehmensethik, 2016. • Griseri, P.; Sepalla, N.: Business Ethics and Corporate Social Responsibility, 2010. • Holzmann, R.: Wirtschaftsethik, 2015. • Kersting, W. (Hrsg.): Moral und Kapital, 2008. • Kleine, J.; Krautbauer, M. & Weller, T.: Nachhaltige Investments aus dem Blick der Wissenschaft: Leistungsversprechen und Realität. Berlin: Steinbeis-Hochschule, http://www.steinbeis-research.de/images/pdf-documents/Executive%20Summary_Nachhaltige_Investments_aus_dem_Blick_der_Wissenschaft.pdf, 2013. • Kline, J. M.: Ethics for International Business, 2010. • Maak, T.; Ulrich, P.: Integre Unternehmensführung, 2007. • Mercer: Shedding light on responsible investment: Approaches, returns and impacts. London: Mercer, http://www.law.harvard.edu/programs/lwp/pensions/conferences/cm_europe12_09/Shedding_light_on_responsible_investment_free_version.pdf, 2009. • Nietsch-Hach, C.: Ethisches Verhalten in der modernen Wirtschaftswelt, 2014. • Noll, B.: Wirtschafts- und Unternehmensethik in der Marktwirtschaft, 2013. • oekom research (Hrsg.): Der Einfluss nachhaltiger Kapitalanlagen auf Unternehmen. Eine empirische Analyse von oekom research, 2013. • Schaltegger, S.: Managing the business case for sustainability, 2006.

	• Schneider, A.; Schmidpeter, R.: Corporate Social Responsibility, 2015. • Suchanek, A.: Unternehmensethik, 2015. • Wieland, J. u. a. (Hrsg.): Handbuch Compliance-Management, 2014. Zusätzlich aktuelle relevante Literatur. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.
--	---

M22 a: Corporate Responsibility + Sustainable Management					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M22 a	275 h	11	V: 5. Sem. T: 8. Sem.	i.d.R. jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung Corporate Responsibility + Sustainable Management	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 215 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage: • soziale und umweltbezogene Auswirkungen wirtschaftlichen Handelns zu differenzieren. • unterschiedliche ethische Konzepte zu unterscheiden, • Zusammenhänge zwischen dem sozialen und ökologischen Umfeld von Unternehmen und der Unternehmenspolitik herzustellen, • unterschiedliche globale, regionale und branchenbezogene ethische Initiativen zu unterscheiden und wiederzugeben, • die Bedeutung von Ethikratings und von ethisch geleiteten Kapitalanlageentscheidungen im Kontext globaler Kapitalmärkte zu analysieren und zu beurteilen, • Konzepte der Nachhaltigkeitsberichterstattung zu differenzieren, zu bewerten und kritisch zu diskutieren. • ökonomische Risiken durch unternehmensethische Fehlentscheidungen zu erkennen, zu analysieren, zu beurteilen und Handlungsalternativen zu entwerfen, • unternehmensethische Probleme im Rahmen der Behandlung von Fallstudien zu lösen, • Lösungen für praktische unternehmensethische Probleme zu erarbeiten.				
3	Inhalte • Grundlagen unternehmensethischer Fragestellungen, • Ethikbasierte Unternehmensführung – C(S)R, Sustainable Management, Globale und regionale Initiativen, branchenbezogene Initiativen, ESG-Normen, CSR- / Nachhaltigkeitsberichterstattung, aktuelle Entwicklungen, • Sustainable und Responsible Investments, Microfinance Investments, Ethikratings, aktuelle einschlägige Kapitalmarktentwicklung, • Integrierte Fallbeispiele und deren Lösungen, • Interdisziplinäre Bearbeitung (u. U. mit anderen Fachbereichen und auch u. U. mit anderen Hochschulen) konkreter Projekte, • Erarbeitung von Lösungen von Projekten mit Beratungsunternehmen, Kreditinstituten und sonstigen Unternehmen.				
4	Lehrformen				

	Die Vermittlung erfolgt durch Lehrgespräche und Diskussionen im Rahmen eines Seminars. Die einzelnen Aspekte der Lehrinhalte werden in moderierter Gruppenarbeit (Hausarbeiten und Präsentationen) erarbeitet. Abschließend erfolgt die Präsentation der von den Studierenden während des Semesters bearbeiteten Themenfelder, Fallbeispiele und auch realen Problemfelder von Unternehmen. Es werden nach Möglichkeit auch Gastreferenten zu ausgewählten Themen eingeladen.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen: Inhalte der Pflichtmodule der Semester 1 bis 4. Besuch des Spezialisierungsmoduls Wirtschafts- und Unternehmensethik sowie Grundlagen CSR und SRI ist wünschenswert
6	Prüfungsformen: Hausarbeit, Einzelpräsentationen, Gruppenarbeiten mit Präsentationen Die jeweiligen Prüfungsformen, deren Umfang und die Gewichtungen zur Ermittlung der Endnote werden jeweils in den ersten beiden Wochen des Semesters den Studierenden (Modulteilnehmern) schriftlich mitgeteilt. Maximal drei, zeitlich gleich verteilte Prüfungsleistungen pro Semester mit zeitnah erfolgtem Feedback als Basis der individuellen Kompetenzentwicklung.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 11 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Nagel (Modulbeauftragter und Lehrender)
11	Sonstige Informationen Zu Beginn des Semesters werden Hinweise zur verpflichtenden und optionalen Literatur gegeben. • Aßländer, M. (Hrsg.): Handbuch Wirtschaftsethik, 2011. • Balderjahn, I.: Nachhaltiges Management und Konsumentenverhalten, 2013. • Boatright, J. R.: Ethics and the Conduct of Business, 2013. • Breuer, M.; Mastronardi, P.; Waxenberger, B. (Hrsg.): Markt, Mensch und Freiheit, 2009. • Crane, A.; Matten, D.: Business Ethics, 2015. • Fisher, C.; Lovell, A.: Business Ethics and Values: Individual, Corporate and International Perspectives, 2012. • Gestring, Ingo et al. (Hrsg.): Ethik im Mittelstand, 2016. • Göbel, E.: Unternehmensethik, 2016. • Griseri, P.; Sepalla, N.: Business Ethics and Corporate Social Responsibility, 2010. • Grunwald, A.; Kopfmüller, J.: Nachhaltigkeit, 2012. • Hentze, J.; Thies, B.: Unternehmensethik und Nachhaltigkeitsmanagement, 2012. • Holzmann, R.: Wirtschaftsethik, 2015. • Kersting, W. (Hrsg.): Moral und Kapital, 2008.

- Kline, J. M.: Ethics for International Business, New York 2010.
- Maak, T.; Ulrich, P.: Integre Unternehmensführung, Stuttgart 2007.
- Nietsch-Hach, C.: Ethisches Verhalten in der modernen Wirtschaftswelt, 2014.
- Noll, B.: Wirtschafts- und Unternehmensethik in der Marktwirtschaft, 2013
- Pufé, I.: Nachhaltigkeit, 2014.
- Schaltegger, S.: Managing the business case for sustainability, 2006.
- Schneider, A.; Schmidpeter, R.: Corporate Social Responsibility, 2015.
- Schüz, M.: Angewandte Unternehmensethik, 2016.
- Suchanek, A.: Unternehmensethik, 2015.
- Wieland, J. et al. (Hrsg.): Handbuch Compliance-Management, 2014.
- Wilkens, S.; Hansmann, K.-W.: Effizientes Nachhaltigkeitsmanagement, 2007.
- Zeitschriften: ZfB, ZfWU, Business Ethics, The Magazine of Corporate Responsibility etc.

Internet downloads auf die Fallbeispiele bezogen: Studierende erhalten zu Beginn des Moduls eine Literaturliste durch den Lehrenden mit Hinweisen zu den wichtigsten Links und pdf-Dokumenten in deutscher und englischer Sprache.

Aktuelle Fallstudien, die online zu recherchieren sind.

Zusätzlich aktuelle relevante Literatur.

Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage.

Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M22 b: Workshop Verkaufstraining						
Kennnummer		Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M22 b		275 h	11	V: 5. Sem. T: 8. Sem.	i.d.R. jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung Workshop Verkaufstraining		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h		Selbststudium 215 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage: • die Definitionen der Verhandlungsbegrifflichkeiten zu benennen und abzugrenzen, • die Gesetzmäßigkeiten in der Verhandlungsführung wiederzugeben und abzuleiten, • aus den verschiedenen Umfeldanalyseergebnissen, Situationserkenntnisse abzuleiten und in ein Verhandlungs-Szenario zu transformieren.					
3	Inhalte • Bedeutung des Vertriebs im Wertschöpfungsprozess des Unternehmens, • individuelle Auswahl eines Spezialgebietes (Produkt / Dienstleistung), • Erarbeitung von grober Produkt- bzw. Unternehmensstrategie, • Umfeldanalyse, • Erstellung von Anforderungsprofilen der möglichen Interessentengruppen, • Gesetzmäßigkeiten in der Verhandlungsführung, ○ Kontaktphase, ○ Eröffnungsargumentationen, ○ Nutzen entwickeln für den Interessenten, ○ Umgang mit Negativ-Reaktionen des Interessenten, ○ Abschlusstechniken, • praktische Übungen, • aktuelle Entwicklungen.					
4	Lehrformen Die Vermittlung erfolgt durch Lehrgespräche und Diskussionen, Aufstellung von Fallstudien als Grundlage für Rollenspiele mit Video-Aufzeichnung und nachträglicher Analyse mit Feedback im Rahmen eines Seminars.					
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen: Inhalte der Pflichtmodule der Semester 1 bis 4.					
6	Prüfungsformen: Hausarbeit, Einzelpräsentationen, Gruppenarbeiten mit Präsentationen. Die jeweiligen Prüfungsformen, deren Umfang und die Gewichtungen zur Ermittlung der Endnote werden jeweils in den ersten beiden Wochen des Semesters den Studierenden (Modulteilnehmern) schriftlich mitgeteilt. Maximal drei, zeitlich gleich verteilte					

	Prüfungsleistungen pro Semester mit zeitnah erfolgtem Feedback als Basis der individuellen Kompetenzentwicklung.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 11 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Nagel (Modulbeauftragter) Dipl.-Betriebswirt Berkemeier (Lehrbeauftragter)
11	Sonstige Informationen Zu Beginn des Semesters werden Hinweise zur verpflichtenden und optionalen Literatur gegeben. <u>Pflichtlektüre:</u> • Dannenberg, Zupancic: Spitzenleistungen im Vertrieb: Optimierungen im Vertriebs- und Kundenmanagement. Mit Handlungsempfehlungen, Berlin, Heidelberg, 2007 • Fisher, R.: Das Harvard-Konzept: Die unschlagbare Methode für beste Verhandlungsergebnisse, Frankfurt/Main, 2015 • Homburg, Chr.: Sales Excellence: Vertriebsmanagement mit System, Berlin, Heidelberg, 2016 • Golden, J.: Winning the battle for sales, New York, 2012 <u>Zusätzlich empfohlene Literatur:</u> • Harvard Business School Publishing: Harvard Business Review on Strategic Sales Management, Waterton, 2007. • Rackham, N.: Major Account Sales Strategy, Columbus (Ohio), 1989. • Paff, Dietmar: Competitive Intelligence in der Praxis: Mit Informationen über Ihre Wettbewerber auf der Überholspur, Frankfurt /Main, 2005. • Kotler, Ph.: Grundlagendes Marketing, Halbermoos, 2016. • Meffert, H.: Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung Konzepte Instrumente – Praxisbeispiele, Berlin / Heidelberg 2016. Zusätzlich aktuelle relevante Literatur. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M22 c: Existenzgründung und Businessplan					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M22 c	275 h	11	V: 5. Sem. T: 8. Sem.	i.d.R. jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung Existenzgründung und Businessplan	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 215 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage: • Fragestellungen eines Gründungsvorhabens zu erarbeiten, • den Prozess der Unternehmensgründung zu erklären, • die einzelnen Prozessschritte zu unterscheiden und in den Gründungsprozess einzuordnen, • Problemfelder eines Gründungsvorhabens zu identifizieren, zu analysieren und lösungsorientiert umzusetzen, • ein Gründungsvorhaben zu strukturieren, • eigene Geschäftsideen zu entwickeln, kritisch zu reflektieren und in eine konkrete Businessplanung inklusiv einer umfassenden Finanzplanung umzusetzen, • interne und externe Einflussfaktoren auf den Gründungsprozess zu erkennen, darzustellen und zu analysieren, • Chancen und Risiken einer Existenzgründung zu erkennen und zu bewerten, • Finanzierungslösungen für Gründungsvorhaben zu erarbeiten, zu vergleichen und zu werten.				
3	Inhalte • Prozess einer Existenzgründung, • Netzwerke im Rahmen von Existenzgründungen, • Potentielle Kapitalgeber von Start-ups, • Finanzierung von Gründungsvorhaben über Bankkredite, Leasing und Venture Capital, • Öffentliche Förderung von Start-Ups, • Struktur von Businessplänen, • Fünf-Jahres-Planung (Personalplanung; Investitions- und Abschreibungsplanung; Plan-Gewinn- und Verlustrechnung; Planbilanzen; Finanzierungsplanung; Liquiditätsplanung), • Erstellung eines umfassenden Businessplans, • aktuelle Entwicklungen				
4	Lehrformen Die Vermittlung erfolgt durch Lehrgespräche und Diskussionen im Rahmen eines Seminars. Die einzelnen Aspekte der Lehrinhalte werden in moderierter Gruppenarbeit erarbeitet. Abschließend erfolgt die Präsentation der einzelnen Themenfelder in Form von Referaten sowie eine Präsentation der von den Studierenden während des Semesters erstellten Businesspläne auf der Basis von Fallstudien durch die Studierenden. Es werden nach				

	Möglichkeit auch Gastreferenten aus Unternehmen zu gründungsrelevanten Themen eingeladen.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen: Inhalte der Pflichtmodule der Semester 1 bis 4.
6	Prüfungsformen: Referate, Einzel- und Gruppenarbeiten mit Präsentationen, Erstellung und Präsentation eines vollständigen Businessplans. Die jeweiligen Prüfungsformen, deren Umfang und die Gewichtungen zur Ermittlung der Endnote werden jeweils in den ersten beiden Wochen des Semesters den Studierenden (Modulteilnehmern) schriftlich mitgeteilt. Maximal drei, zeitlich gleich verteilte Prüfungsleistungen pro Semester mit zeitnah erfolgtem Feedback als Basis der individuellen Kompetenzentwicklung.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 11 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Nagel (Modulbeauftragter) Dipl.-Bankbetriebswirt Becker (Lehrbeauftragter)
11	Sonstige Informationen Zu Beginn des Semesters werden Hinweise zur verpflichtenden und optionalen Literatur gegeben. • Vogelsang, E.; Fink, C.; Baumann, M.: Existenzgründung und Businessplan, 2016. • Fueglistaller, U. et al.: Entrepreneurship, 2015. • Nagl, A.: Der Businessplan, 2015. • Oehrich, M.: Betriebswirtschaftslehre – Eine Einführung am Businessplan-Prozess, 2013. • Volkmann, C.K.; Tokarski, K.O.: Entrepreneurship in a European Perspective, 2010. • Volkmann, C. K.: Social Entrepreneurship and Social Business, 2012. • Handbuch Businessplan (NUK Businessplan-Wettbewerb), jeweils aktuelles Handbuch. Ferner werden jedes Semester auf die einzelnen Fälle bezogene Recherchehinweise gegeben. Internet-Downloads auf die Fallbeispiele bezogen: Studierende erhalten zu Beginn des Moduls eine Literaturliste durch den Lehrenden mit Hinweisen zu den wichtigsten Links und pdf-Dokumenten in deutscher und englischer Sprache. Zusätzlich aktuelle relevante Literatur. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M22 d: Diversity Management					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M22 d	275 h	11	V: 5. Sem. T: 8. Sem.	i.d.R. jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Diversity Management	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 215 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen • Grundlegende Kenntnisse über die Mechanismen der Entstehung sozialer Kategorisierung erwerben • Ursachen und Konsequenzen sozialer Kategorisierung analysieren können • Diversität definieren und messen können • Historische, politische und rechtliche Grundlagen von Diversitätsmanagement verstehen • Trainings, Strategien und Ansätze von Organisationen für das Management verschiedener Formen von Diversität kennen, kritisch bewerten und neue Ansätze entwickeln können				
3	Inhalte • Soziale/kulturelle Diversität und ihre Konsequenzen ○ Grundlegende Theorien und Befunde zu Ursachen sozialer Stereotype und Konsequenzen auf verschiedenen Ebenen ○ Dimensionen von Vielfalt; Geschlecht als soziale Kategorie ○ Messung von Diversität • HRM und Diversitätsmanagement: historische Wurzeln, aktuelle Entwicklungen, ethische/ soziale/ rechtliche Aspekte (EU-Richtlinien, AGG) • Belange und Herausforderungen bzgl. des Managements von heterogenen Beschäftigten • Diversity-Trainings: Anti-Bias, Intercultural Awareness, Social-Justice Training • Methoden und Modelle des Umgangs mit Diversität ○ Personalbeschaffung, -rekrutierung und -auswahl ○ Personalentwicklung und Training ○ Entlohnungsstrukturen/ Reward management ○ Employee relations • Implementierungsprozesse und Umgang mit Widerstand				

4	Lehrformen • Lehrgespräch, Transferübungen, Rollenspiele, Reaktionstraining und Fallbeispiele • Die verschiedenen Ansätze des Diversitätsmanagements werden in Gruppen analysiert, Empfehlungen für die Weiterentwicklung abgeleitet und Trainingsbausteine entwickelt, die zum Abschluss präsentiert und diskutiert werden.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Hausarbeit, Einzelpräsentationen, Gruppenarbeiten mit Präsentationen. Die jeweiligen Prüfungsformen, deren Umfang und die Gewichtungen zur Ermittlung der Endnote werden jeweils in den ersten beiden Wochen des Semesters den Studierenden (Modulteilnehmern) schriftlich mitgeteilt. Maximal drei, zeitlich gleich verteilte Prüfungsleistungen pro Semester mit zeitnah erfolgtem Feedback als Basis der individuellen Kompetenzentwicklung
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 11 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Steusloff (Modulbeauftragte und Lehrende)
11	Sonstige Informationen Literatur • Scholz, C. (2011). Grundzüge des Personalmanagements. München: Vahlen. • Stock-Homburg, R. (2010). Personalmanagement. 2. Auflage, Wiesbaden: Gabler. • International Journal of Organizational Diversity, Academic Journal, Routledge. • Gender, Work & Organization, Academic Journal, Wiley-Blackwell. • Journal of Business Diversity, Academic Journal, North American Business Press. • Human Resource Management Journal, Academic Journal, Wiley-Blackwell. • Human Resource Management Review, Academic Journal, Elsevier Science. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M23 a: Projekt Methoden in der IT- Unterstützung						
Kennnummer		Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M23 a		300 h	12	V: 6. Sem. T: 11. Sem.	i.d.R. jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen IT-Unterstützung im Geschäftsprozess- management		Kontaktzeit 6 SWS / 90 h		Selbststudium 210 h	geplante Gruppengröße 15 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden sollen ... • praktische Fertigkeiten zur Auswahl (Problem „Yet Another Modelling Approach!“ YAMA!) und werkzeuggestützten Anwendung von passenden Modellierungsmethoden für unterschiedliche Projektziele (z.B. Entwicklung von Individualsoftware, Customizing von Standardsoftware, Workflow Management, Serviceorientierte Architektur SOA, Enterprise Architecture Management EAM, Adaptive Case Management ACM, Entscheidungsautomatisierung) erwerben • praktische Fertigkeiten zur Darstellung, Analyse und Gestaltung von Geschäftsprozessen erlangen • Gelerntes auf einen praktischen Anwendungsfall transferieren können • praktische Fertigkeiten zur Anwendung und Evaluation aktueller und professioneller IT-Werkzeuge erlangen • mit Partnern aus der Wirtschaftspraxis zielorientiert zusammenarbeiten, Projekte erfolgreich strukturieren sowie gruppendynamische Prozesse bewältigen können und gestalten lernen • praktische Fertigkeiten zur adressatengerechten Vermittlung von Projektergebnissen erwerben.					
3	Inhalte Lehr-Lern-Arbeitsgruppen mit je einer Methoden-Werkzeug-Kombination zu je einem Geschäftsszenario basierend auf je einer studentischen Geschäftsidee oder je einem Anwendungsfall aus der Unternehmenspraxis. Zur Auswahl stehen dabei beispielsweise: Referenzarchitektur- bzw. Referenzvorgehensmodelle: • Zachman Framework • ARIS (Architektur Integrierter Informationssysteme) • TOGAF (The Open Group Architecture Framework) • DoDAF (Department of Defense Architecture Framework)					

	Modellierungsmethoden: • Petri Netze • eEPK (erweiterte Ereignisgesteuerte Prozesskette) und oEPK (objektorientierte Ereignisgesteuerte Prozesskette) • UML (Unified Modeling Language) • BPMN (Business Process Model and Notation) • DMN (Decision Model and Notation) • CMMN (Case Management Model and Notation) • ArchiMate Professionelle Werkzeuge zur multiperspektivischen Modellierung, Analyse/Simulation und Automation von Geschäftsprozessen: • Signavio Process Manager • Signavio Decision Manager • Signavio Workflow Accelerator • MID Innovator Enterprise Modeling Suite • Horus Business Modeler und Horus Gamification Plug-in • MEGA Hopex • bflow Toolbox • ArgoUML
4	Lehrformen • Intensive Projektarbeiten und praktische Übungen auf der Basis von konkreten Geschäftsszenarien, professionellen IT-Anwendungen, praxisrelevanten Referenzmodellen und aktuellen Methoden der geschäftsprozessorientierten Systementwicklung • Lehr-Lern-Arbeitsgruppen im IT-Labor • Fachgespräche zur Präsentation und Reflektion der Projektergebnisse • Didaktische Hilfsmittel sind Powerpoint-Präsentationen, Verschriftlichungen mittels Visualizer und eine Klassenraummanagement-Software für das IT-Labor (Netop Vision).
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Prüfungsvoraussetzung: Nachweis von 129 Credits Inhaltlich: Empfohlen: Support Module, Wirtschaftsinformatik
6	Prüfungsformen: Projektdokumentation und -präsentation
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen): keine

9	Stellenwert der Note für die Endnote: gemäß den Credits 12 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Kalmring (Modulbeauftragter und Lehrender)
11	Sonstige Informationen Empfohlene Literatur: • Allweyer, Thomas: BPMN 2.0 - Business Process Model and Notation: Einführung in den Standard für die Geschäftsprozessmodellierung. 3. Auflage, Books on Demand 2015 • Becker, Jörg; Probandt, Wolfgang; Vering, Oliver: Grundsätze ordnungsmäßiger Modellierung: Konzeption und Praxisbeispiel für ein effizientes Prozessmanagement. Springer 2012 • Debevoise, Tom; Taylor, James: Prozess- und Entscheidungsmodellierung in BPMN/DMN: Eine Kurzanleitung: Effektivere Prozesse durch Integration der Entscheidungsmodellierung in die Prozessmodellierung. CreateSpace 2016 • Freund, Jakob; Rücker, Bernd: Praxishandbuch BPMN 2.0: Mit Einführung in CMMN und DMN. 5. Auflage, Hanser 2016 • Göpfert, Jochen; Lindenbach, Heidi: Geschäftsprozessmodellierung mit BPMN 2.0: Business Process Model and Notation. Oldenburg 2013 • Kecher, Christoph: UML 2.5: Das umfassende Handbuch. 5. Auflage, Rheinwerk 2015 • Lankhorst, Marc: Enterprise Architecture at Work: Modelling, Communication and Analysis. 4. Auflage. Springer 2017 • Oestereich, Bernd: Analyse und Design mit der UML 2.5: Objektorientierte Softwareentwicklung. 11. Auflage, Oldenbourg 2013 • Reisig, Wolfgang: Understanding Petri Nets: Modeling Techniques, Analysis Methods, Case Studies. Springer 2016 • Rupp, Chris; Queins, Stefan; Zengler, Barbara: UML 2 glasklar: Praxiswissen für die UML-Modellierung. 4. Auflage, Hanser 2012 • Schönthaler, Frank; Vossen, Gottfried; Oberweis, Andreas; Karle, Thomas: Geschäftsprozesse für Business Communities: Modellierungssprachen, Methoden, Werkzeuge. Oldenbourg 2011 • Taylor, James; Purchase, Jan: Real-World Decision Modeling with DMN: Effective Communication of Decision-Making. Meghan-Kiffer Press (2016) • The Open Group: ArchiMate 3.0 Specification. Van Haren 2016 • The Open Group: TOGAF Version 9.1. 10. Auflage, Van Haren 2011 Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturangaben sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M23 b: Projekt Marketing					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M23 b	300 h	12	V: 6. Sem. T: 11. Sem.	i.d.R. jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Projekt Marketing	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage, • das im Modul Projektmanagement erworbene Methodenwissen sowie das in den Core-Modulen erworbene Fachwissen eigenständig in ganzheitlichen Anwendungssituationen (Projekten) umzusetzen, • am Beispiel ganzheitlicher, komplexer und marketingspezifischer Aufgabenstellungen sich in Projekten zu organisieren und zielgerichtete Problemlösungen zu finden, aufzubereiten, ergebnisorientiert zu dokumentieren und entscheidungsorientiert zu präsentieren, • ihr eigenes Lehr-/Lernverhalten im Gruppenprozess zu erfahren und zu reflektieren.				
3	Inhalte Die Projekte werden zu Beginn des Semesters durch den Dozenten und/oder Praktiker (Praxisprojekte) vorgestellt und es erfolgt eine Gruppenbildung für die Bearbeitung der Projekte in Kleingruppen. Die Struktur der Lehrveranstaltung orientiert sich an den Phasen der durch die Studierenden zu erstellenden Projektpläne. Der Dozent wirkt fallweise auf die Steuerung der Projekte ein und stellt sicher, dass der Projektfortschritt in der Gruppe sowie gruppenübergreifend transparent wird (Meilensteinsitzungen) sowie gruppenspezifische Prozesse und mögliche Konflikte thematisiert und reflektiert werden. Die Ergebnisse der Projektarbeit werden am Ende der Veranstaltung präsentiert sowie durch die Gesamtgruppe und möglicherweise durch Praktiker bewertet und reflektiert.				
4	Lehrformen Projektorientierte Kleingruppenarbeiten mit Betreuung und Moderation durch den Dozenten.				
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Prüfungsvoraussetzung: Nachweis von 129 Credits Inhaltlich: Empfohlen: Teilnahme an mindestens einer der Marketingspezialisierungsmodulen (Marktforschung und Käuferverhalten, Marketingmanagement und Marketinginstrumente 1 oder 2).				
6	Prüfungsformen Projektdokumentation				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine				

9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 12 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Modulbeauftragte: Prof. Dr. Heidi Straßburger, Prof. Dr. Regine Kalka Wintersemester: Prof. Dr. Heidi Straßburger (Lehrende) Sommersemester: Prof. Dr. Regine Kalka und Prof. Dr. Nikola Ziehe (Lehrende)
11	Sonstige Informationen Literatur wird im Hinblick auf die Projektthemen semesterweise bereitgestellt.

M23 c: Projekt Wirtschaftsprüfung					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M23 c	300 h	12	V: 6. Sem. T: 11. Sem.	i.d.R. jedes Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Projekt Wirtschaftsprüfung	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein: • den risikoorientierten Prüfungsansatz auf einzelne Prüffelder anzuwenden • die typischen Aufgabenstellungen aus der praktischen Arbeit eines Wirtschaftsprüfers aufzuzeigen und zu gestalten • Methoden und Problembereiche der Unternehmensbewertung als typische Aufgabenstellung eines Wirtschaftsprüfers anzuwenden und zu hinterfragen • berufsrechtliche Regelungen zu analysieren und zu evaluieren				
3	Inhalte Generell sollen Entscheidungsprobleme aus wirtschaftsprüfender Sicht anhand vorgegebener Rahmenbedingungen selbstständig analysiert, strukturiert und gelöst werden bzw. Anwendungsprobleme aus der Perspektive der Wirtschaftsprüfung bearbeitet werden. Beispielhaft können folgende Bearbeitungsfelder genannt werden: • Planung und Durchführung einer Fallstudie zur Abschlussprüfung mittels DATEV (Abschlussprüfung comfort) und/oder audicon (audit solutions), • Planung und Durchführung von digitalen Datenanalysen mittels DATEV (ACL) und/oder audicon (IDEA/AIS Tax Mart) als Unterstützung der Abschlussprüfung. • Umsetzung des risikoorientierten Prüfungsansatzes anhand des IDW-Praxishandbuchs zur Qualitätssicherung. • Neue/Geänderte Prüfungsstandards (Aktuelles aus der Facharbeit). • Möglichkeiten zur bewussten oder mathematisch-statistischen Auswahl von Stichproben im Rahmen der Wirtschaftsprüfung. • Unternehmensbewertung und Due Diligence Prüfung • Internationale Tendenzen im Bereich Wirtschaftsprüfung. • Sonderprüfungen/prüfungsnahe Dienstleistungen. • Tätigkeitsgebiete des Wirtschaftsprüfers.				

	(Aufgrund der hohen Änderungsgeschwindigkeit der einschlägigen gesetzlichen Normen bleiben Anpassungen der Lehrinhalte an aktuelle Entwicklungen in Gesetzgebung, Rechtsprechung und Berufssarbeit vorbehalten).
4	Lehrformen • Teilnehmeraktivierende Vermittlungsformen mit einem hohen Anteil projektorientierter Kleingruppenarbeit der Studierenden und (zeitweisem) PC-Einsatz • Einsatz von Gruppenarbeit zur getrennten Bearbeitung verschiedener Handlungsalternativen für eine Problemstellung bzw. für die getrennte Bearbeitung verschiedener Problemstellungen mit anschließender Präsentation der Ergebnisse
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Prüfungsvoraussetzung: Nachweis von 129 Credits Inhaltlich: Empfohlen: Spezialisierungsmodul Wirtschaftsprüfung
6	Prüfungsformen Hausarbeit (ca. 15 Seiten) mit nachfolgender Vorstellung der Ergebnisse mittels Powerpoint-Präsentation in einer Gewichtung von ca. 2/3 zu 1/3.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 12 / 210
10	Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrender Prof. Dr. Voos (Modulbeauftragter und Lehrender)
11	Sonstige Informationen Zu Beginn des Semesters werden Hinweise zur verpflichtenden und optionalen Literatur gegeben, die u. a. im Semesterapparat vorgehalten werden. • Arens, A u. a.: Auditing and Assurance Services: An Integrated Approach, 16. Aufl. 2016 • Ballwieser, W. / Hachmeister, D.: Unternehmensbewertung: Prozess, Methoden und Probleme, 5. Aufl. 2016 • Brösel, G. u. a.: Wirtschaftliches Prüfungswesen, 3. Aufl. 2015 • Coenenberg, A. W. / Haller, A. / Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 24. , überarbeitete Aufl. 2016. • Cole, W. M.: Accounting and Auditing – Primary Source Edition, Nachdruck 2014 (1. Auflage vor 1923) • Damodaran, A. (a): Applied Corporate Finance, 4. Aufl. 2015 • Damodaran, A. (b) The Dark Side of Valuation, 2. Aufl. 2015 • Diedrich, R. / Dierkes, S.: Kapitalmarktorientierte Unternehmensbewertung, 1. Aufl. 2015 • Drukarczyk, J. / Schüler, A.: Unternehmensbewertung, 7. Aufl. 2015 • Ernst, D. / Schneider, S.: Unternehmensbewertungen erstellen und verstehen: Ein Praxisleitfaden, 5. Aufl. 2012

	• Franken, L. u. a.: Kapitalkosten und Multiplikatoren für die Unternehmensbewertung: Unternehmens- und Branchenanalysen 2016/2017, 4. Aufl. 2016 • Freichel, C.: Skalierte Jahresabschlussprüfung, 1. Aufl. 2016 (zugl. Diss. FernUniversität in Hagen 2016) • Goldshteyn, M. / Gabriel, A.: Massendatenanalysen in der Jahresabschlussprüfung, 1. Aufl. 2013 • Graumann, M.: Wirtschaftliches Prüfungswesen, 4. Aufl. 2015 • Großfeld, B. / Egger, U.: Recht der Unternehmensbewertung, 8. Aufl. 2016 • Henselmann, K. / Kniest, W.: Unternehmensbewertung: Praxisfälle mit Lösungen, 5. vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage 2015 • Institut der Wirtschaftsprüfer in Deutschland e. V. (Hrsg.): IDW Praxishandbuch zur Qualitätssicherung 2016/2017, 10. , überarbeitete Aufl. 2016 • Institut der Wirtschaftsprüfer in Deutschland e. V. (Hrsg.): WP Handbuch: Wirtschaftsprüfung und Rechnungslegung, 15. Aufl. 2016 • Knechel, R. W. / Salterio, S. E.: Auditing: Assurance and Risk, 4., überarbeitete Aufl. 2016 • Koller, T. / Goedhart, M. / Wessels, D.: Valuation: Measuring and Managing the Value of Companies, University Edition, 6. Aufl. 2015 • Louwers, T. J. u. a.: Auditing and Assurance Services, 7. Aufl. 2017 • Marten, K.-U. / Quick, R. / Ruhnke, K.: Wirtschaftsprüfung, 5. Aufl. 2015 • Matschke, M. J. / Brösel, G.: Funktionale Unternehmensbewertung, 1. Aufl. 2014 • Messier Jr., W. F. / Glower, S. M. / Prawitt, D. W.: Auditing and Assurance Services: A Systematic Approach, 10. Aufl. 2016 • Völker, L.: Unternehmensbewertung kompakt, 1. Aufl. 2015 • Wirtz, B. W.: Mergers & Acquisitions Management: Strategie und Organisation von Unternehmenszusammenschlüssen, 4. Aufl. 2016 • Wollny, C.: Der objektivierte Unternehmenswert: Unternehmensbewertung bei gesetzlichen und vertraglichen Bewertungsanlässen, 3. Aufl. 2017 Zusätzlich aktuelle relevante Literatur Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.
--	--

M23 d: Planspiel Strategische Unternehmensführung					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M23 d	300 h	12	V: 6. Sem. T: 11. Sem.	i.d.R. jedes Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Unternehmensplanspiel Ludus b) Business Intelligence	Kontaktzeit a) 4 SWS / 60 h b) 2 SWS / 30 h	Selbststudium 210 h	geplante Gruppengröße 24 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Planspielteilnehmer sollen im Bereich Unternehmensplanspiel Ludus (a) ... • praktische Fertigkeiten zur Bewältigung von Unsicherheit über künftige Marktsituationen und Wettbewerbsverhalten erwerben • betriebswirtschaftliche Zusammenhänge und Wechselbeziehungen praktisch erfahren und reflektieren können • die Entstehung von Ergebnissen infolge des Zusammenwirkens von Maßnahmen betriebswirtschaftlich fundiert analysieren, darstellen und bewerten können • gruppendynamische Prozesse bewältigen können und gestalten lernen ... sowie im Bereich Business Intelligence (b) ... • integrierte Planungsaktivitäten konstruieren und bewerten können • IT-Werkzeuge zur Entscheidungsfindung und Auswertung betrieblicher Ergebnisdaten selbst entwickeln können sowie deren Anwendung beherrschen				
3	Inhalte a) Unternehmensplanspiel Ludus • Betriebswirtschaftliche und organisatorische Einführung • Teambildung und Gruppendynamik • Entscheidungsparameter und ökonomische Grenzwerte • Entscheidungsfindung und Reaktionstest (Testrunde) • Werkzeuganpassung • Entscheidungsfindung und Spielauswertung für zwei Geschäftsjahre (8 Quartale) • Reaktion auf Parameteranpassungen in den jeweiligen Planungsperioden • Analyse der jeweiligen Quartalsergebnisse unter Berücksichtigung strategischer Informationen durch die Spielleitung und Umsetzung in neue Entscheidungen • Überprüfung der Strategie nach Ablauf des 1. Geschäftsjahres • Abschlussräsentation der Unternehmen und der wirtschaftlichen Ergebnisse durch die von Studierenden gebildeten Teams • Vergleichende Bewertung der Unternehmensergebnisse durch die Spielleitung b) Business Intelligence • Grundlagen und praktische Anwendungen (Microsoft Excel) ○ Planungs- und Steuerungsinstrumente ○ Produktions- und Distributionsplanung				

	○ Deckungsbeitragsplanung ○ Finanz- und Liquiditätsplanung, Erlös-Abweichungsanalyse • OLAP ○ Multidimensionale Datenmodellierung in relationalen und multidimensionalen Datenbanken ○ Ergebnisanalyse mit einem OLAP-Werkzeug (Jedox Suite) • Data Mining
4	Lehrformen • Seminare zur Planspieleinführung, Zwischen- und Endauswertung • Workshop zur Teambildung • Konkurrenzorientiertes Unternehmensplanspiel • Computergestützter Planspielablauf in einem LAN • Vermittlung der theoretischen Grundlagen in Form von seminaristischem Unterricht, Fallstudien und Selbststudium • Intensive, praktische Übungen auf der Basis professioneller Anwendungen im IT-Labor in Einzel- und Gruppenarbeit
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Prüfungsvoraussetzung: Nachweis von 129 Credits Inhaltlich: Empfohlen: Studium nach Studienverlaufsplan, insb. Inhalte der Pflichtmodule BWL 1, BWL 2 und Wirtschaftsinformatik; ausgeprägtes Interesse an Fragestellungen der Wirtschaftsinformatik und des Controllings wird erwartet.
6	Prüfungsformen: 1/3 Spielerfolg im Semester-bezogenen und im historischen Vergleich sowie Semester-bezogene Lernkurve anhand der Spielergebnisse, 1/3 Abschlusspräsentation zur Analyse des Spielerfolgs (70 Minuten je Team), 1/3 Klausur Business Intelligence (45 Minuten)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen): keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote: gemäß den Credits 12 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Kalmring (Modulbeauftragter und Lehrender) Prof. Dr. Lachmann (Modulbeauftragte und Lehrende) Dipl.-Betriebswirt Stocks (Lehrbeauftragter)
11	Sonstige Informationen Pflichtlektüre: • Böttcher, Tido: LUDUS: Ergebnisrechnung: 3 Produkte auf 4 Märkten. Staufenberg 2002 • Böttcher, Tido: LUDUS: Entscheidungsfeld: Eigenfertigung. Staufenberg 2002 • Gluchowski, Peter; Chamoni, Peter (Hrsg.): Analytische Informationssysteme: Business Intelligence-Technologien und -Anwendungen. Springer Gabler (2016) • Kemper, Hans-Georg; Baars, Henning: Business Intelligence: Arbeits- und Übungsbuch. Vieweg 2008

	• Kemper, Hans-Georg; Mehanna, Walid; Unger, Carsten: Business Intelligence: Grundlagen und praktische Anwendungen. 3. Auflage, Vieweg 2010 Zusätzlich empfohlene Literatur: • Böttcher, Tido: LUDUS: Entscheidungshilfen. 2. Auflage, Staufenberg 1999 • Engels, Christoph: Basiswissen Business Intelligence. W3I 2008 • Gabriel, Roland; Gluchowski, Peter; Pastwa, Alexander: Datawarehouse und Data Mining. W3I 2009 • Gerths, Holger; Hichert, Rolf: Professionelle Geschäftsdiagramme nach den SUCCESS-Regeln gestalten. Haufe-Lexware 2011 • Gieringer, Dietmar et al.: Microsoft Excel 2013: Das Handbuch. Microsoft Press 2013 • Hahne, Michael: Modellierung von Business-Intelligence-Systemen: Leitfaden für erfolgreiche Projekte auf Basis flexibler Data-Warehouse-Architekturen. dpunkt 2014 • Held, Bernd; Erb, Hartmut: Advanced Controlling mit Excel: Unternehmenssteuerung mit OLAP und PALO. Franzis 2006 • Kimball, Ralph; Ross, Margy: The Data Warehouse Toolkit: The Definitive Guide to Dimensional Modeling. 3rd Edition, Wiley Computer Publishing 2013 • Runkler, Thomas A.: Data Mining: Methoden und Algorithmen intelligenter Datenanalyse. Vieweg 2011 • Schels, Ignatz; Seidel, Uwe: Excel 2016 im Controlling: Professionelle Lösungen für Controlling, Projekt- und Personalmanagement. Carl Hanser 2016 • Schön, Dietmar: Planung und Reporting: Grundlagen, Business Intelligence, Mobile BI und Big-Data-Analytics. 2. Auflage, Springer Gabler 2015 Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturangaben sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.
--	--

M23 e: Projekt Steuern und Rechnungslegung					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M23 e	300 h	12	V: 6. Sem. T: 11. Sem.	i.d.R. in jedem Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Projekt Teil 1 b) Projekt Teil 2 c) Projekt Teil 3	Kontaktzeit a) 2 SWS / 30 h b) 2 SWS / 30 h c) 2 SWS / 30 h	Selbststudium 210 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Befähigung der Studierenden zielgerichtet Lösungen zu praxisrelevanten Problemstellungen aus dem Lehrgebiet eigenständig und selbstorganisiert zu entwickeln, zu dokumentieren und zu präsentieren. Dabei liegen jedem Projektteil jeweils praxisrelevante aktuelle Problemstellungen aus einem der Bereiche der beiden Lehrgebiete Steuern und Rechnungslegung zugrunde. Bezüge zwischen den Bereichen werden hergestellt. Eigenständige praxisgerechte Umsetzung des in den relevanten Veranstaltungen vermittelten Fach- und Methodenwissens sowie der persönlichen Sozial- und Kommunikationskompetenz.				
3	Inhalte Generell sollen Entscheidungsprobleme aus steuerlicher Sicht anhand vorgegebener Entscheidungskriterien selbstständig analysiert, strukturiert und gelöst werden. Jedem Projektteil liegen jeweils praxisrelevante aktuelle Problemstellungen aus einem der Bereiche der beiden Lehrgebiete Steuern und Rechnungslegung zugrunde. Zur Sicherstellung aktueller Bezüge erfolgt keine Vorfestlegung auf bestimmte Inhalte aus den betreffenden Lehrgebieten. Beispielhaft können folgende Bearbeitungsfelder genannt werden: - Anwendung der in der Praxis der Steuerberatung häufig eingesetzten DATEV-Software, anhand derer die Studierenden in Kleingruppen für den konkreten Fall eines produzierenden Betriebs die Erstellung des Jahresabschlusses und der betrieblichen Steuererklärungen am PC simulieren. - Bearbeitung ausgewählter Entscheidungsprobleme aus steuerlicher Sicht, z.B. Gestaltungsansätze bei Übertragungen im Rahmen der vorweggenommenen Erbfolge oder steuerliche Gestaltungen bei der betrieblichen Altersvorsorge. - Bearbeitung praktischer Anwendungsfragen des nationalen und internationalen Bilanzrechts. Die Auswahl der gewählten Problemstellung jedes Projektteils erfolgt vor Beginn der Veranstaltungen und wird den Studierenden (Modulteilnehmern) schriftlich per Aushang mitgeteilt. Aufgrund der hohen Änderungsgeschwindigkeit der einschlägigen gesetzlichen Normen und der praxisrelevanten Problemstellungen bleiben Anpassungen der Lehrinhalte an aktuelle Entwicklungen in Gesetzgebung, Rechtsprechung und Praxis vorbehalten.				

4	Lehrformen Soweit neue Lehrinhalte betroffen sind, erfolgt die Vermittlung und Einübung durch einen die Teilnehmer aktivierenden seminaristischen Unterricht. Hierbei werden die Inhalte bzw. Problemstellungen auf der Basis aktueller Beispiele bzw. Problemstellungen verdeutlicht. Zur Vorbereitung auf die Prüfung und zur laufenden Lernkontrolle erfolgen integrierte Übungen auch mit Alt-Klausuren. Didaktische Hilfsmittel sind i.d.R. Powerpoint-Präsentationen und Verschriftlichungen mittels Visualizer sowie die Nutzung von Anwendungssoftware. Zudem hoher Anteil projektorientierter Kleingruppenarbeit bzw. Eigenarbeit der Studierenden und ggf. zeitweise PC-Einsatz. Ggf. Einsatz von Gruppenarbeit zur getrennten Bearbeitung verschiedener Handlungsalternativen für eine Problemstellung bzw. für die getrennte Bearbeitung verschiedener Problemstellungen mit anschließender Präsentation und Diskussion der Ergebnisse.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Prüfungsvoraussetzung: Nachweis von 129 Credits Inhaltlich: Empfohlen: Stoffinhalte der Module „Dokumentationsfunktion der Bilanzierung“ und „Steuereinflüsse im Unternehmen“ sowie „Steuergestaltung durch Rechtsformwahl“ und „Steuerplanung im Unternehmen“.
6	Prüfungsformen Einsatz verschiedener Prüfungsformen: • PC-gestützte Klausur • Präsentation • Schriftliche Hausarbeit • Schriftliche Klausur Die jeweiligen Prüfungsformen, deren Umfang und die Gewichtungen zur Ermittlung der Endnote werden jeweils in den ersten beiden Wochen des Semesters den Studierenden (Modulteilnehmern) schriftlich mitgeteilt. Maximal drei Prüfungsleistungen pro Semester mit ggf. zeitnah erfolgtem Feedback als Basis der individuellen Kompetenzentwicklung.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 12 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Graetz (Modulbeauftragter und Lehrender) Prof. Dr. Jurowsky (Modulbeauftragter) Prof. Dr. Jödicke (Modulbeauftragter und Lehrender) N.N. (Lehrbeauftragter)

11	Sonstige Informationen Gastvorträge von Vertretern der Praxis. Literatur: Es wird auf die Literatur verwiesen, die in den Literaturhinweisen der einzelnen relevanten Module (siehe Teilnahmevoraussetzungen) verwendet wird. Bei Bedarf ggf. zusätzliche Literaturempfehlungen in Abhängigkeit von der bearbeiteten Problemstellung. Wird vom jeweiligen Dozenten zu Beginn der Veranstaltungszeit mitgeteilt bzw. muss von den Studierenden selbst erarbeitet werden.
----	--

M23 f: Projekt Personalmanagement					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M23 f	300 h	12	V: 6. Sem. T: 11. Sem.	i.d.R. jedes Sommersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Projekt Personalmanagement	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach dem Besuch des Moduls „Projekt Personalmanagement“ werden die Studierenden in der Lage sein, - eine aktuelle wissenschaftliche und/oder praxisbezogene Fragestellung aus dem Personalmanagement selbstständig thematisch durchdrungen und erarbeitet zu haben. - die im Studium bereits erworbenen Methodenkenntnisse, insb. Projektmanagementmethoden und statistische Methoden der empirischen Sozialforschung, gezielt anzuwenden und zu vertiefen. - bei der Bearbeitung der jeweiligen Fragestellung die grundlegenden Standards des wissenschaftlichen Arbeitens zu erproben. - die gewonnenen Erkenntnisse zielgruppengerecht aufbereiten und präsentieren zu können (wissenschaftliche Präsentation versus Managementpräsentation).				
3	Inhalte - Die Projektthemen werden zu Beginn des Semesters durch den Dozenten vorgestellt. In der Regel können die Studierenden zwischen mehreren Themen wählen. - Mindestens ein Projektthema wird in der Regel von einem externen Projektpartner (Unternehmen oder andere Organisation) in Absprache mit dem Dozenten bearbeitet. Der Wissenschaft-Praxis-Transfer wird dadurch gezielt gefördert. - Die Bearbeitung der Projekte erfolgt in Kleingruppen. - Die Struktur der Lehrveranstaltung orientiert sich an den Phasen der durch die Studierenden zu erstellenden Projektpläne. - Der Dozent wirkt fallweise auf die Steuerung der Projekte ein, um die Qualitätssicherung zu gewährleisten. Zudem stellt er die kontinuierliche Betreuung sicher, so dass der Projektfortschritt gesichert ist. - In regelmäßigen Sitzungen werden auch gruppenspezifische Prozesse und mögliche Konflikte thematisiert und reflektiert. - Die Ergebnisse der Projektarbeit werden am Ende der Veranstaltung präsentiert sowie durch die Gesamtgruppe und möglicherweise durch Praktiker bewertet und reflektiert.				
4	Lehrformen Projektorientierte Kleingruppenarbeit mit Betreuung und Moderation durch den Dozenten.				

5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Prüfungsvoraussetzung: Nachweis von 129 Credits Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Kombinationsprüfung aus Ergebnispräsentation (1/3) und Hausarbeit (2/3)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 12 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Bugge (Modulbeauftragter und Lehrender)
11	Sonstige Informationen Literatur • Scholz, C. (2014). Grundzüge des Personalmanagements. München: Vahlen. • Stock-Homburg, R. (2010). Personalmanagement. 2. Auflage, Wiesbaden: Gabler. • Döring, N. & Bortz, J. (2016). Forschungsmethoden und Evaluation. 5. Auflage, Berlin & Heidelberg: Springer. • Bortz, J. & Schuster, C. (2010). Statistik. Berlin & Heidelberg: Springer. • Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W. & Weiber, R. (2011). Multivariate Analysemethoden. 13. Auflage, Berlin & Heidelberg: Springer. Weitere Literatur wird themenbezogen verwendet. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M23 g: Projekt Unternehmenskäufe und Unternehmensumstrukturierungen					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M23 g	300 h	12	V: 6. Sem. T: 11. Sem.	i.d.R. in jedem Sommersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Unternehmenskäufe und Unternehmensumstrukturierungen		Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Kompetenz in der Praxis an Projekten aus den Bereichen Mergers and Acquisitions (M&A) und Umstrukturierung von Unternehmen mitzuarbeiten. Befähigung zu eigenständigem wissenschaftlichem Arbeiten. Entwicklung praxisrelevanter Schlüsselqualifikationen wie insbesondere Organisation von Projekten, interkulturelle Kompetenz, Verhandlungsstrategien und Präsentationstechniken.				
3	Inhalte (1) Im Bereich Unternehmenskäufe: • Der Letter of Intent (LoI) • Due Diligence (DD) und Vendor Due Diligence (VDD) • Share Deal vs. Asset Deal • Der Unternehmenskaufvertrag (SPA) • Signing und Closing • Die Legal Opinion • Organhaftung und Business Judgement Rule (2) Im Bereich Unternehmensumstrukturierungen: • Umwandlungsgesetz und NC der Umwandlungsformen • Verschmelzungen • Spaltungen • Formwechsel • grenzüberschreitende Umwandlungen • Umwandlungen außerhalb des UmwG				

4	Lehrformen Kombination von • Darstellungen des Dozenten primär in Form von seminaristischen Gesprächen, einschließlich der Besprechung von Originaldokumenten: Due Diligence-Report, englischsprachiges „Share Purchase and Transfer Agreement“, etc.; • Arbeit in Gruppen in den Veranstaltungen, insbesondere z.B. bei der Erstellung/Bearbeitung von Dokumenten, einschließlich der Simulation von Verhandlungen in einer Case Study; • Eigenständige Erstellung der Projektarbeit (15 bis 20 Seiten) entsprechend Thesis-Vorgaben: eigenständige Erarbeitung eines Themas durch jeden Teilnehmer (mit Unterstützung des Dozenten); • Präsentationen der Projektarbeiten durch die Studierenden mit anschließender Diskussion.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Prüfungsvoraussetzung: Nachweis von 129 Credits Inhaltlich: Empfohlen: Erfolgreicher Besuch des Support Moduls Wirtschaftsrecht 1.
6	Prüfungsformen: Projektarbeit, Präsentation und Mitarbeit (Gewichtung: je 1/3 der Gesamtnote)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen): Bachelor Taxation Dual
9	Stellenwert der Note für die Endnote: gemäß den Credits 12 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. jur. Fischer, M.C.J. (Modulbeauftragter und Lehrender)
11	Sonstige Informationen <u>Handbücher</u> • Hölters, Handbuch Unternehmenskauf, 8. Aufl. 2015 • Merkt/Göthel, Internationaler Unternehmenskauf, 3. Aufl. 2011 • Picot, Handbuch Mergers & Acquisitions, 5. Aufl. 2012; ders. Unternehmenskauf und Restrukturierung, 4. Aufl. 2013 • Stoye-Benk, Christiane; Handbuch des Umwandlungsrechts für die rechtsberatende und notarielle Praxis, 3. Aufl. 2012 <u>Formularbücher</u> • Seibt, Beck'sches Formularbuch Mergers & Acquisitions, 3. Aufl. 2017 • Münchener Vertragshandbuch, Band 1 Gesellschaftsrecht, 7. Aufl. 2011

	<u>Kommentare</u> • Lutter, Marcus / Winter, Martin, Hrsg., Umwandlungsgesetz, 2 Bände, 5. Aufl. 2014 • Kallmayer, Harald, Hrsg., Umwandlungsgesetz, 6. Aufl. 2017 Jeweils in der aktuellen Auflage. Eine ausführliche Literaturliste wird zu Beginn der Veranstaltung verteilt. Die genannten Werke sowie weitere Literatur stehen im Semesterapparat in der Bibliothek der Hochschule grds. in aktueller Fassung bereit. Diverse Handouts und Aufsätze des Modulbeauftragten werden im Rahmen der Veranstaltung verteilt.
--	---

M24: Projektseminar Thesis						
Kennnummer		Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M24		200 h	8	V: 6. Sem. T: 12. Sem.	jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens b) Grundlagen der empirischen Sozialforschung		Kontaktzeit a) 2 SWS / 30 h b) 2 SWS / 30 h		Selbststudium 140 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach der Bearbeitung des Bereichs „Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens“ (a) verfügen die Studierenden über • fachliche und methodische Kompetenzen potentielle Arbeitsgebiete für die eigene Thesis zu entwickeln. • geeignete Methoden Quellen für wissenschaftliche Arbeiten zu recherchieren und angemessen damit umzugehen. • die Fähigkeit die Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens bei ihrer Thesis anzuwenden und haben dieses durch eigene Arbeitsproben geübt. Und nach Bereich „Grundlagen der empirischen Sozialforschung“ (b) verfügen die Studierenden über • die Fähigkeit Instrumente der empirischen Sozialforschung auf verschiedene Fragestellungen anzuwenden und für eigene Arbeiten zum Einsatz zu bringen.					
3	Inhalte Teil 1: Methoden des Wissenschaftlichen Arbeitens: • Kenntnis der Anforderungen an eine Thesis im Fachbereich und relevanter Richtlinien • Forschungsfragen, Untersuchungsdesigns und Gliederungstechniken • Entwicklung von Recherchestrategien und Durchführung von eigenen Recherchen • Literaturformate, Zitationsstile, Verzeichnisse, Schreibstile Teil 2: Grundlagen der empirischen Sozialforschung: • Wissenschaftstheoretische Grundbegriffe • Planung und Design einer empirischen Untersuchung • Auswahlverfahren und Formen der Datenerhebung • EDV-basierte Berechnung, Darstellung und Interpretation deskriptiver statistischer Maße für ein- und mehrdimensionales Datenmaterial • EDV-basierte Anwendung von Testverfahren der analytischen Statistik					

4	Lehrform: Seminaristischer Unterricht. In der Veranstaltung werden interaktive Lehrformate wie beispielsweise Anwendungsfälle, Gruppenaufgaben, begleitende Übungsaufgaben, Online-Quiz und Arbeitsproben genutzt, um eine laufende Lernkontrolle zu ermöglichen.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Prüfungsvoraussetzung: Nachweis von 129 Credits Inhaltlich: Empfohlen: Studium laut Studienverlaufsplan.
6	Prüfungsformen: Modulprüfung (Portfolio) Grundlagen der empirischen Sozialforschung • Gruppenarbeit mit Präsentation (40 %) Praktische Anwendung: • Klausur, 45 Minuten (20 %) • Hausarbeit inkl. Recherchebericht (40 %)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 8 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Thiele (Modulbeauftragte und Lehrende) Prof. Dr. Schwarz (Lehrender) Prof. Dr. Steusloff (Lehrende) N.N. (Lehrbeauftragte)
11	Sonstige Informationen In Zusammenarbeit mit der Hochschulbibliothek der Hochschule Düsseldorf. Literatur Teilmodul 1: • Bänsch, A./ Alewell, D.: Wissenschaftliches Arbeiten, 11. Aufl., München: Oldenbourg Verl. 2013. • Disterer, G.: Studienarbeiten schreiben: Seminar-, Bachelor-, Master- und Diplomarbeiten in den Wirtschaftswissenschaften, 7. Aufl., Berlin u.a.: Springer 2014. • Franck, N./ Stary J. (Hg.): Die Technik wissenschaftlichen Arbeitens: eine praktische Anleitung, 17. Aufl., Paderborn u.a.: Schöningh 2013. • Heesen, B.: Wissenschaftliches Arbeiten: Methodenwissen für das Bachelor-, Master- und Promotionsstudium, 3. Aufl., Berlin: Springer 2014. • Kornmeier, M.: Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht. Für Bachelor, Master und Dissertation, 7. Aufl., Bern: Haupt Verlag 2016. • Möllers, T.: Juristische Arbeitstechnik und wissenschaftliches Arbeiten, 7. Aufl., München: Vahlen, 2014. • Prexl, L.: Mit digitalen Quellen arbeiten: Richtig zitieren aus Datenbanken, E-Books, YouTube und Co., Paderborn: Schöningh 2015.

- Samac, K./ Prenner, M./Schwetz, H.: Die Bachelorarbeit an Universitäten und Fachhochschulen: Ein Lehr- und Lernbuch zur Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten, 3. Aufl., Wien: facultas wuv 201
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten: Technik – Methoden - Form, 16. Aufl., München: Vahlen 2013.
- Töpfer, A.: Erfolgreich Forschen. Ein Leitfaden für Bachelor-, Master-Studierende und Doktoranden, 3. Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler 2012.

Literatur Teilmodul 2:

- Atteslander: Methoden der empirischen Sozialforschung, 13. Aufl., 2010
- Bamberg/Baur/Krapp: Statistik, 18. Aufl., 2017
- Endruweit: Empirische Sozialforschung. Wissenschaftstheoretische Grundlagen, 2015
- Groves et al.: Survey Methodology, 2. Aufl., 2009
- Grunwald/Hempelmann: Angewandte Marktforschung. Eine praxisorientierte Einführung, 2012
- Grunwald/Hempelmann: Übungen zur angewandten Marktforschung, 2013
- Kromrey/Roose/Strübing: Empirische Sozialforschung, 13. Aufl., 2016
- Kuß/Wildner/Kreis: Marktforschung. Grundlagen der Datenerhebung und Datenanalyse, 5. Aufl., 2014
- Mayer: Interview und schriftliche Befragung, 6. Aufl., 2013
- Schnell/Hill/Esser: Methoden der empirischen Sozialforschung, 9. Aufl., 2011
- Winker: Empirische Wirtschaftsforschung und Ökonometrie, 3. Aufl., 2010
- Berinato, Good Charts: The HBR Guide to Making Smarter, More Persuasive Data Visualizations, Harvard Business Review, 2016.

Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage.

Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M25: Employability Workshop					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M25	125 h	5	V: 7. Sem. T: 13. Sem.	jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Employability Workshop	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 65 h	geplante Gruppengröße 40 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach dem Besuch des Moduls „Employability Workshop“ werden die Studierenden in der Lage sein, • die aktuelle Arbeitsmarktsituation sowie sich abzeichnende Trends zu kennen und Rückschlüsse für ihre eigene Bewerbungsstrategie ableiten zu können. • tiefergehende Kenntnisse über ihre eigenen berufsbezogenen Stärken und Interessen erlangt zu haben, diese kritisch reflektieren und persönliche Entwicklungsfelder ableiten zu können. • unterschiedliche Wege und Kanäle zu kennen, um an potenziell geeignete Arbeitgeber herantreten zu können. • schriftliche Bewerbungsunterlagen erstellen zu können, die den derzeitigen Anforderungen von Unternehmen und anderen Organisationen genügen. • Sicherheit in der Beherrschung typischer Personalauswahlverfahren (z.B. Assessment Center, Einstellungsinterview) zu erlangen.				
3	Inhalte • Arbeitsmarkt in Deutschland • Berufsbezogene Stärken und Interessen • Identifikation potenziell geeigneter Arbeitgeber und Stellen • Erstellung von Bewerbungsunterlagen • Beherrschung von typischen Personalauswahlverfahren				
4	Lehrformen seminaristischer Unterricht, zahlreiche praktische Übungen, ggf. Gastvorträge zu Anforderungen an Absolventen aus Sicht von Unternehmen oder anderen Organisationen				
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Prüfungsvoraussetzung: Nachweis von 158 Credits Inhaltlich: keine				
6	Prüfungsformen Kombinationsprüfung aus einer schriftlichen Unterlage (Erstellung einer Bewerbungsmappe bestehend aus mind. einem Anschreiben zu einer vorgegebenen Stellenausschreibung sowie				

	einem Lebenslauf) sowie einer Präsentation zu einem vorgegebenen, arbeitsmarkt- und/oder einstellungsbezogenem Thema.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung : Die schriftliche Unterlage geht mit einer Gewichtung von 2/3 in die Endnote ein, die Präsentation mit 1/3.
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 5 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Bugge (Modulbeauftragter und Lehrender) N.N. (Lehrbeauftragte)
11	Sonstige Informationen Literatur • Hesse, Jürgen; Schrader, Hans-Christian: Das 1x1 der erfolgreichen schriftlichen Bewerbung - Aufbau und Gestaltung. Musterbeispiele. Internetbewerbung. Frankfurt / Main 2008. • Hofert, Svenja: Bewerben ohne Bewerbung: Alternative Erfolgsstrategien in schwierigen Zeiten. Frankfurt / Main 2005. • Püttjer, Christian; Schnierda, Uwe: Das große Bewerbungsbuch, 6. Aufl. Frankfurt / Main 2010 Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M26: Thesis					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M26	300 h	12	V: 7. Sem. T: 14. Sem.	jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen ---	Kontaktzeit ---	Selbststudium 300 h	geplante Gruppengröße ---	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden dokumentieren durch die erfolgreiche Fertigstellung der Bachelor-Thesis, dass sie in der Lage sind, innerhalb einer vorgegebenen Frist eine Aufgabenstellung aus ihrem Fachgebiet selbständig und nach wissenschaftlichen Methoden schriftlich zu bearbeiten.				
3	Inhalte Wissenschaftliche schriftliche Arbeit zu einem Thema aus dem wirtschaftswissenschaftlichen Fachgebiet.				
4	Lehrformen Betreute wissenschaftliche Arbeit.				
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Nachweis von mindestens 150 Credits und erfolgreicher Abschluss des Moduls „Projektseminar Thesis“ Inhaltlich: Empfohlen: Pflichtmodule				
6	Prüfungsformen: Eigenständige wissenschaftliche, schriftliche Thesis-Arbeit; Richtumfang: 45 bis 55 Seiten (ohne Gliederung, Verzeichnisse, Anhang).				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung (Thesis-Arbeit)				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine				
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 12 / 210				
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Alle hauptamtlich Lehrenden				
11	Sonstige Informationen Literatur abhängig von der Themenstellung. Zusätzlich empfohlene Literatur zum wissenschaftlichen Arbeiten: Siehe M24 Projektseminar Thesis. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.				

M27: Kolloquium					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M27	75 h	3	V: 7. Sem. T: 14. Sem.	jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen ---	Kontaktzeit ---	Selbststudium 75 h	geplante Gruppengröße ---	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden dokumentieren durch den erfolgreichen Abschluss des Kolloquiums, dass sie in der Lage sind, in einer kritischen Diskussion die Ergebnisse ihrer Thesis, deren fachliche Grundlagen, fachübergreifende Zusammenhänge und außerfachliche Bezüge im Prüfungsgespräch darzustellen, selbständig zu begründen und ihre Bedeutung für die betriebliche Praxis einzuschätzen.				
3	Inhalte Diskussion und Reflexion der Inhalte der Thesis.				
4	Lehrformen Mündliche Prüfung / offenes Prüfungsgespräch.				
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Bestandene Bachelor-Thesis Inhaltlich: Empfohlen: Pflichtmodule				
6	Prüfungsformen: Mündliche Prüfung, 30 Minuten				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung (mündliche Prüfung)				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine				
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 3 / 210				
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Alle hauptamtlich Lehrenden				
11	Sonstige Informationen ---				