

Modulhandbuch Betriebswirtschaftslehre und Management

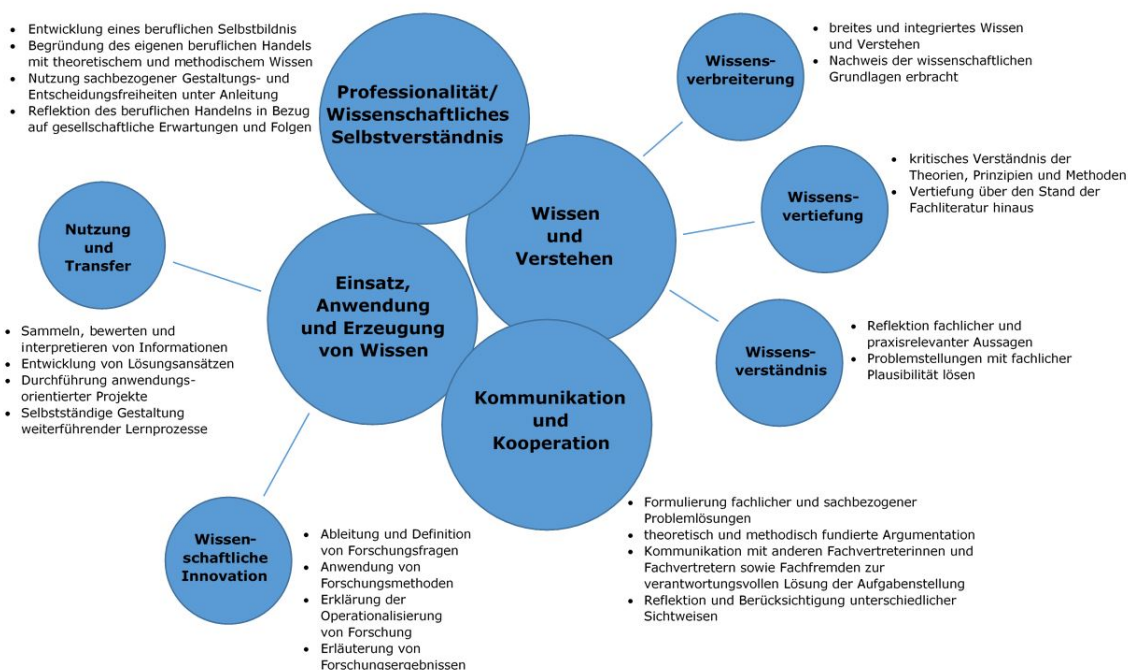
Bei der Gestaltung eines Studiengangs wird zusätzlich zu Studien- und Prüfungsordnungen ein Modulhandbuch erstellt, das eine inhaltliche Beschreibung der Module und die zu erwerbenden Kompetenzen enthält. Module können verpflichtend oder Teil des Wahlbereiches sein. Jedes Modul wird mit einer Modulabschlussprüfung abgeschlossen und mit einer bestimmten Anzahl an Kreditpunkten versehen. Studiengänge und damit auch Module sind konsequent von den zu erreichenden Qualifikationszielen (Learning Outcomes) her konzipiert.

In den Feldern

- Wissen und Verstehen,
- Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen,
- Wissenschaftliches Selbstverständnis/Professionalität und
- Kommunikation und Kooperation

werden Kompetenzen im Verlauf des Studiums im jeweiligen fachspezifischen Kontext erworben. Dabei werden nicht alle Kompetenzen oder deren Ausprägungen in jedem Modul erworben; relevant ist, dass am Ende des Studiums die Studierenden alle Kompetenzen erworben haben.

Basis hierfür ist der Qualifikationsrahmen für Deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) und die Musterrechtsverordnung gemäß Artikel 4 Absätze 1 – 4 des Studienakkreditierungsstaatsvertrag der Kultusministerkonferenz.



Bachelor-Ebene

Studiengangsziele

Der Studiengang Betriebswirtschaftslehre und Management der Hochschule Ravensburg-Weingarten ist konzipiert als grundständiger Studiengang, der in 7 Semestern Vollzeitstudium zum Abschlussgrad des Bachelor of Arts führt. Er ist durch ein breit angelegtes, praxisorientiertes Pflichtstudium und eine Vertiefung in für die Employability besonders relevanten Funktionen (Marketing/Vertrieb, Controlling und Personalmanagement) gekennzeichnet. Die Absolventinnen und Absolventen sollen über breit gefächerte Fach- und Methodenkompetenz verfügen, damit sie grundsätzlich für den Einsatz in allen betriebswirtschaftlichen Funktionsgebieten und Betriebstypen befähigt sind, wobei in den meisten Modulen eine industrielle Ausrichtung vorherrscht. Sie sollen zudem ihre Persönlichkeit weiter ausbilden können und die für die Arbeit im Berufsbild der Betriebswirtin bzw. des Betriebswirts erforderliche Sozialkompetenz erwerben bzw. vertiefen. Sie sollen insbesondere in der Lage sein, selbstständig und fachgerecht Probleme der Berufspraxis zu analysieren und sachgerechte Lösungen zu erarbeiten.

Inhalt Module

Grundstudium

P1 Fachgrundlagen und Nachhaltigkeit
P2 Volkswirtschaftslehre
P3 Produktion
P4 Investition & Finanzierung
P5 Buchhaltung & Bilanzierung
P6 Mathematik
P7 Marktbearbeitung
P8 Statistik
P9 Geschäftsprozessmanagement
P10 Kostenrechnung/Controlling
P11 Rechtliche Grundlagen
P12 Professional English
P13 Personal & Organisation
P14 Management
P15 Steuerrecht
P16 Betriebliche Informationssysteme
P17 Logistikmanagement
P18 Projekt-, Teammanagement

Hauptstudium

P19 Arbeitsrecht & Personaladministration
P20 Controlling
P21 Internationales Management
P22 Marketingmanagement
WP Controlling 1
WP Controlling 2
WP Controlling 3
WP Controlling 4
WP Personal 1
WP Personal 2
WP Personal 3
WP Personal 4
WP Marketing/Vertrieb 1
WP Marketing/Vertrieb 2
WP Marketing/Vertrieb 3
WP Marketing/Vertrieb 4
P23 Wahlfächer
Praxissemester
P24 Abschluss
Direktmarketing
Wissenschaftliches Arbeiten
Innerbetriebliche Kommunikation und Konfliktmanagement
Digital Marketing Management
Digitale Geschäftsmodelle & Strategien im Handel

Marketing im Wandel am Beispiel von Konsumgütern
Interkulturelle Geschäftskommunikation
Business Analysis and Valuation (in English)
Unternehmensbewertung

Modul: P1 Fachgrundlagen und Nachhaltigkeit

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	01
Modultitel:	P1 Fachgrundlagen und Nachhaltigkeit
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Alexander Dühnfort
Art des Moduls:	Pflicht
Grund-/Hauptstudium:	Grundstudium
Inhalt des Moduls:	Betriebswirtschaftslehre als Wissenschaft, Gründe des Wirtschaftens: Bedarf und Bedarfsdeckung, Betriebe als wirtschaftende Institutionen und ihre Stakeholder, Grundsätze des Wirtschaftens, Ziele von Wirtschaftssubjekten, Produktive Kräfte von Wirtschaftssubjekten, Konstitutive Entscheidungen von Wirtschaftssubjekten, Funktionsgebiete des Wirtschaftens; Grundlagen nachhaltiger Entwicklung, Grundlagen betrieblicher Nachhaltigkeit, nachhaltige Unternehmensführung und -strategie.
Veranstaltungen:	1201 Einführung in die Betriebswirtschaftslehre 6918 Grundlagen wirtschaftlicher Nachhaltigkeit
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung mit integrierten Übungen
Voraussetzungen für die Teilnahme:	
Verwendbarkeit des Moduls:	Dieses Modul dient als Einstieg in die BWL, ebenso werden Kompetenzen erworben, die für das Studierenden (Lernen lernen, Wissenschaftliches Arbeiten) an sich benötigt werden. Alle nachfolgenden Module bauen auf diesem Modul auf.
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Klausur, 60 Min.
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> - Thommen, Jean-Paul et al. (2012): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre - Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht, 8. Auflage, Wiesbaden (Springer Gabler). - Schneider, Dieter (2011): Betriebswirtschaftslehre als Einzelwirtschaftstheorie der Institutionen, Wiesbaden (Springer Gabler). - Känel, Siegfried von (2018): Betriebswirtschaftslehre – Eine Einführung, Wiesbaden (Springer Gabler). - Wöhe, Günter und Ulrich Döring, Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 23. Aufl., München 2008. - Bea, Franz Xaver und Marcell Schweitzer, Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Bd. 1: Grundlagen, 10. Aufl., Stuttgart 2009. - Bea, Franz Xaver, Marcell Schweitzer und Erwin Dichtl (Hrsg.), Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Bd. 3: Leistungsprozeß, 8. Aufl. oder neuer, Stuttgart 2002.
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

- Studierende lernen die Elemente eines Forschungsprozesses kennen und können erste Bausteine selbst praktisch entwerfen
- Studierende können die Unterscheidung zwischen qualitativer Forschung benennen, begründen und darlegen
- Studierende entwickeln eigene Forschungsfragen und können mögliche Ungenauigkeiten erkennen und begründen
- Studierende lernen die Inhalte und den Aufbau einer studentischen Hausarbeit kennen

Schwerpunkt:

Verbreiterung des Vorwissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Absolventinnen und Absolventen können typische betriebswirtschaftliche Problemstellungen beschreiben und in ausgewählten Beispielen fachgerechte Lösungsansätze erarbeiten.

Studierende lernen Methoden zum Lesen von wissenschaftlichen Texten kennen.

Studierende können Lesemethoden in wissenschaftlichen Texten anwenden und deren Bedeutung für das Verständnis und den eigenen Lernprozess begründen.

- Studierende können die Bedeutung des lebenslangen Lernens für ihre berufliche Laufbahn erläutern und begründen

Studierende lernen Strategien der Selbstorganisation kennen und können diese für ihr Studium und ihren Lernerfolg anwenden

Studierende können die Bedeutung der Metakognition nennen, erläutern und sind in der Lage diese für ihr eigenes Lernverhalten und ihren Lernerfolg analytisch durchzuführen

Studierende lernen Methoden des Zeitmanagements kennen und können diese für ihre Planung im Studium anwenden

Studierende lernen Lernerfolgsstrategien am Beispiel von Lerngruppen kennen und können Vor- und Nachteile erläutern

Studierende können Lerngruppen sinnvoll für sich selbst als individuelle Lernkomponente gründen und anwenden

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen können typische betriebswirtschaftliche Problemstellungen und Beobachtungen in der Praxis in einem geeigneten wissenschaftlichen Bezugsrahmen einordnen und kritisch reflektieren.

- Studierende lernen den Weg von einer Idee bis zur Argumentation kennen. Sie können einen Argumentationsaufbau begründen und anwenden

- Studierende kennen den Begriff des vernetzten Denkens und können dies anhand einfacher Beispiele erklären und deuten.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

- Studierende lernen den Rollenbegriff kennen und können unterschiedliche Elemente der Rolle benennen sowie Ursachen und Lösungen zum Rollenkonflikt erklären
- Studierende werden sich der eignen Rolle als Studierende bewusst und können ihre eigene Rollenposition begründen
- Studierende entwickeln Ideen für ihre spätere Rolle in der Berufswelt und erkennen Unterschiede der Anforderungen von akademisch ausgebildeten Mitarbeitern und Kollegen aus Lehrberufen, gleichzeitig nehmen Schreibflusses kennen und können diese anwenden

Modul: P2 Volkswirtschaftslehre

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	02
Modultitel:	P2 Volkswirtschaftslehre
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Cornelia Neff
Art des Moduls:	Pflicht
Grund-/Hauptstudium:	Grundstudium
Inhalt des Moduls:	<p>Volkswirtschaftslehre zeigt, wie Märkte funktionieren, und warum sie auch immer wieder nicht funktionieren. Es wird dabei zwischen zwei Grundlagen-Disziplinen unterschieden.</p> <p>1. Mikroökonomie Im Vordergrund dieses wirtschaftstheoretischen Fachs stehen folgende Themen und Fragestellungen: Wie funktionieren einzelne Märkte, wie treffen die Anbieter ihre Produktionsentscheidungen und wie treffen die Nachfrager ihre Konsumentscheidungen? Darüberhinaus werden einzelne Themen zur ordnungspolitischen Aufgaben des Staates behandelt.</p> <p>2. Makroökonomie Sie betrachtet die Volkswirtschaft gleichsam aus der Vogelperspektive. Sie fasst die vielen einzelnen Märkte für Güter und Dienstleistungen zu einem großen Markt zusammen. Es geht dabei vor allem um gesamtwirtschaftliche Zielgrößen.</p>
Veranstaltungen:	6893 Volkswirtschaftslehre Mikroökonomie 6952 Volkswirtschaftslehre Makroökonomie
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung mit integrierten Übungen
Voraussetzungen für die Teilnahme:	
Verwendbarkeit des Moduls:	
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Klausur, 60 Min.
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	<p>Pflichtlektüre: Peter Bofinger, Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 4. Auflage, 2015, PEARSON Weiterführende Literatur: Hal R. Varian, Grundzüge der Mikroökonomie, 9. Auflage, 2015, DE GRUYTER OLDENBOURG. Makroökonomik, N. Gregory Mankiw, 1996, 2. Auflage, Gabler Verlag</p>
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Die Studierenden können die wichtigsten Zusammenhänge sowohl in der mikroökonomischen als auch in der makroökonomischen Betrachtungsweise erläutern und auf veränderte Rahmenbedingungen anwenden.

Schwerpunkt:

Verbreiterung des Vorwissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Die Studierenden können veränderte Begebenheiten auf einzelnen Märkte einordnen und ökonomische Rückschlüsse für die Auswirkungen auf den betriebswirtschaftlichen Alltag ziehen. Sie können darüber hinaus aus gesamtwirtschaftliche Zusammenhänge in ihrer Auswirkung auf die betriebswirtschaftlichen Handlungsmöglichkeiten analysieren und erläutern.

Schwerpunkt:

Kommunikation und Kooperation

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Modul: P3 Produktion

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	03
Modultitel:	P3 Produktion
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Andreas Pufall
Art des Moduls:	Pflicht
Grund-/Hauptstudium:	Grundstudium
Inhalt des Moduls:	Die Studierenden bekommen eine praxisorientierte Einführung in die Organisation und Technologien der industriellen Produktion. Hauptinhalte: - Ausgewählte Elemente der Produktionswirtschaft - Ausgewählte Technologien und Verfahren der Produktionstechnik
Veranstaltungen:	1220 Produktionstechnik 3496 Produktionswirtschaft
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung mit Übungen und Fallbeispielen.
Voraussetzungen für die Teilnahme:	
Verwendbarkeit des Moduls:	
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Klausur, 90 Min.
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	Awizus et al. (2012) Grundlagen der Fertigungstechnik, Hanser Verlag. Corsten, H., Gössinger, R. (2012) Produktionswirtschaft; Einführung in das industrielle Produktionsmanagement, Oldenbourg Verlag. Fritz, A. H., Schulz, G. (2012) Fertigungstechnik, Springer Vieweg Günther, H., Tempelmeier, H. (2005) Produktion und Logistik, Springer Verlag. Koether, R., Rau, W. (2008) Fertigungstechnik für Wirtschaftsingenieure, Hanser Verlag. Kummer, S., Grün, O., Jammerneegg, W. (2009) Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik, Pearson Studium. Schmid et al. (2011) Industrielle Fertigung, Verlag Europa-Lehrmittel. Schmid et al. (2013) Produktion, Technologie und Management, Verlag Europa-Lehrmittel. Thonemann, U. (2015) Operations Management, Pearson Studium. Westkämper, E., Warnecke, H-J. (2010) Einführung in die Fertigungstechnik, Springer Verlag. Westkämper, E. (2006) Einführung in die Organisation der Produktion, Springer Verlag. Wiendahl, H-P. (2010) Betriebsorganisation für Ingenieure, Hanser Verlag.
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen können die wichtigsten Aufgaben aus dem strategischen, taktischen und operativen Produktionsmanagement beschreiben und Beziehungen zu anderen Teildisziplinen/Fachrichtungen nennen.

Schwerpunkt:

Verbreiterung des Vorwissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, für konkrete Endprodukte geeignete Fertigungsverfahren technisch und wirtschaftlich zu bewerten und dafür geeignete Produktionsorganisationstypen aufzuzeigen.

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Modul: P4 Investition & Finanzierung

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	04
Modultitel:	P4 Investition & Finanzierung
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. oec. publ. habil. Gerhard Krönes
Art des Moduls:	Pflicht
Grund-/Hauptstudium:	Grundstudium
Inhalt des Moduls:	<p>Das Modul vermittelt Grundkenntnisse der Investitionsrechnung und der Finanzierung und zeigt wesentliche Zusammenhänge, die zwischen den verschiedenen Gegenstandsbereichen des Moduls bestehen, auf.</p> <p>Hauptinhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundbegriffe Investition und Finanzierung - Grundlagen der Investitionsrechnung - Verfahren der Investitionsrechnung - Cashflow und Finanzierung - Finanzierungsarten (Fremd-, Innen- und Eigenfinanzierung) - Optimale Kapitalstruktur: Leverage Effekt - Finanzierung und Insolvenz - Finanzanalyse und Finanzsteuerung
Veranstaltungen:	6122 Investitionsrechnung 3137 Finanzierung
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung mit integrierten Übungen
Voraussetzungen für die Teilnahme:	keine
Verwendbarkeit des Moduls:	
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K60
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> - Becker, Hans Paul, Investition und Finanzierung, 6. Aufl., Wiesbaden 2013. - Blohm, Hans, Klaus Lüder und Christina Schaefer, Investition, 10. Aufl., München 2012. - Bösch, Martin: Finanzwirtschaft: Investition, Finanzierung, Finanzmärkte und Steuerung, aktuelle Auflage, Verlag Franz Vahlen München, ISBN- 13: 978-3800-6525-01 - Däumler, Klaus-Dieter, Jürgen Grabe, Grundlagen der Investitions- und Wirtschaftlichkeitsrechnung, 13. Aufl., Herne, Berlin 2014. - Gaspary, Udo, Tabellen und Formeln für Investitionsrechnungen, München usw. 1979. - Götz, Uwe, Investitionsrechnung, 6. Aufl., Heidelberg 2008. - Kruschwitz, Lutz und Sven Husmann, Finanzierung und Investition, 7. Aufl., München 2012. - Schulte, Gerd, Investition, 2. Aufl., München, Wien 2007. - Troßmann, Ernst, Investition, Stuttgart 1998. - Troßmann, Ernst, Investition als Führungsentscheidung: Projektrechnungen für Controller, 2. Aufl., München 2013. - Zantow, Roger: Finanzwirtschaft des Unternehmens: Die Grundlagen des modernen Finanzmanagements aktuelle Auflage, Verlag Pearson Studium, ISBN: 978-3868942903
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen können die wesentlichen Verfahren der Investitionsrechnung, deren Anwendungsfälle sowie deren wesentliche Parameter beschreiben. Sie können wesentliche Finanzierungsformen für Unternehmen bzw. für Investitionsprojekte beschreiben und damit verbundene Kapitalkosten erläutern.

Schwerpunkt:

Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, mittels sachgerechter Auswahl und Anwendung von Investitionsrechenverfahren die Vorteilhaftigkeit von Investitionsalternativen zu beurteilen.

Absolventinnen und Absolventen kennen die Unterschiede zwischen Eigen- und Fremdkapital. Sie können Finanzierungsalternativen für Unternehmen beurteilen und Instrumente zur Finanzanalyse anwenden.

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Modul: P5 Buchhaltung & Bilanzierung

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	05
Modultitel:	P5 Buchhaltung & Bilanzierung
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Alexander Dühnfort
Art des Moduls:	Pflicht
Grund-/Hauptstudium:	Grundstudium
Inhalt des Moduls:	<p>Das Modul vermittelt Grundlagen für die quantitative Abbildung güter- und finanzwirtschaftlicher Prozesse in gewerblichen Unternehmen mit Fokus auf Kapitalgesellschaften.</p> <p>Hauptinhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Funktion und Bestandteile des handelsrechtlichen Jahresabschlusses - Grundlagen der Finanzbuchhaltung, Technik der doppelten Buchführung - Grundlagen der Umsatzsteuer - Verbuchung von Geschäftsvorfällen in den betrieblichen Funktionsbereichen - Aufstellung des handelsrechtlichen Jahresabschlusses, Abschlussbuchungen - Besonderheiten der steuerlichen Gewinnermittlung
Veranstaltungen:	3126 Buchhaltung und Bilanzierung
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung mit integrierten Übungen
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Keine. Ein einschlägiges Praktikum in einem gewerblichen Unternehmen ist hilfreich für das Gesamtverständnis.
Verwendbarkeit des Moduls:	
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K60
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	<p>- Nickenig/Wesselmann: Angewandtes Rechnungswesen - Eine Einführung in die manuelle und EDV-gestützte Buchführung, Springer Gabler, Wiesbaden (ebook). - Auer/Schmidt: Grundkurs Buchführung - Prüfungsrelevantes Wissen verständlich und praxisgerecht, Springer Gabler, Wiesbaden (ebook). - Zschenderlein, Kompakt-Training Buchführung 1 – Grundlagen, Kiehl, Ludwigshafen. - Blödtner et.al.: Lehrbuch Buchführung und Bilanzsteuerrecht, NWB-Verlag, Herne/Berlin. - Meyer, Claus: Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht: unter Einschluss der Konzernrechnungslegung und der internationalen Rechnungslegung. Darstellung, Kontrollfragen, Aufgaben, Lösungen, NWB-Verlag, Herne/Berlin - Falterbaum et. al.: Buchführung und Bilanz: Unter besonderer Berücksichtigung des Bilanzsteuerrechts und der steuerrechtlichen Gewinnermittlung bei Einzelunternehmen und Gesellschaften, Erich Fleischer-Verlag, Bremen. - Budde et. al. (Hrsg.): Beck'scher Bilanz-Kommentar: Handels- und Steuerrecht. §§238 bis 339, 342 bis 342e HGB mit EGHGB und IAS/IFRS-Abweichungen, C.H. Beck, München.</p>
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen können die Aufgaben des externen Rechnungswesens sowie dessen Gliederung beschreiben. Sie können Buchführungs- und jahresabschlussaufstellungspflichten identifizieren, die Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung i.w.S. erläutern, die Inhalte eines handelsrechtlichen Jahresabschlusses sowie die wesentlichen Ansatz-, Bewertungs- und Ausweisvorschriften erläutern. Sie können zudem den Zusammenhang zwischen Buchführung und Kostenrechnung/Controlling erläutern.

Schwerpunkt:

Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Absolventinnen und Absolventen können Geschäftsvorfälle systematisch erfassen und hinsichtlich ihrer wirtschaftlichen Bedeutung sowie unter korrekter umsatzsteuerlicher Behandlung verbuchen. Sie können die im Rahmen der laufenden Buchführung erfassten Informationen in einen Abschluss nach handelsrechtlichen Vorschriften überführen.

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen verwenden die einschlägige Fachsprache bei der Formulierung von Lösungen sicher und können diese gegenüber Fachvertreterinnen und Fachvertretern sowie Fachfremden mit theoretisch und methodisch fundierter Argumentation begründen bzw. rechtfertigen.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen können den Nutzen des handelsrechtlichen Jahresabschlusses für die Information externer Anspruchsgruppen sowie für Managemententscheidungen kritisch einschätzen.

Modul: P6 Mathematik

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	06
Modultitel:	P6 Mathematik
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Andreas Schmidhöfer
Art des Moduls:	Pflicht
Grund-/Hauptstudium:	Grundstudium
Inhalt des Moduls:	Die Studierenden lernen grundlegende mathematische Methoden der Wirtschaftswissenschaften. - Funktionen und Differentialrechnung (Kurvendiskussion) - Folgen und Reihen: rekursiv, explizit, Grenzwerte - Finanzmathematik: verschiedene Verzinsungsformen, nominal, effektiv, Endwert, Barwert, Renten, Zahlungsvergleiche - Einführung Lineare Algebra: z.B. Eigenschaften von Matrizen, Matrizenmultiplikation, Lineare Gleichungssysteme - Integralrechnung: algebraisch, graphisch
Veranstaltungen:	1207 Wirtschaftsmathematik
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung und Übung
Voraussetzungen für die Teilnahme:	
Verwendbarkeit des Moduls:	P8 Statistik
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K60
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	O. Opitz, Mathematik, Lehrbuch für Ökonomen, 9. Auflage 2004, Oldenbourg O. Opitz, S. Etschberger, W.R. Burkart, R. Klein, Mathematik: Lehrbuch für das Studium der Wirtschaftswissenschaften, 12. Auflage 2017, De Gruyter
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Die Studierenden können Aufgaben zu den genannten Themengebieten lösen. Sie können aus verschiedenen Lösungsmethoden die richtige auswählen und anwenden. Sie können (einfache) betriebswirtschaftliche Aufgaben mathematisch modellieren, lösen und interpretieren sowie das Ergebnis plausibilisieren.

Schwerpunkt:

Verbreiterung des Vorwissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Schwerpunkt:

Kommunikation und Kooperation

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Modul: P7 Marktbearbeitung

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	07
Modultitel:	P7 Marktbearbeitung
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Steffen Jäckle
Art des Moduls:	Pflicht
Grund-/Hauptstudium:	Grundstudium
Inhalt des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> - Grundbegriffe des Marketing - Marketing und Absatz als Problemstellung - Marketingziele - Markt- und Kundenorientierung - Marketing-Intelligence - Marketing-Aktion und -Innovation - Produktmanagement - Preismanagement - Distributionsmanagement - Kommunikationsmanagement - Marketingadministration - Erläuterung des Marktforschungsprozesses - Einführung in Datenerhebungsmethoden (Beobachtungen, Befragungen, Experimente) - Verbraucher- und Handelspanels - Wichtige Kenngrößen, wie Käuferreichweite, Distribution numerisch und gewichtet, proportionaler Durchschnittsabsatz - Preis-Absatz-Funktionen und Preiselastizitäten - Lineare Regression
Veranstaltungen:	1476 Marktforschung 1228 Marketing
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung in Präsenz oder digital je nach herrschender Situation
Voraussetzungen für die Teilnahme:	
Verwendbarkeit des Moduls:	
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K90
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	<p>Kuß, Wildner, Kreis: Marktforschung. Grundlagen der Datenerhebung und Datenanalyse, Springer Gabler Olbrich, Battenfeld, Buhr: Marktforschung. Ein einführendes Lehr- und Übungsbuch, Springer Berekhoven, Eckert, Ellenrieder: Marktforschung. Methodische Grundlagen und praktische Anwendung, Gabler Verlag Backhaus, Erichson, Plinke, Weiber: Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung, Springer Fahrmeir, Künstler, Pigeot, Tutz: Statistik. Der Weg zur Datenanalyse, Springer Wiese: Mikroökonomik, Springer. Diller, H., Fürst, A., Ivens, B.: Grundprinzipien des Marketing, 3. Aufl., Nürnberg 2011. Diller, H. (Hrsg.): Vahlens Großes Marketing Lexikon, 2. Aufl. München 2001.</p>
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen können die zentralen Begriffe der Marktbearbeitung wiedergeben. Sie kennen konkrete Definitionen, Fakten, Merkmale der erfolgreichen Bearbeitung von Märkten.

Schwerpunkt:

Verbreiterung des Vorwissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Absolventinnen und Absolventen können Methoden der Marktbearbeitung (Marketing und Marktforschung) anwenden.

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen können Sachverhalte erklären, entsprechende Beispiele anführen, Aufgabenstellungen interpretieren und ein Probleme d. Marktbearbeitung in eigenen Worten wiedergeben.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Modul: P8 Statistik

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	08
Modultitel:	P8 Statistik
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Andreas Schmidhöfer
Art des Moduls:	Pflicht
Grund-/Hauptstudium:	Grundstudium
Inhalt des Moduls:	Das Modul Statistik gibt eine Einführung in die grundlegenden Begriffe und Methoden der deskriptiven Statistik, der Wahrscheinlichkeitstheorie und der schließenden Statistik. Zu den wesentlichen Inhalten gehören im Bereich deskriptive Statistik beispielsweise Auswertungsmethoden für eindimensionales Datenmaterial mit Lage- und Streuungsparametern sowie Kennzahlen und Auswertungsmethoden für mehrdimensionales Datenmaterial mit Kontingenztabelle, Korrelations- und Regressionsrechnung. Im Bereich Wahrscheinlichkeitsrechnung werden Kombinatorik, Zufallsvorgänge und -variablen sowie wichtige Verteilungen behandelt. Zu den Themen der induktiven Statistik gehören Stichprobenfunktionen, Punkt- und Intervallschätzung sowie Signifikanztests. Zu allen Themen sollen die Studierenden (Text-) Aufgaben lösen bzw. darstellen und berechnen können.
Veranstaltungen:	1458 Statistik
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung mit integrierten Übungen
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Wirtschaftsmathematik (Empfehlung)
Verwendbarkeit des Moduls:	in allen quantitativ ausgelegten Modulen.
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K60
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	Bamberg et al.: Statistik, Oldenbourg-Verlag Bamberg et al.: Statistik-Arbeitsbuch, Oldenbourg-Verlag Bourier, G.: Wahrscheinlichkeitsrechnung und schließende Statistik: Praxisorientierte Einführung mit Aufgaben und Lösungen, Gabler Verlag Galata, R., Scheid, S.: Deskriptive und induktive Statistik für Studierende der BWL, Hanser Verlag
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen kennen die grundlegenden Definitionen und Konzepte der deskriptiven Statistik, der Wahrscheinlichkeitstheorie und der schließenden Statistik und können diese erläutern. Sie können Daten darstellen und statistisch auswerten. Sie können Aufgaben in der schließenden Statistik verstehen, darstellen, lösen und die Ergebnisse plausibilisieren und interpretieren.

Schwerpunkt:

Verbreiterung des Vorwissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Absolventinnen und Absolventen können Maßzahlen der Statistik und Wahrscheinlichkeiten von Ereignissen in gegebenen Situationen berechnen. Sie können statistische Verfahren in gegebenen Situationen auswählen und anwenden. Sie können Problemstellungen in statistische Konzepte bzw. Modellbildungen übertragen.

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Modul: P9 Geschäftsprozessmanagement

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	09
Modultitel:	P9 Geschäftsprozessmanagement
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Nils Hagen
Art des Moduls:	Pflicht
Grund-/Hauptstudium:	Grundstudium
Inhalt des Moduls:	<p>Dieses Modul dient der Einführung der Studierenden in die Methoden und Praxisumsetzung des Managements von Geschäftsprozessen. Themen sind insbesondere:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Begründung des Geschäftsprozessmanagements im Rahmen des unternehmerischen Handels, der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung und der Globalisierung b. Definitive Grundlagen 'Prozess' 'Prozessmanagement' sowie Abgrenzung zum Projektmanagement c. Gängige Visualisierungsformen und Prozessdarstellungen, insbesondere ARIS (EPK, FZD, eEPK, WKD, etc) und BPMN d. Fachgerechte Segmentierung in Prozesse sowie Erstellung von Ebenen-Konzepte (Vertikale und horizontale Prozessstrukturierung) e. Methoden zur Prozessidentifikation sowie Validierung der erhobenen Ergebnisse f. Verwendung von Referenzprozessmodellen sowie Entwicklung und Gestaltung prozessbasierter Organisationsstrukturen g. Grundlagen der Prozessbewertung und Prozessoptimierung sowie prozessbasierte Potenzialableitung. h. Wertschöpfungs- und Qualitätsmanagement im Kontext des Lean Managements (insbesondere Grundzüge des Toyota-Produktionssystems) sowie die Lean Value Stream (Wertstrom)-Methode
Veranstaltungen:	
Lehr- und Lernformen:	V + Ü
Voraussetzungen für die Teilnahme:	
Verwendbarkeit des Moduls:	Logistikmanagement
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Portfolio (Reflektion und 2 Dokumentationen je 1/3)
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen. 4 SWS Präsenz.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester

Literatur:	<p>Becker, Jörg; Günther, O.; Karl, W.; Lienhart, R.; Mathas, Christoph; Winkelmann, Axel; Zeppenfeld, K. (Hg.) (2009): Geschäftsprozessmanagement. Informatik im Fokus : SpringerLink : Bücher. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.</p> <p>Becker, Torsten (Hg.) (2018): Prozesse in Produktion und Supply Chain optimieren. SpringerLink : Bücher. 3. Aufl. 2018. Berlin, Heidelberg: Springer Vieweg.</p> <p>Gadatsch, Andreas (2020): Grundkurs Geschäftsprozess-Management : Analyse, Modellierung, Optimierung und Controlling von Prozessen. Springer eBook Collection. 9., aktualisierte und erweiterte Auflage. Wiesbaden: Springer Vieweg.</p> <p>Kern, Eva-Maria, (Hg.) (2012): Prozessmanagement individuell umgesetzt : Erfolgsbeispiele aus 15 privatwirtschaftlichen und öffentlichen Organisationen. SpringerLink. Berlin, Heidelberg: Springer (Bücher).</p> <p>Koch, Susanne (Hg.) (2015): Einführung in das Management von Geschäftsprozessen : Six Sigma, Kaizen und TQM. SpringerLink. 2. Aufl. 2015. Berlin, Heidelberg: Springer Vieweg (Bücher).</p>
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen können grundlegende Inhalte, Konzepte, Methoden und Instrumente des Geschäftsprozessmanagements verstehen und erklären.

Schwerpunkt:

Verbreiterung des Vorwissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Absolventinnen und Absolventen können auf Basis des obigen Verständnisses einfache bis mittelschwere Prozessstrukturen anhand von Praxis-relevanten Fallbeispielen erheben und darstellen.

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen können mit anderen Fachvertreterinnen und Fachvertretern sowie Fachfremden kommunizieren und kooperieren, um eine Aufgabenstellung verantwortungsvoll zu lösen.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Modul: P10 Kostenrechnung/Controlling

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	10
Modultitel:	P10 Kostenrechnung/Controlling
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Cornelia Neff
Art des Moduls:	Pflicht
Grund-/Hauptstudium:	Grundstudium
Inhalt des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> - Kostenartenrechnung - Kostenstellenrechnung - Kostenträgerrechnung - Kurzfristige Erfolgsrechnung - Deckungsbeitragsrechnung - Plankostenrechnung, Soll-Ist-Vergleiche und Abweichungsanalysen - Prozesskostenrechnung - Target Costing - Lebenszyklus-Kostenrechnung (Produktlebenszyklus- und Kundenlebenszyklusrechnung)
Veranstaltungen:	1470 Kostenrechnung/Controlling
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung mit integrierten Übungen
Voraussetzungen für die Teilnahme:	P4 Investition und Finanzierung P5 Buchhaltung und Bilanzierung
Verwendbarkeit des Moduls:	<p>Kostenrechnung/Controlling ist die Grundlage für die spätere Vertiefungsrichtung "Controlling" im Hauptstudium BM.</p> <p>Kostenrechnung/Controlling BM ist identisch mit dem Grundstudiumsmodul Kostenrechnung/Controlling des Studiengangs TW (Wirtschaftsingenieurwesen)</p>
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K60
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	<p>* Deimel / Erdmann / Isemann / Müller (2017): Kostenrechnung. Das Lehrbuch für Bachelor, Master und Praktiker. Verlag Pearson Studium, München.</p> <p>* Coenenberg / Fischer / Günther (2016): Kostenrechnung und Kostenanalyse. 9. Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart.</p> <p>* Skript Kostenrechnung mit Übungsaufgaben von Prof. Dr. C. Neff (2021)</p>
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen lernen die grundlegenden Instrumente der Kosten- und Leistungsrechnung, des Kostenmanagements sowie des operativen Controllings kennen.

Schwerpunkt:

Verbreiterung des Vorwissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, Instrumente der Kostenrechnung und des operativen Controlling situationsgerecht und anhand vieler kleiner Fallstudien praxisorientiert anzuwenden.

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Modul: P11 Rechtliche Grundlagen

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	11
Modultitel:	P11 Rechtliche Grundlagen
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Alexander Dühnfort
Art des Moduls:	Pflicht
Grund-/Hauptstudium:	Grundstudium
Inhalt des Moduls:	Das Modul vermittelt Grundlagen für die rechtliche Einordnung der Unternehmenstätigkeit sowie deren rechtliche Rahmenbedingungen. Hauptinhalte im Bereich 'Öffentliches Recht': - Grundlagen des Staats- und Verfassungsrechts der Bundesrepublik Deutschland, - Grundlagen des Europarechts, - Verwaltungsrecht. Hauptinhalte im Bereich 'Zivilrecht': - Elemente des Wirtschaftsprivatrechts, - Allgemeines und Besonderes Schuldrecht mit handelsrechtlichen Bezügen, - Grundlagen Sachenrecht.
Veranstaltungen:	1209 Grundlagen BGB/HGB 4067 Grundlagen des öffentlichen Rechts
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung mit integrierten Übungen
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Keine
Verwendbarkeit des Moduls:	
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Mündliche Prüfung anhand einer praktischen Arbeit
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	Bohnstedt, Jan: Vertragsrecht im Einkauf - Ein Leitfaden für die Praxis, Springer Gabler, Wiesbaden (ebook) Wien, Andreas: Bürgerliches Recht, Springer Gabler, Wiesbaden (ebook) Jesgarzewski, Tim: Wirtschaftsprivatrecht, Springer Gabler, Wiesbaden (ebook) Sakowski, Klaus: Grdl. d. Bürgerlichen Rechts, Springer Gabler, Wiesbaden (ebook) Führich, Erich: Wirtschaftsprivatrecht, Vahlen, München Klunzinger, Einführung in das Bürgerliche Recht, Vahlen, München Palandt, BGB, Kommentar, C.H. Beck, München. Pflichtliteratur - jeweils aktuelle Auflage: - Bultmann: Öffentliches Recht (ebook - Springer) - Detterbeck: Öffentliches Recht Arbeitsmaterial: - Grundgesetz der Bundesrepublik Deutschland - Verwaltungsverfahrenrecht (Bund) und (Baden- Württemberg) - Verwaltungsgerichtsordnung - Vertrag über die Arbeitsweise der Europäischen Union (AEUV) Textsammlungen, z.B. - Beck-Texte im DTV: Basistexte Öffentliches Recht (ÖffR): Staatsrecht - Verwaltungsrecht - Europarecht (Taschenbuch) Weiterführende Literatur: - Von Unruh/Greve/Schliesky: Grundkurs Öffentliches Recht, Eine Einführung in das Staats- und Verwaltungsrecht mit Grundzügen der allgemeinen Staatslehre - Sodan/Ziekow: Grundkurs Öffentliches Recht, Staats- und Verwaltungsrecht - Arndt/Rudolf: Öffentliches Recht - Schmidt-Bleibtreu / Hofmann / Hopfau: Kommentar zum Grundgesetz
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen können die wesentlichen Grundsätze und Norminhalte des öffentlichen Rechts (Staatsrecht, Verwaltungsrecht, Europarecht) und des Zivilrechts (BGB AT, Schuldrecht, und Sachenrecht) wiedergeben und bei der Bearbeitung ausgewählter Fälle sachgerecht anwenden.

Schwerpunkt:

Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Im Bereich 'Öffentliches Recht' können Absolventinnen und Absolventen die Bestandteile der Freiheitlich-Demokratischen Grundordnung der Bundesrepublik Deutschland darstellen, wesentliche Anforderungen an öffentlich-rechtliches Handeln in Gesetzgebung und Verwaltungshandeln beschreiben, den Einfluss des Europarechts auf Rechtssetzung, -entwicklung und -durchsetzung beschreiben und die entsprechenden Normen bei der Beurteilung von praxisrelevanten Fällen systematisch und sachgerecht anwenden.

Im Bereich 'Zivilrecht' können Absolventinnen und Absolventen Standardfälle v.a. im Themenbereich Vertragsrecht und Handelsrecht strukturiert und sachgerecht lösen.

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen können ihre Problemlösungen im Diskurs mit Fachvertreterinnen und Fachvertretern sowie Fachfremden mit theoretisch und methodisch fundierter Argumentation und unter sicherer Verwendung der einschlägigen Fachsprache begründen.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen erkennen den Einfluss rechtlicher Rahmenbedingungen auf betriebliche Entscheidungen (insb. den Managementprozeß).

Im Bereich 'Öffentliches Recht' können Absolventinnen und Absolventen staatliches Handeln vor dem Hintergrund der FDGO einordnen und bewerten sowie die Komplexität der Umsetzung politischer Entscheidungen in Rechtsnormen diskutieren. Im Bereich 'Zivilrecht' können Absolventinnen und Absolventen Grenzen und Freiräume des Zivilrechts sowie Bezüge zu anderen Teildisziplinen der BWL erläutern.

Modul: P12 Professional English

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	12
Modultitel:	P12 Professional English
Modulverantwortliche/r:	Dipl.-Soz. Wiss. Fabienne Ronssin
Art des Moduls:	Pflicht
Grund-/Hauptstudium:	Grundstudium
Inhalt des Moduls:	<p>1) Da das Arbeitsleben zum größten Teil aus Kommunikation besteht - mit den Hauptzielen 'Informieren-Einfluss nehmen-Überzeugen' - ist Kommunikation auch der Schwerpunkt des Seminars. Während des Kurses entwickeln und vertiefen die Studierenden die Fähigkeiten, erfolgreich zu präsentieren, sich kritisch und kreativ mit wirtschaftlichen und technischen Themen auseinander zu setzen und zu kommunizieren.</p> <p>2) Das Hör- und Leseverständnis mit besonderem Augenmerk auf Fachterminologie aus den Bereichen des Arbeitslebens wird trainiert.</p> <p>3) Die Ausbildung eines interkulturellen Bewusstseins begleitet den Lernprozess.</p> <p>4) Der Aufbau von Schreibfertigkeiten für typische berufsrelevante Situationen ist ebenfalls Bestandteil des Moduls</p>
Veranstaltungen:	3318 BM2 Professional English 1 / Niveau B2 7367 BM3 Professional English 2 / Niveau B2
Lehr- und Lernformen:	Seminar + Übungen: Im Kurs kommt eine interaktive Lehrmethode zur Anwendung mit den Schwerpunkten 'Sprechen' und 'selbständige Lernaktivitäten'. Eine aktive Beteiligung an Diskussionen und abwechslungsreichen Unterrichtsaktivitäten, sei es in Einzel- oder Gruppenarbeit, vonseiten der Studierenden ist erwünscht.
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Solide Vorkenntnisse mindestens auf dem Niveau B1- B2 gemäß dem Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen.
Verwendbarkeit des Moduls:	Betriebswirtschaft / Management
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	<p>Das Portfolio besteht aus mehreren Leistungen in verschiedenen relevanten Fertigkeiten:</p> <p>Professional English 1:</p> <p>1) Präsentation/ Pitching / Interkulturelle Kompetenz: 16.11./17.11./23.11./24.11.20*</p> <p>2) Email schreiben: 30.11/1.12.20*</p> <p>3) Diskussion/ Partnerübung: 18.01./19.01./25.01./26.01.21*</p> <p>4) Abgabe des Portfolios: 1.02./2.02.21*</p> <p>Professional English 2:</p> <p>1) Email schreiben: 8.12./10.12.20*</p> <p>3) Verhandlung führen: 24.11./26.11./1.12./3.12.20.*</p> <p>4) Präsentation: 12.01./14.01./19.01./21.01.21*</p> <p>5) Abgabe des Portfolios: 2.02./4.02.21*</p> <p>*Je nach Kurstagen und Gruppe</p>
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	150h
Dauer des Moduls:	zweitemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	Professional English 1 und 2: Lehrmaterialien werden zur Verfügung gestellt.

Anwesenheitspflicht:	nein
----------------------	------

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Schwerpunkt:

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Absolventinnen und Absolventen können dem Niveau B2 entsprechend- sich spontan und fließend mit Muttersprachlern und Benutzern von Englisch als Lingua Franca verständigen, ohne größere Anstrengung für beide Seiten, - in einer multikulturellen Umgebung einen konstruktiven Beitrag leisten: auf Ergebnisse hinarbeiten (Aufgabenstellungen verstehen und angemessen lösen), einen Standpunkt erklären, auf andere Meinung eingehen und ggf. Kompromisse formulieren und Fehler bzw. Vor- und Nachteile benennen, - interkulturelle Unterschiede erkennen, wenn nötig ansprechen und Lösungsvorschläge anbieten.

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen können dem Niveau B2 entsprechend - in verschiedenen sozialen und interkulturellen Kontexten adäquat kommunizieren: unterschiedliche Sprach- und Kommunikationsstile akzeptieren und sich ansatzweise anpassen, - die Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen und im eigenen Spezialgebiet auch Fachdiskussionen verstehen, - sich zu einem breiten Themenspektrum klar und detailliert ausdrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen können, - aufbauend auf das Niveau B1-B2, die Struktur der Zielsprache bewerten und sich selbst einstufen, - beurteilen, welche Kriterien für Wortschatz, Grammatik, Aussprache und verschiedene Textformen (dem Niveau B2 entsprechend) sowie kulturelle Unterschiede relevant sind, - mindestens zwei Sprachen und ausgewählte Kulturen würdigen, vergleichen, unterschiedliche Werte abwägen und einordnen.

Modul: P13 Personal & Organisation

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	13
Modultitel:	P13 Personal & Organisation
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. oec. publ. habil. Gerhard Krönes
Art des Moduls:	Pflicht
Grund-/Hauptstudium:	Grundstudium
Inhalt des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen - Essentialien des Umgangs mit Personal - Deckung des Personalbedarfs - Organisation personaler Arbeit - Vergütung personaler Arbeit - Organisationstheorien im Überblick - Gegenstände organisatorischer Gestaltung auf der Meso- bzw. Makroebene - Gegenstände organisatorischer Gestaltung auf der Mikroebene - Rahmenbedingungen organisatorischer Gestaltung - Organisatorischer Wandel
Veranstaltungen:	1227 Personalmanagement/Organisation
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung mit integrierten Übungen
Voraussetzungen für die Teilnahme:	keine
Verwendbarkeit des Moduls:	
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K60 oder Hausarbeit (5000 Zeichen)
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	<p>Basisliteratur Organisation: Bea, Franz X. und Elisabeth Göbel, Organisation, Theorie und Gestaltung, 4. Aufl., Stuttgart 2010. Kieser, Alfred und Peter Walgenbach (vormals Kieser/Kubicek), Organisation, 6. Aufl., Stuttgart 2010. Kieser, Alfred und Mark Ebers (Hrsg.), Organisationstheorien, 7. Aufl., Stuttgart 2014. Schreyögg, Georg, Grundlagen der Organisation, Wiesbaden 2012. Steinmann, Horst, Georg Schreyögg und Jochen Koch, Management, 7. Aufl., Wiesbaden 2013. Basisliteratur Personalmanagement Frey, Bruno S. und Margit Osterloh (Hrsg.), Managing Motivation, 2. Aufl., Wiesbaden 2002. Jung, Rüdiger H., Mareike Heinzen und Sabine Quarg, Allgemeine Managementlehre, Lehrbuch für angewandte Unternehmens- und Personalführung, 6. Aufl., Berlin 2016. von Rosenstiel, Lutz, Erika Regnet und Michel E. Domsch (Hrsg.), Führung von Mitarbeitern, Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement, 7. Aufl., Stuttgart 2014. Schanz, Günther, Personalwirtschaftslehre, Lebendige Arbeit in verhaltenswissenschaftlicher Perspektive, 3. Aufl., München 2000. Scholz, Christian, Personalmanagement, 6. Aufl., München 2014. alisierte Unternehmen, München, Mering 2004.</p>
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen können die wesentlichen Problemstellungen des betrieblichen Umgangs mit lebendiger Arbeit insbesondere im ökonomischen, sozialen und rechtlichen Kontext beschreiben.

Schwerpunkt:

Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Absolventinnen und Absolventen können für Problemstellungen des betrieblichen Umgangs mit lebendiger Arbeit eigenständig sach- und kontextgerechte Lösungsansätze entwickeln. Sie verstehen grundsätzliche organisatorische Arrangements und sind in der Lage, in einfachen Fällen einen Vorteilhaftigkeitsvergleich zwischen ihnen anzustellen.

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen können die Inhalte des Moduls in Verbindung mit anderen Gegenstandsgebieten der BWL reflektieren und diese Bezüge beschreiben.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Modul: P14 Management

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	14
Modultitel:	P14 Management
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Eberhard Hohl
Art des Moduls:	Pflicht
Grund-/Hauptstudium:	Grundstudium
Inhalt des Moduls:	<ul style="list-style-type: none">- Trends und Herausforderungen der Unternehmensführung- Innovative Managementkonzepte in Theorie und Praxis- Strategisches, normatives und operatives Management- Strategie, Struktur, Kultur im internationalen bzw. interkulturellen Kontext- Compliance Management und Business Ethics- Mitarbeiterführung in Theorie und Praxis, Führungstraining und #coaching- Weiteres siehe LSF und Moodle
Veranstaltungen:	6613 Managementkonzepte und Mitarbeiterführung
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung
Voraussetzungen für die Teilnahme:	keine
Verwendbarkeit des Moduls:	
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K60
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen können zentrale Inhalte von Konzepten der Unternehmens- und Mitarbeiterführung erläutern sowie die konzeptionellen Grundlagen und das methodische Rüstzeug für erfolgreiches Projektmanagement sowie für moderierte Projektmeetings beschreiben. Des Weiteren können sie die Software MS Project zur Planung und Kontrolle von Projekten einsetzen.

Schwerpunkt:

Verbreiterung des Vorwissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Absolventinnen und Absolventen können Managementmethoden und -instrumente sowie ausgewählte Führungsmodelle und -instrumente problemgerecht auswählen und praxisgerecht anwenden.

Absolventinnen und Absolventen kennen die zentralen Begriffe und Methoden des Projektmanagements und können die wichtigsten Methoden und Werkzeuge des Projektmanagements anwenden um Projektdefinitionen auszuarbeiten, Projekte strukturiert zu planen, angemessen zu steuern und erfolgreich abzuschließen. Jüngste Entwicklungen wie beispielweise diejenige hin zum agilen Projektmanagement bereichern das methodische Spektrum des praktischen Projektmanagements.

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Die Studierenden erkennen Konfliktpotentiale in der Zusammenarbeit mit anderen und reflektieren diese vor dem Hintergrund situationsübergreifender Bedingungen. Sie gewährleisten durch konstruktives, konzeptionelles Handeln die Durchführung von situationsadäquaten Lösungsprozessen.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen können die Beziehungen zu anderen Teildisziplinen der BWL und anderer Wissenschaften beschreiben.

Modul: P15 Steuerrecht

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	15
Modultitel:	P15 Steuerrecht
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Alexander Dühnfort
Art des Moduls:	Pflicht
Grund-/Hauptstudium:	Grundstudium
Inhalt des Moduls:	Das Modul vermittelt wesentliche Aspekte der Unternehmensbesteuerung, wie sie für Managemententscheidungen sowie unter Compliance Gesichtspunkten relevant sind. - Allgemeines Steuerrecht - Ertragsteuern (Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer) - Grunderwerbsteuer (GrESt) und Erbschaft-/Schenkungssteuer (ErbSt) - Steuerliches Rechtsbehelfsverfahren (AO/FGO) - Einfluss der Besteuerung auf betriebliche Entscheidungen.
Veranstaltungen:	1211 Steuerrecht
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung mit integrierten Übungen
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Kenntnisse in Buchhaltung und Bilanzierung, Kenntnisse im öffentlichen Recht.
Verwendbarkeit des Moduls:	
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K60
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	Pflichtliteratur - jeweils aktuelle Auflage: - Dinkelbach, Ertragsteuern, Wiesbaden (eBook, Springer-Link) - Grefe, Unternehmenssteuern, Ludwigshafen (Kiehl) Arbeitsmittel: - Gesetztestexte (optional auch Richtlinien/Anwendungserlasse) zu EStG, KStG, GewStG, UStG o (z.B.: NWB-Redaktion (Hrsg.): Wichtige Steuergesetze: Mit Durchführungsverordnungen o Borrosch/Walkenhorst: Wichtige Steuerrichtlinien: Richtlinien in Auszügen zur Abgabenordnung, Einkommensteuer, Lohnsteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer, Umsatzsteuer
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen können den Einfluss steuerrechtlicher Vorschriften auf die Leistungsfähigkeit von Unternehmen, vorrangig von Kapitalgesellschaften, beschreiben.

Sie unterscheiden die wesentlichen betrieblich relevanten Steuerarten und anzuwendenden Rechtsnormen, können die wesentlichen Verfahrensschritte und Grundsätze des Besteuerungsverfahrens beschreiben und die Ertragsteuerbelastung für unbeschränkt steuerpflichtige Kapitalgesellschaften in Deutschland abschätzen.

Schwerpunkt:

Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Absolventinnen und Absolventen können die für typische Rechtsformen und/oder Personen relevante(n) Steuerart(en) identifizieren und die jeweilige(n) Ertragsteuer(n) anhand der gesetzlichen Grundlagen systematisch berechnen. Sie können die Wirkung steuerrechtlicher Bestimmungen auf betriebliche Entscheidungen sachgerecht abschätzen und hierzu grundsätzliche Lösungsansätze entwickeln.

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen verwenden bei der Fallbearbeitung die relevante Fachsprache und können ihre Ergebnisse im Diskurs mit Fachvertreterinnen und Fachvertretern sowie Fachfremden mit theoretisch und methodisch fundierter Argumentation begründen und vertreten. Sie reflektieren und berücksichtigen unterschiedliche Sichtweisen hinsichtlich der anzuwendenden Rechtsnormen und erkennen mögliche Konflikte zu Interessen anderer Beteiligter.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen können gesetzgeberisches Handeln im Steuerrecht insb. im Hinblick auf die Auswirkung(en) für Unternehmen einschätzen und erkennen die Wechselbeziehungen zu anderen betriebswirtschaftlichen Funktionen. Sie können zudem die staats-, verwaltungs- und europarechtlichen Grundlagen in ihrer Auswirkung auf die Steuerrechtssetzung und Steuerverwaltung erklären.

Modul: P16 Betriebliche Informationssysteme

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	16
Modultitel:	P16 Betriebliche Informationssysteme
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Andreas Schmidhöfer
Art des Moduls:	Pflicht
Grund-/Hauptstudium:	Grundstudium
Inhalt des Moduls:	<p>Beschreibung des Moduls: Die Absolventinnen und Absolventen werden in dem Modul mit den Grundlagen der Datenverarbeitung (DV) sowie einer Einführung in das Themengebiet ERP vertraut gemacht. In DV lernen die Studierenden, anhand des Entity Relationship Modells Daten zu strukturieren (im ARIS Haus die Ebenen Fach- und DV-Konzept). Auf der Basis können die Studierenden selbständig SQL-Abfragen anhand eines Datenbanksystems wie z.B. MS Access erstellen und Berichte aus der DB extrahieren. In ERP werden die Studierenden anhand einer wertschöpfungskettenorientierten Darstellung mit dem Thema Enterprise Resource Planning (ERP) sowie ERP-Systemen vertraut gemacht.</p> <p>Inhalte des Moduls: - Grundlagen Wirtschaftsinformatik - ERM - Datenbanken und SQL - Einführung der Abbildung von (betriebswirtschaftlichen) Aufgaben mit dem Tool MS Excel inkl. Systemeinführung - DV-gestützte Prozesse und Planungsaufgaben in der Wertschöpfungskette - Datenaggregation und -disaggregation an Beispielen - Unterstützung durch Advanced Planning und -systeme - APS Modulstruktur und ausgewählte Planungsmethoden wie z.B. - Demand Planning - Bedeutung, Methoden und Beispiele - MRP - Bedeutung, Methoden und Beispiele - Lot Sizing - Bedeutung, Methoden und Beispiele</p> <p>Im ERP-Teil ist ein Bestandteil der Erwerb und das Verständnis methodisch mathematischer Kompetenzen zur Darstellung und Lösung ausgewählter Planungsaufgaben wie z.B. Lotsizing, Material Requirements Planning, Statistische Prognose (Moving average, EXPO I) und Aggregation als Vorbereitung zur DV-gestützten Lösung der Aufgaben. Die Studierenden werden mit Übungs- und Rechenaufgaben zu den Themen auf die Klausur vorbereitet.</p>
Veranstaltungen:	1215 Grundlagen der Datenverarbeitung & Enterprise-Resource-Planning (ERP)-Systeme
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung mit integrierten Übungen, separate Übung zum Arbeiten mit MS Excel, i.d.R. geblockt
Voraussetzungen für die Teilnahme:	
Verwendbarkeit des Moduls:	
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K90
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	

Anwesenheitspflicht:	nein
----------------------	------

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen können Daten zu betriebswirtschaftlichen Prozessen modellieren und strukturieren. Sie können die Bedeutung in den Kontext der Wirtschaftsinformatik einordnen und wiedergeben. Sie können mit Hilfe von Abfragesprachen Daten aus DB-Systemen extrahieren und einfache Auswertungen erstellen.

Absolventinnen und Absolventen können auf der Grundlage der Planungstheorie erklären, was man unter einem Planungsproblem versteht und erkennen, ob ein solches vorliegt. Sie können ausführen, welche Umstände die Planung erschweren und erläutern, wie Methoden des Operations Research in Verbindung mit ERP Software dabei helfen können, die Umstände zu überwinden.

Schwerpunkt:

Verbreiterung des Vorwissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Absolventinnen und Absolventen können Methoden in den Modulen erkennen und ausgewählte Verfahren anwenden. Sie haben eine Vorstellung, wie man ein ERP System grundsätzlich bedienen könnte.

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Modul: P17 Logistikmanagement

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	17
Modultitel:	P17 Logistikmanagement
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Nils Hagen
Art des Moduls:	Pflicht
Grund-/Hauptstudium:	Grundstudium
Inhalt des Moduls:	<p>Dieses Modul dient der Einführung der Studierenden in die funktionalen und verrichtungsorientierten Themengebiete des Logistikmanagements:</p> <p>Grundlegendes Verständnis der Logistik:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definition und Beitrag zur Wertschöpfung • Begriffliche Abgrenzung Logistik, Materialwirtschaft und Supply Chain Management • Zielgrößen der Logistik, u.A. Effizienz, Effektivität und Nachhaltigkeitsaspekte <p>Beschaffungslogistik</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufgaben von Beschaffungslogistik und strategischen Einkauf • Grundzüge des Lieferantenmanagements • Bedarfsarten und Erhebung • Dispositionsverfahren • Ermittlung der optimalen Losgröße (Andler) und Betrachtung der Fehlmengenkosten • Prozessuale Abbildung des Beschaffungsprozesses im SAP MM • E-Procurement-Konzepte <p>Distributionslogistik</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufgaben und Umfang der Distribution • Vergleichende Betrachtung von Distributionskanälen • Auswirkung unterschiedlicher Distributionsstrukturen • Auto-ID System in der Praxis: RFID und Barcode • Prozessuale Abbildung des order2cash Prozesses im SAP SD <p>Lagersysteme</p> <ul style="list-style-type: none"> • Motive und Formen der Lagerhaltung • Lagermittel und –technik für Stückgut • Fördermittel im Lager und Lagerhilfsmittel • Aufgaben des LVS • Bestandsmanagement • ABC-XYZ-LMN Verfahren • Analyse mit dem Lagerdurchlaufdiagramm • Bestandsbewertung <p>Kommissionier- und Verpackungssysteme</p> <ul style="list-style-type: none"> • Statische und Dynamische Systeme • Prozessuale Betrachtung der Kommissionierung sowie Ansätze des Zero-Defects-Pickings • Gestaltung der Verpackungssysteme <p>Transportsysteme</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verkehrsträger und Verkehrsmittel in der Transportlogistik • Analyse der Netzwerke, Infrastrukturen und Emissionen der Verkehrsträger • Intermodale Verkehre und Kontraktlogistik • Ökologische Aspekte des Modal Splits <p>Technologische Trends in der Logistik</p>

Veranstaltungen:	
Lehr- und Lernformen:	V + Ü
Voraussetzungen für die Teilnahme:	
Verwendbarkeit des Moduls:	Geschäftsprozessmanagement
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Portfolio: K45 sowie SAP-Übung Gewichtung je 50 %
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen. 4 SWS Präsenz.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	<p>Pfohl, Hans-Christian (Hg.) (2010): Logistiksysteme : Betriebswirtschaftliche Grundlagen. SpringerLink. Bücher. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg. Online verfügbar unter http://swbplus.bsz-bw.de/bsz310382432inh.htm.</p> <p>Schulte, Christof (2017): Logistik : Wege zur Optimierung der Supply Chain. Vahdens Handbücher der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften. 7. Auflage. München: Verlag Franz Vahlen. Online verfügbar unter https://www.beck-elibrary.de/10.15358/9783800651191/logistik.</p> <p>Ten Hompel, Michael, Schmidt, Thorsten; Dregger, Johannes (2018): Materialflusssysteme : Förder- und Lagertechnik. VDI-Buch. 4. Aufl. 2018. Berlin, Heidelberg: Springer Vieweg (Springer eBook Collection).</p> <p>Wannenwetsch, Helmut (Hg.) (2014): Integrierte Materialwirtschaft, Logistik und Beschaffung. Springer-Lehrbuch. 5., neu bearb. Aufl. 2014. Berlin, Heidelberg: Springer Vieweg (SpringerLink. Bücher). Online verfügbar unter http://swbplus.bsz-bw.de/bsz415352169cov.htm.</p>
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen können grundlegende Konzepte, Methoden und Inhalte des Logistikmanagements verstehen und erklären.

Schwerpunkt:

Verbreiterung des Vorwissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Schwerpunkt:

Kommunikation und Kooperation

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Modul: P18 Projekt-, Teammanagement

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	18
Modultitel:	P18 Projekt-, Teammanagement
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. nat. Daniel Kolacyak
Art des Moduls:	Pflicht
Grund-/Hauptstudium:	Grundstudium
Inhalt des Moduls:	<p>Dieses Modul vermittelt eine praxisorientierte Einführung in modernes Projektmanagement. Dies beinhaltet die Darstellung der benötigten Prozesse, Methoden und Werkzeuge um Projekte strukturiert zu planen und Projektteams erfolgreich zu führen.</p> <p>Hauptinhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen des Projektmanagements - Projektgründung - Projektplanung (Struktur-, Ablauf- und Terminplanung) - Risikomanagement - Projektsteuerung - Der Mensch im Projekt - Team-Management, -Diagnose, -Entwicklung und –Steuerung - Praxisprobleme und Praxiserfahrungen im Team- und Projektmanagement - Weiteres siehe LSF
Veranstaltungen:	Übungen sind in die Vorlesung integriert
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung und Übungen
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Grundkenntnisse in Statistik.
Verwendbarkeit des Moduls:	Es wird das methodische Rüstzeug für erfolgreiches Projektmanagement vermittelt, das Modul ergänzt sich gut mit dem Modul Qualitätsmanagement
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K60
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Der Arbeitsaufwand beträgt 75 h (davon 30 h für Lehrveranstaltungen, 45 h für das Selbststudium (Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung)
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	siehe LSF
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen können die wichtigsten Rahmendaten eines Projekts in Form einer Projektdefinition wiedergeben und die Bedeutung eines Projektauftrags beschreiben. Absolventinnen und Absolventen kennen die zentralen Begriffe und Methoden des Projektmanagements und können die wichtigsten Methoden und Werkzeuge des Projektmanagements anwenden, um Projektdefinitionen auszuarbeiten, Projekte strukturiert zu planen, angemessen zu steuern und erfolgreich abzuschließen. Absolventinnen und Absolventen können die Grundregeln über den Aufbau und Ablauf von Projekten darstellen und Projektstrukturpläne sowie die daraus abgeleiteten Projektpläne und Risikofaktoren erläutern.

Schwerpunkt:

Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Die Studierenden können am Ende des Moduls praxisnahe und wissenschaftlich orientierte Projekte bei zukünftigen Arbeiten an der Hochschule oder externen Unternehmen sowohl selbständig als auch im Team erfolgreich planen und durchführen. Dabei sind sie in der Lage eigenverantwortlich zu arbeiten, Teams ergebnisorientiert anzuleiten und die Interessen verschiedener Stakeholder mit einzubeziehen. Jüngste Entwicklungen wie beispielweise diejenige hin zum agilen Projektmanagement bereichern das methodische Spektrum des praktischen Projektmanagements.

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Die Studierenden erkennen Konfliktpotentiale in der Zusammenarbeit mit anderen und reflektieren diese vor dem Hintergrund situationsübergreifender Bedingungen. Sie gewährleisten durch konstruktives, konzeptionelles Handeln die Durchführung von situationsadäquaten Lösungsprozessen.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Das fachkundige Wissen über die Methoden des Projektmanagements, ermöglicht es uns diese dezidiert im Team weiterzuentwickeln und so die Zukunft, im beruflichen Handlungsfeld, aktiv und reflektiert zu gestalten.

Modul: P19 Arbeitsrecht & Personaladministration

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	19
Modultitel:	P19 Arbeitsrecht & Personaladministration
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Eberhard Hohl
Art des Moduls:	Pflicht
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	<p>Das Modul vermittelt Grundkenntnisse im Arbeitsrecht und in der Personaladministration, die für jeden Mitarbeiter entweder im Eigeninteresse oder wegen Personalverantwortung relevant sind.</p> <p>Hauptinhalte: Rechtsquellen des Arbeitsrechts, Einstellung, laufendes Arbeitsverhältnis, Probleme im Arbeitsverhältnis (Leistungsstörungen), gesetzliche Arbeitsfreistellungen, atypische Beschäftigungsverhältnisse, Beendigung des Arbeitsverhältnisses Stellenbeschreibung, Stellenbewertung, Stellenplanung, Stellenbesetzungsplanung, Laufbahnplanung, Urlaubsplanung, Personalentwicklungsplanung, Führung der Personalakten, Personalstatistik, Entgeltabrechnung, Organisation der Personalverwaltung, Zentralisation/Dezentralisation/Outsourcing der Personalverwaltung</p>
Veranstaltungen:	1226 Arbeitsrecht 6746 Personaladministration
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung mit integrierten Übungen
Voraussetzungen für die Teilnahme:	
Verwendbarkeit des Moduls:	
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K60
ECTS-Leistungspunkte:	
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	„Arbeitsgesetze“ (Beck Texte im dtv) Dütz/Thüsing: Arbeitsrecht (C.H. Beck Verlag) R. Waltermann: Arbeitsrecht (Verlag Franz Vahlen) Wörlen/Kokemoor: Arbeitsrecht (Verlag Franz Vahlen)
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen können wesentliche praxisbezogene Aspekte und Regelungen des Arbeitsrechts beschreiben. Sie können die Aufgaben der Personaladministration, der Unternehmensorganisation sowie der Entgeltabrechnung und arbeitsvertraglicher Grundlagen darstellen.

Schwerpunkt:

Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Absolventinnen und Absolventen können ausgewählte Fälle zum Arbeitsrecht sowie im Bereich der Personaladministration mittels der erlernten Methoden und Inhalte sachgerecht einer Lösung zuführen.

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen können die Zusammenhänge zwischen Arbeitsrecht, Personaladministration, Personalmanagement und Organisation erläutern.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Modul: P20 Controlling

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	20
Modultitel:	P20 Controlling
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Cornelia Neff
Art des Moduls:	Pflicht
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	<p>Das Modul Controlling gibt einen Überblick über strategische, taktische und operative Konzepte der Planung und Steuerung von Unternehmen.</p> <p>Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aufgaben, Zielsetzungen, Rollenverständnis des modernen Controlling - Strategisches Controlling anhand von Fallstudien und Übungsaufgaben - Taktisches Controlling (Investitionsrechnung unter Unsicherheit, Realoptionen, Projektcontrolling, Benchmarking) - Operatives Controlling (soweit noch nicht in Kosten- und Leistungsrechnung enthalten: Budgetierung, Verrechnungspreise, Cash flow Analysen) - Kennzahlen und Kennzahlensysteme - Berichterstattung - Risikomanagement und Risikocontrolling - Wertorientierte Unternehmenssteuerung
Veranstaltungen:	3955 Controlling
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung mit integrierten Übungen + Gruppenpräsentationen
Voraussetzungen für die Teilnahme:	P4 Investition und Finanzierung P5 Buchhaltung und Bilanzierung, P10 Kosten- und Leistungsrechnung,
Verwendbarkeit des Moduls:	
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K60
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	<p>Weber / Schäffer (2016): Einführung in das Controlling. 15. Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart.</p> <p>Fischer / Möller / Schulze (2015): Controlling - Grundlagen, Instrumente und Entwicklungsperspektiven. 2. Auflage. Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart.</p> <p>Baum / Coenenberg / Günther (2013): Strategisches Controlling. 5. Auflage. Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart.</p> <p>Coenenberg / Fischer / Günther (2016): Kostenrechnung und Kostenanalyse. 9. Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart.</p> <p>Zell, Michael (2008): Kosten- und Performance Management. Gabler Verlag, Wiesbaden.</p>
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Die Studierenden lernen die Instrumente des strategischen, taktischen und operativen Controllings kennen.

Die Studierenden können Kennzahlen und Kennzahlensysteme wie die Balanced Scorecard erläutern und mit anderen Kennzahlensystemen vergleichen.

Sie wissen, welche Anforderungen an eine gute Managementberichterstattung gestellt werden.

Die Studierenden können Instrumente des Risikomanagements und Risikocontrollings für ein Unternehmen skizzieren und kritisch einschätzen.

Die Studierenden lernen Ansätze der wertorientierten Unternehmensführung kennen.

Die Studierenden erhalten Einblick in aktuelle (Forschungs-) Fragestellungen im Controlling.

Schwerpunkt:

Verbreiterung des Vorwissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Absolventinnen und Absolventen können Konzepte des strategischen, taktischen, operativen Controllings, des Berichtswesens und der wertorientierten Unternehmensführung bei praxisnahen Übungsaufgaben und Fallstudien anwenden.

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen können im Rahmen von Kleingruppenpräsentationen fachbezogene Erkenntnisse formulieren und Problemlösungen argumentativ verteidigen.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen können Nutzen und Grenzen der verschiedenen Controllinginstrumente einschätzen. Sie verfügen über ein kritisches Verständnis zu Management-Berichterstattung (inklusive Risikomanagement) und zu Methoden der wertorientierten Unternehmensführung.

Modul: P21 Internationales Management

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	21
Modultitel:	P21 Internationales Management
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Peter Philippi-Beck
Art des Moduls:	Pflicht
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	<p>Das Modul vermittelt Grundlagenwissen für das Verständnis und die Gestaltung internationaler Unternehmenstätigkeit.</p> <p>Internationale Unternehmen und Konzerne:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Umfeld internationaler Unternehmen • Ziele der Internationalisierung • Unternehmen und ihre Internationalisierung • organisatorische Modelle • Methoden der Steuerung von internationalen Unternehmen • Kontrolle im internationalen Umfeld <p>Internationale Wirtschaftsstrukturen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modelle zur Erläuterung der Wettbewerbsfähigkeit von Ländern • Modelle zur Erläuterung von staatlicher Intervention • Erläuterung von Wirtschaftsblöcken
Veranstaltungen:	
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung
Voraussetzungen für die Teilnahme:	
Verwendbarkeit des Moduls:	Das Modul ermöglicht Studierenden mit Interesse an den Zusammenhängen internationaler Geschäftsstrukturen Verständnis für internationales Geschäft zu entwickeln. Es zeigt den Studierenden die Relevanz der Internationalisierung und gibt ihnen ein Verständnis der Probleme der Internationalisierung. Schnittstellen sind insbesondere zu den Teildisziplinen der BWL Marketing/Vertriebs und Produktion vorhanden.
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K60
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	<p>Cavusgil et al, International Business, Pearson 2017</p> <p>Krugman et al, Internationale Wirtschaft. Pearson 2015</p> <p>Welge / Holtbrügge, Internationales Management, Schaeffer Poeschel 2015</p>
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Studierende können die Situation und Probleme von Konzernen im internationalen Umfeld benennen. Studierende können Zusammenhänge der internationalen Wirtschaft skizzieren. Absolventinnen und Absolventen reflektieren situationsbezogen die Richtigkeit fachlicher und praxisrelevanter Aussagen.

Schwerpunkt:

Verbreiterung des Vorwissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Lernende können Zusammenhänge zur Attraktivität von Märkten und die Auswirkung auf internationale Konzerne erklären und vorgeschlagene Lösungen anwenden.

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen können die Bedeutung der internationalen Unternehmenstätigkeit in einzel- und gesamtwirtschaftlicher Hinsicht veranschaulichen.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Modul: P22 Marketingmanagement

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	22
Modultitel:	P22 Marketingmanagement
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Barbara Niersbach
Art des Moduls:	Pflicht
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	<p>Das Modul soll fundiertes Wissen des Marketingmanagements vermitteln. Dabei geht es in erster Linie um Grund- und vertiefende Kenntnisse des strategischen Marketing Managements. Die Orientierung erfolgt anhand des Marketing Management Circels. Die Lehrveranstaltung bietet Raum zur kontroversen und intensiven Diskussion und ist wie folgt strukturiert:</p> <p>STRATEGISCHE MARKETINGPLANUNG STRATEGISCHE ANALYSE Marktdefinition und Marktabgrenzung Quantitative Marktanalyse Analyse der Branchenstruktur Der Produktlebenszyklus SWOT Konzept VERFAHREN DER ZIELFESTLEGUNG MARKETINGSTRATEGIEN Strategische Optionen im Überblick Produkt-Markt Strategien</p> <p>Im Rahmen der Lehrveranstaltungen werden konkrete Fallbeispiele dargestellt, sodass ein umfassendes Verständnis von theoretischen als auch praxisnahen Aspekten erreicht wird.</p>
Veranstaltungen:	
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung
Voraussetzungen für die Teilnahme:	
Verwendbarkeit des Moduls:	
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Während des Kurses werden wichtige und relevante Inhalte vermittelt, welche für die abzugebende Leistung vehement von Interesse sind. Ziel und Abschluss des Moduls ist die bestandene Klausurleistung in Form einer K60.
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen können die zentralen Begriffe des Marketingmanagements wiedergeben. Sie kennen konkrete Definitionen, Fakten, Merkmale des erfolgreichen Marketingmanagements. Absolventinnen und Absolventen können Sachverhalte erklären, entsprechende Beispiele anführen, Aufgabenstellungen interpretieren und Probleme des Marketingmanagements in eigenen Worten wiedergeben.

Schwerpunkt:

Verbreiterung des Vorwissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Schwerpunkt:

Kommunikation und Kooperation

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Modul: WP Controlling 1

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	23
Modultitel:	WP Controlling 1
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Alexander Dühnfort
Art des Moduls:	Wahlpflicht
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	<p>Das Modul vermittelt Grundkenntnisse in der Rechnungslegung nach den International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind, vor dem Hintergrund der Konzernrechnungslegung.</p> <p>Hauptinhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entwicklung, Bedeutung und Prinzipien der internationalen Rechnungslegung nach IFRS - Konzernabschluss nach IFRS (Aufstellungspflicht, Konsolidierungskreis und Vereinheitlichungen in den einzelnen Bilanzpositionen der einbezogenen Einzelabschlüsse. - Latente Steuern.
Veranstaltungen:	1251 Internationale Rechnungslegung/International Financial Reporting (IFRS)
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung mit integrierten Übungen
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Kenntnisse der Buchhaltung und Bilanzierung und der Kostenrechnung.
Verwendbarkeit des Moduls:	
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K60, begleitende Praktische Arbeit
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	<p>Pflichtliteratur - jeweils aktuelle Auflage: - Buchholz, Internationale Rechnungslegung, ESV-Verlag - Kirsch: Einführung in die Internationale Rechnungslegung nach IFRS, NWB-Verlag</p> <p>Weiterführende Literatur: - Pellens/Fülbier/Gassen/Sellhorn: Internationale Rechnungslegung: IFRS 1 bis 8, IAS 1 bis 41, IFRIC-Interpretationen, Standardentwürfe. Mit Beispielen, Aufgaben und Fallstudie - Petersen/Bansbach/Dornbach: IFRS-Praxis-Handbuch - Lüdenbach/Hoffmann/Bernhard: Haufe IFRS-Kommentar - Heuser/Theile/Pawelzik: IAS/IFRS-Handbuch - Ballwieser: IFRS-Rechnungslegung - Budde/Clemm/Pankow/Sarx: Beck'scher Bilanz-Kommentar: Handels- und Steuerrecht. §§238 bis 339, 342 bis 342e HGB mit EGHGB und IAS/IFRS-Abweichungen</p>
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen können die grundlegenden Aspekte der Konzernrechnungslegung nach IAS/IFRS darstellen und die wesentlichen Abweichungen zu Bilanzierungsvorschriften nach HGB (bzw. bei internationalen Studierenden: zu den Bilanzierungsvorschriften deren Herkunftsländern) erläutern.

Schwerpunkt:

Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Absolventinnen und Absolventen können die Konzerabschlusssaufstellungspflicht identifizieren, den Konsolidierungskreis abgrenzen, die wesentlichen Vereinheitlichungen für die Aufstellung der Handelsbilanzen II erläutern und aus der Summenbilanz unter Anwendung der einschlägigen Konsolidierungsmaßnahmen eine Konzernbilanz- und GuV ableiten. Sie können die Gründe für die Entstehung von latenten Steuern erläutern und diese in ausgewählten Beispielen darstellen.

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen verwenden bei der Ausarbeitung ihrer Lösungsansätze und der Fallbearbeitung die problembezogen jeweils einschlägige Fachsprache der IAS/IFRS, des HGB bzw. des nationalen Rechts oder, im Falle Deutschlands, des dt. Steuerrechts.

Sie sind in der Lage, in einem fiktiven internationalen Konzernverbund die Anforderungen einer IAS/IFRS-konformen Rechnungslegung zielgruppengerecht an Angehörige ausländischer Konzernunternehmen ggf. auch auf Englisch zu kommunizieren.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen können Nutzen und Grenzen des Konzernabschlusses nach IFRS analysieren und die Aussagefähigkeit kritisch einschätzen. Sie reflektieren die interkulturellen Probleme, die sich aus der internationalen Zusammenarbeit im Konzernverbund auf dem Gebiet des Rechnungswesens ergeben und können die Wirkung inadäquater Kommunikation auf die Qualität der Eingangsdaten bzw. -informationen abschätzen.

Modul: WP Controlling 2

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	24
Modultitel:	WP Controlling 2
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. oec. publ. habil. Gerhard Krönes
Art des Moduls:	Wahlpflicht
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	Grundlagen des Public Management (Institutionen, Ziele, Bindungen, Gegenstände, Finanzierung), zentrale Controllinginstrumente (Bürokratiecontrolling, Investitionscontrolling, Beteiligungscontrolling, Controlling in der Normenproduktion, Privatisierungscontrolling) im Public Sector; Seminaranteil: wechselnde Themen.
Veranstaltungen:	3956 Public Sector Controlling
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung und Seminar
Voraussetzungen für die Teilnahme:	
Verwendbarkeit des Moduls:	
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Gliederungsentwurf eines Referats, Referat bzw. vertonte Power-Point-Präsentation (Referatinhalt, Folien, Vortragsweise)
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	Ein Skript mit Literaturangaben wird zu Semesterbeginn ausgeteilt. Quellenauswahl: - Jann, Werner und Kai Wegrich, Wie bürokratisch ist Deutschland? Und warum? In: dms - der moderne staat - Zeitschrift für Public Policy, Recht und Management Heft 1/2008, S. 49-72. - Kuhlmann, Sabine, Markus Seyfried und John Siegel, Wirkungen kommunaler Gebietsreformen, Stand der Forschung und Empfehlungen für Politik und Verwaltung, Modernisierung des öffentlichen Sektors, Band 42, Baden-Baden 2018. - Hensel, Stephan, Kilian Bizer, Martin Führ, Joachim Lange (Hrsg.), Gesetzesfolgenabschätzung in der Anwendung, Baden-Baden 2010. - Krönes, Gerhard V., Privatisierungscontrolling, Vortrag beim Public Management Colloquium 2012 am 28. und 29. Februar an der Universität Hamburg, in: Public Management im Paradigmenwechsel, hrsg. von Dennis Hilgers, Reinbert Schauer und Norbert Thom, Linz 2012, S. 537-552. - Theuvsen, Ludwig, Instrumentalfunktion von Stadtwerken, in: Stadtwerke. Grundlagen, Rahmenbedingungen, Führung und Betrieb, hrsg. von Dietmar Bräunig und Wolf Gottschalk, Baden-Baden 2012, S. 101-121. - Boltze, Manfred und Stefan Groer, Drittnutzerfinanzierung des Öffentlichen Personennahverkehrs (Third Party Users Financing of Public Transport), In: Zeitschrift für Verkehrswissenschaft, 83. Jahrgang, 2012, Heft 3, S.135-159.
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen können Essentialien des Public Management mit seinen Controllingspezifika wiedergeben.

Schwerpunkt:

Verbreiterung des Vorwissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, diese Erkenntnisse auf zentrale, konkrete Entscheidungsfelder des Public Management anzuwenden. Sie können Literatur erschließen, ihre Eignung prüfen und einen Teil des Stoffes selbst erarbeiten.

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen können betriebswirtschaftlich fundierte Stellungnahmen zu Problemen des Public Sector Controlling abgeben. Sie sind in der Lage, Gliederungen und Ergebnisse zu präsentieren und sich der Diskussion zu stellen.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Modul: WP Controlling 3

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	25
Modultitel:	WP Controlling 3
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Cornelia Neff
Art des Moduls:	Wahlpflicht
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	<p>Inhalte (mögliche Themenfelder)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einkaufs- und Beschaffungscontrolling - Produktionscontrolling - Logistik- und Supply-Chain Controlling - Forschungs- und Entwicklungscontrolling - Marketing- und Vertriebscontrolling - Personalcontrolling - Finanzcontrolling - Beteiligungscontrolling - Projektcontrolling - Öko- und Nachhaltigkeitscontrolling - IT-Controlling - Risikomanagement und Risikocontrolling
Veranstaltungen:	7176 Bereichscontrolling
Lehr- und Lernformen:	Seminar
Voraussetzungen für die Teilnahme:	<p>P10 Kosten- und Leistungsrechnung/Controlling</p> <p>P20 Controlling</p> <p>Praxissemester</p>
Verwendbarkeit des Moduls:	
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	<p>20% Literaturrecherche,</p> <p>40% Präsentation (Referat mit Handout, Diskussionsbeiträge),</p> <p>40% Hausarbeit</p>
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	<p>Aktuelle Fachartikel zu ausgewählten Fragestellungen im Controlling</p> <p>Britzelmeier, Bernd (2017): Controlling - Grundlagen, Praxis, Handlungsfelder. Kapitel 6 "Bereichscontrolling". 2. Aufl. Pearson Deutschland Verlag, Hallbergmoos. S.427-627.</p> <p>Schäffer, Utz und Weber, Jürgen (Hrsg.) (2005): Bereichscontrolling. Funktionsspezifische Anwendungsfelder, Methoden und Instrumente. Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart.</p>
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Die Studierenden recherchieren unter Anleitung zu ausgewählten Forschungsfragen im Controlling.

Die Studierenden wenden allgemeine Controlling-Konzepte auf einzelne, unternehmens-spezifische Fachgebiete an.

Die Studierenden arbeiten sich in komplexere theoretische Controlling-Modelle ein, verstehen sie und können sie ihren Mitstudierenden erklären.

Schwerpunkt:

Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Die Studierenden setzen sich mit einem selbst gewählten Controlling-Thema auseinander.

Sie verstehen und analysieren theoretische Ansätze, überprüfen die Theorien auf Praxistauglichkeit, illustrieren ihre Ausführungen mit Praxiserfahrungen und entwickeln selbstständig Übungsaufgaben / Anwendungsmöglichkeiten zum gewählten Controlling-Thema.

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, sich mit Controlling-Experten und Laien über Konzepte, Ideen,

Probleme und Lösungen im Bereich Controlling auszutauschen. Sie übernehmen Verantwortung für Gruppenpräsentation mit anschließender Moderation der Diskussion und geben ggf. ein qualifiziertes Feedback zu den Referatsthemen, z.T. in Form eines Korreferats.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Modul: WP Controlling 4

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	26
Modultitel:	WP Controlling 4
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Heike Willax
Art des Moduls:	Wahlpflicht
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	<p>Businessplan und Unternehmensplanung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufbau und Struktur von Businessplänen • Beschreiben von Geschäftsmodellen • Grundlagen und Vorgehen Unternehmensplanung • Teilpläne im operativen Planungsprozess (beispielsweise Umsatz-, Kosten-, Investitionsplanung)
Veranstaltungen:	4009 Businessplan und Unternehmensplanung
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung / Fallstudien in Gruppenarbeit
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Absolvieren von Modul P4, P5 und P20 Grundlagen des Finanz- und Rechnungswesens, in den Prozessabläufen in Unternehmen und in den Methoden der Unternehmensanalyse.
Verwendbarkeit des Moduls:	Verbindung zwischen Bilanzierung, Finanzierung und Unternehmenssteuerung herstellen.
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Mangels Definition in §33 der SPO bis auf weiteres Klausur, 60 Minuten (K60), Möglichkeit von Bonuspunkten
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> • Osterwalder, Alexander und Pigneur, Yves, Business Model Generation, Campus Verlag Frankfurt, aktuelle Auflage • Kubr, Thomas et al, Planen, gründen, wachsen, Redline Verlag München, aktuelle Auflage. • Baumüller, Josef, Hartmann, Achim und Kreuzer, Christian, Integrierte Unternehmensplanung, Linde Verlag Wien, aktuelle Auflage. • Brühl, Rolf, Controlling: Grundlagen einer erfolgsorientierten Unternehmenssteuerung, Verlag Franz Vahlen München, aktuelle Auflage. • Skript Businessplan und Unternehmensplanung von Prof. Dr. Heike Willax (aktuelles Semester)
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen können Geschäftsideen beschreiben und zusammenfassen. Sie sind mit dem Prozess der Unternehmensplanung vertraut.

Schwerpunkt:

Verbreiterung des Vorwissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Absolventinnen und Absolventen sammeln, bewerten und interpretieren relevante Informationen für ein Geschäftsmodell und benutzen dabei erlernte Instrumente.

Studierende können Verflechtungen und wechselseitige Abhängigkeiten in den Rechenwerken (Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Cashflow-Rechnung) verstehen und diese Zusammenhänge auf eine Unternehmensplanung (Zukunftsbild) eigenständig übertragen.

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen können neue Sachverhalte sowohl informativ, verständlich und überzeugend diskutieren als auch (visuell) darstellen.

Neben dem Vorlesungsvortrag werden meist kürzere Präsenzübungsaufgaben zur direkten Anwendung von neuen Konzepten gestellt und in stiller Arbeit allein bzw. in Kleingruppen gelöst.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen bilden eine Geschäftskonzeption bzw. eine integrierte Planung im Zahlen- und Rechenwerk einer Unternehmung ab.

Modul: WP Personal 1

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	27
Modultitel:	WP Personal 1
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Eberhard Hohl
Art des Moduls:	Wahlpflicht
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	<p>Das Modul Personal 1 (Psychologie und Soziologie) beschäftigt sich mit dem menschlichen Erleben und Verhalten in der Arbeit und in Organisationen. Zudem werden Grundlagenkenntnisse zu soziologischen Theorien über bürokratische, wirtschaftliche und politische Organisationen vermittelt.</p> <p>Teil Soziologie:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Verhalten, Handeln und soziales Handeln - Soziale Rollen und Rollenerwartung in der Organisation - Generationen und Milieus als soziale Gruppen in der Organisation - Herrschaft und Macht in Organisationen – Führung aus organisationssoziologischer Perspektive - Soziologische Organisationstheorien: <ul style="list-style-type: none"> oDie Organisation als korporativer Akteur (Modell der Ressourcenzusammenlegung) oDie Organisation als rationales System (Die Bürokratie nach Max Weber und die Agency-Theory) oDie Organisation als soziales System (Systemtheorie nach Niklas Luhmann und der Human-Relations-Ansatz nach Elton Mayo) - organisationale Herausforderungen durch den sozialen und gesellschaftlichen Wandel: <ul style="list-style-type: none"> oFlexibilisierung und Subjektivierung von Arbeit (Wie arbeiten wir heute?) oDiversität und Intersektionalität oDigitalisierung und digitaler Wandel aus soziologischer Perspektive oNew Work oTransnationalisierung und Arbeiten in kulturell heterogenen Teams
Veranstaltungen:	7549 Psychologie und Soziologie
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Studierende des Hauptstudiums (ab 4. Semester)
Verwendbarkeit des Moduls:	verwendbar für Module WP Personal 2 - 4 sowie als Wahlmodul für betriebswirtschaftliche Bachelorstudierende
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Portfolio: 50 % Referat (Psychologie) und 50 % Hausarbeit (Soziologie)
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester

Literatur:	<p>Teil Psychologie: - Kauffeld, Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor, 2. Auflage 2014, Springer Verlag - Nerdinger, Blickle, Schaper, Arbeits- und Organisationspsychologie, 3. Auflage 2014, Springer V. - Rosenstiel, Nerdinger, Grundlagen der Organisationspsychologie, 7. Auflage 2011, Schäffer Verlag - Schuler, Moser, Lehrbuch Organisationspsychologie, 5. Auflage 2014, Huber Verlage - Ulich, Arbeitspsychologie, 7. Auflage 2011, Schäfer Verlag - Deutsche Gesellschaft für Personalführung, Personalmanagement nachhaltig gestalten, 1. Auflage 2011, Bertelsmann Verlag - Ariely, Denken hilft zwar, nützt aber nichts, 2008, Krömer</p> <p>Teil Soziologie: - Flecker, J. (2017): Arbeit und Beschäftigung. Eine soziologische Einführung, utb. - Kieser, A./ Walgenbach, P. (2010): Organisation, Schäffer-Poeaschel. - Ruiner, C./ Wilkesmann, M. (2016): Arbeits- und Industriesoziologie, utb. - Pohlmann, M. (2016): Soziologie der Organisation. Eine Einführung, utb. - Preisendörfer, P. (2016): Organisationssoziologie. Grundlagen, Theorien und Problemstellungen, VS Verlag Wiesbaden. Zusätzlich werden in der Lehrveranstaltung aktuelle Veröffentlichungen (z.B. Studienergebnisse und wissenschaftliche Artikel) aus dem Bereich der Organisationssoziologie gelesen.</p>
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Schwerpunkt:

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Absolventinnen und Absolventen können anhand konkreter Praxisfälle Problemstellungen und deren Besonderheiten herausstellen, erklären und vergleichen. Sie können Organisationen als Interaktionssysteme beschreiben und Konzepte der Arbeitszufriedenheit am Bsp. der Generation Y selbst entwickeln. Absolventinnen und Absolventen können verschiedene Organisationsstrukturen (Zweckverband, Kooperationssystem, Herrschaftssystem) analysieren und deren Komplexitätsgrad einschätzen. Sie können Konflikte und ihre Ursachen in Organisationen analysieren und eine Veränderungsstrategie am Beispiel einer Organisation im Change-Prozess diskutieren und in ersten Schritten analysieren. Absolventinnen und Absolventen können Führungsverhalten und Menschenbilder in Organisationen analysieren und bewerten.

Schwerpunkt:

Kommunikation und Kooperation

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen können Beziehungen zu anderen Fachdisziplinen und Wissenschaftsrichtungen erläutern.

Modul: WP Personal 2

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	28
Modultitel:	WP Personal 2
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. oec. publ. habil. Gerhard Krönes
Art des Moduls:	Wahlpflicht
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	Vorlesungsteil: Institutionale Spezifika von Nonprofit-Organisationen, Grundlagen nonprofitspezifischen Personalmanagements insb. im Hinblick auf Personalbereitstellung und Personalführung; Seminarteil: wechselnde Themen.
Veranstaltungen:	4025 Personalmanagement im Nonprofit-Sektor
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung und Seminar
Voraussetzungen für die Teilnahme:	
Verwendbarkeit des Moduls:	
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Gliederungsentwurf eines Referats, Referat bzw. vertonte Power-Point-Präsentation (Referatinhalt, Folien, Vortragsweise)
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	<p>Ein Skript mit Literaturangaben wird zu Semesterbeginn ausgeteilt.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ 2016) (Auftraggeber), Deutsches Zentrum für Altersfragen (Auftragnehmer): Freiwilliges Engagement in Deutschland, Der Deutsche Freiwilligensurvey 2014, Berlin 2016. - Krönes, Gerhard, Kriterien für den Einsatz von Freiwilligenagenturen zur Gewinnung ehrenamtlicher Mitarbeit in Nonprofit-Organisationen, (wegen eines Unfalls nicht gehaltener) Vortrag beim 11. Internationalen NPO-Colloquium am 3./4. 4.2014 an der Universität Linz, in: Ressourcenmobilisierung durch Nonprofit-Organisationen, hrsg. von René Andessner, Dorothea Greiling, Markus Gmür und Ludwig Theuvsen, Linz 2015, S. 127-137. - Helmig, Bernd und Silke Boenigk, Nonprofit Management, München 2012, S. 122 ff. - Krönes, Gerhard V., Marktliche Elemente in der Mitarbeitervergütung - geeignet für Nonprofit-Organisationen? In: Nonprofit-Organisationen und Märkte, 7. Internationales Colloquium der NPO-Forscher im März 2006 an der Universität Freiburg/ Schweiz, hrsg. von Helmig, Bernd/ Purtschert, Robert/Schauer, Reinbert/Witt, Dieter, Wiesbaden 2007, S. 181-194. - Krönes, Gerhard V., Vertrauen versus Kontrolle - Überlegungen zur Führung in Nonprofit-Organisationen, in: Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis BFuP, 61. Jg., 2009, Heft 1, S. 79-93. - Krönes, Gerhard V., Motivation nutzen: Nachhaltiges Personalmanagement Ehrenamtlicher, Vortrag bei der ConSozial 2016 am 26.10.2016 in Nürnberg, veröffentlicht als Nr. 12 der Weingartener Arbeitspapiere zur Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre, zum Personalmanagement und Nonprofit-Management, Weingarten 2016.
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen mit allgemein-betriebswirtschaftlichen und personalbezogenen Grundkenntnissen können institutionale Spezifika von Nonprofit-Organisationen nennen und erläutern. Sie sind in der Lage, Konsequenzen dieser Spezifika für das Personalmanagement zu beschreiben und zu erklären.

Schwerpunkt:

Wissensverständnis

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Schwerpunkt:

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, betriebswirtschaftlich fundierte Stellungnahmen zu Problemen des Personalmanagements von Nonprofit-Organisationen abzugeben.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, Konsequenzen dieser Spezifika für das Personalmanagement zu beschreiben und zu erklären.

Modul: WP Personal 3

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	29
Modultitel:	WP Personal 3
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Eberhard Hohl
Art des Moduls:	Wahlpflicht
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	Hauptinhalte: - Veränderungssituationen (u.a. im Projektmanagement) - Change-Blockaden - Definition von Erfolgsfaktoren für das Change-Management. - Analyse realer Veränderungsprozesse und Reporting.
Veranstaltungen:	1237 Veränderungsmanagement
Lehr- und Lernformen:	Seminar
Voraussetzungen für die Teilnahme:	
Verwendbarkeit des Moduls:	
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Referat (40 %), Hausarbeit (60 %)
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	Doppler Klaus et. al. Change Management, Campus Verlag, 2008
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen können die Grundbegriffe des Veränderungsmanagements (Definition, Ursachen von Veränderung, Phasenmodelle, Stakeholder) erläutern.

Schwerpunkt:

Wissensverständnis

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Absolventinnen und Absolventen können strategische und organisatorische Konzepte in Veränderungssituationen anwenden und Rollen im Veränderungsprozess beschreiben und die Konzepte des Projektmanagement auf die gegebene Situation anwenden. Sie können verschiedene Veränderungssituationen analysieren und den Komplexitätsgrad einschätzen. Absolventinnen und Absolventen können Widerstände und ihre Ursachen im Change Prozess analysieren. Sie können mit Hilfe der Konzepte des Veränderungsmanagements reale Veränderungsprozesse in Unternehmen analysieren und einen Bericht über die Vorgänge ausarbeiten.

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen können eine Kommunikationsstrategie für den Veränderungsprozess diskutieren. Sie können die Erfolgs- und Misserfolgskriterien in CM bewerten.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen können Veränderungssituationen sowohl im Sinne des Projektmanagements wie auch bezüglich der auftretenden psychologischen und emotionalen Widerstände analysieren und auf Basis der Situation Erfolgsfaktoren bewerten. Sie können die Inhalte in Beziehung mit anderen Lehrveranstaltungen (z.B. Strategie, Organisation, ..) neu interpretieren.

Modul: WP Personal 4

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	30
Modultitel:	WP Personal 4
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Eberhard Hohl
Art des Moduls:	Wahlpflicht
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	<p>Hauptinhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Abgrenzung Human Resources / Personalmanagement und Personalentwicklung - Personalentwicklung im Spannungsfeld Theorie # Praxis und als strategischer Erfolgsfaktor bei Change- und Innovationsprozessen - Ziele, Strategien, Funktionen, Zielgruppen und Träger der Personalentwicklung - Maßnahmen, Methoden und Instrumente (#Werkzeugkasten#) der Personalentwicklung - Controlling, Evaluation und Lerntransfersicherung in der Personalentwicklung - Internationale und interkulturelle Personalentwicklung
Veranstaltungen:	4018 Personalentwicklung
Lehr- und Lernformen:	Seminar, Lehrgespräche, Einzel- Gruppenarbeit, Fallstudien, Gastvorträge
Voraussetzungen für die Teilnahme:	
Verwendbarkeit des Moduls:	
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Referat (40 %), Hausarbeit (60 %)
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	<p>* Becker, M.: Personalentwicklung, Stuttgart 2013 * BröckermaNn, R. (Hrsg.) / Müller-Vorbrüggen, M.: Handbuch Personalentwicklung 2010 * Franken, S.: Personal Diversity Management, Berlin 2014 * Friederichs, P. / Althausen, U. (Hrsg.): Personalentwicklung in der Globalisierung, Neuwied-Kriftel 2001 * Krämer, M.: Grundlagen und Praxis der Personalentwicklung, Göttingen 2012 * Rauen, C.: Handbuch Coaching, Göttingen 2012 * Rohrschneider, U.: Erfolgsfaktor Potenzialanalyse, Wiesbaden 2010 * Scholz, C.: Personalmanagement, München 2014 * Schuler, H. (Hrsg.): Lehrbuch der Personalpsychologie, Göttingen 2014 * Schuler, H.: Assessment Center zur Potenzialanalyse, Göttingen 2012 * Steinweg, S.: Systematisches Talent Management, Stuttgart 2009 * Ulrich, D.: Global HR Competencies, New York 2012</p>
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen können die Grundbegriffe und den konzeptionellen Rahmen der Personalentwicklung erläutern (Definitionen, Ziele, Strategien, Funktionen, Zielgruppen und Träger).

Schwerpunkt:

Wissensverständnis

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, das Rüstzeug der Personalentwicklung (Methoden/Instrumente) situations- und praxisgerecht anzuwenden.

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Modul: WP Marketing/Vertrieb 1

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	31
Modultitel:	WP Marketing/Vertrieb 1
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Steffen Jäckle
Art des Moduls:	Wahlpflicht
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	-Betrachtung von Märkten und Marktteilnehmer -Design von Märkten -Entscheidungsverhalten in Organisationen und als Individuum -Entstehung und Lösung von Verteilungsproblemen
Veranstaltungen:	3958 Marktpsychologie
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung in Präsenz oder digital je nach herrschender Situation
Voraussetzungen für die Teilnahme:	
Verwendbarkeit des Moduls:	Verzahnung mit den Veranstaltungen im Wahlpflichtbereich Marketing und Sales
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K60
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	Literatur: -Abbot, Edwin A. (1952): Flatland. A Romance of Many Dimensions. Erstausgabe: 1884 unter dem Titel "A.Square". -Anderson, Chris (2008): The End of Theory: The Data Deluge Makes the Scientific Method Obsolete, Wired Magazine 16.07 vom 23.06.2008, Zugriff 03.03.2013 (download: http://www.wired.com/science/discoveries/magazine/16-07/pb_theory) -Beinhocker, Eric D. (2007): The Origin of Wealth, London: Random House -Berkley International Framing I -Friedman, Milton (1966): The Methodology of Positive Economics, In: Essays in Positive Economics, Chicago University of Chicago Press, 1966) p. 3-16, 30-43 (download: http://www.ppge.ufrgs.br/giacomo/arquivos/eco02036/friedman-1966.pdf) -Folliet, Luc (2011) : Nauru. Die verwüstete Insel. Wie der Kapitalismus das reichste Land der Erde zerstörte, Berlin: Verlag Klaus Wagenbach -Ghoshal, Sumantra (2005): Bad Management Theories Are Destroying Good Management Practices, in: Academy of Management Learning & Education, Vol. 4, No. 1, S. 75-91 -Hayek, Friedrich A. von (1994): Der Weg zur Knechtschaft. Neuauflage von 1994, München: Olzog -Kahneman, Daniel (2011): Schnelles Denken, Langsames Denken, München: Siedler: Pflichtliteratur: Das komplette Buch ohne Anhang ist klausurrelevant -Manella, Jürg (2003): Der relationale Mensch, Zürich: Orell Füssli -Sandel, Michael J. (2012): Was man für Geld nicht kaufen kann. Die moralischen Grenzen des Marktes, Berlin: Ullstein
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen können die zentralen Begriffe von Marktpsychologie wiedergeben. Sie kennen konkrete Definitionen, Fakten, Merkmale. Sie können Sachverhalte formulieren, entsprechende Beispiele anführen, Aufgabenstellungen interpretieren und Probleme in eigenen Worten zusammenfassen. Absolventinnen und Absolventen können Sachverhalte erläutern, präsentieren und interpretieren.

Schwerpunkt:

Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Absolventinnen und Absolventen können ein neues Problem durch Wissenstransfer lösen.

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Modul: WP Marketing/Vertrieb 2

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	32
Modultitel:	WP Marketing/Vertrieb 2
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. oec. publ. habil. Gerhard Krönes
Art des Moduls:	Wahlpflicht
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	Vorlesungsteil: Institutionale Spezifika von Nonprofit-Organisationen, Grundlagen nonprofitspezifischer Finanzierung, insb. ehrenamtliche Arbeit als Finanzierungssurrogat, Mitgliederbeiträge, Spenden, Zustiftungen, Erbschaften und Bußgelder, Sponsoreneinzahlungen, Öffentliche Mittel, erwerbswirtschaftliche Betriebszweige. Seminarteil: wechselnde Themen.
Veranstaltungen:	6744 Fundraising
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung und Seminar
Voraussetzungen für die Teilnahme:	
Verwendbarkeit des Moduls:	
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Gliederungsentwurf eines Referats, Referat bzw. vertonte Power-Point-Präsentation (Referatinhalt, Folien, Vortragsweise)
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> - Adena, Maja, Ein Stupser, um Gutes zu tun - Wie Nudging die Spendenbereitschaft erhöht, in: WZB Mitteilungen, Heft 158, Dezember 2017, S. 26-28 (mit weiterführenden Literaturhinweisen). - Ariely, Dan, Wer denken will, muss fühlen: Die heimliche Macht der Unvernunft, München 2015 - Kahnemann, Daniel, Schnelles Denken, langsames Denken, München 2012. - Krönes, Gerhard V., Spendensiegel auf dem Prüfstand – eine Synopse von Spendensiegeln in Deutschland, Österreich und der Schweiz unter dem Aspekt von Aussagefähigkeit und Praktikabilität, Vortrag beim 10. Internationalen NPO-Colloquium am 29./30.3.2012 an der Universität Fribourg, in: Performance Management in Nonprofit-Organisationen, hrsg. von Markus Gmür, Reinbert Schauer und Ludwig Theuvsen, Bern, Stuttgart, Wien 2013, S. 377-38. - Naskrent, Julia, Verhaltenswissenschaftliche Determinanten der Spenderbindung, Frankfurt 2010. - Hainzer, Marietta und Sandra Stötzer, Crowdfunding für Nonprofit-Organisationen, in: Verbands-Management, 39. Jg., 2013, S. 38-46. - Krönes, Gerhard V., Legitimierung von Nonprofit-Organisationen gegenüber ihren ressourcengebenden Stakeholdern, dargestellt am Beispiel des Berufsbildungswerks Adolf Aich gGmbH Ravensburg, in: Stakeholder-Management in Nonprofit-Organisationen, hrsg. von Ludwig Theuvsen, Reinbert Schauer und Markus Gmür, Linz 2010, S. 279-294.
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Studierende mit allgemein-betriebswirtschaftlichen Grundkenntnissen können institutionale Spezifika von Nonprofit-Organisationen nennen und erläutern.

Schwerpunkt:

Wissensverständnis

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Sie sind in der Lage, Konsequenzen dieser Spezifika für die Finanzierung zu beschreiben und zu erklären. Studierende können Literatur erschließen, ihre Eignung prüfen und einen Teil des Stoffes selbst erarbeiten. Auf dieser Basis sind sie in der Lage, betriebswirtschaftlich fundierte Stellungnahmen zu Problemen der Finanzierung von Nonprofit-Organisationen abzugeben.

Schwerpunkt:

Wissenschaftliche Innovation

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, Gliederungen und Ergebnisse zu präsentieren und sich der Diskussion zu stellen.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Modul: WP Marketing/Vertrieb 3

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	33
Modultitel:	WP Marketing/Vertrieb 3
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Steffen Jäckle
Art des Moduls:	Wahlpflicht
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	Das Modul soll fundiertes Wissen über Marketing und Vertrieb (Sales Excellence) vermitteln.
Veranstaltungen:	Marketing und Vertriebsmanagement
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung in Präsenz oder digital je nach herrschender Situation
Voraussetzungen für die Teilnahme:	
Verwendbarkeit des Moduls:	Verzahnung mit den Veranstaltungen im Wahlpflichtbereich Marketing und Sales
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K60
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	<p>-Homburg, Christian (2017): Marketingmanagement. Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung, 6. Aufl. Springer Gabler. Pflichtlektüre: Download via Springer Link</p> <p>-Homburg, Christian; Schäfer, Heiko; Schneider, Janna (2016): Sales Excellence. Vertriebsmanagement mit System, 8. Aufl.; Wiesbaden: Gabler (Ausleihexemplare sind in der Bibliothek vorhanden)</p> <p>-Jäckle, Steffen; Brüggemann, Uwe (2019): Digitale Transformationsexzellenz. Wettbewerbsvorteile sichern mit der Customer Company Excellence Matrix. Wiesbaden Gabler.</p> <p>-Kotler, Philip; Keller, Kevin Lane; Bliemel, Friedhelm (2007) : Marketing-Management. Strategien für wertschaffendes Handeln, 12. Aufl., München: Pearson Education (Ausleihexemplare sind in der Bibliothek vorhanden)</p> <p>-Porter, Michael E. (1979): How competitive forces shape strategy, in: Harvard Business Review March-April 1978, S. 137-145</p> <p>-Winkelmann, Peter (2010): Marketing und Vertrieb, 7. Aufl., München: Oldenbourg Verlag</p>
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen können die Bedeutung von Marketing & Vertriebsmanagement aufzeigen und die Erscheinungsformen und Funktionen sowie die strategischen Entscheidungsbereiche beschreiben.

Ferner können Sie, die Entscheidungsfelder im Rahmen des Produktinnovationsprozesses und die Probleme, die mit der Entwicklung und Einführung neuer Produkte verbunden sind, darstellen.

Sie können den kompletten Planungs- und Entscheidungsprozess bei der Entwicklung einer Marketingkonzeption für Konsumgüter- unter Berücksichtigung des integrierten Einsatzes aller Marketinginstrumente (Marketing-Mix) darstellen.

Schwerpunkt:

Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Absolventinnen und Absolventen können

-operative Entscheidungen der Markenführung in Bezug auf die Festlegung der Markenidentität, der Markenpositionierung und der Markengestaltung treffen,

-die im Produktinnovationsprozess relevanten Methoden der Marktforschung anwenden

-den kompletten Planungs- und Entscheidungsprozess bei der Entwicklung einer Marketingkonzeption für Konsumgüter- unter Berücksichtigung des integrierten Einsatzes aller Marketinginstrumente (Marketing-Mix) problemorientiert anwenden.

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Modul: WP Marketing/Vertrieb 4

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	34
Modultitel:	WP Marketing/Vertrieb 4
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Cornelia Neff
Art des Moduls:	Wahlpflicht
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	<p>Im Modul Vertriebscontrolling lernen die Studierenden, Marketing- und Vertriebsaktivitäten von Unternehmen zu planen, zu steuern, zu koordinieren und zu kontrollieren.</p> <p>Die Veranstaltung beinhaltet einen Einführungsteil der Dozentin über verschiedene Konzepte des Marketing- und Vertriebscontrollings.</p> <p>i) Anschließend führen die Studierenden selbstständig eine qualifizierte Literaturrecherche zu einem aktuellen Thema aus Marketing- und Vertriebscontrolling durch.</p> <p>ii) In einem Gruppenreferat vertiefen die Studierenden ihre theoretischen Kenntnisse und praktischen Anwendungen von Marketing- und Vertriebscontrolling-Konzepten und leiten die anschließende Fachdiskussion.</p> <p>iii) Eine Klausur über das gesamte Stoffgebiet Vertriebscontrolling dient der Ergebnissicherung</p> <p>Themenschwerpunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vertriebskosten- und Vertriebserfolgsrechnung - Vertriebswegeanalyse und Außendienststeuerung - Sortimentscontrolling und Filialsteuerung im stationären Handel - Marketing- und Vertriebs-Controlling im E-Commerce - Balanced Scorecard für den Vertrieb - Social Media Controlling - Customer Lifetime Value und Customer Journey Analyse - Markenmanagement und Markencontrolling
Veranstaltungen:	3960 Vertriebscontrolling
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung mit integrierten Übungen und kleinen Gruppenreferaten
Voraussetzungen für die Teilnahme:	P10 Kosten- und Leistungsrechnung, P22 Marketingmanagement
Verwendbarkeit des Moduls:	
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	<p>Literaturrecherche (20 %)</p> <p>Referat mit Handout und Diskussionsleitung (40%)</p> <p>Klausur 45 Minuten (40 %)</p>
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester

Literatur:	<ul style="list-style-type: none">* Kühnapfel, Jörg (2017): Vertriebscontrolling - Methoden im praktischen Einsatz. 2. Auflage, Springer Gabler Verlag Wiesbaden.* Klein, Andreas (Hrsg.)(2014): Marketing- und Vertriebscontrolling. Von Big Data über Pricing bis Social Media Controlling. Haufe Lexware Verlag München* aktuelle Fachartikel zu Marketing- und Vertriebscontrolling
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

"Marketing- und Vertriebscontrolling"

Die Studierenden setzen sich mit einem wissenschaftlichen Fachbeitrag aus Marketing- oder Vertriebscontrolling auseinander. Sie analysieren und verstehen theoretische Ansätze, überprüfen sie auf Praxistauglichkeit und illustrieren ihre Ausführungen anhand von Fallbeispielen aus dem Marketing- und Vertrieb, ggfs. auch anhand von empirischen Studien.

Sie entwickeln selbstständig Übungsaufgaben, um die Umsetzung der theoretischen Konzepte zu erläutern .

Schwerpunkt:

Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, sich mit Fachvertretern und Laien über Informationen, Ideen, Probleme und Lösungen im Bereich Vertriebscontrolling auszutauschen. Sie übernehmen Verantwortung für Gruppenpräsentation mit anschließender Moderation der Diskussion. Absolventinnen und Absolventen geben bzw. erhalten ein qualifiziertes Feedback zum Referatsthema.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, Marketing- und Vertriebsaktivitäten von Unternehmen zu verstehen, zu analysieren, zu kontrollieren und zu bewerten.

Modul: P23 Wahlfächer

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	35
Modultitel:	P23 Wahlfächer
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Alexander Dühnfort
Art des Moduls:	Wahl
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	Das Modul soll eine individuelle Profilbildung der Studierenden sowie den Gedanken eines 'Studium Generale' unterstützen. Die Studierenden wählen hierzu Veranstaltungen oder Module aus dem Lehrangebot der Fakultät T oder anderer Fakultäten aus, welche weitgehend den Themenbereichen ihres Studienganges zuzurechnen sind.
Veranstaltungen:	Die Studierenden haben als Wahlfächer Lehrveranstaltungen aus dem weiteren Studienangebot der Hochschule Ravensburg-Weingarten und/oder aus dem Angebot der Pädagogischen Hochschule im festgelegten Umfang zu belegen und die entsprechenden Prüfungsleistungen zu erbringen. Aus der nicht gewählten Vertiefungsrichtung des Studiengangs können Wahlfächer belegt werden. Als Wahlfächer können nur Fächer gewählt werden, die inhaltlich nicht mit Elementen der Pflichtmodule identisch sind. Werden in den Wahlfächern Türentätigkeiten durchgeführt, darf deren Umfang insgesamt 4 Credits nicht überschreiten. Wird ein praktisches Studienprojekt als Wahlfach angeboten, so ist eine Anmeldung erforderlich und verbindlich. Bei Nichtteilnahme an einem angemeldeten Projekt gilt die Prüfungsleistung als nicht bestanden.
Lehr- und Lernformen:	entsprechend dem anbietenden Studiengang
Voraussetzungen für die Teilnahme:	entsprechend dem anbietenden Studiengang
Verwendbarkeit des Moduls:	entsprechend dem anbietenden Studiengang
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Studierende haben bei Wahlfachbelegung außerhalb der Fakultät Technologie und Management sicherzustellen, dass sie geprüft werden; ein Teilnahmechein genügt nicht.
ECTS-Leistungspunkte:	15
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen sollen die im Studiengang "Betriebswirtschaftslehre und Management" bisher erreichten Kompetenzgewinn v.a. durch interdisziplinäre und/oder vertiefende Inhalte ergänzen.

Schwerpunkt:

Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Die Auswahl der im Wahlbereich zu belegenden Fächer soll sich an deren Verwendbarkeit in der betrieblichen Praxis orientieren und somit grundsätzlich in fachlichem Zusammenhang mit der Betriebswirtschaftslehre stehen.

Absolventinnen und Absolventen sollen v.a. weitergehendes fachliches und/oder methodisches Knowhow erwerben, um die in der Praxis zu erwartenden Problemstellung noch sachgerechter und umfassender bearbeiten zu können.

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen sollen durch die Auswahl ihrer Wahlfächer in die Lage versetzt werden, betriebswirtschaftliche Ansätze und Methoden im Diskurs mit Fachvertreterinnen und Fachvertretern sowie Fachfremden mit theoretisch und methodisch fundierter Argumentation begründen und rechtfertigen zu können.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen können durch die zusätzlich erworbenen Inhalte die Fachinhalte ihres Studiengangs kritisch reflektieren und in einen breiteren fachlichen Zusammenhang setzen.

Modul: Praxissemester

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	36
Modultitel:	Praxissemester
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. nat. Tobias Harth
Art des Moduls:	Pflicht
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	Das verpflichtende Praxissemester umfasst eine praktische Tätigkeit im Berufsfeld. Im Rahmen dieser Tätigkeit wenden Studierende die während des Studiums erworbenen Qualifikationen bei der Bearbeitung anspruchsvoller Aufgabenstellungen in einem Unternehmen an und vertiefen sie.
Veranstaltungen:	7565 BM Praktikantenseminar
Lehr- und Lernformen:	Praktikum + Seminar
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Bestandene Zwischenprüfung gem. § 7 (2) SPO
Verwendbarkeit des Moduls:	
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Praxisbericht + Referat
ECTS-Leistungspunkte:	30
Benotung:	unbenotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen lernen Aufgaben und Prozesse in Unternehmen kennen. Sie können diese Aufgaben und Prozesse erläutern und Herausforderungen erklären. Absolventinnen und Absolventen können Erkenntnisse, die während der Tätigkeit im Unternehmen erworben wurden, auf Basis des theoretischen Wissens aus dem bisherigen Studium diskutieren, zusammenfassen und präsentieren.

Schwerpunkt:

Wissensverständnis

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Absolventinnen und Absolventen wenden die im Studium erworbenen Qualifikationen in einer praktischen Tätigkeit nach Maßgabe des Unternehmens an.

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen vergleichen ihr im Studium erworbenes Wissen bzw. ihre erworbenen Kompetenzen mit den Herausforderungen einer praktischen Tätigkeit. Sie sind dadurch in der Lage, ihren Wissensstand einzuschätzen und Bedarf an weiterem Wissenserwerb bzw. weiteren Kompetenzen zu ermitteln.

Modul: P24 Abschluss

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	37
Modultitel:	P24 Abschluss
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Alexander Dühnfort
Art des Moduls:	Pflicht
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	
Veranstaltungen:	7566 BM Bacheloranden-Seminar 7567 BM Bachelor-Arbeit
Lehr- und Lernformen:	Seminar + Bachelor-Arbeit
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Die Bachelor-Arbeit kann nur begonnen werden, wenn die Prüfungen der ersten drei Studiensemester im Umfang von 90 Credits erbracht sind und das Verpflichtende Praktische Studiensemester erfolgreich absolviert ist.
Verwendbarkeit des Moduls:	
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Bachelor-Arbeit Die Arbeit ist spätestens 6 Monate nach dem Ausgabetag im Prüfungsamt der Hochschule Ravensburg-Weingarten abzugeben.
ECTS-Leistungspunkte:	15
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Thema, Aufgabenstellung und Umfang der Bachelor-Arbeit sind von der Aufgabenstellerin oder dem Aufgabensteller so zu begrenzen, dass die Arbeit in ca. 360 Arbeitsstunden, die 12 Credits entsprechen, absolviert werden kann.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen weisen insb. durch die Erstellung der Bachelorarbeit ein breites und integriertes Wissen und Verstehen der wissenschaftlichen Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre sowie die notwendigen Kompetenzen im wissenschaftlichen Arbeiten nach.

Schwerpunkt:

Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Absolventinnen und Absolventen erstellen eine fachlich und thematisch relevante und den Grundsätzen wissenschaftlichen Arbeiten entsprechende Abschlussarbeit.

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen entwickeln bei der Erstellung ihrer Abschlussarbeit fachlich einschlägige und sachbezogene Problemlösungen und können diese theoretisch und methodisch fundiert begründen.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen zeigen in ihrer Arbeit, dass sie sich an Zielen und Standards professionellen Handelns in fachlicher sowie wissenschaftlicher Hinsicht orientieren können und reflektieren hierbei zugleich Aufbau und Modulinhalt des gesamten Studiengangs.

Modul: Direktmarketing

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	38W
Modultitel:	Direktmarketing
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Steffen Jäckle
Art des Moduls:	Wahl
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	Erlernen wie man erfolgreiches Direktmarketing exemplarisch in der Praxis als Studierendenbotschafter erfolgreich umsetzt. Übergeordnetes Ziel ist, mehr potentielle Bewerber für die Fakultät T zu gewinnen
Veranstaltungen:	-
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung in Präsenz oder digital je nach herrschender Situation.
Voraussetzungen für die Teilnahme:	- Begeisterung für das eigene Studienfach - Bestehender Kontakt in die ehemalige Schule
Verwendbarkeit des Moduls:	-
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Zweimalige Präsentation in der ehemaligen Schule vor dem Abschlussjahrgang Unbenotete Prüfungsleistung
ECTS-Leistungspunkte:	2
Benotung:	unbenotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	-
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen können die zentralen Begriffe des Direktmarketings wiedergeben.

Schwerpunkt:

Verbreiterung des Vorwissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Absolventinnen und Absolventen können Methoden des Direktmarketings exemplarisch als Studierendenbotschafter anwenden.

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Modul: Wissenschaftliches Arbeiten

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	39W
Modultitel:	Wissenschaftliches Arbeiten
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. oec. publ. habil. Gerhard Krönes
Art des Moduls:	Wahl
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	<p>Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens anhand betriebswirtschaftlicher Basisthemen/Bachelorniveau:</p> <ul style="list-style-type: none"> - allgemeine Anforderungen an wissenschaftliches Arbeiten - Themenfindung und -abgrenzung - Recherche und Materialauswahl - Materialauswertung und Plagiatvermeidung - Gliederungserstellung - Argumentationsweise und Ergebnisdarstellung
Veranstaltungen:	Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens
Lehr- und Lernformen:	VP (Vorlesung mit integrierten Übungen)
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Keine
Verwendbarkeit des Moduls:	Das Wahlfach liefert das methodische Werkzeug wissenschaftlichen Arbeitens, mit Hilfe dessen Teilthemen insb. der Vertiefungsmodule erarbeitet werden können.
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	PF (Portfolioprüfung)
ECTS-Leistungspunkte:	3
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	<p>-Voss, Rödiger, Wissenschaftliches Arbeiten, 5. Aufl., Konstanz, München 2017. -Theisen, Manuel René, Wissenschaftliches Arbeiten, 17. Aufl., München 2017. -Watzka, Klaus, Anfertigung und Präsentation von Seminar-, Bachelor- und Masterarbeiten, 5. Aufl., Berlin 2018. Ergänzend zur Reflexion: -Heuss/Süßbier, Trickse, Tränen, Tod – 20 illustrierte Wissenschaftsskandale, Springer Spektrum -Di Trocchio, Der große Schwindel: Betrug und Fälschung in der Wissenschaft, Rowohlt, 2. Auflage 1999.</p>
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen können betriebswirtschaftliches Basiswissen systematisch aufbereiten und verständlich beschreiben.

Sie können die Anforderungen an wissenschaftliches Arbeiten sowohl inhaltlich als auch prozessual darstellen.

Schwerpunkt:

Verbreiterung des Vorwissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Absolventinnen und Absolventen können für die Praxis typische betriebswirtschaftliche Problemstellungen beschreiben, Forschungsfragen ableiten, geeignete Methoden für die Bearbeitung finden und logisch korrekte Aussagen formulieren.

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen formulieren innerhalb ihres Handelns fachliche und sachbezogene Problemlösungen, können diese im Diskurs mit Fachvertreterinnen und Fachvertretern sowie Fachfremden mit theoretisch und methodisch fundierter Argumentation begründen und verwenden hierbei die einschlägige Fachsprache.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen können typische betriebswirtschaftliche Problemstellungen und Beobachtungen in der Praxis in einem geeigneten wissenschaftlichen Bezugsrahmen einordnen und in Frage kommende Lösungen hierbei kritisch aufgrund der Grenzen betriebswirtschaftlicher Theorien und Problemlösungsansätze kritisch reflektieren.

Sie reflektieren den eigenen Lernprozess (Metakognition) und sind in der Lage, die Fachinhalte in ihren systemischen Bezügen darzustellen.

Modul: Innerbetriebliche Kommunikation und Konfliktmanagement

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	40W
Modultitel:	Innerbetriebliche Kommunikation und Konfliktmanagement
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Andreas Schmidthöfer/Dipl.-Wirt.-Ing. (FH) Wolfram Dreier
Art des Moduls:	Wahl
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	<p>Kennenlernen, Erarbeiten und Anwenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Verschiedene Kommunikationsmodelle - Kommunikation als Führungsaufgabe - Soziale Konflikt im beruflichen Kontext - Konfliktlösung und Konfliktmanagement - Über den Konflikt zur Innovation <p>Kommunikationsmodelle u.a. nach: Schulz von Thun (Kommunikationsquadrat, Teufelskreise, inneres Team) sowie Marshall Rosenberg (Gewaltfreie Kommunikation)</p>
Veranstaltungen:	
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung mit integrierten Übungen
Voraussetzungen für die Teilnahme:	keine
Verwendbarkeit des Moduls:	Das Modul ist thematisch v.a. mit folgenden Modulen vernetzt: P14 (Management) sowie dem Wahlpflichtfach Wirtschaftspsychologie 1
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Schriftliche Ausarbeitung und Kurzreferat
ECTS-Leistungspunkte:	3
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Nur Sommersemester
Literatur:	<p>-Cohn, Ruth C. (1991). Von der Psychoanalyse zur themenzentrierten Interaktion. Von der Behandlung einzelner zu einer Pädagogik für alle (10. Aufl.). Stuttgart: Klett-Cotta</p> <p>-Fisher, Roger; Urx, William, Patton, Bruce (2004). DAS HARVARDKONZEPT, Der Klassiker der Verhandlungstechnik (22. Auflage). Frankfurt: Campusverlag)</p> <p>-Glasl, Friedrich (2013). Konfliktmanagement: Ein Handbuch für Führungskräfte, Beraterinnen und Berater, 11. Auflage. Bern: Haupt</p> <p>-Malik, Fredmund (2006). Führen Leisten Leben – Wirksames Management für eine neue Zeit, Frankfurt am Main, Campus</p> <p>-Rosenberg, Marshall B. (2016). Gewaltfreie Kommunikation. Eine Sprache des Lebens. Paderborn: Junfermann,</p> <p>-Schulz von Thun, Friedemann (2010). Verstehen – Verständnis – Einverständnis. In: Schulz von Thun, Friedemann & Kumbier, Dagmar (2010). Impulse für Kommunikation im Alltag: Kommunikationspsychologische Miniaturen 3. Reinbek: Rowohlt.</p> <p>-Schulz von Thun (2017) Miteinander Reden: Kommunikationspsychologie für Führungskräfte. Reinbek: Rowohlt-Verlag</p> <p>-Watzlawick, Paul; Beavin, Janet H. & Jackson, Don D. (2000). Menschliche Kommunikation: Formen, Störungen und Paradoxien. Bern: Huber, (Kapitel II)</p>
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen können wesentliche Problemstellungen und Modelle der innerbetrieblichen Kommunikation beschreiben und haben ein Grundverständnis für soziale Konflikte und betriebliches Konfliktmanagement.

Schwerpunkt:

Verbreiterung des Vorwissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Absolventinnen und Absolventen können zu Problemstellungen der innerbetrieblichen Kommunikation eigenständig sach- und kontextgerechte Lösungsansätze entwickeln. Sie verstehen grundsätzlich den Verlauf und die Eskalationsstufen von Konflikten und können in Auseinandersetzungen auf niederer bis mittlerer Eskalationsstufe situationsangepasste Vorgehensweisen entwickeln und anwenden.

Schwerpunkt:

Kommunikation und Kooperation

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Modul: Digital Marketing Management

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	41W
Modultitel:	Digital Marketing Management
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Andreas Schmidthöfer/Tobias Sauter B.A.
Art des Moduls:	Wahl
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	-Merkmale und Besonderheiten des Online Marketing -Analyse, Zielsetzung und Strategieentwicklung im Online Marketing mit Schwerpunkt auf Suchmaschinenoptimierung, Suchmaschinenwerbung, Social Media Marketing und Lead Generation. -Analyse und Vorstellung exemplarischer Geschäftsmodelle -Reflexion, Transfer und Präsentation der Inhalte und Ergebnisse
Veranstaltungen:	
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung / Diskussion
Voraussetzungen für die Teilnahme:	keine
Verwendbarkeit des Moduls:	Das Modul ist inhaltlich insbesondere vernetzt mit den Modulen P7 (Marktbearbeitung), P8 (Statistik), P22 (Unternehmensplanung), WP WPsych 4 (Marktpsychologie) sowie WP CO 3 (Bereichscontrolling).
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Benotete Präsentation
ECTS-Leistungspunkte:	2
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	keine
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Schwerpunkt:

Verbreiterung des Vorwissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Schwerpunkt:

Kommunikation und Kooperation

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Modul: Digitale Geschäftsmodelle & Strategien im Handel

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	42W
Modultitel:	Digitale Geschäftsmodelle & Strategien im Handel
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Andreas Schmidhöfer/Tawia Odoi
Art des Moduls:	Wahl
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Branchenanalyse im Handel • Geschäftsmodelle & Strategien im Handel • Neue Technologien im Handel • Werkzeuge zur Analyse von Geschäftsmodellen • Konzipierung von Geschäftsideen am Beispiel von Amazon-Methoden (Press Release & Frequently Asked Questions) • Case Study, zur Verprobung der vermittelten Werkzeuge anhand einer Gruppenarbeit
Veranstaltungen:	
Lehr- und Lernformen:	VP (Vorlesung mit integrierten Übungen)
Voraussetzungen für die Teilnahme:	keine
Verwendbarkeit des Moduls:	Das Modul ist inhaltlich insbesondere vernetzt mit den Modulen P7 (Marktbearbeitung) und den Veranstaltungen im Wahlpflichtbereich „Marketing und Sales“.
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	PF (Portfolioprüfung) – Präsentation der Ergebnisse einer case study in Kleingruppen
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Nur Sommersemester
Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> • Heinemann, Gerrit; Der neue Online-Handel: Geschäftsmodelle, Geschäftssysteme und Benchmarks im E-Commerce, 11. Auflage, Springer Verlag, 2020 • Graf, Alexander und Schneider, Holger; Das E-Commerce Buch, 1. Auflage, 1. Auflage, DfV Mediengruppe, 2015 • Fost, Markus; E-Commerce Strategien für produzierende Unternehmen, 1. Auflage, Springer Verlag 2014 • Lal, Rajiv et al.; Retail Revolution. Will your brick and mortar store survive?, Auflage 1, Selbstverlag, 2014 • Stephens, Doug; Re-engineering Retail, 1. Auflage, Figure 1 Publishing, 2017 • Parker, Geoffrey und van Alstyne, Marshall; Platform Revolution, 1. Auflage, Norton & Company, 2016 • Homburg, Christian; Marketingmanagement, 5. Auflage, Springer Verlag, 2015 • Kotler, Philip und Kevin Lane Keller; Marketing Management, Pearson, 2016 • Osterwalder, Alexander and Pigneur, Yves; Business Model Generation, 1. Auflage, Wiley Verlag, 2010 • Porter, Michael; Competitive Strategy, 1. Auflage, Free Press, 2004
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen verstehen die grundlegenden Fragestellungen und aktuellen Treiber und Herausforderungen der digitalen Transformation des Einzelhandels und können das besprochene Instrumentarium zur Analyse und Konzeption von Geschäftsmodellen korrekt anwenden.

Schwerpunkt:

Verbreiterung des Vorwissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Absolventinnen und Absolventen verinnerlichen die besprochenen Methoden und Theorien und wenden diese im Rahmen einer Fallstudie direkt an.

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen können digitale Wettbewerbsstrategien und Plattformstrategien analysieren, Best Practice Maßnahmen diskutieren und ihre Perspektive gegenüber Experten oder Fachfremden mit theoretisch sowie methodisch fundierten Argumenten begründen.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen verstehen die Herausforderungen, die in der Praxis des Handels und der digitalen Transformation von Handelsunternehmen auftreten. Basierend auf den Einblicken in den Berufsalltag eines Handels- und Technologie-Managers, können Studierende relevante Methoden erlernen und Einblicke in die berufliche Praxis bekommen.

Modul: Marketing im Wandel am Beispiel von Konsumgütern

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	43W
Modultitel:	Marketing im Wandel am Beispiel von Konsumgütern
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Andreas Schmidhöfer/Lucina Odoi
Art des Moduls:	Wahl
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> -Grundlagen des Marketing-Managements für Konsumgüter <ul style="list-style-type: none"> oMarketing-Strategie oMarketing-Planung oMarketing-Instrumente oMarken-Management -Neue Marketing-Realitäten: Chancen und Risiken <ul style="list-style-type: none"> oTechnologien oGlobalisierung oSocial Responsibility oWettbewerb -Case Studies: Marken und Produkte im Wandel
Veranstaltungen:	
Lehr- und Lernformen:	VP (Vorlesung mit integrierten Übungen)
Voraussetzungen für die Teilnahme:	keine
Verwendbarkeit des Moduls:	Das Modul ist inhaltlich insbesondere vernetzt mit den Modulen P7 (Marktbearbeitung) und den Veranstaltungen im Wahlpflichtbereich „Marketing und Sales“.
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K60 (Klausur, 60 Minuten) oder Hausarbeit Kurz-Video
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Nur Sommersemester
Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> -Esch, Franz Rudolf, Strategie und Technik der Markenführung, 9. Auflage, Vahlen, 2017 -Homburg, Christian, Marketingmanagement, 5. Auflage, Springer Verlag, 2015 -Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, Marketing Management, Pearson, 2016 -Meffert, Heribert, Christoph Burmann und Martin Koers (Hrsg.), Markenmanagement, Gabler, 2005
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen verstehen die grundlegenden Fragestellungen und aktuellen Herausforderungen des Marketings von Konsumgütern und können anhand eines Beispiels die Markenstrategie, die Marketingplanung und den Marketing-Mix für eine Marke/Produkt darstellen.

Schwerpunkt:

Verbreiterung des Vorwissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Absolventinnen und Absolventen können anhand eines Beispiels die Markenstrategie, die Marketingplanung und den Marketing-Mix für eine Marke/Produkt darstellen. Darüber hinaus kennen Absolventen die aktuellen Herausforderungen des Konsumgüter-Marketings und können Lösungsansätze problemorientiert anwenden.

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen können Marketing-Strategien, Marketing-Pläne sowie Marketing-Maßnahmen diskutieren und ihre Perspektive gegenüber Experten oder Fachfremden mit theoretisch sowie methodisch fundierten Argumenten begründen.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen verstehen die Herausforderungen, die in der Praxis des Konsumgütermarketings auf sie zukommen. Basierend auf den Einblicken in den Berufsalltag eines Marketing Managers in der Konsumgüterbranche, können Studierende ein berufliches Selbstbild (weiter-) entwickeln bzw. ihre Vorstellungen mit dem Erfahrungsbericht aus der Praxis abgleichen.

Modul: Interkulturelle Geschäftskommunikation

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	44W
Modultitel:	Interkulturelle Geschäftskommunikation
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Andreas Schmidhöfer/Dr. Judit Török Ph.D
Art des Moduls:	Wahl
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	Interkulturelle Kompetenz gewinnt heutzutage bei allgegenwärtiger Internationalisierung immer mehr und mehr an Bedeutung. Der richtige Umgang mit den unterschiedlichen Kulturen spielt eine wichtige Rolle - Unwissen kann viele Missverständnisse verursachen, weil die Firmen nicht genug Wert auf richtige Kommunikation in interkulturellem Milieu legen. Ziel des Seminars ist es, den Studierenden eine praxisorientierte Handlungskompetenz an die Hand zu geben, um erfolgreich mit Kollegen, Firmenleitern und Geschäftspartnern aus verschiedenen Kulturen zusammenarbeiten zu können.
Veranstaltungen:	
Lehr- und Lernformen:	Seminar Interaktivität, aktive Beteiligung an den Seminaren, Einzel- oder Gruppenarbeit ist erwünscht
Voraussetzungen für die Teilnahme:	keine
Verwendbarkeit des Moduls:	Die vermittelten Kompetenzen und Kenntnisse sind grundlegend für einen erfolgreichen Umgang im internationalen Milieu.
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Portfolio
ECTS-Leistungspunkte:	2
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	Michael Schugk: Interkulturelle Kommunikation in der Wirtschaft. Vahlen, 2014. ISBN 978 3 8006 4888 7
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Absolventinnen und Absolventen verfügen über ein breites und integriertes Wissen und Verstehen der wissenschaftlichen Grundlagen der interpersonalen und der interkulturellen Kommunikation. Sie haben ein ausgeprägtes kritisches Verständnis sämtlicher Kommunikationsformen.

Schwerpunkt:

Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Absolventinnen und Absolventen können mit anderen im interkulturellen Milieu entsprechend kommunizieren, mit kulturbezogenen Themen umgehen, sie können die relevanten Kommunikationsformen anwenden, bzw. Problemstellen auffinden und lösen. Sie sind in der Lage, interkulturelle Unterschiede zu erkennen, Gründe für eventuelle Konflikte in der interkulturellen Kommunikation zu identifizieren und Lösungsvorschläge anzubieten.

Schwerpunkt:

Nutzung und Transfer

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen können in interkulturellen Kontexten adäquat kommunizieren, bzw. unterschiedliche Kommunikationsformen, Normen und Werte akzeptieren und sie können sich anpassen. Absolventinnen und Absolventen können die erworbenen theoretischen Kenntnisse in die Praxis umsetzen, sie können die relevanten Kommunikationsformen und die Lösungsvorschläge für Konfliktsituationen mit methodisch fundierter Argumentation begründen.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen verfügen über eine ausgeprägte Selbstreflexion und ein kritisches Denken bezüglich der Relevanz und Richtigkeit der Denk- und Kommunikations-, bzw. und Umgangsformen.

Modul: Business Analysis and Valuation (in English)

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	45W
Modultitel:	Business Analysis and Valuation (in English)
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Cornelia Neff
Art des Moduls:	Wahl
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	
Veranstaltungen:	<p>W43 Business Analysis and Valuation (in English)</p> <p>Introduction: How to work with Case Studies</p> <p>Case Studies for summer term 2021</p> <p>Case Study 1: Human Resources Decision in the Hotel industry</p> <p>Case Study 2: Managerial and Cost Accounting – Calculation of Smart phone production in Southern China</p> <p>Case Study 3: Production Planning and Control – Analysis of Bottlenecks in an Engineering Company</p> <p>Case Study 4: Managerial decision making and control – in the creative industry (Danish Design School)</p> <p>Case Study 5: Financial Analysis and Financial Distress Prediction of a large German retail firm (Karstadt Quelle/Arcandor)</p>
Lehr- und Lernformen:	Lecture with case studies and exercises
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Managerial and Cost Accounting, Financial Accounting, Controlling
Verwendbarkeit des Moduls:	
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Portfolio Exam (Written Homework Assignment)
ECTS-Leistungspunkte:	3
Benotung:	Benotet / marked exam
Arbeitsaufwand:	Workload of 30 hours per ECTS
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	<p>Various case studies will be distributed in class.</p> <p>Palepu / Healy / Peek (2013): Business Analysis and Valuation. IFRS edition. 3rd edition, Cengage Learning, London, UK.</p>
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Schwerpunkt:

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Schwerpunkt:

Kommunikation und Kooperation

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Modul: Unternehmensbewertung

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	46W
Modultitel:	Unternehmensbewertung
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Cornelia Neff
Art des Moduls:	Wahl
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	Was ist ein Unternehmen wert? Wie wird der Kauf-/Verkaufspreis eines Unternehmens ermittelt? Wie wird der Aktienkurs bei Börsenerstzulassung eines Unternehmens bestimmt? Im Wahlfach Unternehmensbewertung werden dazu die drei gängigsten internationalen Bewertungsverfahren vorgestellt: i) Die Discounted Cash Flow Methode ii) Die Multiplikator Methode iii) Die Realoptionsmethode Alle drei Verfahren der Unternehmensbewertung werden anhand von Übungsaufgaben und Fallbeispielen aus der Praxis veranschaulicht.
Veranstaltungen:	
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung mit integrierten Übungen.
Voraussetzungen für die Teilnahme:	gute Kenntnisse der dynamischen Investitionsrechnung (Kapitalwertmethode), Kostenrechnung, Controlling
Verwendbarkeit des Moduls:	Vertiefungsrichtung Controlling
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Klausur K60
ECTS-Leistungspunkte:	2
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	Ernst / Schneider / Thielen (2020): Unternehmensbewertungen erstellen und verstehen. Ein Praxisleitfaden. 6. Auflage, Vahlen Verlag München
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen

Wissen und Verstehen

Schwerpunkt:

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Schwerpunkt:

Kommunikation und Kooperation

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Gültig ab: SoSe21 (Stichtag 15.02.2021)

SPO: 03.12.2020

Druckdatum: 15.02.2021