



Betriebswirtschaftslehre und Management

Bachelor of Arts

Modulhandbuch

lt. SP0 vom 25.03.2021
Gültig ab: WiSe22/23



Modulübersicht

Grundstudium

P1 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre
P2 Grundlagen der Volkswirtschaftslehre
P3 Wirtschaftsinformatik
P4 Wirtschaftsmathematik
P5 Internes Rechnungswesen
P6 Externes Rechnungswesen
P7 Statistik
P8 Geschäftsprozess- und Qualitätsmanagement
P9 Investition und Finanzierung
P10 Logistikmanagement
P11 Marktbearbeitung
P12 Rechtliche Grundlagen
P13 Professional English (PE1 + PE2)
P14 Personal und Organisation
P15 Management
P16 Steuerrecht
P17 Produktion und Service
P18 Betriebliche Informationssysteme
Alte SP0: Projekt-, Teammanagement (P18)

Hauptstudium

P19 Unternehmensfinanzierung
P20 Innovations- und Produktmanagement
P21 Internationales Management
P22 Entrepreneurship
P23 Wahlfächer
P24 Abschluss
WP CO 1
WP CO 2
WP CO 3
WP CO 4
WP PM 1
WP PM 2
WP PM 3
WP PM 4
WP M/S 1
WP M/S 2
WP M/S 3
WP M/S 4
WP Wpsych 1
WP Wpsych 2
WP Wpsych 3
WP Wpsych 4
WP SCM 1
WP SCM 2
WP SCM 3
WP SCM 4
Praxissemester

Wissenschaftliches Arbeiten und Digitalisierung
Investitionscontrolling
Präsentationstechnik; Rhetorik
Direktmarketing
Digital Marketing Management
Design Thinking – Entwicklung und Umsetzung eines iterativen Lösungsprozesses
Interkulturelle Geschäftskommunikation
Herausforderung Unternehmensgründung
Changes in B2C Marketing
Rhetorik und Kommunikation
Alte SPO: WP Controlling 2
Alte SPO: WP Controlling 4
Alte SPO: WP Personal 1
Alte SPO: WP Personal 2
Alte SPO: WP Personal 4
Alte SPO: WP Marketing/Vertrieb 2
Alte SPO: WP Marketing/Vertrieb 4
Alte SPO: WP Personal 1
Strategic Management (in Englisch)

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 (Controlling, Personalmanagement, Marketing/Sales, Wirtschaftspsychologie sowie Supply Chain Management) gekennzeichnet. Bezogen auf den Zusammenhang der Studiengangsmodule auf die Unterstützung dieser Zielsetzungen lässt sich überschlägig sagen, dass die meisten Module wirtschaftswissenschaftliche Fachmodule sind und daher im Kern der Vermittlung von Fach- und Methodenkompetenz dienen. Einzelne Module, insbesondere solche mit methodischem Fokus auf Interaktion der Studierenden mittels Referaten, Gruppenarbeiten, Planspielen etc. fördern jedoch auch die Persönlichkeitsbildung sowie die Entwicklung bzw. den Ausbau sozialer Kompetenzen (insb. Module P12, P14, P17). Sofern aufgrund des fachlichen Hintergrundes die Reflexion über andere Modul Inhalte hinweg sowie eigener Wertvorstellungen Bestandteil ist, dienen diese Module ebenfalls der Entwicklung sozialer Kompetenzen (insb. Module P11-14, P17, P20). Als Grundlagenmodul verfolgt bereits Modul P1 den Ansatz, die Entwicklung eines übergreifenden Vorstellung über den beruflichen Standort als Betriebswirtin bzw. Betriebswirt entwickeln zu helfen.

STUDIENINHALTE

BETRIEBSWIRTSCHAFTSLEHRE UND MANAGEMENT

SEM.	MODULÜBERSICHT						ECTS	
1	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre 5	Grundlagen der Volkswirtschaftslehre 5	Wirtschaftsinformatik 5	Wirtschaftsmathematik 5	Internes Rechnungswesen 5	Externes Rechnungswesen 5	30	
2	Statistik 5	Geschäftsprozess und Qualitätsmanagement 5	Investition und Finanzierung 5	Logistikmanagement 5	Marktbearbeitung 5	Rechtliche Grundlagen 5	30	
3	Professional English 5	Personal und Organisationsmanagement 5	Management 5	Steuerrecht 5	Produktion und Service 5	Produktion & Service Betriebliche Informationssysteme 5	30	
4	Unternehmensfinanzierung 5	Innovations und Produktmanagement 5	Je zwei Wahlpflichtmodule aus den Bereichen: Controlling, Personal, Wirtschaftspsychologie, Marketing/Sales, Supply Chain Management (2 Bereiche zu wählen)				20	30
5	Praktisches Studiensemester						30	30
6	Internationales Management 5	Entrepreneurship 5	Je zwei Wahlpflichtmodule aus den Bereichen: Controlling, Personal, Wirtschaftspsychologie, Marketing/Sales, Supply Chain Management (2 Bereiche zu wählen)				20	30
7	Bachelorthesis mit Seminar 15			Wahlmodul (frei wählbare Wahlfächer)			15	30

P1 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM01
Modultitel:	P1 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre
Modulverantwortliche/r:	N.N.
Art des Moduls:	Pflicht
Grund-/Hauptstudium:	Grundstudium
Inhalt des Moduls:	<p>Betriebswirtschaftslehre als Wissenschaft, Gründe, Grundsätze und Funktionsgebiete des Wirtschaftens, Typologisierung von Betrieben, Ziele und Zielsysteme von Wirtschaftssubjekten, konstitutive Entscheidungen von Wirtschaftssubjekten; 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:	Einführung in die Betriebswirtschaftslehre Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens
Lehr- und Lernformen:	VP (Vorlesung mit integrierten Übungen) ePortfolio zur Metakognition und Modulverknüpfung
Voraussetzungen für die Teilnahme:	
Verwendbarkeit des Moduls:	<p>Das Modul bildet die allgemeinen Grundlagen und Rahmenbedingungen betriebswirtschaftlichen Handelns und wissenschaftlichen Arbeitens ab, auf dem die folgenden Module, insb. die Funktionslehren, aufsetzen sollen. Explizite Vernetzungen ergeben sich aufgrund der behandelten Inhalte insbesondere zu den Modulen P9 (Investition und Finanzierung), P6 (Externes Rechnungswesen), P11 (Marktbearbeitung), P5 (Internes Rechnungswesen), P12 (Rechtliche Grundlagen), P15 (Management) sowie P16 (Steuerrecht).</p> <p>Zugleich liefert es das methodische Werkzeug wissenschaftlichen Arbeitens, mit Hilfe dessen Teilthemen insb. der Vertiefungsmodule erarbeitet werden können.</p>
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	<p>PF (Portfolioprüfung)</p> <p>50%: Gliederungen, Referate und Hausarbeit</p> <p>50%: Klausur</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>Fachgrundlagen</p> <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. <p>Wissenschaftliches Arbeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> -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. <p>Ergänzend zur Reflexion:</p> <ul style="list-style-type: none"> -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.
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen des Moduls P1 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre

Wissen und Verstehen: Verbreiterung des Vorwissens

Absolventinnen und Absolventen können den Gegenstand der Betriebswirtschaftslehre, deren wissenschaftliche Fundierung inkl. Entstehungsgeschichte, Prämissen und Kontroversen sowie grundsätzliche unternehmerische Entscheidungen unter Berücksichtigung der aktuellen Rahmenbedingungen wie Nachhaltigkeitsaspekten, Compliance etc. beschreiben.

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

Absolventinnen und Absolventen können die Verknüpfungen zwischen den Modulen des Grundstudiums und, hierauf aufbauend, auch des Hauptstudiums erläutern.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können für die Praxis typische betriebswirtschaftliche Problemstellungen, insb. in den funktionalen betriebswirtschaftlichen Bereichen sowie aus dem Bereich der wirtschaftlichen Nachhaltigkeit, beschreiben, Forschungsfragen ableiten, geeignete Methoden für die zugehörige Datenerhebung bestimmen und widerspruchsfreie Thesen formulieren.

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, bspw. mittels ePortfolio, darzustellen.

P2 Grundlagen der Volkswirtschaftslehre

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM02
Modultitel:	P2 Grundlagen der 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</p> <ul style="list-style-type: none"> -Die unsichtbare Hand des Marktes -Die Arbeitsteilung ist die Mutter des Wohlstandes -Wie kann man eine arbeitsteilige Wirtschaft am effizientesten organisieren? -Der Markt in Aktion -Wie alle Informationen über die Nachfrageseite in der Nachfragekurve verdichtete werden? -Wie alle Informationen über die Angebotsseite in der Angebotskurve zusammengefasst werden? -Anbieter sind am Wettbewerb nicht sehr interessiert: die Welt von Monopolen und Kartellen -Die komplexen Welten des Duopols und des monopolistischen Wettbewerbs -Auch auf dem Arbeitsmarkt gelten die Prinzipien von Angebot und Nachfrage -Trotz der hohen Effizienz des Marktes geht es nicht ohne den Staat -Die Distributionsfunktion des Staates sorgt für den sozialen Ausgleich in einer Marktwirtschaft -Sozialversicherungssysteme und die Allokationsfunktion des Staates -Umweltpolitik und die Allokationsfunktion des Staates
Veranstaltungen:	Mikroökonomie Makroökonomie
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung mit integrierten Übungen
Voraussetzungen für die Teilnahme:	
Verwendbarkeit des Moduls:	Das Modul liefert das nötige Grundlagenwissen, um betriebswirtschaftliche Entscheidungen in einen übergreifenden Rahmen einordnen und Entwicklungen der wirtschaftlichen Umwelt des Unternehmens erkennen und beurteilen zu können. Thematische Vernetzungen bestehen insbesondere zu den Modulen P11 (Marktbearbeitung), P17 (Produktion und Service), P15 (Management), P21 (Internationales Management).
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K90 (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:	<p>Pflichtlektüre: Peter Bofinger, Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 4. Auflage, 2015, PEARSON</p> <p>Weiterführende Literatur: Hal R. Varian, Grundzüge der Mikroökonomie, 9. Auflage, 2015, DE GRUYTER OLDENBOURG.</p> <p>N. Gregory Mankiw, Makroökonomik, 1996, 2. Auflage, Gabler Verlag</p>
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen des Moduls P2 Grundlagen der Volkswirtschaftslehre

Wissen und Verstehen: Verbreiterung des Vorwissens

Absolventinnen und Absolventen können die Funktionsweise einzelner Märkte beschreiben, insbesondere die Entscheidungsparameter von Anbietern bzgl. ihrer Produktionsentscheidungen sowie Nachfragern bzgl. ihrer Konsumententscheidungen. Sie können darüberhinaus einzelne Aspekte ordnungspolitischer Aufgaben des Staates im Bereich der sozialen Sicherungssysteme darstellen.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können preistheoretische Probleme anhand der einschlägigen Modelle erklären sowie makroökonomische Modelle auf praxisrelevante Problemstellungen anwenden.

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 lernen mikro- und makroökonomische Inhalte kennen und entwickeln ein Verständnis, wie sie das in der Praxis anwenden können. Sie analysieren die Inhalte für ihr eigenes Berufsfeld.

P3 Wirtschaftsinformatik

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM03
Modultitel:	P3 Wirtschaftsinformatik
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Andreas Schmidthöfer
Art des Moduls:	Pflicht
Grund-/Hauptstudium:	Grundstudium
Inhalt des Moduls:	<p>Die Studierenden werden im Vorlesungsteil nach einer Einführung in die Wirtschaftsinformatik mit den Grundlagen der Datenverarbeitung (DV) und Datenbanken vertraut gemacht. Sie lernen, anhand des Entity Relationship Modells Daten zu strukturieren (im ARIS Haus die Ebenen Fach- und DV-Konzept). Auf der Basis können die Studierenden selbständig eigenen SQL-Abfragen anhand des Datenbanksystems MS Access erstellen und Berichte aus der DB extrahieren.</p> <p>Sie erhalten zudem einen Einblick in Grundlagen der IT-Sicherheit.</p> <p>Im Übungsteil lernen die Studierenden MS Excel kennen, wenn das Erlernte an und arbeiten mit einer Datenbank, wo sie selbstständig SQL Abfragen an einem System formulieren.</p>
Veranstaltungen:	Datenbanken, -modellierung und -sicherheit
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung mit integrierten Übungen
Voraussetzungen für die Teilnahme:	keine
Verwendbarkeit des Moduls:	Das Modul liefert die Grundkenntnisse für die Anwendung grundlegender DV-Systeme im betrieblichen Kontext und somit auch für den unterstützenden Einsatz insb. in den Modulen der 2. Studienphase. Explizite Vernetzungen bestehen zu den Modulen P18 (Betriebliche Informationssysteme), P8 (Qualitäts- und Prozessmanagement), sowie dem Wahlpflichtbereich „Controlling“.
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	<p>PF (Portfolioprüfung): K45 (Klausur, 45 Min.), Gewicht = 2/3 und praktischer Teil, Gewicht = 1/3) oder K60 (Klausur, 60 Min.)</p> <p>ab SoSe 2022: Klausur K60</p> <p>Diese Veranstaltung ersetzt das Modul P16 Betriebliche Informationssysteme LV Grundlagen der Datenverarbeitung & Enterprise-Resource-Planning (ERP)-Systeme nach alter SPO.</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:	Grundlagen von Datenbanksystemen: Bachelorausgabe (Pearson Studium - IT)(Deutsch) Taschenbuch – 3. Januar 2009 Wirtschaftsinformatik: Eine Einführung: Eine Einführung (Pearson Studium - Economic BWL)(Deutsch) Gebundene Ausgabe – 3. Oktober 2015
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen des Moduls P3 Wirtschaftsinformatik

Wissen und Verstehen: Verbreiterung des Vorwissens

Absolventinnen und Absolventen können die wichtigen Grundbegriffe im Kontext von Datenbanken definieren. Sie können Daten modellieren und strukturieren und die Bedeutung von Datensicherheit und - Schutz im privaten und betrieblichen Umfeld erklären.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können Methoden zur Datenmodellierung anwenden. Sie können betriebswirtschaftliche Aufgaben mit den Standardtools MS Office bearbeiten und mit Hilfe von SQL Fragestellungen mit beliebigen Datenbanken formulieren und beantworten.

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 skizzieren fachbezogene Inhalte für ihr späteres Berufsfeld und sind sich der Bedeutung für die eigene Profession bewusst.

P4 Wirtschaftsmathematik

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM04
Modultitel:	P4 Wirtschaftsmathematik
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Andreas Schmidthöfer
Art des Moduls:	Pflicht
Grund-/Hauptstudium:	Grundstudium
Inhalt des Moduls:	Die Studierenden lernen grundlegende mathematische Methoden der Wirtschaftswissenschaften, z.B. - Folgen und Reihen: rekursiv, explizit, Grenzwerte - Funktionen und Differentialrechnung (Kurvendiskussion) bei einer oder mehreren Variablen, Extremalstellen mit/ohne Nebenbedingungen - Integralrechnung: algebraisch, graphisch - Finanzmathematik: verschiedene Verzinsungsformen, nominal, effektiv, Endwert, Barwert, Renten, Zahlungsvergleiche - Einführung Lineare Algebra: Eigenschaften von Matrizen, Matrizenmultiplikation, Lineare Gleichungssysteme, Determinanten, Definitheit
Veranstaltungen:	Wirtschaftsmathematik
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung und Übung
Voraussetzungen für die Teilnahme:	keine
Verwendbarkeit des Moduls:	Die Kompetenzen dieses Moduls sind aufgrund ihrer grundlegenden methodischen Bedeutung für die analytische Bearbeitung von betriebswirtschaftlichen Problemstellungen insb. in folgenden Modulen verwendbar: P9 (Investition und Finanzierung), P7 (Statistik) sowie in allen Wahlpflichtbereichen.
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K60 (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:	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 des Moduls P4 Wirtschaftsmathematik

Wissen und Verstehen: Verbreiterung des Vorwissens

Absolventinnen und Absolventen können (betriebswirtschaftliche) Aufgabenstellungen erkennen, lösen und in den mathematischen Kontext einordnen. Es werden die Grundlagen für quantitative Methoden in anderen Fächern geschaffen.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können textaufgabenbasierte Fragestellungen strukturieren, modellieren und die Lösungsmethoden entsprechend anwenden.

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen lernen in Peers, Problemlösungen zu finden und diese durch Kommunikation zu argumentieren.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen entwickeln Analysefähigkeiten und sind sich ihrer kritischen Reflexionskompetenz für das Berufsfeld bewusst.

P5 Internes Rechnungswesen

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM05
Modultitel:	P5 Internes Rechnungswesen
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 (Produktkalkulation) -Kurzfristige Erfolgsrechnung -Deckungsbeitragsrechnung -Plankostenrechnung, Soll-Ist-Vergleiche und Abweichungsanalysen -Prozesskostenrechnung -Target Costing -Lebenszyklus-Kostenrechnung (Produktlebenszyklus- und Kundenlebenszyklusrechnung)
Veranstaltungen:	Kostenrechnung/Controlling
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung mit integrierten Übungen
Voraussetzungen für die Teilnahme:	
Verwendbarkeit des Moduls:	Das Modul vermittelt grundlegende Kompetenzen für betriebswirtschaftliche Entscheidungen und ist somit vorrangig mit folgenden Modulen vernetzt: P15 (Management), P17 (Produktion und Service), P10 (Logistikmanagement), P22 (Entrepreneurship) sowie v.a. den Wahlpflichtbereichen „Controlling“, „Marketing/Sales“ und „Supply Chain Management“.
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K60 (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"> * Deimel / Erdmann / Isemann / Müller (2017): Kostenrechnung. Das Lehrbuch für Bachelor, Master und Praktiker. Verlag Pearson Studium, München. * Coenenberg / Fischer / Günther (2016): Kostenrechnung und Kostenanalyse. Verlag Schäffer-Poeschel, Stuttgart, 9. Auflage.
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen des Moduls P5 Internes Rechnungswesen

Wissen und Verstehen: Verbreiterung des Vorwissens

Absolventinnen und Absolventen kennen die Instrumente der modernen Kosten- und Leistungsrechnung und des operativen Controllings.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

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

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen können passende Instrumente des internen Rechnungswesen und Controllings auswählen und anwenden.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen lernen unterschiedliche Einflussfaktoren des internen Rechnungswesens und Controllings kennen und können diese unter marktwirtschaftlichen und ethischen Gesichtspunkten beurteilen.

P6 Externes Rechnungswesen

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM06
Modultitel:	P6 Externes Rechnungswesen
Modulverantwortliche/r:	N.N.
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:	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:	Die in diesem Modul vermittelten Kompetenzen (insb. die Auswirkungen unternehmerischer Entscheidungen auf das finanzielle Abbild der Unternehmung) sind in jedem betriebswirtschaftlichen Modul verwendbar, richten sich insb. jedoch an die Module P5 (Internes Rechnungswesen), P9 (Investition/Finanzierung), P16 (Steuerrecht), P22 (Entrepreneurship) sowie vorrangig den Wahlpflichtbereich „Controlling“.
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K90 (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:	<ul style="list-style-type: none"> - 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.
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen des Moduls P6 Externes Rechnungswesen

Wissen und Verstehen: Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Absolventinnen und Absolventen können Funktionen, Bestandteile und Inhalte eines handelsrechtlichen Jahresabschlusses für Kapitalgesellschaften sowie die zugrundeliegenden Wertkonzeptionen nennen und wesentliche Zusammenhänge im betrieblichen Rechnungswesen darstellen.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können Geschäftsvorfälle systematisch erfassen und hinsichtlich ihrer wirtschaftlichen Bedeutung sowie unter korrekter umsatzsteuerlicher Behandlung verbuchen.

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 den Nutzen des handelsrechtlichen Jahresabschlusses für die Information externer Anspruchsgruppen sowie für Managemententscheidungen kritisch einschätzen.

P7 Statistik

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM07
Modultitel:	P7 Statistik
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Andreas Schmidthöfer
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 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:	Statistik
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung mit integrierten Übungen
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Die vorherige Teilnahme am Modul Wirtschaftsmathematik wird dringend empfohlen.
Verwendbarkeit des Moduls:	Die in diesem Modul vermittelten Kompetenzen sind als grundlegende methodische Kompetenzen in jedem wissenschaftlich ausgerichteten Modul verwendbar, für angewandte betriebswirtschaftliche Problemstellungen insbesondere in den Modulen P11 (Marktbearbeitung), P9 (Investition und Finanzierung), P15 (Management), P10 (Logistikmanagement) sowie im gesamten Wahlpflichtbereich, soweit die Analyse von Daten gefordert ist.
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K60 (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:	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 des Moduls P7 Statistik

Wissen und Verstehen: Verbreiterung des Vorwissens

Absolventinnen und Absolventen kennen die grundlegenden Definitionen und Konzepte der deskriptiven Statistik, der Wahrscheinlichkeitstheorie und der schließenden Statistik.

Sie können Maßzahlen der Statistik und Ergebnisse statistischer Verfahren erläutern und interpretieren.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

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

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen entwickeln Analysefähigkeiten und sind sich ihrer kritischen Reflexionskompetenz für das Berufsfeld bewusst.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen lernen, in Peers Problemlösungen zu finden und diese durch Kommunikation zu argumentieren.

P8 Geschäftsprozess- und Qualitätsmanagement

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM08
Modultitel:	P8 Geschäftsprozess- und Qualitätsmanagement
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.</p> <p>Themen sind insbesondere:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Begründung des Geschäftsprozess-managements im Rahmen des unternehmerischen Handels, der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung und der Globalisierung - Definitive Grundlagen 'Prozess', 'Prozessmanagement' sowie Abgrenzung zum Projektmanagement - Gängige Visualisierungsformen und Prozessdarstellungen, insbesondere ARIS (EPK, FZD, eEPK, WKD, etc) und BPMN - Fachgerechte Segmentierung von Prozessen sowie Erstellung von Ebenen- Konzepten (Vertikale und horizontale Prozessstrukturierung) - Methoden zur Prozessidentifikation sowie - Validierung der erhobenen Ergebnisse - Verwendung von Referenzprozessmodellen sowie Entwicklung und Gestaltung prozessbasierter Organisationsstrukturen - Grundlagen der Prozessbewertung und Prozessoptimierung sowie prozessbasierte Potenzialableitung - Wertschöpfungsmanagement im Kontext des Lean Managements (insbesondere Grundzüge des Toyota-Produktionssystems) sowie die Lean Value Stream (Wertstrom)-Methode <p>Grundlagen der ISO 9000:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Begriffe, Konzepte und Grundsätze des Qualitätsmanagements, - Modell und Entwicklung eines Qualitätsmanagementsystems, - andere Managementsysteme - Aufbau, Inhalt und Wirkung der ISO 9001: - Normanforderungen und Kernaussagen der Unterabschnitte, - Grunddokumentation, - Aufbau- und Ablauforganisation - Grundlagen der ISO 19011: - Einführung in das Audit und den Zertifizierungsprozess - Zusatzanforderungen aus der IATF 16949
Veranstaltungen:	Geschäftsprozess- und Qualitätsmanagement
Lehr- und Lernformen:	VP (Vorlesung mit integrierten Übungen)
Voraussetzungen für die Teilnahme:	keine

Verwendbarkeit des Moduls:	Das Modul vermittelt Grundlagen, die schwerpunktmäßig im Organisations- und Managementkontext relevant werden, ist somit insbesondere mit den Modulen P14 (Personal und Organisation), P15 (Management), P17 (Produktion und Service), P10 (Logistikmanagement), P18 (Betriebliche Informationssysteme), sowie mit den Wahlpflichtebereichen „Controlling“ und v.a. „Supply Chain Management“ vernetzt.
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	PF (Portfolioprüfung) ab SoSe 2022 1.Kurzklausur K45 (50%) 2.Modellierungsübung (50%) Modul ersetzt GP-Management der alten SPO
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:	-Becker, J. et al. [Hg]: Prozessmanagement: Ein Leitfaden zur prozessorientierten Organisationsgestaltung, Berlin. -Becker, T.: Prozesse in Produktion und Supply Chain optimieren, Berlin. -Corsten, H. [Hg.]: Management von Geschäftsprozessen: theoretische Ansätze – praktische Beispiele, Stuttgart. -Gaitanides, M. [Hg]: Prozessmanagement: Konzepte, Umsetzungen und Erfahrungen des Reengineering, München. -Liker, J.K.: The Toyota Way, New York. Scheer, A.-W.: ARIS – Vom Geschäftsprozess zum Anwendungssystem, Berlin. -Tapping, D et.al.: Value Stream Management: Eight Steps to Planning, Mapping and Sustaining Lean Improvements, London. -Wildemann, H. [Hg.]: Geschäftsprozessorganisation, München. -Deutsches Institut für Normung e.V, DIN EN ISO 9000:2015, Qualitätsmanagementsysteme – Grundlagen und Begriffe; Beuth Verlag, Berlin. -Deutsches Institut für Normung e.V, DIN EN ISO 9001:2015, Qualitätsmanagementsysteme – Anforderungen; Beuth Verlag, Berlin. -Deutsches Institut für Normung e.V, DIN EN ISO 19011:2018, Leitfaden zur Auditierung von Managementsystemen; Beuth Verlag, Berlin. -Benes, Georg M. E. und Groh, Peter E. [Hg.]: Grundlagen des Qualitätsmanagements (Deutsch)
Anwesenheitspflicht:	ja
Begründung:	Pflichtübungen, die teils Bestandteil des PFs sind

Kompetenzdimensionen des Moduls P8 Geschäftsprozess- und Qualitätsmanagement

Wissen und Verstehen: Verbreiterung des Vorwissens

Absolventinnen und Absolventen können grundlegende Inhalte, Konzepte, Methoden und Instrumente des Geschäftsprozessmanagements sowie Qualitätsmanagementsysteme auf Basis der ISO 9000-Familie verstehen und erklären.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

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

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 erkennen die einzelnen Berufsrollen kennen und beurteilen diese im Hinblick auf die eigene Profession.

P9 Investition und Finanzierung

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM09
Modultitel:	P9 Investition und 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 Gegenstandsgebieten des Moduls bestehen, auf.</p> <p>Hauptinhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Grundbegriffe Investition und Finanzierung -Grundlagen der Investitionsrechnung -Verfahren der Investitionsrechnung -Cash Flow und Finanzierung -Finanzierungsarten (Fremd-, Innen- und Eigenfinanzierung) -Optimale Kapitalstruktur: Leverage-Effekt -Finanzierung und Insolvenz
Veranstaltungen:	Investitionsrechnung Finanzierung
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung mit integrierten Übungen
Voraussetzungen für die Teilnahme:	keine
Verwendbarkeit des Moduls:	Die Kompetenzen dieses Moduls sind aufgrund ihrer grundlegenden Bedeutung in der Betriebswirtschaftslehre die Basis für jede unternehmerische Entscheidung, insb. jedoch im finanzwirtschaftlichen Bereich, wie z.B. in den Modulen P6 (Externes Rechnungswesen), P11 (Marktbearbeitung), P17 (Produktion und Service) und P10 (Logistikmanagement) sowie in der 2. Studienphase in den Modulen P19 (Unternehmensfinanzierung), P22 (Entrepreneurship) und den Wahlpflichtbereichen „Controlling“ und Supply Chain Management“.
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K60 (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"> * Bösch, Martin: Finanzwirtschaft: Investition, Finanzierung, Finanzmärkte und Steuerung, aktuelle Auflage, Verlag Franz Vahlen München, ISBN- 13: 978-3800-6525-01 * Zantow, Roger: Finanzwirtschaft des Unternehmens: Die Grundlagen des modernen Finanzmanagements, aktuelle Auflage, Verlag Pearson Studium, 560 Seiten, ISBN: 978-3868942903 * Perridon, Louis und Steiner, Manfred: Finanzwirtschaft der Unternehmung: Vahlens Handbücher der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, aktuelle Auflage, Verlag Franz Vahlen München, 835 Seiten, ISBN: 978-3800652679 * Becker, Hans Paul, Investition und Finanzierung, 6. Aufl., Wiesbaden 2013. * Blohm, Hans, Klaus Lüder und Christina Schaefer, Investition, 10. Aufl., München 2012. * Däumler, Klaus-Dieter, Jürgen Grabe, Grundlagen der Investitions- und Wirtschaftlichkeitsrechnung, 13. Aufl., Herne, Berlin 2014. * Götze, Uwe, Investitionsrechnung, 6. Aufl., Heidelberg 2008. * Schulte, Gerd, Investition, 2. Aufl., München, Wien 2007.
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen des Moduls P9 Investition und Finanzierung

Wissen und Verstehen: Verbreiterung des Vorwissens

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

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

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.

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen lernen, Probleme anhand von Übungen zu analysieren und geeignete Lösungswege zu kommunizieren.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen lernen, effiziente von nicht effizienten Entscheidungen zu differenzieren und die Bedeutung für das Berufsfeld zu begründen.

P10 Logistikmanagement

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM10
Modultitel:	P10 Logistikmanagement
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Nils Hagen
Art des Moduls:	Pflicht
Grund-/Hauptstudium:	Grundstudium

<p>Inhalt des Moduls:</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 - Distributionslogistik <p>Aufgaben und Umfang der Distribution</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vergleichende Betrachtung von Distributionskanälen - Auswirkung unterschiedlicher Distributionsstrukturen - Auto-ID System in der Praxis: RFID und Barcode - Prozessuale Abbildung des order2cash Prozesses im SAP SD - Lagersysteme - Motive und Formen der Lagerhaltung - Lagermittel und -technik für Stückgut - Fördermittel im Lager und Lagerhilfsmittel - Aufgaben des LVS <p>Bestandsmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> - ABC-XYZ-LMN Verfahren - Analyse mit dem Lagerdurchlaufdiagramm - Bestandsbewertung - Kommissionier- und Verpackungssysteme - 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 - Technologische Trends in der Logistik
<p>Veranstaltungen:</p>	<p>Logistikmanagement</p>

Lehr- und Lernformen:	Vorlesung mit integrierten Übungen
Voraussetzungen für die Teilnahme:	keine
Verwendbarkeit des Moduls:	Das Modul vermittelt Kompetenzen, die insb. mit folgenden Modulen vernetzt sind: P17 (Produktion und Service)8, P (Qualitäts- und Prozessmanagement), P5 (Internes Rechnungswesen), P15 (Management), P18 (Betriebliche Informationssysteme), P22 (Entrepreneurship) sowie besonders dem Wahlpflichtbereich „Supply Chain Management“.
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	PF (Portfolioprüfung) oder K60 (Klausur, 60 Min.) ab SoSe 2022 1.Kurzklausur K45 (50%) 2.SAP Übung, insbes. MM und SD (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:	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 . Schulte, Christof (2017): Logistik : Wege zur Optimierung der Supply Chain. Vahlens Handbücher der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften. 7. Auflage. München: Verlag Franz Vahlen. Online verfügbar unter https://www.beck-elibrary.de/10.15358/9783800651191/logistik . Ten Hompel, Michael, Schmidt, Thorsten; Dregger, Johannes (2018): Materialflusssysteme : Förder- und Lagertechnik. VDI-Buch. 4. Aufl. 2018. Berlin, Heidelberg: Springer Vieweg (Springer eBook Collection). 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 .
Anwesenheitspflicht:	ja
Begründung:	Pflichtübungen, die teils Bestandteil des PFs sind

Kompetenzdimensionen des Moduls P10 Logistikmanagement

Wissen und Verstehen: Verbreiterung des Vorwissens

Absolventinnen und Absolventen können grundlegende Zusammenhänge und Methoden des Logistikmanagements erklären und aufzeigen.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können grundlegende Instrumente und Methoden des Logistikmanagements anwenden.

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 lernen die Prozesse und deren stetigen Veränderungsmöglichkeiten vertiefender kennen und werden sich ihrer eigenen Rolle im späteren Berufsfeld bewusst.

P11 Marktbearbeitung

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM11
Modultitel:	P11 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:	Marktforschung Marketing
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung
Voraussetzungen für die Teilnahme:	keine
Verwendbarkeit des Moduls:	Die in diesem Modul vermittelten Kompetenzen sind insbesondere in folgenden Modulen verwendbar: P15 (Management), P 20 (Innovations- und Produktmanagement) sowie in den Wahlpflichtbereichen „Controlling“ und „Marketing/Sales“.
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K90 (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:	<ul style="list-style-type: none"> -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.
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen des Moduls P11 Marktbearbeitung

Wissen und Verstehen: Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

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

Sie können Sachverhalte erklären, entsprechende Beispiele anführen, Aufgabenstellungen interpretieren und ein Problem der Marktbearbeitung in eigenen Worten wiedergeben.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

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

Kommunikation und Kooperation

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

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen erkennen ihre eigenen Interessen in Hinblick auf ihren weiteren Studienverlauf (Hauptstudium) sowie das entsprechende Berufsfeld.

P12 Rechtliche Grundlagen

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM12
Modultitel:	P12 Rechtliche Grundlagen
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 rechtliche Einordnung der Unternehmenstätigkeit sowie deren rechtliche Rahmenbedingungen.</p> <p>Hauptinhalte im Bereich 'Öffentliches Recht':</p> <ul style="list-style-type: none"> -Grundlagen des Staats- und Verfassungsrechts der Bundesrepublik Deutschland, -Grundlagen des Verwaltungsrechts, -Grundlagen des Europarechts. <p>-</p> <p>Hauptinhalte im Bereich 'Zivilrecht':</p> <ul style="list-style-type: none"> -Elemente des Wirtschaftsprivatrechts, -Allgemeines und Besonderes Schuldrecht mit handelsrechtlichen Bezügen, -Grundlagen Sachenrecht.
Veranstaltungen:	<p>Grundlagen BGB/HGB</p> <p>Grundlagen des öffentlichen Rechts</p>
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung mit integrierten Übungen
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Keine
Verwendbarkeit des Moduls:	Das Modul bietet mit dem Erkennen der rechtlichen Umwelt der Unternehmung wesentliche Grundlagen für folgende Module: P15 (Management), P 16 (Steuerrecht), P11 (Marktbearbeitung), P10 (Logistikmanagement), P21 (Internationales Management) sowie hierauf aufbauend die Wahlpflichtbereiche „Controlling“, „Personalmanagement“, „Marketing/Sales“ und „Supply Chain Management“.
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	M (Mündliche Prüfung) oder K90 (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:	<p>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/Greive/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 / Hopfauf: Kommentar zum Grundgesetz</p>
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen des Moduls P12 Rechtliche Grundlagen

Wissen und Verstehen: Verbreiterung des Vorwissens

Im Bereich 'Öffentliches Recht' können Absolventinnen und Absolventen die Merkmale eines Rechtsstaates und der freiheitlich-demokratischen Grundordnung der Bundesrepublik Deutschland beschreiben, die Grundlagen des Verwaltungsrechts sowie des Europarechtes darstellen.

Im Bereich 'Zivilrecht' können Absolventinnen und Absolventen

Aufbau und Inhalt des BGB sowie des HGB, wesentliche Inhalte der Rechtsgeschäftslehre und des Schuldrechts mit handelsrechtlichen Bezügen sowie des Sachenrechts beschreiben.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

Im Bereich 'Öffentliches Recht' können Absolventinnen und Absolventen systematisch Zulässigkeit und Begründetheit von öfftl.-rechtl. Klagen und der Verfassungsbeschwerde prüfen.

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

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

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.

P13 Professional English (PE1 + PE2)

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM13
Modultitel:	P13 Professional English (PE1 + PE2)
Modulverantwortliche/r:	Natalia De Pascale Speck
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:	<p>2. Semester: Professional English I (Niveau B2)</p> <p>3. Semester: Professional English II (Niveau B2)</p>
Lehr- und Lernformen:	<p>S (Seminar + Übungen)</p> <p>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.</p>
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Solide Vorkenntnisse mindestens auf dem Niveau B2 gemäß dem Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen.
Verwendbarkeit des Moduls:	Die vermittelten Sprachkompetenzen sind grundlegend für sämtliche Module, insb. sofern die Lektüre englischsprachiger Literatur geboten ist.
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	<p>Das Portfolio besteht aus mehreren Leistungen in verschiedenen relevanten Fertigkeiten.</p> <p>PE1:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Email schreiben 50 Punkten •Negotiation 50 Punkten <p>PE2:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Essay schreiben 50 Punkten •Präsentation 50 Punkten
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.

Dauer des Moduls:	zweisemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	Lehrmaterialien werden zur Verfügung gestellt
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen des Moduls P13 Professional English (PE1 + PE2)

Wissen und Verstehen: Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Absolventinnen und Absolventen verfügen über dem Niveau B2 entsprechendes Wissen über Grammatik und allgemeinen wie fachgebundenen Wortschatz der englischen Sprache.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

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.

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

P14 Personal und Organisation

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM14
Modultitel:	P14 Personal und 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:	Personalmanagement/Organisation
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: P15 (Management) sowie v.a. dem Wahlpflichtbereich „Personalmanagement“.
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K60 (Klausur, 60 Min.) oder D (Dokumentation)
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:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Bea, Franz X. und Elisabeth Göbel, Organisation, Theorie und Gestaltung, 5. Aufl., München 2019. -Kieser, Alfred und Peter Walgenbach (vormals Kieser/Kubicek), Organisation, 6. Aufl., Stuttgart 2010. -Kieser, Alfred und Mark Ebers (Hrsg.), Organisationstheorien, 8. Aufl., Stuttgart 2019 -Schreyögg, Georg, Grundlagen der Organisation, 2. Aufl., Wiesbaden 2016. -Steinmann, Horst, Georg Schreyögg und Jochen Koch, Management, 7. Aufl., Wiesbaden 2013. <p>Basisliteratur Personalmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> -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, 7. Aufl., Berlin 2018. -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 und Tobias Scholz, Grundzüge des Personalmanagements, 3. Aufl., München 2019. -Hofstede, Geert, Gert Jan Hofstede und Michael Minkov, Lokales Denken, Globales Handeln, Interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management, 6. Aufl., München 2017. -Sprenger, Reinhard K., Mythos Motivation: Wege aus einer Sackgasse, 20. Aufl., Frankfurt/New York 2014.
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen des Moduls P14 Personal und Organisation

Wissen und Verstehen: Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

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

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können die im Vorlesungsstoff angesprochenen betrieblichen Probleme systematisch durchdenken und Ursache-Wirkungs-Zusammenhänge entdecken und verstehen. Mit Hilfe dieser wissenschaftlichen Durchdringung des Stoffes können sie 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 maßvoll komplexen Fällen einen Vorteilhaftigkeitsvergleich zwischen ihnen anzustellen.

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 lernen Rahmenbedingungen und Handlungsoptionen in Bezug auf das Personalmanagement wie auf organisatorische Arrangements kennen.

P15 Management

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM15
Modultitel:	P15 Management
Modulverantwortliche/r:	N.N.
Art des Moduls:	Pflicht
Grund-/Hauptstudium:	Grundstudium
Inhalt des Moduls:	<p>Management:</p> <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 <p>Projektmanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Projektdefinition, -auftrag und -zielfindung -Projektmanagement und -organisation: Funktionen, Rollen, Aufbau- und Ablauforganisation, Projektphasen und Projektstrukturplan -Teammanagement /-führung/-entwicklung -Projektmanagementsysteme und -instrumente (z.B. klassisches und agiles Projektmanagement „Scrum“ u.a.)
Veranstaltungen:	Unternehmensführung Projektmanagement
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung
Voraussetzungen für die Teilnahme:	keine
Verwendbarkeit des Moduls:	Das Modul ist aufgrund seiner zentralen Stellung im Studiengang thematisch grundsätzlich mit allen betriebswirtschaftlichen Modulen vernetzt, vorrangig jedoch mit P7 (Statistik), P8 (Qualitäts- und Prozessmanagement) sowie P5 (Internes Rechnungswesen) sowie P22 (Entrepreneurship) und bereitet auf das Modul P21 (Internationales Management) vor.
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K90 (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:	<p>Unternehmensführung:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Olfert, K./Pischulti, H.: Kompakt-Training Unternehmensführung, Ludwigshafen 2017 -Schirmer, U./Woydt, S.: Mitarbeiterführung, Wiesbaden 2016 -Hungenberg, H./Wolf, F.: Grundlagen der Unternehmensführung, Wiesbaden 2015 -Dillerup, R./Stoi, R.: Unternehmensführung-Management-Leadership, München 2016 <p>Projektmanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Burghardt, M.: Projektmanagement: Leitfaden für die Planung, Überwachung und Steuerung von Entwicklungsprojekten, 2018 -Busch, M.W./von der Oelsnitz, D.: Teammanagement, Stuttgart 2018 -Hemrich, A/Harrant, H.: Projektmanagement, München, 2015 -Timinger, H.: Modernes Projektmanagement, 2017 (Wiley) -Kuster, J. et.al.: Handbuch Projektmanagement, Wiesbaden 2018 -Olfert, K.: Kompakt-Training Projektmanagement, Ludwigshafen 2016 -Preußig, J.: Agiles Projektmanagement, Freiburg 2018 -Becker, F.: Teamarbeit, Teampsychologie, Teamentwicklung, Berlin 2016 -Wolf, M.L.: Projektmoderation leicht und verständlich, Tübingen 2018 -Kursay-Merkle, U.: Agiles Projektmanagement, Wiesbaden 2018 -Schelle, H. (2014) Projekte zum Erfolg führen, Projektmanagement systematisch und kompakt, München: Deutscher Taschenbuch Verlag -Patzak, G., Rattay, G. (2009) Projektmanagement, Wien: Linde -Felkai, R., Beiderwieden, A. (2011) Projektmanagement für technische Projekte - Ein prozessorientierter Leitfaden für die Praxis, Wiesbaden: Vieweg und Teubner -Jakoby, W. (2015) Projektmanagement für Ingenieure, Wiesbaden: Springer Vieweg
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen des Moduls P15 Management

Wissen und Verstehen: Verbreiterung des Vorwissens

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.

Absolventinnen und Absolventen können die zentralen Begriffe und Methoden des Projektmanagements erläutern.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

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

Absolventinnen und Absolventen 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.

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.

P16 Steuerrecht

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM16
Modultitel:	P16 Steuerrecht
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Alexander Dühnfort
Art des Moduls:	Pflicht
Grund-/Hauptstudium:	Grundstudium
Inhalt des Moduls:	<p>Das Modul vermittelt wesentliche Aspekte der Unternehmensbesteuerung, wie sie für Managemententscheidungen sowie unter Compliance-Gesichtspunkten relevant sind.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Allgemeines Steuerrecht -Ertragsteuern (Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer) -Grunderwerbsteuer (GrESt) und Erbschaft-/Schenkungssteuer (ErbSt) -Steuerliches Rechtsbehelfsverfahren (AO/FGO) -Einfluss der Besteuerung auf betriebliche Entscheidungen.
Veranstaltungen:	Steuerrecht
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung mit integrierten Übungen
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Fundierte Kenntnisse in Buchhaltung und Bilanzierung, Grundkenntnisse im öffentlichen Recht.
Verwendbarkeit des Moduls:	Das Modul ist thematisch v.a. vernetzt mit den Modulen P1 (Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre), P2 (Grundlagen der Volkswirtschaftslehre), P12 (Rechtliche Grundlagen), P19 (Unternehmensfinanzierung), P21 (Internationales Management), tiefgehend auch mit P22 (entrepreneurship) ergänzend betreffend das Verständnis der Steuergesetzgebung auch mit P7 (Statistik) sowie dem Wahlpflichtbereich „Controlling“ (insb. WP CO 4 International Financial Reporting) und dem Wahlpflichtbereich „Personalmanagement“ (insb. WP PM 3 Arbeitsrecht/Personaladministration).
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K60 (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>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</p>
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen des Moduls P16 Steuerrecht

Wissen und Verstehen: Verbreiterung des Vorwissens

Absolventinnen und Absolventen können die Verfahrensschritte und wesentliche Grundsätze des Besteuerungsverfahrens, die wesentlichen betrieblichen Steuerarten und die wesentlichen Rechtsformen beschreiben.

Sie können die Beziehungen zwischen Zivilrecht, Verwaltungsrecht und Steuerrecht, die wesentlichen Anknüpfungsmerkmale der Besteuerung in den jeweiligen Steuerarten sowie deren Bemessungsgrundlagen und Steuersätze erläutern.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können die jeweilige Steuer anhand der gesetzlichen Grundlagen systematisch berechnen. Sie können betriebliche Entscheidungen unter Berücksichtigung des jeweiligen Besteuerungseinflusses sachgerecht treffen.

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 gesetzgeberisches Handeln im Steuerrecht im Hinblick auf die Auswirkung(en) für Unternehmen und ihr späteres Berufsfeld einschätzen.

P17 Produktion und Service

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM17
Modultitel:	P17 Produktion und Service
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Andreas Pufall
Art des Moduls:	Pflicht
Grund-/Hauptstudium:	Grundstudium
Inhalt des Moduls:	<p>Produktion: Die Studierenden bekommen eine praxisorientierte Einführung in die industrielle Produktion, deren Organisation, Fertigungsverfahren sowie deren Planung und Steuerung.</p> <p>Hauptinhalte: -Ausgewählte Elemente der Produktionswirtschaft -Ausgewählte Technologien und Verfahren der Produktionstechnik</p>
Veranstaltungen:	Produktion & Service
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung mit Übungen und Fallbeispielen
Voraussetzungen für die Teilnahme:	keine
Verwendbarkeit des Moduls:	Das Modul vermittelt Kompetenzen, die insb. mit folgenden Modulen vernetzt sind: P11 (Marktbearbeitung), P8 (Qualitäts- und Prozessmanagement), P5 (Internes Rechnungswesen), P15 (Management), P10 (Logistikmanagement), P18 (Betriebliche Informationssysteme), P22 (Entrepreneurship) sowie dem Wahlpflichtbereich „Supply Chain Management“.
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K90 (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:	<p>Produktion:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Awizus et al. (2012) Grundlagen der Fertigungstechnik, 5. Auflage, Hanser Verlag. -Fritz, A. H., Schulz, G. (2012) Fertigungstechnik, 10. Auflage, Springer Vieweg -Günther, H., Tempelmeier, H. (2005) Produktion und Logistik, 8. Auflage, Springer Verlag. -Schmid et al. (2011) Industrielle Fertigung, 5. Auflage, Verlag Europa-Lehrmittel. -Westkämper, E., Warnecke, H-J. (2010) Einführung in die Fertigungstechnik, 8. Auflage, Springer Verlag. -Westkämper, E. (2006) Einführung in die Organisation der Produktion, Springer Verlag. -Wiendahl, H-P. (2010) Betriebsorganisation für Ingenieure, 7. Auflage, Hanser Verlag.

Anwesenheitspflicht:

nein

Kompetenzdimensionen des Moduls P17 Produktion und Service

Wissen und Verstehen: Verbreiterung des Vorwissens

Absolventinnen und Absolventen können die wichtigsten Aufgaben aus dem strategischen, taktischen und operativen Produktionsmanagement beschreiben und Beziehungen zu anderen Teildisziplinen/Fachrichtungen nennen. Sie können wesentliche Aspekte von Unternehmensdienstleistungen sowie diesbezügliche Strategien erläutern.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, für konkrete Endprodukte geeignete Fertigungsverfahren technisch und wirtschaftlich zu bewerten und dafür geeignete Produktionsorganisationstypen aufzuzeigen. Sie können wesentliche, mit den Gütern einer Unternehmung zusammenhängende Dienstleistungen identifizieren und ein Serviceangebot erarbeiten.

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 lernen die Prozesse vertiefender kennen und werden sich ihrer eigenen Rolle im späteren Berufsfeld bewusst.

P18 Betriebliche Informationssysteme

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM18
Modultitel:	P18 Betriebliche Informationssysteme
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr.-Ing. Robert Jenke
Art des Moduls:	Pflicht
Grund-/Hauptstudium:	Grundstudium
Inhalt des Moduls:	Die Absolventinnen und Absolventen werden in dem Modul mit dem Themengebiet betriebliche Informationssysteme vertraut gemacht. Die Studierenden werden anhand einer wertschöpfungskettenorientierten Darstellung mit Aspekten betrieblicher Informationssysteme vertraut gemacht. Dazu gehören folgende Themen: Prozesse und Planungsaufgaben in der Wertschöpfungskette Funktionsorientierte, Datenorientierte, Geschäftsprozessorientierte Vorgehensweisen Konventionelle betriebliche Anwendungssysteme Enterprise Resource Planning (ERP) Content Management Systeme (CMS) Customer Relationship Management (CRM) Datenaggregation und -disaggregation an Beispielen Standardisierung im B2B-Datenaustausch Unterstützung durch Advanced Planning und -systeme
Veranstaltungen:	Betriebliche Informationssysteme
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung mit integrierten Übungen
Voraussetzungen für die Teilnahme:	keine
Verwendbarkeit des Moduls:	Das Modul ist aufgrund seiner grundlegenden inhaltlichen Bedeutung v.a. mit folgenden Modulen vernetzt: P3 (Wirtschaftsinformatik), P11 (Marktbearbeitung), P8 (Qualitäts- und Prozessmanagement), P5 (Internes Rechnungswesen), P17 (Produktion und Service), P10 (Logistikmanagement), P22 (Entrepreneurship) sowie den Wahlpflichtbereichen „Controlling“, „Marketing/Sales“ und „Supply Chain Management“.
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K60 (Klausur, 60 Min.) oder PF (Portfolioprüfung) WS 2021/22: 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:	Hansen, H. R.; Mendling, J.; Neumann, G.: Wirtschaftsinformatik. Grundlagen und Anwendungen. De Gruyter, Berlin, 2015.
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen des Moduls P18 Betriebliche Informationssysteme

Wissen und Verstehen: Verbreiterung des Vorwissens

Absolventinnen und Absolventen können Absolventinnen und Absolventen erklären, welche unterschiedlichen betrieblichen Informationssysteme es gibt. Sie können ausführen, welche Eigenschaften und Anforderungen für die Planung und den Einsatz relevant sind und welchen Nutzen betriebliche Informationssysteme bieten können.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können Methoden in den Modulen erkennen und ausgewählte Verfahren anwenden. Sie haben eine Vorstellung, wie man ein betriebliches Informationssystem grundsätzlich einsetzen könnte.

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

Durch das ganzheitliche Verständnis von betrieblichen Abläufen in der Wertschöpfungskette wird die Einordnung des eigenen Berufsbild gefördert.

P19 Unternehmensfinanzierung

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM19
Modultitel:	P19 Unternehmensfinanzierung
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Heike Willax
Art des Moduls:	Pflicht
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	<p>Das Modul vermittelt die wesentlichen Aspekte der Unternehmensfinanzierung, wie sie für finanzwirtschaftliche Entscheidungen sowie unter finanzwirtschaftlichen Gesichtspunkten relevant sind.</p> <p>Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Finanzmärkte und Finanzintermediäre -Handlungsfelder im Corporate Finance -Cashflow und Kapitalkosten (WACC, CAPM) -Working Capital Management (beispielhaft: Cash-to-Cash-Cycle) -Kapitalstruktur und Unternehmenswert -Finanzwirtschaftliche Unternehmensführung -International Finance
Veranstaltungen:	Unternehmensfinanzierung
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung mit integrierten Übungen
Voraussetzungen für die Teilnahme:	keine
Verwendbarkeit des Moduls:	Das Modul ist thematisch insbesondere mit folgenden Modulen vernetzt: P1 (Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre), P9 (Investition und Finanzierung), P6 (Externes Rechnungswesen), P5 (Internes Rechnungswesen), P15 (Management), P22 (Entrepreneurship) sowie v.a. mit dem Wahlpflichtbereich „Controlling“.
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K90 (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:	<ul style="list-style-type: none"> -Bösch, M., Finanzwirtschaft: Investition, Finanzierung, Finanzmärkte und Steuerung, aktuelle Auflage, Verlag Franz Vahlen -Brealey, R.; Myers, S. und Marcus, A., Fundamentals of Corporate Finance (engl.), aktuelle Auflage, McGraw-Hill Education -Perridon, L., Steiner, M. und Rathgeber, A., Finanzwirtschaft der Unternehmung, aktuelle Aufl., Verlag Franz Vahlen -Volkart, R., Corporate Finance, aktuelle Auflage, Zürich -Zantow, R., Finanzwirtschaft des Unternehmens, aktuelle Auflage, Verlag Pearson Studium

Anwesenheitspflicht:

nein

Kompetenzdimensionen des Moduls P19 Unternehmensfinanzierung

Wissen und Verstehen: Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Absolventinnen und Absolventen können Motive und Erfolgsfaktoren im Corporate Finance beschreiben, kritisch diskutieren und interpretieren. Sie sind in der Lage, Problemstellungen der Unternehmensfinanzierung mit der korrekten Fachterminologie zu beschreiben und zu analysieren.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können praxisorientierte Herausforderungen des Corporate Finance erkennen und problemorientiert geeignete Lösungsvorschläge erarbeiten.

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen können neue Sachverhalte sowohl informativ, verständlich und überzeugend diskutieren.

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

Studierende können den Zusammenhang zwischen unternehmerischem Handeln und der Unternehmensfinanzierung erfassen, erläutern und bewerten.

Sie sind somit in der Lage, wirtschaftliche Auswirkungen ihrer Lösungsansätze im Rahmen der Unternehmensfinanzierung zu reflektieren und falls notwendig, zu adaptieren.

P20 Innovations- und Produktmanagement

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM20
Modultitel:	P20 Innovations- und Produktmanagement
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. nat. Frank Ermark
Art des Moduls:	Pflicht
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	<p>Inhalt</p> <ul style="list-style-type: none"> •Rollenbild (AKV) & Organisation von Innovations- und Produktmanagement •Definitionen und Charakterisierungsmerkmale von Innovationen •Erfolgsfaktoren für Innovationen und innovative Unternehmen •Zeitgemäße Prozesse, Methoden und Werkzeuge des Ideenmanagements: klassisch bis agil •Produktlebenszyklusmanagement und Innovationspotentiale •Innovations- und Produktstrategie •Optionale Vertiefung: Innovation und Nachhaltigkeit •Vertiefung der einzelnen Themen durch Fallstudien
Veranstaltungen:	Innovations- und Produktmanagement
Lehr- und Lernformen:	VP (Vorlesung mit integrierten Übungen) Fallbeispiele in Einzelarbeit oder in Kleingruppen, wissenschaftliche Arbeit
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Betriebswirtschaftliches Grundwissen
Verwendbarkeit des Moduls:	Aufbau auf die Module Management und Marktbearbeitung, Querbezug zu den Modulen der Vertiefung Marketing und Sales, Grundlagen für das nachfolgende Modul Entrepreneurship.
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Hausarbeit oder Referat, Transfer sowohl der vermittelten Inhalte als auch der Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens im Rahmen praxisorientierter Aufgabenstellungen
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>Produktmanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Herrmann A., & Huber F. (2013), Produktmanagement, Springer Gabler, 3. Aufl. -Hofbauer G., & Sangl A. (2018), Professionelles Produktmanagement, Publicis, 3. Aufl. -Aumayr K. (2016), Erfolgreiches Produktmanagement, Springer Gabler, 4. Aufl. <p>Innovationsmanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Vahs, D./ Brehm, A. (2015): Innovationsmanagement, 5. Auflage, Schäffer-Poeschel. -Gausemeier J. et al. (2019), Innovationen für die Märkte von morgen, Hanser, 1. Aufl. -Tidd, J./ Bessant, J. (2018): Managing Innovation, 6. Edition, Wiley.
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen des Moduls P20 Innovations- und Produktmanagement

Wissen und Verstehen: Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Absolventinnen und Absolventen können wesentliche Gestaltungselemente des Innovations- und Produktmanagements wiedergeben und themenspezifisch, im Sinne einer situationsbezogenen Analyse und kritischen Bewertung, anwenden.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, die erworbenen Erkenntnisse auf zentrale, praxisbezogene Entscheidungsfelder des Innovations- und Produktmanagements zu übertragen.

Sie können hierfür im Sinne des wissenschaftlichen Arbeitens geeignete Theorien und Methoden mit entsprechenden Werkzeugen auswählen, zielorientiert anwenden und Ergebnisse kritisch reflektieren.

Sie sind ferner in der Lage Literatur zu erschließen, ihre Eignung zu prüfen und einen Teil der Inhalte eigenständig zu erarbeiten.

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen können neue marktbezogene Veränderungen argumentieren und wissenschaftlich begründen.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen können die gelernten Inhalte auf zukünftige Veränderungen reflektieren und sich ihrer Position im Arbeitsfeld bewusst machen.

P21 Internationales Management

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM21
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 der Funktion von Wirtschaftsblöcken •Auswirkungen staatlichen Handelns auf die Handlungsmöglichkeiten von Unternehmen im internationalen Kontext
Veranstaltungen:	Internationale Unternehmen und Wirtschaftsstrukturen
Lehr- und Lernformen:	VP (Vorlesung mit integrierten Übungen)
Voraussetzungen für die Teilnahme:	keine
Verwendbarkeit des Moduls:	Erkenntnisse aus dem Modul ermöglichen es den Studierenden, Gelerntes zu den Themen Controlling, Organisation, Marketing/Vertrieb in einem erweiterten Kontext zu sehen. Als Querschnittsmodul ist es daher thematisch insb. mit folgenden Modulen vernetzt: P1 (Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, P2 (Grundlagen der Volkswirtschaftslehre), P9 (Investition und Finanzierung), P11 (Marktbearbeitung), P12 (Rechtliche Grundlagen), P15 (Management) P15 (Steuerrecht), P22 (Entrepreneurship) sowie dem Wahlpflichtbereich „Controlling“.
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K60 (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:	-S. Tamer Cavusgil, Gary Knight, et al., International Business: The New Realities, Pearson 2019 -Paul R. Krugman, Maurice Obstfeld, et al., Internationale Wirtschaft: Theorie und Politik der Außenwirtschaft, Pearson 2019 -Dirk Holtbrügge und Martin K. Welge, Internationales Management: Theorien, Funktionen, Fallstudien, Schäffer-Poeschel 2015
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen des Moduls P21 Internationales Management

Wissen und Verstehen: Verbreiterung des Vorwissens

Absolventinnen und Absolventen können die Situation und Probleme von Konzernen im internationalen Umfeld beschreiben und zusammenfassen. Sie können Zusammenhänge der internationalen Wirtschaft verstehen und erläutern.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

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

Kommunikation und Kooperation

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

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen können ihre berufliche Rolle im internationalen Markt definieren und ggf. weiterentwickeln.

P22 Entrepreneurship

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM22
Modultitel:	P22 Entrepreneurship
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Peter Philippi-Beck
Art des Moduls:	Pflicht
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	<p>Business- und Finanzplanung:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Grundlagen und Vorgehen Unternehmensplanung -Teilpläne im operativen Planungsprozess (beispielsweise Umsatz-, Kosten-, Investitionsplanung) -Aufbau und Struktur von Businessplänen -Beschreiben von Geschäftsmodellen - Simulation einer Existenzgründung am Beispiel einer Manufaktur für Surfbretter
Veranstaltungen:	Business- und Finanzplanung, Geschäftsideen in Businesspläne umsetzen Planspiel Unternehmensgründung
Lehr- und Lernformen:	VP (Vorlesung mit integrierten Übungen) LA (Laborarbeit zur Umsetzung einer Geschäftsidee)
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Grundlagen des Finanz- und Rechnungswesens, in den Prozessabläufen in Unternehmen und in den Methoden der Unternehmensanalyse
Verwendbarkeit des Moduls:	
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	PF (Portfolioprüfung, 50% Klausur, 50% Planspielleistung)
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>Business- und Finanzplanung:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ehrmann, H. (2013), Unternehmensplanung, 6. Aufl., NWB Verlag, ISBN 978-3470468365 -Osterwalder, A. und Pigneur, Y. (2011): Business Model Generation, Campus Verlag, ISBN: 978-3593394749 -Kubr, T.; Ilar, D. und Marchesi, H. (2016): Planen, gründen, wachsen, Redline Verlag, ISBN: 978-3868816488
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen des Moduls P22 Entrepreneurship

Wissen und Verstehen: Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Absolventinnen und Absolventen können den Prozess der Business- und Finanzplanung erläutern und die gegenseitige Verflechtung erklären. Sie können bestehende Geschäftsmodelle existierender Unternehmungen strukturiert analysieren bzw. neue Geschäftsmodelle konzipieren. Sie können einen Gründungsprozess mit dem erworbenen Wissen umsetzen.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen sammeln, bewerten und interpretieren relevante Informationen für ein Geschäftsmodell und benutzen dabei erlernte Instrumente. Sie können eine Geschäftskonzeption im Zahlen- und Rechenwerk einer Unternehmung abbilden. Studierende können Verflechtungen und wechselseitige Abhängigkeiten in den Rechenwerken (Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Cashflow-Rechnung) verstehen und diese Zusammenhänge auf eine integrierte Unternehmensplanung (Zukunftsbild) eigenständig übertragen.

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen können neue Sachverhalte sowohl informativ, verständlich und überzeugend diskutieren als auch (visuell) darstellen. Sie diskutieren ihre eigenen Unternehmensideen und können diese argumentativ verteidigen. Sie können im Team eine Unternehmensgründung planen und im Rahmen einer Laborarbeit umsetzen.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, strategische Optionen zu erkennen, zu bewerten und zu gestalten. Sie sind sich im Hinblick auf Unternehmensgestaltung ihrer Kompetenzen bewusst und können diese einsetzen.

P23 Wahlfächer

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM23
Modultitel:	P23 Wahlfächer
Modulverantwortliche/r:	Studiendekan BM
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 Tutorentätigkeiten 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. Wahlfächer gemäß MHB BM50 ff.
Lehr- und Lernformen:	Gemäß Studienordnung bzw. Bekanntmachungen des jeweils anbietenden Studiengangs.
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Gemäß Studienordnung bzw. Bekanntmachungen des jeweils anbietenden Studiengangs. Es können nur im MHB aufgeführte Wahlfächer des Studiengangs BM oder in den Handbüchern anderer Studiengänge gewählt werden.
Verwendbarkeit des Moduls:	Das Wahlmodul dient der individuellen Vertiefungsrichtung.
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Gemäß Studienordnung bzw. Bekanntmachungen des jeweils anbietenden Studiengangs. 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:	Gemäß Studienordnung bzw. Modulhandbuch und Bekanntmachungen des jeweils anbietenden Studiengangs.

Anwesenheitspflicht:

nein

Kompetenzdimensionen des Moduls P23 Wahlfächer

Wissen und Verstehen: Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Absolventinnen und Absolventen können über die Inhalte des eigenen Studiengangs hinausgehende Themengebiete mit ihren jeweiligen wesentlichen Inhalten und Zusammenhängen erläutern.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können durch die zusätzlich erworbenen Inhalte fachbezogene Problemstellungen des eigenen Studiengangs unter Berücksichtigung dieser zusätzlichen Aspekte vor einem umfangreicheren Hintergrund erörtern und in sach- und fachgerechte Lösungsansätze, auch unter Nachhaltigkeitsaspekten, einfließen lassen.

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

P24 Abschluss

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM24
Modultitel:	P24 Abschluss
Modulverantwortliche/r:	Studiendekan BM
Art des Moduls:	Pflicht
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	Die Bachelorarbeit ist eine Prüfungsleistung, die zeigen soll, dass die Kandidatin oder der Kandidat in der Lage ist, ein Problem aus dem Gegenstandsbereich seiner Studienrichtung mit den erforderlichen Methoden in dem festgelegten Zeitraum zu bearbeiten. Für die Bachelorarbeit werden Credits gem. Besonderem Teil vergeben. Das Bachelorandenseminar dient der Reflexion der Studieninhalte des Bachelorstudiengangs sowie deren Vernetzung vor dem Hintergrund der Bachelorarbeit und wird zu einem dezentralen Teil durch die Betreuerin bzw. den Betreuer der BachelorThesis durchgeführt. In einem dezentralen Teil mit Anwesenheitspflicht werden die Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens wiederholt und eine Formatvorlage für die Thesis erstellt, Details siehe Wahlfach BM50.
Veranstaltungen:	Bachelorarbeit Bachelorandenseminar, siehe BM50
Lehr- und Lernformen:	B (Bachelorarbeit) und S (Seminar)
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Die Bachelorarbeit 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:	Das Modul dient dem Nachweis der Fähigkeit zum eigenständigen Bearbeiten fachlich relevanter und aktueller Problemstellungen und Beachtung der Grundsätze wissenschaftlichen Arbeitens sowie der relevanten Fachsprache.
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Bachelorarbeit: Die Arbeit ist spätestens 6 Monate nach dem Ausgabetag im Prüfungsamt der Hochschule Ravensburg-Weingarten abzugeben. Bachelorandenseminar: Über die Reflexion ist als Dokumentation (D) ein Bericht anzufertigen, dessen Umfang 10 Textseiten nicht übersteigen soll. Die konkreten inhaltlichen und formalen Anforderungen sind mit der Betreuerin bzw. dem Betreuer der Bachelorarbeit abzustimmen.
ECTS-Leistungspunkte:	15
Benotung:	Bachelorarbeit: benotet Bachelorandenseminar: unbenotet
Arbeitsaufwand:	Thema, Aufgabenstellung und Umfang der Bachelorarbeit 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 des Moduls P24 Abschluss

Wissen und Verstehen: Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Absolventinnen und Absolventen zeigen ein hinreichendes Verständnis des wissenschaftlichen Arbeitens bezogen auf Problemstellungen der Betriebswirtschaftslehre.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Wissenschaftliche Innovation

Absolventinnen und Absolventen bearbeiten ein Problem aus dem Gegenstandsbereich der Betriebswirtschaftslehre mit den erforderlichen Methoden in dem festgelegten Zeitraum.

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen verwenden bei der Bearbeitung die einschlägige Fachsprache.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen zeigen bei der Bearbeitung ein hinreichendes und reflektiertes Verständnis der Zusammenhänge im Bereich der Betriebswirtschaftslehre sowie interdisziplinärer Art.

WP CO 1

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM25
Modultitel:	WP CO 1
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Cornelia Neff
Art des Moduls:	Wahlpflicht
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	<p>Im Modul Controlling werden Konzepte zu Planung, Steuerung und Kontrolle von Unternehmen behandelt. Controlling dient der Informationsversorgung des Managements und soll sicherstellen, dass betriebliche Entscheidungen rational getroffen werden. Hintergrund ist das Value Based Management (=Wertorientierte Unternehmensführung).</p> <p>Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aufgaben und Zielsetzungen im Controlling, - Controlling und Digitalisierung - Strategisches Controlling und Strategisches Management - Taktisches Controlling von Investitionen und Projekten - Operatives Controlling: Kostenmanagement, Budgetierung, Verrechnungspreise, Cash Flow Analyse - Kennzahlen und Kennzahlensysteme, inklusive Balanced Scorecard - Berichtswesen - Risikomanagement und Risikocontrolling - Wertorientierte Unternehmensführung.
Veranstaltungen:	Controlling
Lehr- und Lernformen:	VP (Vorlesung mit integrierten Übungen)
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Die vorherige Teilnahme an den Modulen „Kostenrechnung/Controlling“, „Buchhaltung und Bilanzierung“ sowie „Investitionsrechnung“ und „Management“ wird dringend empfohlen.
Verwendbarkeit des Moduls:	Das Modul ist thematisch insbesondere vernetzt mit folgenden Modulen: P5 (Internes Rechnungswesen), P6 (Externes Rechnungswesen), P9 (Investition und Finanzierung), P19 (Unternehmensfinanzierung) und P22 (Entrepreneurship) sowie in grundlegender Art v.a. mit P1 (Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre), P15 (Management), P4 (Wirtschaftsmathematik), P7 (Statistik) und P18 Betriebliche Informationssysteme. Das Modul liefert ebenso die controllingbezogenen Grundlagen für den Wahlpflichtbereich, vorrangig für „Marketing/Sales“ und „Supply Chain Management“. „Das Modul liefert die Controlling bezogenen Grundlagen für den eigenen Wahlpflichtbereich „Controlling“, sowie für „Marketing/Sales“ und „Supply Chain Management“.“
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K60 (Klausur, 60 Min.) oder PF (Portfolioprüfung)
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:	Weber / Schäffer (2016): Einführung in das Controlling. 15. Auflage, Schäffer- Poeschel Verlag, Stuttgart. Fischer / Möller / Schulze (2015): Controlling - Grundlagen, Instrumente und Entwicklungsperspektiven. 2. Auflage. Schäffer- Poeschel Verlag, Stuttgart. Baum /Coenenberg / Günther (2013): Strategisches Controlling. 5. Auflage. Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart. Coenenberg / Fischer / Günther (2016): Kostenrechnung und Kostenanalyse. 9. Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart. Zell, Michael (2008): Kosten- und Performance Management. Gabler Verlag, Wiesbaden.
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen des Moduls WP C0 1

Wissen und Verstehen: Verbreiterung des Vorwissens

Absolventinnen und Absolventen können Instrumente des strategischen, taktischen und operativen Controllings erläutern. Sie können Kennzahlensysteme wie die Balanced Scorecard erläutern und mit anderen Kennzahlensystemen vergleichen und wissen, welche Anforderungen an eine gute Managementberichterstattung gestellt werden. Sie können Instrumente für das Risikomanagement und Risikocontrolling eines Unternehmens skizzieren.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

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

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 verfügen über ein kritisches Verständnis zu Methoden der wertorientierten Unternehmensführung. Sie können Nutzen und Grenzen der verschiedenen Controllinginstrumente einschätzen und auf ihr berufliches Handlungsfeld übertragen.

WP CO 2

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM26
Modultitel:	WP CO 2
Modulverantwortliche/r:	N.N.
Art des Moduls:	Wahlpflicht
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	<p>-Informationsversorgung im Controlling -Grundlagen der IT-Unterstützung im Controlling und Überblick über Controllingsoftware, u.a. oEinsatzmöglichkeiten von MS-Excel für das Controlling oDatenauswertung mit Pivot-Tabellen oBestimmung des optimalen Produktionsprogramms bei mehr als einem Engpass mit dem Excel-Solver -Enterprise Resource Planning am Beispiel von SAP -Tabellenkalkulation am Beispiel von MS Excel® -Business Intelligence, inklusive OLAP-Datenbanken</p> <p style="text-align: right;">Der Schwerpunkt der Veranstaltung liegt auf SAP ERP sowie MS Excel.</p>
Veranstaltungen:	Softwaregestütztes Controlling
Lehr- und Lernformen:	Seminar
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Die vorherige Teilnahme an den Modulen „Kostenrechnung/Controlling“ sowie WP C01 „Controlling für BM4“ wird dringend empfohlen.
Verwendbarkeit des Moduls:	Das Modul ist thematisch insb. vernetzt mit den Modulen P3 (Wirtschaftsinformatik), P18 (Betriebliche Informationssysteme) sowie P9 (Investition und Finanzierung), P5 (internes Rechnungswesen) und P22 (Entrepreneurship) sowie im Wahlpflichtbereich mit WP M/S 4 (Marketing-Management) und WP SCM 2 (Supply Chain Planning).
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	PF (Portfolioprüfung)
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>-Schels/Seidel: Excel im Controlling, München 2014 -Nelles: Excel 2013 im Controlling, Bonn 2014 -Friedl/Hilz/Pedell: Controlling mit SAP, 6. Aufl., Wiesbaden 2012 -Jurasek/Klein: Schnelleinstieg Controlling mit SAP, München 2010 -Schmalzing/Messner: Controlling mit SAP 100 Tipps & Tricks (SAP PRESS), Bonn 2014</p>

Anwesenheitspflicht:

nein

Kompetenzdimensionen des Moduls WP CO 2

Wissen und Verstehen: Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Absolventinnen und Absolventen können Einsatzmöglichkeiten von und wesentliche Anforderungen an IT-Werkzeuge im Controlling beschreiben.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können problembezogen geeignete IT-Werkzeuge im Controlling identifizieren, hiermit aussagefähige Analysen strukturieren und hierauf basierend aussagekräftige Berichte aufbauen und die Werkzeuge anwenden. Sie können weiterhin Jahresabschlüsse im Hinblick auf Ratings mittels Einsatz geeigneter IT-Werkzeuge aufbereiten und analysieren.

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 sind in der Lage, die Bedeutung von softwaregestützten Controlling in ihrem Berufsfeld zu analysieren und zu begründen.

WP CO 3

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM27
Modultitel:	WP CO 3
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Cornelia Neff
Art des Moduls:	Wahlpflicht
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	<p>Die Veranstaltung „Bereichscontrolling“ wird im Seminarstil durchgeführt und dient der Vertiefung einzelner Controlling-Themengebiete.</p> <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 <p>Das Modul WP CO 3 Bereichscontrolling dient der Vertiefung von Controlling-Themen und dem Einüben wissenschaftlichen Arbeitens sowie und dem Führen von Fachdiskussionen.</p>
Veranstaltungen:	Bereichscontrolling
Lehr- und Lernformen:	S (Seminar)
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Die vorherige Teilnahme an den Modulen WP CO 1 (Controlling), P5 (Internes Rechnungswesen) sowie die Ableistung des praktischen Studiensemesters werden dringend empfohlen.
Verwendbarkeit des Moduls:	Das Modul ist aufgrund seines integrativen Charakters thematisch insb. mit folgenden Modulen vernetzt: P5 (Internes Rechnungswesen), P9 (Investition und Finanzierung), P14 (Personal und Organisation), P17 (Produktion und Service), P10 (Logistikmanagement), P19 Unternehmensfinanzierung), P18 (Betriebliche Informationssysteme), P15 (Management, hier v.a. die VL Projektmanagement), sowie v.a. dem Wahlpflichtbereich „Marketing/Sales“ und „Supply Chain Management“.
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	PF (Portfolioprüfung)
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"> •Aktuelle Fachartikel aus Controlling-Zeitschriften •Britzelmeier, Bernd (2017): Bereichscontrolling. Lehrbuchkapitel 6 aus Controlling Grundlagen, Praxis, Handlungsfelder. 2. Aufl. Pearson Deutschland Verlag, Hallbergmoos, S.427-627 •Schäffer, Utz; Weber, Jürgen (Hrsg.)(2005): Bereichscontrolling. Schäffer-Poeschel-Verlag, Stuttgart.
Anwesenheitspflicht:	ja
Begründung:	Fach wird nicht mit einer Klausur über alle Themen beendet. Diskussionsleitung und Moderation von Fachgesprächen soll geübt werden. Zudem sollen a l l e Studierenden im Kurs jeweils ein ausführliches Feedback zu jedem Fachreferat gegeben werden.

Kompetenzdimensionen des Moduls WP C0 3

Wissen und Verstehen: Verbreiterung des Vorwissens

Absolventinnen und Absolventen können die Anwendbarkeit allgemeiner Controlling-Konzepte auf unternehmensspezifische Fachgebiete darstellen. Sie können komplexere theoretische Controllingmodelle erläutern.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Wissenschaftliche Innovation

Absolventinnen und Absolventen setzen sich mit einem selbstgewählten Controlling-Thema auseinander und recherchieren unter Anleitung zu ausgewählten Forschungsfragen im Controlling. Sie analysieren theoretische Ansätze, überprüfen sie auf Praxistauglichkeit, illustrieren ihre Ausführungen mit Praxiserfahrungen und selbst entwickelten Übungsaufgaben.

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 ein qualifiziertes Feedback zu den Referatsthemen, z.T. in Form eines Korreferats.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

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

WP CO 4

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM28
Modultitel:	WP CO 4
Modulverantwortliche/r:	N.N.
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 internationaler Unternehmensgruppen.</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:	International Financial Reporting
Lehr- und Lernformen:	VP (Vorlesung mit integrierten Übungen)
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Fundierte Kenntnisse der Buchhaltung und Bilanzierung, der Kostenrechnung sowie des Ertragsteuerrechts werden dringend empfohlen.
Verwendbarkeit des Moduls:	Das Modul ist thematisch insbesondere vernetzt mit folgenden Modulen: P6 (Externes Rechnungswesen), P9 (Investition und Finanzierung), P16 (Steuerrecht), P5 (Internes Rechnungswesen), P19 (Unternehmensfinanzierung), P22 (Entrepreneurship) sowie übergreifend mit P21 (Internationales Management).
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K60 (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>Pflichtliteratur - jeweils aktuelle Auflage: - Buchholz, Internationale Rechnungslegung, ESV-Verlag - Kirsch: Einführung in die Internationale Rechnungslegung nach IFRS, NWB-Verlag 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</p> <p>- 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 des Moduls WP CO 4

Wissen und Verstehen: Verbreiterung des Vorwissens

Absolventinnen und Absolventen können wesentliche Grundsätze der Rechnungslegung nach IFRS, das Konzept der latenten Steuern sowie den Prozess der Konzernabschlussaufstellung beschreiben sowie wesentliche Abweichungen in der Bilanzierung nach HGB und IFRS und typische Problemfelder der Konzernabschlussaufstellung erläutern.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können nach nationalen Standards aufgestellte Einzelabschlüsse nach IFRS überführen (Reconciliation), im Konzernabschluss zusammenfassen, konsolidieren und weitere erforderliche Berichtselemente aufstellen.

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 Nutzen und Grenzen des Konzernabschlusses nach IFRS analysieren und die Aussagefähigkeit kritisch einschätzen. Sie sind sich der Inhalte und deren Bedeutung für das berufliche nationale und internationale Umfeld bewusst.

WP PM 1

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM29
Modultitel:	WP PM 1
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. oec. publ. habil. Gerhard Krönes
Art des Moduls:	Wahlpflicht
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	<p>Das Modul vertieft die im Grundstudium gelehrten Inhalte zum Personalmanagement.</p> <p>Themengebiete:</p> <p>Personalbereitstellung (Personalgewinnung und -auswahl, Personalentwicklung, Personalerhaltung)</p> <p>Personalführung (Entgeltsysteme, Personalführung i.e.S.)</p> <p>Eine detaillierte Themenliste wird zusammen mit ausführlicheren Literaturhinweisen jeweils zu Semesterbeginn zur Verfügung gestellt.</p>
Veranstaltungen:	Personalmanagement
Lehr- und Lernformen:	VP (Vorlesung mit integrierten Übungen)
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Erfolgreiche Teilnahme an P15 Personal und Organisation
Verwendbarkeit des Moduls:	Das Modul ist inhaltlich insb. vernetzt mit folgenden Modulen: P15 (Personal und Organisation) sowie WP PM 3 (Personaladministration und Arbeitsrecht)
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	PF (Portfolioprüfung)
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"> -Berthel, Jürgen, Fred G. Becker, Personal-Management, 11. Aufl., Stuttgart 2017. -Holtbrügge, Dirk Personalmanagement, 7. Aufl., Berlin 2018. -Maier; Norbert: Erfolgreiche Personalgewinnung und Personalauswahl, Zürich: Praxium-Verlag, 2016. -Nicolai, Christiana: Personalmanagement, Konstanz, 5. Auflage 2018. -Wagner, Dieter, Praxishandbuch Personalmanagement, 2. Aufl., Freiburg 2020. -Weibler, Jürgen, Personalführung, 3. Aufl., München 2016.

Anwesenheitspflicht:

nein

Kompetenzdimensionen des Moduls WP PM 1

Wissen und Verstehen: Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Absolventinnen und Absolventen können die wesentlichen Problemstellungen des Personalmanagements beschreiben und Lösungsansätze aus der Wissenschaft wiedergeben oder auf angemessenem Niveau selbst generieren.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können problemorientiert geeignete Methoden und Verfahren des Personalmanagements auswählen und lösungsorientiert anwenden. Sie wenden ihre Kompetenz in wissenschaftlichem Arbeiten im Wege der Erstellung von Referaten an und erweitern diese. Sie können Veränderungssituationen sowohl im Sinne des Personalmanagements wie auch bezüglich der auftretenden psychologischen und emotionalen Widerstände analysieren und auf Basis der Situation Erfolgsfaktoren bewerten.

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 die Inhalte in Beziehung mit anderen Lehrveranstaltungen (z.B. Strategie, Organisation, ..) für ihr berufliches Umfeld neu interpretieren.

WP PM 2

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM30
Modultitel:	WP PM 2
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. phil. Götz Walter
Art des Moduls:	Wahlpflicht
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	1 Einführung 2 Organisationen als Gegenstand der Alltagserfahrung 3 Organisationen als Gegenstand der Sozialwissenschaft 4 Ziele und Strukturen von Organisationen 5 Organisationen als Interaktionssysteme 6 Organisationen als Interaktionspartner 7 Organisation und Gesellschaft 8 Konflikte in Organisationen
Veranstaltungen:	Organisationssoziologie
Lehr- und Lernformen:	VP (Vorlesung mit integrierten Übungen)
Voraussetzungen für die Teilnahme:	keine
Verwendbarkeit des Moduls:	Das Modul ist thematisch insbesondere vernetzt mit den Modulen P13 (Personal und Organisation), P15 (Management), sowie im Wahlpflichtbereich mit WP WPsych 3 (Arbeits- und Organisationspsychologie)
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K60 (Klausur, 60 Min.) oder PF (Portfolioprüfung)
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:	Abraham, Martin / Büschges, Günter : Organisationssoziologie (4. Aufl. VS Verlag. Wiesbaden 2009) Endruweit, Günter: Organisationssoziologie (Lucius & Lucius, Stgt. 2004) Kieser/Ebers: Organisationstheorien (Kohlhammer 2006) Pohlmann/Markova: Soziologie der Organisation (UTB 2011) - Preisendörfer, Peter: Organisationssoziologie (VS Verlag Wiesbaden 2008)
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen des Moduls WP PM 2

Wissen und Verstehen: Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Absolventinnen und Absolventen können die Grundbegriffe von Max Webers Bürokratietheorie, Niklas Luhmanns Systemtheorie sowie des evolutionären Managements (St. Gallerer Ansatz, Münchner Ansatz) beschreiben, das Erleben und Verhalten von Menschen in Ihrer wechselseitigen Abhängigkeit im Kontext von Arbeit und Organisationen erläutern und die Grundbegriffe der Organisationssoziologie (Definition, Ursache, Abgrenzung zur Organisationsentwicklung) darstellen.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

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, Kooperationsystem, 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.

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 Beziehungen zu anderen Fachdisziplinen und Wissenschaftsrichtungen erläutern und in ihrem beruflichen Umfeld einordnen.

WP PM 3

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM31
Modultitel:	WP PM 3
Modulverantwortliche/r:	N.N.
Art des Moduls:	Wahlpflicht
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	-Individual- und Kollektives Arbeitsrecht -Beschäftigungsverhältnisse und Entgeltformen -Grundlagen des Lohnsteuer- und Sozialversicherungsrechts sowie Entgeltabrechnung
Veranstaltungen:	Personaladministration Arbeitsrecht
Lehr- und Lernformen:	VP (Vorlesung mit integrierten Übungen)
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Die Teilnahme an der Vorlesung des Moduls P13 (Personal und Organisation) sowie P12 (Rechtliche Grundlagen) wird dringend empfohlen.
Verwendbarkeit des Moduls:	Das Modul ist inhaltlich insbesondere vernetzt mit folgenden Modulen: P12 (Rechtliche Grundlagen), P13 (Personal und Organisation), WP PM 1 (Personalmanagement)
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K60 (Klausur, 60 Min.) oder PF (Portfolioprfung)
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:	-Dütz/Thüsing: Arbeitsrecht (C.H. Beck Verlag) -R. Waltermann: Arbeitsrecht (Verlag Franz Vahlen) -Wörlen/Kokemoor: Arbeitsrecht (Verlag Franz Vahlen) -Hromadka/Maschmann: Arbeitsrecht Band 1 (Springer)
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen des Moduls WP PM 3

Wissen und Verstehen: Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Absolventinnen und Absolventen können die wesentlichen Beschäftigungsverhältnisse in Unternehmen beschreiben und anhand der einschlägigen rechtlichen Grundlagen die sozialversicherungsrechtliche sowie lohnsteuerliche Behandlung der zugehörigen Entgelte sowie etwaiger zusätzlicher Entgeltbestandteile im Rahmen der Entgeltabrechnung beurteilen.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können die für die Unternehmenspraxis wesentlichen Beschäftigungsverhältnisse mit ihren jeweiligen Besonderheiten bzgl. der Entgelte unter Nutzung geeigneter IT-Werkzeuge zutreffend abrechnen.

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 sind sich der Tragweite für ihr eigenes Handeln in ihrem beruflichen Umfeld bewusst.

WP PM 4

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM32
Modultitel:	WP PM 4
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. phil. Götz Walter
Art des Moduls:	Wahlpflicht
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • Ursachen von Veränderungen in Unternehmen • Den Wandel gestalten: Grundsätze, Konzepte, Tools, New Work • Phasen und Strategien des Managements von Veränderungen • Umgang mit Widerstand • Kommunikation und Veränderung: Erfolgsfaktoren • Fusionen und Akquisitionen: Integrationsmanagement • Ausgewählte Werkzeuge des Veränderungs-Managements • Qualifikation für Change-Management • Rolle des Change Managers
Veranstaltungen:	Change Management
Lehr- und Lernformen:	VP (Vorlesung mit integrierten Übungen)
Voraussetzungen für die Teilnahme:	keine
Verwendbarkeit des Moduls:	Das Modul ist inhaltlich insb. mit den Modulen P15 (Management), WP PM 1 (Personalmanagement), WP PM 2 (Organisationssoziologie) sowie WP WPsych 3 (Arbeits- und Organisationspsychologie) vernetzt.
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K60 (Klausur, 60 Min.) oder R Referat (Vorstellung Change-Management Werkzeuge 25%, Vorstellung New Work Ansätze 25%, Ausarbeitung konkretes, fallbezogenes Veränderungskonzept 50%)
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>Grundlagen: Doppler, K. & Lauterburg, C. (2019). Change Management. Den Unternehmenswandel gestalten (14. Auflage). Frankfurt: Campus. Groß, M. (2014). Handbuch Change Manager. Weinheim: Beltz. Vahs, D. & Weiland, A. (2013). Workbook Change Management. Stuttgart: Schäffer-Poeschel</p> <p>Weiterführend: englischsprachig: Kotter, J.P. (2012). Leading Change. Boston: Harvard Business Review Press. Kotter, J.P. (2007). Leading Change – Why transformation efforts fail. Harvard Business Review, S. 1-10. Kotter, J.P. & Schlesinger, L.A. (2008). Choosing Strategies for Change. Harvard Business Review, S. 1-11. Hayes, J. (2018). The Theory and Practice of Change Management (13. Auflage). London: Red Globe Press.</p> <p>deutschsprachig: Laloux, F. (2015). Reinventing Organizations: Ein Leitfaden zur Gestaltung sinnstiftender Formen der Zusammenarbeit. München: Vahlen. Rathnow, P. & Walter, G. (2018). Erfolgsfaktor Unternehmenskultur: Fünf Bausteine für erfolgreiche M&A. Controller Magazin, 1, S. 40-46. Rohm, A. (2015). Change-Tools. Bonn: ManagerSeminare. Sackmann, S. (2017). Unternehmenskultur: Erkennen – Entwickeln – Verändern: Erfolgreich durch kulturbewusstes Management. Wiesbaden: Springer Gabler. Stolzenberg, K. & Heberle, K. (2013). Change Management. Veränderungsprozesse erfolgreich gestalten – Mitarbeiter mobilisieren. Berlin: Springer.</p>
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen des Moduls WP PM 4

Wissen und Verstehen: Verbreiterung des Vorwissens

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

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können strategische und organisatorische Konzepte in Veränderungssituationen anwenden und Rollen im Veränderungsprozess beschreiben und die Konzepte des Projektmanagements 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.

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 die Inhalte in Beziehung mit anderen Lehrveranstaltungen (z.B. Strategie, Organisation) neu interpretieren und sind sich ihrer beruflichen Rolle bewusst.

WP M/S 1

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM33
Modultitel:	WP M/S 1
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Steffen Jäckle
Art des Moduls:	Wahlpflicht
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	-Grundlagen und Rahmenbedingungen der Markenpolitik, u.a. Ziele der Markenpolitik, Entwicklung der Markenidentität, Markenpositionierung, Markengestaltung, Markenstrategien, Markenkontrolle); -Grundlagen der Produktinnovation, u.a. Marktanalysen und Trendforschung, Gewinnung von Produktideen, Methodender Konzeptentwicklung, Produktentwicklung und Produkttest, Markteinführung und Markttest; -Kommunikationsinstrumente, u.a. integrierte Kommunikation, Wahrnehmung und Gestaltung von Werbung, psychologische und neuropsychologische Grundlagen der Marken- und Werbegestaltung, Brand-Code-Management); -Marketing-Mix
Veranstaltungen:	B2C Marketing and Sales
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 P11 (Marktbearbeitung), P7 (Statistik), P22 (Entrepreneurship), WP WPsych 4 (Marktpsychologie) sowie WP CO 3 (Bereichscontrolling).
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K45 (Klausur, 45 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:	Esch, Franz-Rudolf: Strategien und Techniken der Markenführung, 8 Aufl., 2014, Vahlen Verlag; Homburg, Christian: Marketingmanagement. Strategie - Instrumente -Umsetzung - Unternehmensführung, 6 Aufl. Springer Verlag, 2017; - Homburg, Christian; Schäfer, Heiko; Schneider, Janna: Sales Excellence. Vertriebsmanagement mit System, 8. Aufl. Springer Verlag 2016; Porter, Michael E.: How competitive forces shape strategy, in: Harvard Business Review March-April 1978, S. 137-145
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen des Moduls WP M/S 1

Wissen und Verstehen: Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Absolventinnen und Absolventen können die Bedeutung von B2C 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.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

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.

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen können im Diskurs theoretisch und methodisch fundiert über die Thematik B2C Marketing und Sales kommunizieren.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen erkennen ihr zukünftiges Berufsbild und richten ihr Handeln dementsprechend aus.

WP M/S 2

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM34
Modultitel:	WP M/S 2
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Barbara Niersbach
Art des Moduls:	Wahlpflicht
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	<ul style="list-style-type: none">-Beleuchtung von Merkmalen und Besonderheiten des B2B Marketing und Sales sowie des Managements von Business Netzwerken, insbesondere Netzwerkbildung, Wettbewerbsorientierung, Purchase- und Suppliermanagement, Sales- und Key Account Management, Distributionswegemangement und Markenmanagement.-Darstellung der Herausforderungen der Digitalisierung auf B2B Märkten.-Analyse und Vorstellung exemplarischer B2B Geschäftsmodelle, sowie deren Reflexion und Transfer in andere Geschäftsbereiche.
Veranstaltungen:	B2B Marketing and Sales
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 P11 (Marktbearbeitung), P22 (Entrepreneurship), WP WPsych 4 (Marktpsychologie) sowie WP M/S 4.
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	PF (Portfolioprüfung) Präsentation 50% und mündliche Prüfung 50% (B2B Marketing und Sales)
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>-Kleinaltenkamp, M., Plinke, W., Wilkinson, I., Geiger, I. (2015), Fundamentals of Business-to-Business Marketing – Mastering business markets, Springer.</p> <p>-Håkan Håkansson & Ivan Snehota (1995), Developing Relationships in Business Networks, London : Routledge</p> <p>-Homburg, Ch., Schäfer, H., Schneider, J. (2012), Sales Excellence, Heidelberg. -Lilien, G., Grewal, R. (2012, Hrsg.), Handbook of Business-to-Business Marketing, Cheltenham.</p> <p>-Ivens, B.S.; Niersbach, B.; Pardo, C. (2015), Key Account Management: Selling? Or Providing Services? ... Or Both?, Marketing Review St. Gallen.</p> <p>-Pardo, C., Ivens, B.S., Niersbach, B. (2020), An Identity Perspective on Key Account Managers as Paradoxical Relationship Managers, Industrial Marketing Management, 89, 355-372.</p> <p>-Kleinaltenkamp, M., Plinke, W., Wilkinson, I., Geiger, I. (2015), Fundamentals of Business-to-Business Marketing – Mastering business markets, Springer.</p> <p>-Håkan Håkansson & Ivan Snehota (1995), Developing Relationships in Business Networks, London : Routledge</p> <p>-Homburg, Ch., Schäfer, H., Schneider, J. (2012), Sales Excellence, Heidelberg. -Lilien, G., Grewal, R. (2012, Hrsg.), Handbook of Business-to-Business Marketing, Cheltenham.</p> <p>-Ivens, B.S.; Niersbach, B.; Pardo, C. (2015), Key Account Management: Selling? Or Providing Services? ... Or Both?, Marketing Review St. Gallen.</p> <p>-Pardo, C., Ivens, B.S., Niersbach, B. (2020), An Identity Perspective on Key Account Managers as Paradoxical Relationship Managers, Industrial Marketing Management, 89, 355-372.</p> <p>-Ivens, B.S., Leischnig, A., Pardo, C., Niersbach, B. (2018), Key Account Management as a Firm Capability, Industrial Marketing Management, 74, 39 – 49.</p> <p>-Ivens, B.S., Pardo, C., Leischnig, A., Niersbach, B. (2017), Key account management as a firm capability: A two-level theoretical foundation, Industrial Marketing Management.</p> <p>-Leischnig, A., Ivens, B.S., Niersbach, B., Pardo, C. (2017), Mind the Gap: A Process Model for Diagnosing Barriers to Key Account Management Implementation, Industrial Marketing Management.</p> <p>-Ivens, B.S., Pardo, C., Niersbach, B., Leischnig, A. (2016), Firm-internal key account management networks: Framework, case study, avenues for future research, Industrial Marketing Management</p>
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen des Moduls WP M/S 2

Wissen und Verstehen: Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Absolventinnen und Absolventen können die grundlegenden Problembereiche, Besonderheiten sowie konzeptionellen Ansätze und Verfahren des B2B-Marketing beschreiben.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können unter Anwendung analytischer Methoden des B2B-Marketing und Sales mit Schwerpunkt auf Strategieentwicklung sowie Produkt-, Preis-, Distributions- und Kommunikationspolitik Geschäftsmodelle analysieren und entwickeln.

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 verstehen die beruflichen Herausforderungen, die in B2B Märkten auf sie zukommen. Sie erhalten ein fundiertes Verständnis über Business Märkte, das sie im Berufsbild von B2B Vertriebs- und Key Account Managern einordnen können.

WP M/S 3

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM35
Modultitel:	WP M/S 3
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Steffen Jäckle
Art des Moduls:	Wahl
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	-Digitaler Impact auf Marketing & Sales Aktivitäten in Organisationen -Design digitaler Marketing & Sales Strategien (CCXM Matrix) -Digitale Transformation von Marketing- und Sales --Erfolgreiche Implementierung in Organisationen
Veranstaltungen:	Digital Marketing and Sales Excellence
Lehr- und Lernformen:	VP (Vorlesung mit integrierten Übungen)
Voraussetzungen für die Teilnahme:	keine
Verwendbarkeit des Moduls:	Das Modul ist neben den Veranstaltungen im Wahlpflichtbereich „Marketing & Sales“ inhaltlich insbesondere vernetzt mit den Modulen P11 (Marktbearbeitung), P7 (Statistik), P18 (Betriebliche Informationssysteme), und P22 (Entrepreneurship).
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	PF (Portfolioprüfung)
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:	-Andreessen, M: Why software is eating the world. The Wall Street Journal, 20. August 2011, https://www.wsj.com/articles/SB10001424053111903480904576512250915629460 . -Jäckle, Steffen; Brüggemann, Uwe: Digitale Transformationsexzellenz. Wettbewerbsvorteile sichern mit der Customer Company Excellence Matrix. Wiesbaden Gabler, 2019 -Kuhn T.S.: Die Struktur wissenschaftlicher Revolutionen, 24. Aufl. Suhrkamp, Frankfurt a. M. 2014 -Aktuelle Literatur wird in der Veranstaltung bekanntgegeben.
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen des Moduls WP M/S 3

Wissen und Verstehen: Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Absolventinnen und Absolventen können die Bedeutung digitaler Technologien für Marketing & Sales aufzeigen und die Erscheinungsformen und Funktionen sowie die strategischen Entscheidungsbereiche beschreiben.

Sie können den kompletten strategischen Prozess mit Hilfe der CCXM Matrix entwickeln und darstellen.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können

- Digitale Strategien in Marketing und Sales entwickeln
- Digitale Bestandteile identifizieren mittels derer die Bausteine welche Kundenutzen erzeugen, angereichert werden können
- Digitale Bestandteile identifizieren mittels denen die Bausteine, welche Effizienz in Organisationen erzeugen, angereichert werden können
- Muster und Impact digitaler Prototypen identifizieren

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen können im Diskurs theoretisch und methodisch fundiert über die Thematik Digital Marketing und Sales kommunizieren.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen erkennen ihr zukünftiges Berufsbild und richten ihr Handeln konsequent nach diesem aus.

WP M/S 4

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM36
Modultitel:	WP M/S 4
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Barbara Niersbach
Art des Moduls:	Wahlpflicht
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> -Der Fokus des Moduls liegt auf zentralen Fragestellungen des strategischen Marketings sowie ausgewählten, aktuellen betriebswirtschaftliche Fragestellungen der Vertiefungsrichtung "Vertriebsmanagement und Marketing". -Vorstellung und Anwendung verschiedener strategischer Markt-, Wettbewerbs- und Kundenanalysen im Rahmen des strategischen Marketing Management-Prozesses. -Zielformulierung und Entwicklung einer strategischen Stoßrichtung. -Bedeutung der marktorientierten Unternehmensführung.
Veranstaltungen:	Marketing-Management
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung
Voraussetzungen für die Teilnahme:	keine
Verwendbarkeit des Moduls:	Das Modul ist inhaltlich insbesondere vernetzt mit den Modulen WP M/S 1 (B2C Marketing and Sales), WP M/S 2 (B2B Marketing and Sales), WP M/S 3 (Digital Marketing and Sales Excellence) sowie grundlegend mit P7 (Marktbearbeitung), P22 (Entrepreneurship), WP WPsych 4 (Marktpsychologie).
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K45 (Klausur, 45 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"> -Becker: Marketing Konzeption – Grundlagen des zielstrategischen und operativen Marketing-Managements. -Meffert, Burmann und Kirchgeorg: Marketing – Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. -Diller, Fürst, Ivens - Grundprinzipien des Marketings, 2011, 3. Auflage -Kotler, Philip; Keller, Kevin Lane; Bliemel, Friedhelm (2007) : Marketing- Management. Strategien für wertschaffendes Handeln, 12 Aufl., München: Pearson Education -Porter, Michael E. (1979): How competitive forces shape strategy, in: Harvard Business Review March-April 1978, S. 137-145
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen des Moduls WP M/S 4

Wissen und Verstehen: Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Absolventinnen und Absolventen können die zentralen Begriffe von Marketing und Vertrieb wiedergeben. Sie kennen konkrete Definitionen, Fakten, Merkmale und können Sachverhalte formulieren, entsprechende Beispiele anführen, Aufgabenstellungen interpretieren und Probleme analysieren.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können strategische Problemstellungen verstehen, Ziele definieren und strategische Handlungsoptionen aufzeigen.

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen können entsprechende Aufgaben und Probleme in eigenen Worten darstellen und argumentieren.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen können die eigenen Fähigkeiten einschätzen. Sie lernen Grundprinzipien der marktorientierten Unternehmensführung und kennen Grundsätze des strategischen Denkens und Handelns in ihrem beruflichen Setting.

WP Wpsych 1

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM37
Modultitel:	WP Wpsych 1
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. phil. Götz Walter
Art des Moduls:	Wahlpflicht
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	Im Modul WP Wpsych 1 werden für den wirtschaftlichen Bereich relevante psychologische Themengebiete behandelt. Hierbei wird auf ein Teilgebiet der Allgemeinen Psychologie fokussiert, nämlich auf kognitive Funktionen der Handlungssteuerung, die für Entscheidungen im wirtschaftlichen Kontext von zentraler Bedeutung sind. Hierzu gehören Wahrnehmung, Aufmerksamkeit, Lernen, Gedächtnis, Denken und Urteilen. Außerdem werden biologische und neurologische Grundlagen menschlichen Erlebens und Verhaltens behandelt.
Veranstaltungen:	Grundlagen Allgemeine Psychologie I
Lehr- und Lernformen:	V (Vorlesung)
Voraussetzungen für die Teilnahme:	keine
Verwendbarkeit des Moduls:	Das Modul ist inhaltlich insb. mit folgenden Modulen vernetzt: P15 (Management), P11 (Marktbearbeitung), P13 (Personal und Organisation), WP PM 4 (Change Management) sowie dem eigenen Wahlpflichtbereich.
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K90 (Klausur, 90 Min.) oder PF (Portfolioprüfung) ab WS 2022/23: Portfolio: 2/3 Klausur (60 min.), 1/3 Hausarbeit
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:	Bak, P.M. (2021). Wahrnehmung, Gedächtnis, Sprache, Denken: Allgemeine Psychologie I – das Wichtigste, prägnant und anwendungsorientiert. Berlin: Springer. -Goldstein, B. (2015). : Wahrnehmungspsychologie (9. Auflage). Berlin: Springer. Haidt, J. (2013). The Righteous Mind: Why Good People are Divided by Politics and Religion. London: Penguin. Müsseler, J. & Rieger, M. (2017). Allgemeine Psychologie (3. Auflage). Berlin: Springer. Myers, D.G. (2014). Psychologie (3. Auflage). Berlin: Springer. Thaler, R.H. (2018). Misbehaving – The Making of Behavioral Economics. New York: W. W. Norton & Company.
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen des Moduls WP Wpsych 1

Wissen und Verstehen: Verbreiterung des Vorwissens

Absolventinnen und Absolventen können die wichtigsten Theorien und empirischen Befunde zu den beteiligten psychischen Funktionsbereichen benennen sowie erklären bzw. interpretieren..

Absolventinnen und Absolventen können diese erklären bzw. interpretieren. Sie können daraus Herausforderungen im wirtschaftlichen Kontext ableiten, z.B. typische kognitive Verzerrungen im menschlichen Urteilsprozess und Stereotypisierungen.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können psychologische Grundlagen im marktspezifische Zusammenhänge übertragen.

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen können die Grundlagen des Faches erläutern und diskutieren.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen sind sich der Grundlagen der Psychologie für ihr berufliches Handlungsfeld bewusst.

WP Wpsych 2

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM38
Modultitel:	WP Wpsych 2
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. phil. Götz Walter
Art des Moduls:	Wahlpflicht
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	Im Modul WP Wpsych 2 werden für den wirtschaftlichen Bereich relevante psychologische Themengebiete behandelt. Hierbei wird auf die Allgemeine Psychologie (Emotion & Motivation), Differentielle Psychologie (Intelligenz & Persönlichkeit) sowie Sozialpsychologie fokussiert. Gängige Theorien in diesen Bereichen werden vorgestellt und Implikationen für den wirtschaftliche Praxis werden diskutiert.
Veranstaltungen:	Grundlagen Allgemeine Psychologie II
Lehr- und Lernformen:	V (Vorlesung)
Voraussetzungen für die Teilnahme:	keine
Verwendbarkeit des Moduls:	Das Modul ist inhaltlich insb. mit folgenden Modulen vernetzt: P15 (Management), P11 (Marktbearbeitung), P13 (Personal und Organisation), WP PM 4 (Change Management) sowie dem eigenen Wahlpflichtbereich.
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K90 (Klausur, 90 Min.) oder PF (Portfolioprüfung) Portfolio: 2/3 Klausur (60 min.), 1/3 Hausarbeit
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:	Bak, P.M. (2021). Lernen, Motivation und Emotion: Allgemeine Psychologie II – das Wichtigste, prägnant und anwendungsorientiert. Berlin: Springer. Becker-Carus, C. & Wendt, M. (2017). Allgemeine Psychologie : eine Einführung. Berlin: Springer. Heckhausen, J. & Heckhausen, H. (2018). Motivation und Handeln. Berlin: Springer. Müsseler, J. & Rieger, M. (2017). Allgemeine Psychologie (3. Auflage). Berlin: Springer. Myers, D.G. (2014). Psychologie (3. Auflage). Berlin: Springer.
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen des Moduls WP Wpsych 2

Wissen und Verstehen: Verbreiterung des Vorwissens

Absolventinnen und Absolventen können die zentralen Theorien in ihrer historischen Entwicklung in den Bereichen der Allgemeinen Psychologie II ausführen. Absolventinnen und Absolventen können diese erklären bzw. interpretieren. Sie können daraus Herausforderungen im wirtschaftlichen Kontext ableiten, z.B. bezüglich der Motivation und emotionalen Zufriedenheit von Führungskräften und Mitarbeitenden.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können psychologische Grundlagen in marktspezifische Zusammenhänge übertragen und analysieren.

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen können die Grundlagen des Faches erläutern, diskutieren und begründen.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen sind sich der Grundlagen der Psychologie für ihr berufliches Handlungsfeld bewusst und können sie bewerten.

WP Wpsych 3

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM39
Modultitel:	WP Wpsych 3
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. phil. Götz Walter
Art des Moduls:	Wahlpflicht
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	<p>Im Modul WP Wpsych 3 werden die angewandten Themenbereiche Arbeitspsychologie, Personalpsychologie und Organisationspsychologie theoriegeleitet behandelt. Es werden durchgängig Bezüge zu aktuellen Herausforderungen in der wirtschaftlichen Praxis hergestellt (z.B. Digitalisierung, New Work).</p> <ul style="list-style-type: none"> •Arbeitspsychologie (Human Factors / Mensch-Maschine Interaktion, Arbeitsanalyse und -gestaltung, psychische Gesundheit am Arbeitsplatz) •Personalpsychologie (Führung, psychologische Faktoren der Passung von Arbeitnehmenden und Arbeitsplatz, Personalauswahl, Personalentwicklung, Arbeitsmotivation und -zufriedenheit) •Organisationspsychologie (Organisationsentwicklung, Organisationsklima und -kultur, Organisationsdiagnose, Arbeiten in Teams) <p>Die Vermittlung arbeits- und organisationspsychologischen Wissens wird ergänzt um die praktische und detaillierte Übung wissenschaftlichen Schreibens. Anforderungen und Best Practices bei Themenfindung, Literaturrecherche sowie Textstrukturierung und -erstellung werden im ersten Schritt anschaulich vermittelt und im zweiten Schritt anhand der im Kurs zu schreibenden Hausarbeit praktisch erprobt.</p>
Veranstaltungen:	Arbeits- und Organisationspsychologie
Lehr- und Lernformen:	VP (Vorlesung mit integrierten Übungen)
Voraussetzungen für die Teilnahme:	keine
Verwendbarkeit des Moduls:	Das Modul ist inhaltlich insb. mit folgenden Modulen vernetzt: P15 (Management), P14 (Personal und Organisation), WP PM 4 (Change Management) sowie dem eigenen Wahlpflichtbereich.
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K90 (Klausur, 90 Min.) oder M (Mündliche Prüfung) oder PF (Portfolioprüfung)
	Präsentation (50%) und Hausarbeit (50%)
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>Kauffeld, S. (2019). Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor. Berlin: Springer.</p> <p>Laloux, F. (2015). Reinventing Organizations: Ein Leitfaden zur Gestaltung sinnstiftender Formen der Zusammenarbeit. München: Vahlen.</p> <p>Myers, D.G. (2014). Psychologie (3. Auflage). Berlin: Springer.</p> <p>Nerdinger, F.W. et al. (2019). Arbeits- und Organisationspsychologie (4. Auflage). Berlin: Springer.</p> <p>Rose, N. (2019). Arbeit besser machen: Positive Psychologie für Personalarbeit und Führung. Freiburg: Haufe.</p> <p>Schuler, H. & Moser, K. (2019). Lehrbuch Organisationspsychologie. Bern: Hogrefe.</p> <p>Uhle, T. & Treier, M. (2019). Betriebliches Gesundheitsmanagement: Gesundheitsförderung in der Arbeitswelt - Mitarbeiter einbinden, Prozesse gestalten, Erfolge messen. Wiesbaden: Springer.</p> <p>Außerdem werden Artikel aus einschlägigen wissenschaftlichen Zeitschriften besprochen (z.B. Zeitschrift für Arbeits- & Organisationspsychologie, Academy of Management Journal, European Journal of Work and Organizational Psychology).</p>
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen des Moduls WP Wpsych 3

Wissen und Verstehen: Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Absolventinnen und Absolventen können

-wichtige Theorien, Befunde und Methoden der Arbeits-, Personal- und Organisationspsychologie beschreiben.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können eine selbständige Auswahl, Anwendung und Bewertung von Handlungsoptionen zur Lösung arbeits-, personal- und organisationspsychologischer Problemstellungen im betriebswirtschaftlichen Kontext treffen.

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen können grundsätzliche Inhalte der drei Disziplinen Arbeits-, Personal- und Organisationspsychologie im darlegen und und daraus resultierende aktuelle Herausforderungen argumentieren.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen sind sich der arbeits-, personal- und organisationspsychologischen Theorien bewusst und können diese in ihr berufliches Handlungsfeld übertragen.

WP Wpsych 4

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM40
Modultitel:	WP Wpsych 4
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:	Marktpsychologie
Lehr- und Lernformen:	VP (Vorlesung mit integrierten Übungen)
Voraussetzungen für die Teilnahme:	keine
Verwendbarkeit des Moduls:	Das Modul ist neben den Veranstaltungen im Wahlpflichtbereich „Wirtschaftspsychologie“ inhaltlich insb. mit folgenden Modulen vernetzt: P11 (Marktbearbeitung) sowie dem Wahlpflichtbereich „Marketing & Sales“
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K60 (Klausur, 60 Min.) oder PF
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"> -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 Institute (o.J): Framing-Manual: Unser gemeinsamer, freier Rundfunk ARD (download: https://cdn.netzpolitik.org/wp-upload/2019/02/framing_gutachten_ard.pdf) -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. Neuausgabe 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 des Moduls WP Wpsych 4

Wissen und Verstehen: Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Absolventinnen und Absolventen können die zentralen Begriffe von Marktpsychologie wiedergeben. Sie kennen konkrete Definitionen, Fakten, Merkmale.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können Problemstellungen berechnen und lösen.

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen können im Diskurs theoretisch und methodisch fundiert und souverän über die Thematik Marktpsychologie kommunizieren. Sie können Sachverhalte formulieren, entsprechende Beispiele anführen, Aufgabenstellungen interpretieren und Probleme in eigenen Worten zusammenfassen. Absolventinnen und Absolventen können Sachverhalte erläutern, präsentieren und interpretieren.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen erlernen, die eigenen Fähigkeiten einzuschätzen und können diese im beruflichen Handlungsfeld einordnen.

WP SCM 1

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM41
Modultitel:	WP SCM 1
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Nils Hagen
Art des Moduls:	Wahlpflicht
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	I) Supplier Relationship Management II) Distributionssysteme und -netze im Supply Chain Management III) Logistik- und Supply Chain Controlling IV) Simulation der Supply Chain V) Evaluation von SCM Szenarien VI) Methodisches Verständnis in der Anwendung
Veranstaltungen:	Supply Chain Management
Lehr- und Lernformen:	VP (Vorlesung mit integrierten Übungen)
Voraussetzungen für die Teilnahme:	keine
Verwendbarkeit des Moduls:	Das Modul ist inhaltlich insb. mit folgenden Modulen vernetzt: P17 (Produktion und Service), P10 (Logistikmanagement), P5 (Internes Rechnungswesen), P9 (Investition und Finanzierung), P19 (Unternehmensfinanzierung), WP CO 1 (Controlling), WP CO 3 (Bereichscontrolling) sowie dem eigenen Wahlpflichtbereich.
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	PF (Portfolioprüfung) 1. Erfolgreiches Absolvieren einzelner Übungen/Präsentation zu je gleichen Teilen (67%) 2. Abschlusspräsentation am letzten Tag (33%)
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:	Christopher, M.: Logistics and Supply Chain Management, Pearson, Harlow Schönsleben, P.: Integrales Logistikmanagement - Planung und Steuerung der umfassenden Supply Chain, Springer, Berlin et al. Schulte, Ch.: Logistik - Wege zur Optimierung der Supply Chain, Vahlen, München Wannenwetsch, H.: Vernetztes Supply Chain Management - SCM-Integration über die gesamte Wertschöpfungskette, Springer, Berlin et al. Weber, J.: Logistik- und Supply Chain Controlling Werner, H.: Supply Chain Management, Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling, Springer, Berlin et al.

Anwesenheitspflicht:	ja
Begründung:	Anwesenheitspflicht wegen hohen Übungsanteil in Gruppen / Planspiel

Kompetenzdimensionen des Moduls WP SCM 1

Wissen und Verstehen: Verbreiterung des Vorwissens

Absolventinnen und Absolventen können die grundlegenden Aspekte zum Supply Chain Management nennen und beschreiben.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können Zusammenhänge und Schnittstellen entlang der Supply Chain sowie die entsprechenden Prozesse und Planungsprobleme erfassen, analysieren und optimieren.

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen können Prozesse in der Supply Chain darstellen, kommunikativ begründen und Problemlösungen aufzeigen.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen können ihre konzeptionellen Fähigkeiten in ihrem beruflichen Feld einordnen und sich der Schnittstellen zu anderen Berufsgruppen bewusst.

WP SCM 2

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM42
Modultitel:	WP SCM 2
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Andreas Schmidthöfer
Art des Moduls:	Wahlpflicht
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	-Grundlagen des Supply Chain Planning (SCP) -Planungsmethoden im SCP, z.B. für die Beschaffung, die Lagerhaltung, das Bestandsmanagement oder die Bedarfsprognose - Vorstellung der Methoden mit anschließender Durchführung von Übungen
Veranstaltungen:	Supply Chain Planning
Lehr- und Lernformen:	VP (Vorlesung mit integrierten Übungen)
Voraussetzungen für die Teilnahme:	keine
Verwendbarkeit des Moduls:	Das Modul ist inhaltlich insb. mit folgenden Modulen vernetzt: P17 (Produktion und Service), P10 (Logistikmanagement), P5 (Internes Rechnungswesen), P9 (Investition und Finanzierung), WP CO 1 (Controlling), WP CO 3 (Bereichscontrolling), grundlegend mit P3 (Wirtschaftsinformatik) und P18 (Betriebliche Informationssysteme) sowie darüber hinaus mit dem eigenen Wahlpflichtbereich.
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	PF (Portfolioprüfung) oder K60 (Klausur, 60 Min.) ab SoSe 2022: 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:	Stadtler, Hartmut, Supply Chain Management und Advanced Planning: Konzepte, Modelle und Software Operations Management, Thonemann
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen des Moduls WP SCM 2

Wissen und Verstehen: Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Absolventinnen und Absolventen können lang-, mittel- und kurzfristige Planungsprobleme und Lösungsansätze aus allen Teilbereichen der SCP sowie hinsichtlich der Verbindung zu integrierten Planungskonzepten und bzgl. der Struktur von APS beschreiben. Sie können darlegen, wie APS strukturiert sind und eingesetzt werden.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können Supply Chains analysieren, Probleme identifizieren und analysieren sowie praxisrelevante Maßnahmen bzgl. der identifizierten Probleme abzuleiten und anzuwenden.

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen können Planungsprobleme kommunikativ darlegen sowie Lösungen zu konkreten Aufgaben beurteilen und präsentieren.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen sind sich der Prozessschritte bewusst und können diese in ihr berufliches Handlungsfeld integrieren. Sie können diese zu anderen Schnittstellen abgrenzen.

WP SCM 3

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM43
Modultitel:	WP SCM 3
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Nils Hagen
Art des Moduls:	Wahlpflicht
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> • aktuelle Grundlagen der Qualitätsverbesserung • Strategien und Werkzeuge • kritische reale Betrachtung von Managementsystemen • Werkzeuge für Entwicklung und Qualität • präventive Analysetechniken • Struktur-, Funktions-, Fehleranalysen • Risikoanalyse, FMEA (Produkt und Prozess) • Moderation • Kraftfeldanalyse • 8D • die Sprache in der Industrie • Tipps und Tricks in der aktuellen Produkt-Entwicklung
Veranstaltungen:	QM-Werkzeuge
Lehr- und Lernformen:	VP (Vorlesung mit integrierten Übungen)
Voraussetzungen für die Teilnahme:	keine
Verwendbarkeit des Moduls:	Das Modul ist inhaltlich insb. mit folgenden Modulen vernetzt: P17 (Produktion und Service), P10 (Logistikmanagement), P8 (Qualitäts- und Prozessmanagement) sowie dem eigenen Wahlpflichtbereich.
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K60 (Klausur 60 Min.) oder PF (Portfolioprüfung)
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>[1] Pfeifer T.: Qualitätsmanagement Strategien-Methoden-Techniken; München 2001.</p> <p>[2] Kerner, J.; Michi, M.: Praxisleitfaden Qualitätsverbesserung, Strategien & Werkzeuge; EQ-Zert 2006.</p> <p>[3] Werdich, M: FMEA Einführung und Moderation; Vieweg+Teubner Verlag; Auflage: 2., überarb. und verb. Aufl. 2012 (22. Dezember 2012); ISBN-13: 978-3834817877</p>

Anwesenheitspflicht:

nein

Kompetenzdimensionen des Moduls WP SCM 3

Wissen und Verstehen: Verbreiterung des Vorwissens

Absolventinnen und Absolventen können grundlegende Inhalte, Konzepte, Anwendungen der wesentlichen Instrumente des Qualitätsmanagements verstehen und erklären.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können die wesentlichen Instrumente des Qualitätsmanagements den relevanten Anwendungsfeldern der Praxis zuordnen und diese fachgerecht anwenden.

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen können mit anderen Fachvertreterinnen und Fachvertretern sowie Fachfremden QM-Werkzeuge in ihrer Anwendung diskutieren, um praxisrelevante Aufgabenstellungen verantwortungsvoll zu lösen.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen können die Bedeutung der QM-Instrumente für ihr berufliches Handlungsfeld argumentieren.

WP SCM 4

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM44
Modultitel:	WP SCM 4
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr.-Ing. Heiner Smets
Art des Moduls:	Wahlpflicht
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> - Übersicht über Aufgaben, Ziele und Schritte der PPS - Aufbau, Struktur und Daten von PPS / ERP Systemen - Vorstellung unterschiedlicher PPS-Konzepte Hierarchisch-sequentielles PPS-Konzept MRP II _Konzept und ERP Belastungsorientierte Auftragsfreigabe Konzept der Retrograden Terminierung Das Kanban-Konzept und hybride Verfahren Fertigungsleitstand Materialflusssimulation Bedeutung von Beständen und deren Optimierung Ausgewählte Aspekte des Lean Manufacturing -Kriterien für die Auswahl von PPS-Systemen
Veranstaltungen:	Produktionsmanagement
Lehr- und Lernformen:	VP (Vorlesung mit integrierten Übungen)
Voraussetzungen für die Teilnahme:	keine
Verwendbarkeit des Moduls:	Das Modul ist inhaltlich insb. mit folgenden Modulen vernetzt: P17 (Produktion und Service), P10 (Logistikmanagement), P8 (Qualitäts- und Prozessmanagement), P5 (Internes Rechnungswesen), P18 (Betriebliche Informationssysteme) sowie darüber hinaus mit dem eigenen Wahlpflichtbereich.
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	PF (Portfolioprüfung)
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:	Spur, G./Stich, V. Produktionsplanung und -steuerung 1, 4. Auflage, Springer Verlag 2012 Wienecke, F., Produktionsmanagement, 3. Auflage, Verlag Europa Lehrmittel Verlag, Haan-Gruiten 2009 Kurbel, K.: Produktionsplanung und -steuerung im Enterprise Resource Planning und SupplyChain Management. 6. Auflage, Oldenbourg, München/Wien 2005 Zäpfel, G.: Grundzüge des Produktions- und Logistikmanagement. 2. Auflage. Oldenbourg, München/Wien 2001. Stevens, M., Handbuch Produktion, Kohlhammer Verlag, Stuttgart 2007 Stevens, M., Behrens, S., Übungsbuch zur Produktionswirtschaft, Vahlen Verlag, München 2001 Thonemann, U., Operations Management, Pearson Studium 2010; Schmidt, D., Produktionsorganisation, Verlag Europa Lehrmittel, Haan-Gruiten 2011
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen des Moduls WP SCM 4

Wissen und Verstehen: Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Absolventinnen und Absolventen können Aufgaben, Aufbau, Struktur und Bedeutung von PPS/ERP für das Produktionsunternehmen als integriertes System beschreiben. Sie können die wichtigsten am Markt verfügbaren PPS--Systeme benennen und neben der hierarchisch sequentiellen PP existierende PP--Konzepte, einschließlich derer Stärken und Schwächen erläutern.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können Verfahren der PP/ERP auf Fallbeispiele anwenden und die Bedeutung von Beständen im Rahmen der PPS erläutern, analysieren und optimieren. Sie können für komplexe Produktionssystemen Optimierungsstrategien entwickeln und sind in der Lage zu entscheiden, welche PPS Ausprägungen für die Einzel- Serien- und Großserienfertigung wichtig sind. Sie können beurteilen, welche PPS--Strategien für einen Fertigungsbereich bzw. Werkstückspektrum zu optimalen Ergebnissen führt und können komplexe Produktionssystem mit Hilfe der Simulation analysieren und Optimierungsstrategien entwickeln. Sie sind in der Lage für ein gegebenes Produkt die notwendigen PPS-Daten auszuarbeiten und in ein PPS--System zu übertragen. Sie wissen welche Kriterien für die Auswahl eines PPS--Systems wichtig sind und können unterschiedliche PPS-Systeme bewerten und auswählen.

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen können die Konzepte des Produktionsmanagements gegenüber von Fachvertreterinnen und Fachvertretern sowie Fachfremden begründen und argumentieren.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen schätzen Elemente des Produktionsmanagements für ihr eigenes Handlungsfeld ein und prüfen diese im Hinblick auf einzelne Prozessschritte.

Praxissemester

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM45
Modultitel:	Praxissemester
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. nat. Tobias Harth (Leiter Praktikantenamt)
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:	Praktikantenseminar
Lehr- und Lernformen:	Praktikum und S (Seminar)
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Bestandene Zwischenprüfung gem. § 7(2) SPO
Verwendbarkeit des Moduls:	Die in diesem Modul erworbenen Kompetenzen sollen v.a. der Reflexion des vorab erworbenen Wissens sowie der Vorbereitung auf die Ausarbeitung einer relevanten Fragestellung für die Bachelorarbeit dienen.
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	PB: schriftliche Ausarbeitung und Vortrag
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 des Moduls Praxissemester

Wissen und Verstehen: Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Absolventinnen und Absolventen lernen Aufgaben und Prozesse in Unternehmen kennen. Sie können diese Aufgaben und Prozesse wiedergeben und erläutern und Herausforderungen erklären.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

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

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 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.

Wissenschaftliches Arbeiten und Digitalisierung

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM50
Modultitel:	Wissenschaftliches Arbeiten und Digitalisierung
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Andreas Schmidhöfer
Art des Moduls:	Pflicht
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	<ul style="list-style-type: none">- Wiederholung der Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens als Vorbereitung für die Bachelorarbeit- Erstellung einer MS Word Formatvorlage für die schriftliche Arbeit- Vermittlung bzw. Wiederholung Grundlagen empirischer Sozialforschung (quantitative und qualitative Methoden)
Veranstaltungen:	Wissenschaftliches Arbeiten und Digitalisierung 2 SWS
Lehr- und Lernformen:	VP (Vorlesung mit integrierten Übungen), auf wenige Termine geblockt, die rechtzeitig bekannt gegeben werden. <ul style="list-style-type: none">- ab WS 2021/22 Pflicht im Modul "P24 Abschluss" für Studierende, die ihre Thesis ab 01.03.2022 schreiben.- In der Übergangszeit darf der Kurs auch parallel zum Praxissemester bzw. zur Thesis besucht werden, danach wird empfohlen, den Kurs mindestens ein Semester vor der Erstellung der eigentlichen Abschlussarbeit zu besuchen (vor der Anmeldung der Thesis).
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Hauptstudium
Verwendbarkeit des Moduls:	P24 (Abschluss), P3 (Wirtschaftsinformatik)
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Besuch des Kurses und Dokumentation
ECTS-Leistungspunkte:	3
Benotung:	unbenotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester

Literatur:	<p>Berger-Grabner, D. (2016): Wissenschaftliches Arbeiten in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften. Hilfsreiche Tipps und praktische Beispiele. Wiesbaden: Springer Gabler.</p> <p>Goldenstein, J./ Hunoldt, M./ Walgenbach, P. (2018): Wissenschaftliche(s) Arbeiten in den Wirtschaftswissenschaften. Themenfindung –Recherche –Konzeption –Methodik –Argumentation. Wiesbaden: Springer Gabler.</p> <p>Oehlrich, M. (2019): Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben. Schritt für Schritt zur Bachelor-und Master-Thesis in den Wirtschaftswissenschaften. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage, Berlin: Springer Gabler.</p> <p>Voss, R. (2020): Wissenschaftliches Arbeiten ... leicht verständlich. Konstanz und München: UVK.</p> <p>Die Bücher sind zum Download in der Bibliothek zu finden.</p>
Anwesenheitspflicht:	ja
Begründung:	<p>Eine Vertiefung und Wiederholung der Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens soll auf das Schreiben der Thesis vorbereiten. Der Kurs kann virtuell oder in Präsenz erfolgen. Um sicherzustellen, dass der Kurs besucht wird und damit das erforderliche Wissen auch tatsächlich vorhanden ist, und da Teile im DV-Labor statt finden, ist eine Anwesenheit der Studierenden zwingend erforderlich (auch virtuell).</p>

Kompetenzdimensionen des Moduls Wissenschaftliches Arbeiten und Digitalisierung

Wissen und Verstehen: Verbreiterung des Vorwissens

Die Studierenden können in wissenschaftlichen Arbeiten richtig zitieren, die Arbeit ordentlich aufbauen und strukturieren.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

Die Studierenden können eine Formatvorlage im Textverarbeitungsprogramm für wissenschaftliche Arbeiten erstellen. Sie können verschiedenste Quellen richtig zitieren.

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen können ihre wissenschaftliche Arbeit theoretisch und methodisch argumentieren.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen können die Bedeutung von wissenschaftlichen Arbeiten in ihrem beruflichen Umfeld einordnen.

Investitionscontrolling

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM52
Modultitel:	Investitionscontrolling
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. oec. publ. habil. Gerhard Krönes
Art des Moduls:	Wahl
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	Inhalte des Moduls: 1.Grundlagen 2.Investitionsbudgetierung 3.Investitionsplanung (eindimensionale Verfahren: Barwert-, Endwertmethoden, mehrdimensionale Verfahren: Nutzwertanalyse, Kosten-Nutzen-Analyse) 4.Investitionskontrolle 5.Übungsaufgaben
Veranstaltungen:	
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung, studentische Referate
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Investition/Finanzierung im Grundstudium bestanden
Verwendbarkeit des Moduls:	als Wahlfach in zahlreichen Studiengängen, soweit dort Grundlagen von Investitionsrechnung und Finanzierung absolviert wurden
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Referat + K 30 (gleichgewichtig), falls online: Referat + D (Hausarbeit 5000 Zeichen)
ECTS-Leistungspunkte:	3 ECTS
Benotung:	ja
Arbeitsaufwand:	90 h, davon 30 h Präsenzzeit
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Nur Sommersemester

Literatur:	<p>Blohm, Hans, Klaus Lüder und Christina Schäfer, Investition, 10.Aufl., München 2012.</p> <p>Götze, Uwe, Investitionsrechnung, Modelle und Analysen zur Beurteilung von Investitionsvorhaben, 7. Aufl., Berlin, Heidelberg 2014.</p> <p>Hofmann, Matthias und Ludwig Hierl, Herausforderungen beim Investitions-Controlling meistern, in: Controlling & Management Review, Sonderheft 2/2015, S. 8-14.</p> <p>Lange, Christoph, Investitionscontrolling, in: Vahlens Großes Controlling Lexikon, hrsg. von Peter Horvath und Thomas Reichmann, München 1993, S. 311.</p> <p>Lange, Christoph, Investitions-Controlling-Datenfestlegung, in: Vahlens Großes Controlling Lexikon, hrsg. von Peter Horvath und Thomas Reichmann, München 1993, S. 315 f.</p> <p>Müller, David, Investitionscontrolling, Berlin, Heidelberg 2014.</p> <p>Ott, Steven, Investitionsrechnung in der öffentlichen Verwaltung, Die praktische Bewertung von Investitionsvorhaben, Wiesbaden 2011.</p> <p>PricewaterhouseCoopers AG (Hrsg.), Tilch, Thomas, Karsten Hauser und Björn Bürger (Bearbeiter), Investitionscontrolling, Ergebnisse einer Umfrage unter Verantwortlichen kapitalmarktorientierter und mittelständischer Unternehmen in Deutschland, Düsseldorf 2010.</p> <p>Schulte, Gerd, Investition, Investitionscontrolling und Investitionsrechnung, 2. Aufl., München, Wien 2007.</p> <p>Weber, Jürgen, Matthias Meyer, Holger Birl, Ramon Knollmann, Hendrik Schlüter und Carsten Sieber, Investitionscontrolling in deutschen Großunternehmen, Ergebnisse einer Benchmarking-Studie, Advanced Controlling, Bd. 52, Weinheim 2006.</p> <p>Weber, Jürgen und Utz Schäffer, Einführung in das Controlling, 13. Aufl., Stuttgart 2011 (neueste: 15. Aufl. 2016).</p>
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen des Moduls Investitionscontrolling

Wissen und Verstehen: Verbreiterung des Vorwissens

Wissensverbreiterung: Studierende beherrschen über den Stoff des ersten Semesters hinausgehende Verfahren der Investitionsrechnung.

Wissensvertiefung: Studierende können mit den gängigen Verfahren der Investitionsrechnung souverän umgehen.

Wissensverständnis: Studierende verstehen die Investitionsrechnung als wichtigstes methodisches Instrument des Investitionscontrolling und verstehen die Bedeutung des Investitionscontrolling für die Unternehmensführung.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

Die Studierenden sammeln bei der Vorbereitung eines eigenen Referats und der Bearbeitung von Übungsaufgaben Erfahrungen, die sie ertüchtigen, auch auf anderen Problemfeldern zielorientiert vorzugehen.

Aktuelle Entwicklungen in Forschung und Praxis des Investitionscontrolling finden Eingang in die Lehrveranstaltung, soweit es für einen Bachelorstudiengang angebracht erscheint.

Kommunikation und Kooperation

Die Studierenden trainieren die Fachkommunikation mit dem Dozenten und mit Kommilitonen. In gemeinsam zu haltenden Referaten erkennen sie Konfliktpotentiale und reflektieren diese vor dem Hintergrund situationsübergreifender Bedingungen. Sie festigen ihre Fähigkeit zu konstruktivem konzeptionellen Arbeiten im Team.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Studierende beherrschen die Methodik der Investitionsrechnung so souverän, dass sie bei verschiedenen Ansprüchen an das Investitionscontrolling jeweils in der Lage sind, eine reflektierte Methodenwahl zu treffen und diese immer zugleich auch kritisch zu hinterfragen, so dass sie nicht dem Zahlenfetischismus verfallen.

Präsentationstechnik; Rhetorik

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM53
Modultitel:	Präsentationstechnik; Rhetorik
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Steffen Jäckle
Art des Moduls:	Wahl
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	Der Kurs soll Ihnen fundiertes Wissen und praktische Anwendung über erfolgreiche Präsentationstechniken und Rhetorik, insbesondere: - Konzept: Logischer Aufbau und Struktur einer Präsentation - Präsentieren: Visualisierung, Chart Design - Rhetorik vermitteln. Ferner haben Sie die Gelegenheit in einem sicheren Umfeld Ihre Präsentationstechnik zu verbessern.
Veranstaltungen:	n.a
Lehr- und Lernformen:	
Voraussetzungen für die Teilnahme:	erfolgreiches Grundstudium BM / TW
Verwendbarkeit des Moduls:	Querschnitt Thematik
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Benotete Prüfungsleistung: Referat
ECTS-Leistungspunkte:	2 ECTS
Benotung:	Ja
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Nur Wintersemester
Literatur:	-Bingel, Claudia (2012): Visualisieren, 2. Aufl., Freiburg: Haufe Verlag (als Download im Wiso-Net verfügbar) -Flume, Peter; Mentzel, Wolfgang (2012): Rhetorik, 2. Aufl., Freiburg: Haufe Verlag (als Download im Wiso-Net verfügbar) -Nölke, Claudia; Schmettkamp, Michael (2020): Präsentieren 4. Aufl. Freiburg: Haufe Verlag (als Download im Wiso-Net verfügbar) -Kottmann, Heike (2015): Die Angst vor der Blamage, in Wirtschaftswoche Nr. 39 vom 18.09.2015, S. 98-102 (als Download im Wiso-Net verfügbar)
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen des Moduls Präsentationstechnik; Rhetorik

Wissen und Verstehen:

Die Teilnehmer verbreitern Ihr Wissen über Präsentationstechnik/Rhetorik

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

Die Teilnehmer erkennen den Nutzen der Veranstaltung und sind in der Lage diesen zu transferieren

Kommunikation und Kooperation

Die Teilnehmer kommunizieren zielgerichtet und kooperieren unter/miteinander

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Die Teilnehmer entwickeln wissenschaftliches Selbstverständnis und Professionalität

Direktmarketing

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM54
Modultitel:	Direktmarketing
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Steffen Jäckle
Art des Moduls:	Wahl
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	Erfolgreiches Direktmarketing konkret in der Praxis als Studierendenbotschafter erfolgreich umsetzen.
Veranstaltungen:	n.a.
Lehr- und Lernformen:	
Voraussetzungen für die Teilnahme:	erfolgreiches Grundstudium BM / TW
Verwendbarkeit des Moduls:	Querschnitt Thematik
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	
ECTS-Leistungspunkte:	2
Benotung:	Unbenotete Prüfungsleistung: zweimalige Präsentation
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 des Moduls Direktmarketing

Wissen und Verstehen: Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Die Teilnehmer vertiefen Ihr Wissen über Direktmarketing

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

Die Teilnehmer erkennen den Nutzen der Veranstaltung und sind in der Lage diesen zu transferieren

Kommunikation und Kooperation

Die Teilnehmer kommunizieren zielgerichtet und kooperieren unter/miteinander

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Die Teilnehmer entwickeln wissenschaftliches Selbstverständnis und Professionalität

Digital Marketing Management

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM55
Modultitel:	Digital Marketing Management
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Steffen Jäckle
Art des Moduls:	Wahl
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	Praxisnahe Einführung in die Grundlagen der verschiedenen Online Marketing Instrumente
Veranstaltungen:	n.a.
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung, Diskussion, Gruppenarbeit, Pitch-Präsentation
Voraussetzungen für die Teilnahme:	erfolgreiches Grundstudium BM / TW
Verwendbarkeit des Moduls:	Querschnitt Thematik
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	
ECTS-Leistungspunkte:	2
Benotung:	benotete Prüfungsleistung: einmalige Gruppen-Präsentation
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 des Moduls Digital Marketing Management

Wissen und Verstehen: Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Die Teilnehmer vertiefen Ihr Wissen über Digitalmarketing

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

Die Teilnehmer erkennen den Nutzen der Veranstaltung und sind in der Lage diesen zu transferieren.

Kommunikation und Kooperation

Die Teilnehmer kommunizieren zielgerichtet und kooperieren unter/miteinander Wissenschaftliches.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Die Teilnehmer entwickeln wissenschaftliches Selbstverständnis und Professionalität.

Design Thinking – Entwicklung und Umsetzung eines iterativen Lösungsprozesses

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM56
Modultitel:	Design Thinking – Entwicklung und Umsetzung eines iterativen Lösungsprozesses
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. nat. Frank Ermark
Art des Moduls:	Wahl
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	<ul style="list-style-type: none"> •Theoretischer Hintergrund von Lösungsansätzen, Kreativitätsmethoden und -techniken zur Erarbeitung neuer Produkt-, oder Dienstleistungsideen, •Entwicklung und Umsetzung eines eigenen iterativen Lösungsprozesses •Techniken zur Arbeit in interdisziplinären Teams, •Erarbeiten von Konzepten für Produkt- und Dienstleistungsideen im Business-to-Consumer (B2C) Umfeld
Veranstaltungen:	Design Thinking
Lehr- und Lernformen:	Vorlesungen in Workshopformat, Arbeiten in interdisziplinären Teams, Präsentationen, Projektberichterstellung
Voraussetzungen für die Teilnahme:	
Verwendbarkeit des Moduls:	Vertiefung zu den Modulen Innovations- und Produktmanagement sowie Entrepreneurship Management Querbezug zu den Modulen Marktbearbeitung und technischer Vertrieb
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Prüfung
ECTS-Leistungspunkte:	3
Benotung:	Referat mit schriftl. Ausarbeitung (Teilnahme und Durchführung der Endpräsentation und Abgabe eines Projektberichts)
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Nur Wintersemester
Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> •Plattner, H., Meinel, C., Wenberg, U. (2009): Design thinking. Innovation lernen - Ideenwelten öffnen, München: mi-Wirtschaftsbuch, •Brown, T. & Katz, B. (2009). Change by design: How Design Thinking transforms organizations and inspires innovation. New York: HarperCollins •Altshuller, G. (1956-1985): Algorithm of inventive problem solving, •Eversheim, W. (Ed.). (2008): Innovation management for technical products: systematic and integrated product development and production planning, Springer Science & Business Media, •Ilevbare, I. M., Probert, D., & Phaal, R. (2013): A review of TRIZ, and its benefits and challenges in practice, Technovation, 33(2), 30-37, •Moehrle, M. G. (2005): What is TRIZ? From conceptual basics to a framework for research, Creativity and innovation management, 14(1), 3-13, •Schwaber, K. (2012): Agiles Projektmanagement mit Scrum. Microsoft

Anwesenheitspflicht:

nein

Kompetenzdimensionen des Moduls Design Thinking – Entwicklung und Umsetzung eines iterativen Lösungsprozesses

Wissen und Verstehen: Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Absolventinnen und Absolventen können wesentliche Elemente eines Lösungsprozesses, insbesondere des Design Thinking Ansatzes erläutern und damit eigenständig arbeiten.

Sie können damit einhergehende Kreativitäts- und Anwendungstechniken von Lösungsprozessen erklären, zwischen verschiedenen Ansätzen unterscheiden und in Bezug auf die richtige Anwendung bewerten.

Sie wissen wie ein iterativer individueller Lösungsprozess für einen Anwendungsfall entwickelt wird.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können einen iterativen Lösungsprozess individuell selbst modellieren und in Anwendungsfällen umsetzen. Die damit einhergehenden Methoden und Techniken zur Entwicklung von Produkt- und Dienstleistungsinnovationen werden beherrscht.

Die Studierenden können Abhängigkeiten bei der Lösungsprozessmodellierung im jeweiligen Anwendungskontext erkennen und berücksichtigen. Sie sind in der Lage eigenständig gelernte Methoden und Techniken zu bewerten und anzuwenden.

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen können neue Sachverhalte sowohl informativ, verständlich und überzeugend diskutieren als auch (visuell) darstellen. Sie sind insbesondere in der Lage unter Zeitdruck ihre Lösungen zu pitchten, sich einem kritischen Auditorium zu stellen und Ergebnisse präzise in einem Projektbericht zu formulieren.

Der Projektcharakter der Veranstaltung ermöglicht es sowohl interaktive Teamarbeit zu fördern, als auch Vortragsstile zu erlernen und zu üben.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Die eingesetzte Vorgehensweise und gelernten Methoden und Techniken genügen den Standards eines professionellen und selbstreflektierenden Handelns.

Absolventinnen und Absolventen sind somit in der Lage eigenständig, selbstreflektierend Lösungsprozesse zu modellieren und anzuwenden sowie im Rahmen von

Projekten in Teams zu arbeiten.

Interkulturelle Geschäftskommunikation

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM57
Modultitel:	Interkulturelle Geschäftskommunikation
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Barbara Niersbach
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:	Interkulturelle Geschäftskommunikation
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung
Voraussetzungen für die Teilnahme:	
Verwendbarkeit des Moduls:	Die vermittelten Kompetenzen und Kenntnisse sind grundlegend für einen erfolgreichen Umgang im internationalen Geschäftsumfeld.
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	
ECTS-Leistungspunkte:	2
Benotung:	Portfolio 1. Projekt mit Präsentation: 60% 2. Projekt mit Präsentation: 30% 3. Reflexion am Ende des Semesters: 10%.
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 des Moduls Interkulturelle Geschäftskommunikation

Wissen und Verstehen: Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

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

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

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 Geschäftskommunikation zu identifizieren und Lösungsvorschläge anzubieten.

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. Sie reflektieren den eigenen Lernprozess und sind in der Lage, Fachinhalte in ihren systemischen Bezügen wie mittels Präsentation oder ePortfolio darzustellen.

Herausforderung Unternehmensgründung

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM58
Modultitel:	Herausforderung Unternehmensgründung
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Peter Philippi-Beck
Art des Moduls:	Wahl
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	Gründung im wirtschaftlichen Kontext Gründer und Gründerpersönlichkeiten Exkursionen, erfolgreiche Gründungen kennen zu lernen Unternehmerische Gelegenheiten Methoden zur Generierung von Geschäftsideen Analyse von Geschäftsideen Rechtsformen für neu zu gründende Unternehmen Der Weg durch den Gründungsprozess Finanzierung von Gründungsvorhaben
Veranstaltungen:	Business- und Finanzplanung, Geschäftsideen in Businesspläne umsetzen Planspiel Unternehmensgründung
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung, Exkursion
Voraussetzungen für die Teilnahme:	
Verwendbarkeit des Moduls:	Den Teilnehmerinnen und Teilnehmern wird die Reflexion des eigenen Fachgebiets im Unternehmerischen Kontext ermöglicht und die Perspektive der Gründung eines eigenen Unternehmens eröffnet.
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	mdl. Prüfung
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 Wintersemester

Literatur:	<p>Faltin, Günter: Handbuch Entrepreneurship. Berlin Heidelberg New York: Springer-Verlag, 2018.</p> <p>Fueglistaller, Urs ; Fust, Alexander ; Müller, Christoph ; Müller, Susan ; Zellweger, Thomas: Entrepreneurship : Modelle – Umsetzung – Perspektiven Mit Fallbeispielen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 2020.</p> <p>Freiling, Jörg ; Harima, Jan: Entrepreneurship : Gründung und Skalierung von Startups. Berlin Heidelberg New York: Springer-Verlag, 2019.</p> <p>Plümer, Thomas ; Niemann, Martin: Existenzgründung Schritt für Schritt : Mit 2 ausführlichen Businessplänen. Berlin Heidelberg New York: Springer-Verlag, 2016.</p>
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen des Moduls Herausforderung Unternehmensgründung

Wissen und Verstehen: Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer können eine Gründungssituation verstehen und einordnen.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

Die Studierenden können das erworbene Wissen einsetzen, um eine eigene Unternehmensgründung besser einzuschätzen und das Wissen bei der Gründung eines eigenen Unternehmens nutzen.

Kommunikation und Kooperation

Die Studierenden können in einem Gründerteam Sachverhalte der Gründung diskutieren und an Lösungen von Herausforderungen der Unternehmensgründung arbeiten.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Changes in B2C Marketing

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM59
Modultitel:	Changes in B2C Marketing
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Steffen Jäckle
Art des Moduls:	Wahl
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	Die Veranstaltung verdeutlicht verschiedene Marketinginstrumente des Online Versandhändlers Otto. Es werden u.a. folgende Themengebiete behandelt: <ul style="list-style-type: none">- Der dramatische Wandel des europäischen Versandhandels im neuen Jahrtausend- Erfolgsfaktoren von Otto- Die Otto Markt- und Konkurrenzstrategie- Otto im Vergleich zu anderen Konkurrenten
Veranstaltungen:	Changes in B2C Marketing
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung als Blockveranstaltung
Voraussetzungen für die Teilnahme:	erfolgreiches Grundstudium
Verwendbarkeit des Moduls:	Querschnitt Thematik
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K 60
ECTS-Leistungspunkte:	2
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Nur Wintersemester
Literatur:	Vorlesungsskript
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen des Moduls Changes in B2C Marketing

Wissen und Verstehen: Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Die Teilnehmer vertiefen Ihr Wissen über E-Commerce

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

Die Teilnehmer erkennen den Nutzen der Veranstaltung und sind in der Lage diesen zu transferieren

Kommunikation und Kooperation

Die Teilnehmer kommunizieren zielgerichtet und kooperieren unter/miteinander

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen erkennen ihr zukünftiges Berufsbild und richten ihr Handeln konsequent nach diesem aus.

Rhetorik und Kommunikation

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM60
Modultitel:	Rhetorik und Kommunikation
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Eberhard Hohl
Art des Moduls:	Wahl
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	<p>Wirkungsvolle Rhetorik und professionelle Kommunikation für das Studium und die Berufspraxis: Kompetenzen, Handlungsfelder und methodisches „Rüstzeug“</p> <p>Das Rollen- und Kompetenzmodell von Prof. Dr. E. Hohl mit Fokus „Kommunikations-Manager“ als konzeptioneller Rahmen.</p> <ul style="list-style-type: none"> •Einweg-Kommunikation: Erfolgreich Vortragen / Präsentieren und rhetorisch überzeugend wirken •Zweiweg-Kommunikation: Wirksame, konstruktive und situationsgerechte Gesprächsführung im Studien-/Berufsalltag (mit Übungen, Rollenspielen sowie Fallbeispielen wie Bewerbungs-, Kritik-, Konflikt-Gespräche und Wegweisern) •Vielweg-Kommunikation: Erfolgreich Meetings / Workshops gestalten, moderieren und steuern (Übungen, Tools, praktischen Fallbeispielen und Wegweisern) •Specials: <ul style="list-style-type: none"> -Erfolgreiches Selbstmarketing („Me as a brand“): Überzeugen mit Persönlichkeit -Assessment Center praktisch erleben und gestalten (mit Übungen, Feedback und Tipps) •Lerntransfer, persönliche Aktionsplanung und Coaching
Veranstaltungen:	Rhetorik und Kommunikation
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung / Seminar mit interaktiven Übungen, max. 16 Studierende
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Abgeschlossenes Grundstudium
Verwendbarkeit des Moduls:	
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Referat mit Handout (40 %), Hausarbeit (60 %)
ECTS-Leistungspunkte:	3
Benotung:	Referat mit Handout (40 %), Hausarbeit (60 %)
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	<p>Held, B.: Meisterkurs Rhetorik – Der Weg zum Kommunikationsprofi, München 2019</p> <p>Schulz von Thun, F.: Miteinander reden. Allgemeine Psychologie der Kommunikation, Hamburg 2010</p> <p>Seifert, J.: Visualisieren, Präsentieren, Moderieren, Offenbach 2015</p> <p>Seifert, J.: Besprechungen erfolgreich moderieren, Offenbach 2015</p> <p>Spall, C.: Personal Branding: Was Menschen zu starken Marken macht, Wiesbach 2019</p> <p>Weisbach, C.-R. / Sonne-Neubacher, P.: Professionelle Gesprächsführung, München 2016</p>

Anwesenheitspflicht:

nein

Kompetenzdimensionen des Moduls Rhetorik und Kommunikation

Wissen und Verstehen: Verbreiterung des Vorwissens

Absolventinnen und Absolventen können zentrale Inhalte von Konzepten der Rhetorik und Kommunikation erläutern sowie die Grundlagen und das methodische Rüstzeug für erfolgreiche Kommunikation im Studien- und Berufsalltag beschreiben.

Absolventinnen und Absolventen können die zentralen Begriffe und Methoden der Rhetorik, Präsentation, Gesprächsführung und der Moderation erläutern.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können Methoden und ausgewählte Kommunikationsmodelle und -instrumente problemgerecht auswählen und praxisgerecht anwenden.

Absolventinnen und Absolventen können die wichtigsten Methoden und Werkzeuge des Kommunikationsmanagement anwenden um Präsentation, Gespräche und Besprechungen strukturiert wirksam zu steuern und erfolgreich zu gestalten. Jüngste Entwicklungen wie beispielweise virtuelle Kommunikation bereichern das methodische Spektrum des praktischen Kommunikationsmanagements. D

ummy

Kommunikation und Kooperation

Die Studierenden erkennen in der Kommunikation und Zusammenarbeit Verständnisstörungen und Konflikte 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.

Alte SPO: WP Controlling 2

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM900
Modultitel:	Alte SPO: 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:	<p>Ein Skript mit Literaturangaben wird zu Semesterbeginn ausgeteilt.</p> <p>Quellenauswahl:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 des Moduls Alte SPO: WP Controlling 2

Wissen und Verstehen: Verbreiterung des Vorwissens

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

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

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.

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

Alte SPO: WP Controlling 4

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM901
Modultitel:	Alte SPO: 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 des Moduls Alte SPO: WP Controlling 4

Wissen und Verstehen: Verbreiterung des Vorwissens

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

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

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.

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.

Alte SPO: WP Personal 1

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM902
Modultitel:	Alte SPO: WP Personal 1
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. phil. Götz Walter
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:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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>Teil Soziologie:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. <p>Zusätzlich werden in der Lehrveranstaltung aktuelle Veröffentlichungen (z.B. Studienergebnisse und wissenschaftliche Artikel) aus dem Bereich der Organisationssoziologie gelesen.</p>
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen des Moduls Alte SP0: WP Personal 1

Wissen und Verstehen:

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.

Kommunikation und Kooperation

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

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

Alte SPO: WP Personal 2

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM903
Modultitel:	Alte SPO: 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; Seminaranteil: 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 gehalten) 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 des Moduls Alte SPO: WP Personal 2

Wissen und Verstehen: Wissensverständnis

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.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst:

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.

Alte SPO: WP Personal 4

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM904
Modultitel:	Alte SPO: 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 Personal-entwicklung - 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 des Moduls Alte SPO: WP Personal 4

Wissen und Verstehen: Wissensverständnis

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

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

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

Kommunikation und Kooperation

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Alte SPO: WP Marketing/Vertrieb 2

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM905
Modultitel:	Alte SPO: 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 des Moduls Alte SPO: WP Marketing/Vertrieb 2

Wissen und Verstehen: Wissensverständnis

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

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Wissenschaftliche Innovation

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.

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

Alte SPO: WP Marketing/Vertrieb 4

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM906
Modultitel:	Alte SPO: 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. ii) In einem Gruppenreferat vertiefen die Studierenden ihre theoretischen Kenntnisse und praktischen Anwendungen von Marketing- und Vertriebscontrolling-Konzepten und leiten die anschließende Fachdiskussion. iii) Eine Klausur über das gesamte Stoffgebiet Vertriebscontrolling dient der Ergebnissicherung</p> <p>Themenschwerpunkte: - 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</p>
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:	Literaturrecherche (20 %) Referat mit Handout und Diskussionsleitung (40%) Klausur 45 Minuten (40 %)
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:	* 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 des Moduls Alte SPO: WP Marketing/Vertrieb 4

Wissen und Verstehen: Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

"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 .

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: 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.

Alte SPO: Projekt-, Teammanagement (P18)

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM907
Modultitel:	Alte SPO: Projekt-, Teammanagement (P18)
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Götz Walter
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 des Moduls Alte SP0: Projekt-, Teammanagement (P18)

Wissen und Verstehen: Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

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.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

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.

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.

Alte SPO: WP Personal 1

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	BM908
Modultitel:	Alte SPO: WP Personal 1
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. Götz Walter
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:	ab SoSe 2022: 50 % Referat und 50 % Hausarbeit
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:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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>Teil Soziologie:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. <p>Zusätzlich werden in der Lehrveranstaltung aktuelle Veröffentlichungen (z.B. Studienergebnisse und wissenschaftliche Artikel) aus dem Bereich der Organisationssoziologie gelesen.</p>
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen des Moduls Alte SP0: WP Personal 1

Wissen und Verstehen:

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.

Kommunikation und Kooperation

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

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

Strategic Management (in Englisch)

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Management
Abschlussgrad:	Bachelor of Arts (B.A.)
Modulnummer:	INAKTIV - BM51
Modultitel:	Strategic Management (in Englisch)
Modulverantwortliche/r:	Prof. Dr. rer. pol. Heike Willax
Art des Moduls:	Wahl
Grund-/Hauptstudium:	Hauptstudium
Inhalt des Moduls:	<p>Students get to know the key elements defining a strategy. Based on case examples they gain insight in the integral parts strategic analyses of a company. They learn about strategic principles and different strategy types.</p> <p>Content:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Key elements of Strategic Management •Strategy process: Analysis and forecast <ul style="list-style-type: none"> -Segmentation -External / internal analysis -SWOT analysis as synthesis •Strategy process: Evaluation and selection <ul style="list-style-type: none"> -Methods of defining a strategy -Empirical evidences of strategic principles -Portfolio analyses -Examples of strategy types / norm strategies •Strategy process: Planning, implementation and controlling •Modern concepts of Strategic Management (e.g. Blue Ocean strategies) as case study)
Veranstaltungen:	4305 Strategic Management
Lehr- und Lernformen:	VP (Vorlesung mit integrierten Übungen)
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Abschluss Studienphase 1
Verwendbarkeit des Moduls:	
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	K60 (Klausur, 60 Min.)
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 Wintersemester

Literatur:	<ul style="list-style-type: none">•Aaker, David and McLoughlin, Damien: Strategic Market Management: Global Perspectives, Wiley, current edition.•Grant, Robert: Contemporary Strategy Analysis, Wiley, current edition.•Kim, Chan und Mauborgne, Renée: Blue Ocean Strategy: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant, Harvard Business Review Press, current edition
Anwesenheitspflicht:	nein

Kompetenzdimensionen des Moduls Strategic Management (in Englisch)

Wissen und Verstehen: Vertiefung einzelner Bestandteile des Wissens

Absolventinnen und Absolventen kennen die Elemente des Strategieprozesses und können die strategischen Konzepte erläutern und auf fallspezifische Fragestellungen anwenden.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst: Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können anhand von qualitativen und quantitativen Informationen strategische Sachverhalte mit Hilfe eines Werkzeugkastens an strategischen Konzepten analysieren. Sie können die gelernten Konzepte auf Unternehmensfragestellungen anwenden. Dabei gilt es, die wesentlichen Informationen zu identifizieren, zu interpretieren und sich auf entscheidungsrelevante Sachverhalte zu fokussieren. Ziel ist es, eine strategische Entscheidung durch logische Schlussfolgerungen aus den fragmentierten Ergebnissen der Analysephase systematisch abzuleiten.

Kommunikation und Kooperation

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

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Druckdatum: 26.09.2022