

MODULHANDBUCH

für den Studiengang
Bachelor Betriebswirtschaft (7 Semester)
(Prüfungsordnungsversion 2025)

Studienverlaufsplan B.A. Betriebswirtschaft

Lfd. Nr.	Überfachgruppe	Modul	Modulbezeichnung	Prüfungsnummer	Veranstaltungsbezeichnungen	Pflichtart	Veran- staltungs- art	Prüfungs- art	Semester										Voraussetzung zur Prüfungszulassung Bemerkungen	
									1 ECTS	1 SWS	2 ECTS	2 SWS	3 ECTS	3 SWS	4 ECTS	4 SWS	5 ECTS	5 SWS	6 ECTS	6 SWS
1	Funktionale Betriebswirtschaftslehre	1	Einführung in die Wirtschaftswissenschaften	902010/902011	Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	Pf	SV	TP	6	6										Anwesenheitspflicht (regelmäßige Teilnahme gem. § 21 Abs. 2 RahmenPO)
					Einführung in die Volkswirtschaftslehre															
					Einführung in die Umweltökonomik															
		2	Organisation und Personal	902020/902021	Unternehmensplanspiel Basic*	Pf	SV	TP			2	2								5 4
					Organisation															
		3	Supply Chain Management	902030	Personal	Pf	SV	MP			5	4								5 4
					Supply Chain Management															
					Marketing						5	4								
		5	Managementprojekte*	902050	Managementprojekte*	Pf	SV	MP								6	4		6 4	
					Strategisches Management										3	2				
2	Finanz- und Rechnungswesen/ Steuern	7	Rechnungswesen	902070/902071	Unternehmensführung und Simulation	Pf	SV	TP											10 10	
					Jahresabschluss I															
					Kosten-, Erlös- u. Ergebnisrechnung I															
				902070/902072	Jahresabschluss II	Pf	SV	TP			4	4								
					Kosten-, Erlös- u. Ergebnisrechnung II															
		8	Investition und Finanzierung	902080	Investition und Finanzierung	Pf	SV	MP						5	4					5 4
			9 Steuern	902090	Steuern	Pf	SV	MP						5	4					
3	Quantitative Grundlagen	10	Wirtschaftsmathematik	902100	Finanzmathematik	Pf	SV	MP	5	4									5 4	
					Lineare Algebra															
		11	Wirtschaftsstatistik	902110	Beschreibende Statistik	Pf	SV	MP			5	4							5 4	
					Schließende Statistik															
		12	Wirtschaftsinformatik	902120	Wirtschaftsinformatik	Pf	SV	MP						5	4					5 4
		13a	Digital Business Solutions	9021301/9021301	Digital Business Solutions	Wp	SV	MP										6	4	6 4
		13b	Operations Research und Künstliche Intelligenz	9021302/9021302	Operations Research und Künstliche Intelligenz	Wp	SV	MP											6	

Lfd. Nr.	Überfachgruppe	Modul	Modulbezeichnung	Prüfungsnummer	Veranstaltungsbezeichnungen	Pflichtart	Veran- staltungs- art	Prüfungs- art	Semester										Gesamt		Voraussetzung zur Prüfungszulassung Bemerkungen		
									1 ECTS	1 SWS	2 ECTS	2 SWS	3 ECTS	3 SWS	4 ECTS	4 SWS	5 ECTS	5 SWS	6 ECTS	6 SWS	7 ECTS	7 SWS	
4	Rahmenbedingungen der Betriebswirtschaftslehre	14	Wirtschaftstheorie	902140	Mikroökonomik	Pf	SV	MP			5	4								5	4		
					Makroökonomie															5	4		
		15	Wirtschaftspolitik	902150	Grundlagen der Wirtschaftspolitik	Pf	SV	MP					5	4						5	4		
					Makroökonomische Wirtschaftspolitik															5	4		
		16	Wirtschaftsrecht	902160/902161	Vertragsrecht im Unternehmen	Pf	SV	TP	2	2										5	4		
					Wirtschaftsprivatrecht						3	2								5	4		
5	Business Skills and Competencies	17	Implikationen der Digitalisierung	902170	Rechtliche Aspekte (der Digitalisierung)	Pf	SV	MP												5	4		
					Nachhaltigkeit und Ethik															5	4		
		18	Business Communication I	902180/902181	English for International Trade	Pf	SV	TP			3	2								5	4		
					Writing Skills								2	2						5	4		
		19	Business Communication II	902190/902191	Presentation Skills	Pf	SV	TP							2	2				5	4		
					International Meetings												3	2		5	4		
6	Wahlpflichtmodule	20	Nachhaltige Business-Kompetenzen	902200/902201	Nachhaltigkeit und Selbstreflexion	Pf	SV	TP	3	2										5	4		
					Kommunikation und Präsentation						2	2								5	4		
		21	Wissenschaftliches Arbeiten: Methoden & Analysetools	902210	Wissenschaftliches Arbeiten: Methoden, Instrumente und Anwendung	Pf	SV	MP					5	4						5	4		
					IT-Werkzeuge der quantitativen Analyse															5	4		
		22	Praxissemester (Inland/Ausland)	902220/902220		Wp		MP										30			30		
9	Thesis und Kolloquium	23	Auslandsstudiensemester	902230/902230		Wp		MP									30			30			
						Wp		MP												10	6		
Summe									30	26	31	26	30	24	30	20	29	18	30	30	10	210	124

*Die Veranstaltungsanmeldung ist gleichzeitig die Prüfungsanmeldung.

Legende:

Pf/WP

Pf: Pflicht

WP: Wahlpflicht

Veranstaltungsart

SV: seminaristische Veranstaltung

Prüfungsart:

MP: Modulprüfung

TP: Modulteilprüfung

mind. 75 ECTS aus den Semestern 1 - 5 müssen bestanden sein
(gem. §§ 19a bzw. b, Abs. 3)

Die Studierenden wählen alternativ das Auslandsstudien- oder das Praxissemester

mind. 60 ECTS aus den Semestern 1 - 3 müssen bestanden sein;
besondere Zulassungsvoraussetzungen siehe Anlage 2 (gem. § 21 Abs. 1)

Siehe § 29 StGPO

Siehe § 29 StGPO

Wahlpflichtmodule B.A. Betriebswirtschaft

Wahlpflichtmodule	Besondere Zulassungsvoraussetzungen gem. § 21 Absatz 1 StgPO	Prüfungs- nummer	ECTS	Angebots- rhythmus ¹
Wahlpflichtmodul Angewandte empirische Methoden	Module 10 und 11 müssen bestanden sein	9022401	10	SoSe
Wahlpflichtmodul Arbeitsrechtmanagement	Modul 16 muss bestanden sein	9022402	10	WiSe
Wahlpflichtmodul Ausbildungsberechtigungsschein	Modul 16 muss bestanden sein; WPM „Arbeitsrechtmanagement“ und/oder „Human Resource Management“ muss bestanden sein Anwesenheitspflicht (regelmäßige Teilnahme gem. § 21 Abs. 2 RahmenPO)	9022403	10	WiSe/SoSe
Wahlpflichtmodul Controlling	Modul 7 muss bestanden sein	9022404	10	WiSe/SoSe
Wahlpflichtmodul Digitales Marketing	Modul 4 muss bestanden sein	9022405	10	WiSe/SoSe
Wahlpflichtmodul Digitalisierung und Innovation	Modul 12 muss bestanden sein	9022406	10	SoSe
Wahlpflichtmodul Enterprise Resource Planning	Modul 12 muss bestanden sein	9022407	10	WiSe
Wahlpflichtmodul Entrepreneurship – Startup Management	Modul 1, Modul 4 und Modul 7 müssen bestanden sein	9022408	10	WiSe/SoSe
Wahlpflichtmodul Europäische Wirtschaftspolitik	Modul 1 muss bestanden sein	9022409	10	SoSe
Wahlpflichtmodul Finanzmanagement	Modul 8 muss bestanden sein	9022410	10	WiSe/SoSe
Wahlpflichtmodul Human Resource Management	Modul 2 muss bestanden sein	9022411	10	WiSe/SoSe
Wahlpflichtmodul IFRS und Wirtschaftsprüfung	Teilmodul "Rechnungswesen I" muss bestanden sein	9022412	10	WiSe
Wahlpflichtmodul Industrie- und Umweltökonomik	Modul 1 muss bestanden sein	9022413	10	SoSe
Wahlpflichtmodul Internationale Wirtschaftsbeziehungen	Modul 1 muss bestanden sein	9022414	10	WiSe
Wahlpflichtmodul Internes Rechnungswesen/Kostenmanagement	Modul 7 muss bestanden sein	9022415	10	WiSe
Wahlpflichtmodul Konzernabschluss und JA-Analyse	Modul 7 muss bestanden sein	9022416	10	WiSe
Wahlpflichtmodul Managementprojekte II	keine	9022417	10	WiSe/SoSe
Wahlpflichtmodul Ökonometrie und Data Science	Module 10 und 11 müssen bestanden sein	9022418	10	WiSe
Wahlpflichtmodul Portfoliomanagement	Modul 8 muss bestanden sein	9022419	10	WiSe/SoSe
Wahlpflichtmodul Produzieren in Supply Chains und nachhaltige Produktion	Modul 3 muss bestanden sein	9022420	10	WiSe
Wahlpflichtmodul Projektmanagement	keine	9022421	10	SoSe
Wahlpflichtmodul Prozessoptimierung und Planungsprojekte in Logistik und SCM	Modul 3 muss bestanden sein	9022422	10	SoSe
Wahlpflichtmodul Risikomanagement und Nachhaltigkeit in Supply Chains	Modul 3 muss bestanden sein	9022423	10	SoSe
Wahlpflichtmodul Spezielle Fragen der Nachhaltigkeit	keine	9022424	10	SoSe
Wahlpflichtmodul Steuerbilanzpolitik und anwendungsorientierte Unternehmensbesteuerung	Modul 9 muss bestanden sein	9022425	10	WiSe
Wahlpflichtmodul Steuerplanung im Unternehmen	Modul 9 muss bestanden sein	9022426	10	SoSe
Wahlpflichtmodul Unternehmensführung/Strategisches Management	Modul 1 muss bestanden sein	9022427	10	WiSe/SoSe
Wahlpflichtmodul Verkehrslogistik, urbane Logistik und Letzte Meile	Modul 3 muss bestanden sein	9022428	10	WiSe
Wahlpflichtmodul Vertriebsmanagement: Selling Excellence	Modul 4 muss bestanden sein	9022429	10	WiSe/SoSe
"Aktuelle Themen" ²	Die angebotenen Wahlpflichtmodule im Bereich der aktuellen Themen werden durch Aushänge bekanntgegeben.		10	WiSe/SoSe

¹Änderungen vorbehalten

²Module aus dem Bereich „Aktuelle Themen“ stellen ebenfalls Wahlpflichtmodule dar. Um auf die zum Abschluss erforderliche Mindestanzahl von fünf Wahlpflichtmodulen zu kommen, können daher auch fünf Wahlpflichtmodule aus dem Bereich „Aktuelle Themen“ abgeschlossen werden, sofern ein ausreichendes Angebot besteht. Voraussetzungen und Prüfungsnummern werden per Aushang bekannt gegeben.

Wahlpflichtmodulkatalog nach Intensivierungsbereichen

Wahlpflichtmodulkatalog aufgelistet nach Intensivierungsbereichen ¹	PrüfungsNr.	ECTS	Angebots- rhythmus ²
Intensivierungsbereich			
Personal und Recht			
Wahlpflichtmodul Arbeitsrechtmanagement	9022402	10	WiSe
Wahlpflichtmodul Human Resource Management	9022411	10	WiSe/SoSe
Intensivierungsbereich			
Kostenmanagement und Controlling			
Wahlpflichtmodul Controlling	9022404	10	WiSe/SoSe
Wahlpflichtmodul Internes Rechnungswesen/Kostenmanagement	9022415	10	WiSe
Intensivierungsbereich			
Externes Rechnungswesen			
Wahlpflichtmodul IFRS und Wirtschaftsprüfung	9022412	10	WiSe
Wahlpflichtmodul Konzernabschluss und JA-Analyse	9022416	10	WiSe
Intensivierungsbereich			
Finanzwirtschaft			
Wahlpflichtmodul Finanzmanagement	9022410	10	WiSe/SoSe
Wahlpflichtmodul Portfoliomanagement	9022419	10	WiSe/SoSe
Intensivierungsbereich			
Marketing			
Wahlpflichtmodul Vertriebsmanagement: Selling Excellence	9022429	10	WiSe/SoSe
Wahlpflichtmodul Digitales Marketing	9022405	10	WiSe/SoSe
Intensivierungsbereich			
Projektmanagement			
Wahlpflichtmodul Projektmanagement	9022421	10	SoSe
Wahlpflichtmodul Managementprojekte II	9022417	10	WiSe/SoSe
Intensivierungsbereich			
Quantitative Methoden der BWL und VWL			
Wahlpflichtmodul Ökonometrie und Data Science ³	9022418	10	WiSe
Wahlpflichtmodul Angewandte empirische Methoden	9022401	10	SoSe
Intensivierungsbereich			
Supply Chain Management⁴			
Wahlpflichtmodul Produzieren in Supply Chains und nachhaltige Produktion	9022420	10	WiSe
Wahlpflichtmodul Prozessoptimierung und Planungsprozesse in Logistik und SCM	9022422	10	SoSe
Wahlpflichtmodul Risikomanagement und Nachhaltigkeit in Supply Chains	9022423	10	SoSe
Wahlpflichtmodul Verkehrslogistik, urbane Logistik und Letzte Meile	9022428	10	WiSe
Intensivierungsbereich			
Unternehmensbesteuerung			
Wahlpflichtmodul Steuerbilanzpolitik und anwendungsorientierte Unternehmensbesteuerung	9022425	10	WiSe
Wahlpflichtmodul Steuerplanung im Unternehmen	9022426	10	SoSe
Intensivierungsbereich			
Unternehmensführung			
Wahlpflichtmodul Unternehmensführung/ Strategisches Management	9022427	10	WiSe/SoSe
Wahlpflichtmodul Entrepreneurship - Startup Management	9022408	10	WiSe/SoSe
Intensivierungsbereich			
Volkswirtschaftslehre⁵			
Wahlpflichtmodul Industrie- und Umweltökonomik	9022413	10	SoSe
Wahlpflichtmodul Ökonometrie und Data Science	9022418	10	WiSe
Wahlpflichtmodul Internationale Wirtschaftsbeziehungen	9022414	10	WiSe
Wahlpflichtmodul Europäische Wirtschaftspolitik	9022409	10	SoSe
Intensivierungsbereich			
Wirtschaftsinformatik			
Wahlpflichtmodul Digitalisierung und Innovation	9022406	10	WiSe
Wahlpflichtmodul Enterprise Resource Planning	9022407	10	WiSe
Wahlpflichtmodule			
ohne Intensivierungsbereich			
Wahlpflichtmodul Ausbildungsschein ⁶	9022403	10	WiSe/SoSe
Wahlpflichtmodul Spezielle Fragen der Nachhaltigkeit	9022424	10	SoSe
"Aktuelle Themen"⁷		10	WiSe/SoSe

¹ Bei der Belegung von zwei Wahlpflichtmodulen wie in der Anlage 3 angegeben, wird der Intensivierungsbereich auf dem Zeugnis

² Änderungen vorbehalten.

³ Die bestandene Leistung kann nur in einem der beiden Intensivierungsbereiche "Intensivierungsbereich Quantitative Methoden der BWL und VWL" oder "Intensivierungsbereich Volkswirtschaftslehre" angerechnet werden.

⁴ Durch die Belegung von zwei aus vier Modulen ergibt sich der Intensivierungsbereich Supply Chain Management.

⁵ Durch die Belegung von zwei aus vier Modulen ergibt sich der Intensivierungsbereich Volkswirtschaftslehre.

⁶ Anwesenheitspflicht (regelmäßige Teilnahme gem. § 21 Abs. 2 RahmenPO).

⁷ Module aus dem Bereich „Aktuelle Themen“ stellen ebenfalls Wahlpflichtmodule dar. Um auf die zum Abschluss erforderliche Mindestanzahl von fünf Wahlpflichtmodulen zu kommen, können daher auch fünf Wahlpflichtmodule aus dem Bereich „Aktuelle Themen“ abgeschlossen werden, sofern ein ausreichendes Angebot besteht.

INHALTSVERZEICHNIS

Einführung in die Wirtschaftswissenschaften.....	4
Organisation und Personal.....	8
Supply Chain Management.....	12
Marketing.....	14
Managementprojekte.....	17
Unternehmensführung und Simulation.....	20
Rechnungswesen.....	26
Investition und Finanzierung.....	31
Steuern.....	33
Wirtschaftsmathematik.....	35
Wirtschaftsstatistik.....	38
Wirtschaftsinformatik I.....	41
Digital Business Solutions.....	44
Operations Research und künstliche Intelligenz.....	46
Wirtschaftstheorie.....	49
Wirtschaftspolitik.....	51
Wirtschaftsrecht.....	54
Implikationen der Digitalisierung.....	57
Business Communication I.....	60
Business Communication II.....	64
Nachhaltige Business-Kompetenzen.....	68
Wissenschaftliches Arbeiten: Methoden und Analysetools.....	72
Praxissemester Ausland/Inland.....	77
Auslandsstudiensemester.....	79
Angewandte empirische Methoden.....	81
Arbeitsrechtsmanagement.....	83
Ausbildereignungsschein.....	85
Controlling.....	88
Digitales Marketing.....	91
Digitalisierung und Innovation.....	94
Enterprise Resource Planning.....	98
Entrepreneurship - Startup Management.....	100
Europäische Wirtschaftspolitik.....	103
Finanzmanagement.....	105
Human Resource Management.....	107
IFRS und Wirtschaftsprüfung.....	109
Industrie und Umweltökonomik.....	113
Internationale Wirtschaftsbeziehungen.....	115
Internes Rechnungswesen / Kostenmanagement.....	117
Konzernabschluss und JA-Analyse.....	120
Managementprojekte II.....	123
Ökonometrie und Data Science.....	126
Portfoliomanagement.....	129
Produzieren in Supply Chains und nachhaltige Produktion.....	131

Projektmanagement.....	135
Prozessoptimierung und Planungsprojekte in Logistik und SCM.....	139
Risikomanagement und Nachhaltigkeit in Supply Chains.....	142
Spezielle Fragen der Nachhaltigkeit.....	145
Steuerbilanzpolitik und anwendungsorientierte Unternehmensbesteuerung.....	149
Steuerplanung im Unternehmen.....	151
Unternehmensführung/Strategisches Management.....	153
Verkehrslogistik, urbane Logistik und Letzte Meile.....	156
Vertriebsmanagement: Selling Excellence.....	160
Aktuelles Thema.....	163
Thesis und Kolloquium.....	165

Nummer							
902010		Einführung in die Wirtschaftswissenschaften					
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots		Art des Moduls	ECTS	
deutsch	zwei Semester	1. - 2. Semester	Findet in jedem Semester statt		Pflichtfach	8	
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße	Workload		
				60	Kontaktzeit 120 h	Selbststudium 120 h	SWS
-	Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	seminaristische Veranstaltung					2
-	Einführung in die Volkswirtschaftslehre	seminaristische Veranstaltung					2
-	Umweltökonomik	seminaristische Veranstaltung					2
-	Unternehmensplanspiel Basic	Übung					2
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen						
	a. Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaftslehre und Umweltökonomik						
	Betriebswirtschaftslehre						
	Nach erfolgreicher Teilnahme an den Modulveranstaltungen sind die Studierenden in der Lage:						
	Wissen und Verstehen:						
	<ul style="list-style-type: none"> betriebswirtschaftliche Grundbegriffe und Ansätze wiederzugeben ein systematisches, methodisches und praxisorientiertes Verständnis für die Problemstellung der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre zu erwerben. Grundbegriffe aller wesentlichen betriebswirtschaftlichen Teilbereiche (Unternehmensführung, Investition & Finanzierung, Marketing, Beschaffung, Produktion, Personal, Rechnungswesen, Organisation) zu kennen und wiederzugeben. betriebswirtschaftliche Denkweisen, Methoden und Modelle zu verstehen. Zusammenhänge zwischen verschiedenen betriebswirtschaftlichen Funktionen eines Unternehmens zu verstehen. 						
	Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:						
	<ul style="list-style-type: none"> Jahresabschlüsse (Bilanzen / Gewinn und Verlustrechnung) realer Unternehmen zu analysieren. Kalkulationsrechnungen zur Lösung konkreter betriebswirtschaftlicher Fragestellungen (z.B. Kapitalwertrechnung, Bestellmengenkalkulation) durchzuführen. Theoretisches Wissen in Form von Fallbeispielen realer Unternehmen anzuwenden. Konzepte in Form von strukturierten Übungsaufgaben, welche zum Teil in der Lehrveranstaltung besprochen werden, eigenständig zu erarbeiten. 						
	Kommunikation und Kooperation:						
	<ul style="list-style-type: none"> Kurzes Brainstorming zu einem Schlagwort (z.B. „Leverage Effekt) in Gruppen am Anfang jeder Veranstaltung. mit anderen Studenten und dem Dozenten aktiv fachlich zu diskutieren. Vorstellung der Ergebnisse von Übungsaufgaben. 						
	Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:						
	<ul style="list-style-type: none"> Befähigung an Diskussionen mit betriebswirtschaftlichen Themen aktiv teilzunehmen. Erlangung eines Gesamtüberblicks über das Fach Betriebswirtschaftslehre und der Fähigkeiten zukünftige fachliche Schwerpunkte gezielt auszuwählen. 						
	Volkswirtschaftslehre und Umweltökonomik						

Nach erfolgreicher Teilnahme an den Modulveranstaltungen sind die Studierenden in der Lage:

Wissen und Verstehen:

- volkswirtschaftliche Grundbegriffe und Ansätze wiederzugeben.
- die Grundlagen der volkswirtschaftlichen Methoden und Modelle zu verstehen.
- volkswirtschaftliche Mechanismen und Wirkungsketten zu replizieren.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:

- ihr Wissen praktisch in Form von Übungsaufgaben anzuwenden, die mit Hilfe von Musterlösungen und gemeinsamen Übungen gelöst werden.
- ökonomische Fragestellungen mit Hilfe volkswirtschaftlicher Ansätze zu strukturieren.
- einfache wirtschaftspolitische Analysen (z. B. Steuerpolitik, Eingriffe des Staates in Märkte) zu erarbeiten.
- Probleme des Markversagens insbesondere im Bereich Umwelt zu erfassen und mögliche Lösungen strukturiert zu diskutieren.

Kommunikation und Kooperation:

- Übungsaufgaben und wirtschaftspolitische Diskussionen innerhalb eines Teams durch Kooperation zu lösen.
- die Ergebnisse vor einer Gruppe zu kommunizieren.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:

- erste Routine in der Diskussion und Bewertung volkswirtschaftlicher Prozesse für das Gesamtwirtschaft aber auch das einzelne betriebliche Umfeld zu erwerben.

b. Unternehmensplanspiel Basic

Nach erfolgreicher Teilnahme an den Modulveranstaltungen sind die Studierenden in der Lage:

Wissen und Verstehen:

- die wesentlichen betriebswirtschaftlichen Entscheidungsfelder eines Unternehmens zu erkennen.
- gesamtunternehmerischer Zusammenhänge zu erkennen.
- kurz- und langfristigen Konsequenzen getroffener unternehmerischer Entscheidungen zu verstehen.
- den Einfluss der Entscheidungen von Wettbewerbern auf die eigenen Ergebnisse zu verstehen.
- die Komplexität sich verändernder Märkte zu erkennen.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:

- betriebswirtschaftlicher Daten zur Planung und Umsetzung unternehmerischer Entscheidungen zu analysieren.
- betriebswirtschaftlicher Kenntnisse zur Erarbeitung von Handlungsstrategien und deren Umsetzung anzuwenden.

Kommunikation und Kooperation:

- in Gruppen, welche das Vorstandsteam eines Unternehmens bilden, erfolgreich zusammenzuarbeiten.
- Aufgaben selbstständig zu verteilen, Ergebnisse zu diskutieren und im Team über die unternehmerische Handlungsstrategie zu entscheiden.
- Unterschiede zwischen den Gruppenmitgliedern bestmöglich nutzbar zu machen.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:

- ein eigenständiges Rollenverständnisses innerhalb einer Gruppe zu erwerben.
- getroffene betriebswirtschaftliche Entscheidungen gegenüber Dritten zu erklären und zu vertreten.
- potenzielle Konflikte auf einer sachlichen, nicht persönlichen Ebene zu lösen.

3 Inhalte

a. Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaftslehre und Umweltökonomik

Betriebswirtschaftslehre

- Unternehmen, Märkte und Unternehmensführung

- Investition und Finanzierung
- Marketingmanagement
- Beschaffung & Produktion
- Personalmanagement
- Rechnungswesen
- Strategisches Management
- Organisation

Volkswirtschaftslehre

- Grundlagen der volkswirtschaftlichen Analyse
- Angebot und Nachfrage, Funktionsweise von Märkten
- Wirtschaftspolitische Maßnahmen (Steuern, Preiseingriffe)
- Grundlagen der Wohlfahrtsanalyse
- Grundlagen der Konsumtheorie
- Externe Effekte und Rolle des Staates in Marktprozessen

Umweltökonomik

- Externe Effekte
- Instrumente der Umweltpolitik
- Soziale Dilemma
- Internationale Umweltprobleme

b. Unternehmensplanspiel Basic

- Treffen von unternehmerischen Entscheidungen über 4 – 6 Geschäftsjahre hinweg in den Bereichen
- Vertrieb
- Forschung & Entwicklung
- Einkauf
- Fertigung
- Personal
- Finanz- und Rechnungswesen

4 Lehrformen

Seminaristische Vorlesung mit Übungen sowie Anwendungs- und Fallbeispielen; Unternehmensplanspiel Basic als Übung.

5 Teilnahmevoraussetzungen

a. Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaftslehre und Umweltökonomik

Formal: keine

Inhaltlich: keine

b. Unternehmensplanspiel Basic

Formal: Anwesenheitspflicht (regelmäßige Teilnahme gem. § 21 Abs. 2 RahmenPO). Details der Voraussetzungen siehe Prüfungsordnung.

Es besteht grundsätzlich Anwesenheitspflicht während der Lehrveranstaltungen und die Pflicht zur aktiven Mitarbeit in den Teams.

Evtl. Ausnahmen werden zu Beginn der LV und in Abhängigkeit der Zeitplanung der einzelnen LV-Termine bekannt gegeben. Die Lernziele der jeweiligen Lehrveranstaltung können nur durch regelmäßige Teilnahme erreicht werden.

Inhaltlich: keine

6 Prüfungsformen

a. Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaftslehre und Umweltökonomik (1. Semester)

Klausur (100 %), 90 Min.

b. Unternehmensplanspiel Basic (2. Semester)

	<p>Eingangstest (15 %), max. 15 Min. Planspielergebnis (25%) Abschlusstest (60%), max. 30 Min. Die Lehrveranstaltungsanmeldung ist gleichzeitig die Prüfungsanmeldung.</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>a. Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaftslehre und Umweltökonomik Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Teilmoduls erreicht werden.</p> <p>b. Unternehmensplanspiel Basic Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Teilmoduls erreicht werden. Anwesenheit während des Planspiels (Anwesenheitspflicht (regelmäßige Teilnahme gem. § 21 Abs. 2 RahmenPO)).</p>
8	<p>Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>-</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>3,88 % = (8/165) x 0,8</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r Dr. Andreas Bastgen Prof. Dr. Christina Elberg</p> <p>Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund</p>
11	<p>Literatur</p> <p>a. Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaftslehre und Umweltökonomik Hutzschenreuter, T.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Springer Gabler Wiesbaden, 6. Auflage 2015 Mankiw, N. Gregory und Mark P. Taylor: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Schäffer Poeschel, 8. Auflage 2021 CORE Team: Die Wirtschaft. Verfügbar unter: https://www.core-econ.org</p> <p>b. Unternehmensplanspiel Basic Einführung Mastering General Management Version 15.6. verfügbar über Illias.</p>

Nummer						
902020		Organisation und Personal				
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS	
deutsch	zwei Semester	1. - 2. Semester	Findet in jedem Semester statt	Pflichtfach	5	
1	Veranstaltungen		seminaristische Veranstaltung seminaristische Veranstaltung	geplante Gruppengröße 60	Workload	SWS 4
	- Organisation - Personal				Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 90 h
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen		a. Organisation Nach erfolgreicher Teilnahme an der Lehrveranstaltung Organisation sind die Studierenden in der Lage ...			2
	Wissen und Verstehen:					
	<ul style="list-style-type: none"> die verschiedenen organisatorischen Gestaltungsebenen mit ihren wesentlichen Entscheidungen zu beschreiben Aussagen über konsistente Kombinationen von Entscheidungs- bzw. Alternativenausprägungen abzuleiten vor dem Hintergrund definierter Unternehmensziele Kriterien für die Bewertung organisatorischer Gestaltungshandlungen zu systematisieren und diese bezüglich ihrer Wechselwirkungen zu beurteilen 		Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:			2
	<ul style="list-style-type: none"> organisatorische Problemlagen unter Berücksichtigung der maßgeblichen Ziele und Strategien eines Unternehmens zu analysieren und – unter Verwendung der relevanten organisationstheoretischen Wissensbasis – eine situationsgerechte Lösung zu entwerfen und unter Rückgriff auf eingeführte Bewertungskriterien zu begründen die wesentlichen Aufgaben im Rahmen der Umsetzung einer organisatorischen Lösung (Entwicklung eines originären Organisationskonzepts, Vornahme einer Reorganisation) problemorientiert zu beschreiben und in diesem Kontext notwendige Einführungsmaterialien (Organigramm, Prozessdiagramm etc.) zu erstellen. 					
	Kommunikation und Kooperation:		Kommunikation und Kooperation:			2
	<ul style="list-style-type: none"> organisatorische Handlungserfordernisse innerhalb betroffener Arbeitsteams und/oder im breiteren Unternehmenskontext zu kommunizieren kooperativ Bewertungen organisatorischer Handlungsoptionen vorzunehmen und gefundene Lösungen zu begründen 					
	Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:		Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:			2
	<ul style="list-style-type: none"> den Stellenwert von Organisationstheorien, -methoden und -konzepten für die Lösung praktisch bedeutsamer Probleme in arbeitsteiligen Systemen mit Non Profit- und For Profit-Ausrichtung praktisch bedeutsamer Probleme in arbeitsteiligen Systemen mit For Profit- und Non Profit-Ausrichtung einzuordnen. 					
	b. Personal		b. Personal			2
	Wissen und Verstehen:					

- Die Studierenden verstehen grundlegende Konzepte, Theorien und Modelle des Personalmanagements.
- Sie können unterschiedliche Ansätze der Personalgewinnung, -entwicklung, -führung und -freisetzung erläutern.
- Die Studierenden kennen die rechtlichen Rahmenbedingungen des Arbeitsrechts, die für das Personalmanagement relevant sind.
- Sie verstehen die Bedeutung einer diversen und inklusiven Arbeitsumgebung und kennen Methoden, diese zu fördern.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:

- Die Studierenden sind in der Lage, das Wissen über Instrumente des Personalmanagements auf Praxisfälle anzuwenden und diese damit zu lösen.
- Sie können Personalmanagementstrategien entwickeln, die zur Erreichung der Unternehmensziele beitragen.
- Sie bestehendes Wissen mit den Ergebnissen eigener Recherchen verknüpfen, um auch neue Problemstellungen zu lösen.

Kommunikation und Kooperation:

- Die Studierenden entwickeln Teamkompetenzen, indem sie Teams in einer ergebnisorientierten Art koordinieren und führen. Sie können gegenüber Kommiliton*innen, aber auch Fachexpert*innen geeignete Lösungen diskutieren und argumentativ überzeugend vertreten.
- Die Studierenden verstehen es, Konflikte im Arbeitsumfeld zu erkennen und Lösungsstrategien zu entwickeln.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:

- Die Studierenden können wissenschaftliche Erkenntnisse kritisch reflektieren und in der Praxis des Personalmanagements anwenden.
- Die Studierenden sind in der Lage, eigenständig zu lernen und sich kontinuierlich in ihrem Fachgebiet weiterzubilden.
- Sie können Forschungsmethoden im Bereich Personalmanagement anwenden, um Fragestellungen zu untersuchen und Lösungen zu entwickeln.

3 Inhalte

a. Organisation

Die Studierenden lernen die Grundlagen der organisatorischen Gestaltung von Unternehmen kennen.

Im Einzelnen werden behandelt:

- Gestaltung der Organisation als Aufgabe der Unternehmensführung
- Organisationsbegriffe/-verständnisse
- Organisatorische Entscheidungsbereiche und ihre Zusammenhänge im Überblick
- Organisatorische Ziele und Bewertungskriterien
- Ausgewählte organisationstheoretische Ansätze (insbesondere: Situativer Ansatz, Konsistenzansatz)
- Organisation und das Verhalten von Gruppen und Individuen
- Aufbauorganisatorische Entscheidungen (auf Gesamtunternehmens-, Bereichs- und Funktions-ebene)
- Ablauf- und Prozessorganisation

b. Personal

Vermittlung der Grundlagen des Human Resource Managements und dessen Einordnung in den Kontext der betriebswirtschaftlichen Funktionen vor dem Hintergrund aktueller Herausforderungen:

- Einführung HRM
- Grundlagen des Arbeitsrechts und der Mitbestimmung
- Stellengestaltung und Personalplanung
- Personalbeschaffung und -auswahl
- Personaleinsatz und -führung
- Personalentwicklung und Kompetenzmanagement
- Leistungsbeurteilung

	<ul style="list-style-type: none">• Grundlagen des Vergütungsmanagements• Personalcontrolling und People Analytics• Organisation der Personalfunktion
4	Lehrformen a. Organisation Seminariстische Vorlesung auf Basis hoher Interaktion mit den Studierenden, unterstützt durch Powerpoint-Präsentation und Whiteboard. Vertiefung des Stoffs durch Praxisbeispiele und Fallstudien (in Einzel- und Gruppenarbeit). b. Personal Seminariстische Vorlesung auf Basis hoher Interaktion mit den Studierenden, unterstützt durch Powerpoint-Präsentation und Whiteboard. Vertiefung des Stoffs durch Praxisbeispiele und Fallstudien (in Einzel- und Gruppenarbeit).
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen a. Organisation (1. Semester) Klausur (100 %), 45 Min. b. Personal (2. Semester) Klausur (100 %), 45 Min.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen pro Teilmodul zum Bestehen des Moduls erreicht werden.
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote $2,42 \% = (5/165) \times 0,8$
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Axel Faix Prof. Dr. Claus Vormann Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur a. Organisation Faix, A.: Organisationsgestaltung, Aachen 2018 Faix, A.: Verständnis der Organisation als Erfolgsfaktor eines digitalen HRM, in: Digitales Human Resource Management (Hrsg.: Tirrel, H. et al.), S. 69 – 87, Wiesbaden 2021 Frese, E./Graumann, M./Theuvsen, L.: Grundlagen der Organisation, 10. Aufl., 2011, Wiesbaden Jung, R. H. / Bruck, J. / Quarg, S.: Allgemeine Managementlehre, Berlin2011

Porter, M. E.: Wettbewerbsstrategie, 12. Aufl., Frankfurt/Main, New York 2013.

Porter, M. E.: Wettbewerbsvorteile, 8. Aufl., Frankfurt/Main 2014.

Vahs, D.: Organisation, 11. Aufl., Stuttgart 2023.

b. Personal

Berthel, J., & Becker, F. G. (2022). Personal-Management: Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit (12., vollständig überarbeitete und aktualisierte Auflage). Schäffer-Poeschel Verlag.

Holtbrügge, D. (2022). Personalmanagement (8. Aufl.). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-65742-3>

Rosenstiel, L. von, Regnet, E., & Domsch, M. E. (2020). Führung von Mitarbeitern: Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement (8., aktualisierte und überarbeitete Auflage). Schäffer-Poeschel Verlag.

Nummer										
902030		Supply Chain Management								
Sprache deutsch		Dauer ein Semester	Studiensemester 2	Häufigkeit des Angebots Findet in jedem Semester statt	Art des Moduls Pflichtfach	ECTS 5				
1		Veranstaltungen		Veranstaltungsart seminaristische Veranstaltung Übung	geplante Gruppen- größe 60	Workload Kontakt- zeit 60 h Selbst- studium 90 h	SWS 4			
		- Supply Chain Management: Vorlesung								
		- Supply Chain Management: Übung					2			
2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen										
Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage:										
<p>Wissen und Verstehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden können die wichtigsten Begriffe und Kernelemente des Supply Chain Management (SCM) sowie wesentliche Aufgaben nennen, strukturieren und erläutern. Sie können die Treiber für die Entwicklung des SCM und Herausforderungen sowie Chancen von Kooperationen beschreiben. Sie können die wichtigsten Inhalte, Aufgaben, Ziele und Prozesse einer modernen und praxisorientierten Logistik benennen und erläutern. Sie können für Beschaffung, Produktion und Distribution die wichtigsten Ziele, Aufgaben, Inhalte und Methoden nennen und erläutern sowie in Bezug zum SCM setzen. Sie können ausgewählte Logistik- und SCM-Konzepte beschreiben. 										
<p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> Sie können eigenständig Sachverhalte den passenden Themenbereichen zuordnen. Sie können grundlegende Fragestellungen unter Verwendung angemessener Methoden selbstständig lösen. Sie können anwendungsorientierte Übungsaufgaben im Kontext des SCM strukturiert lösen und dabei vermitteltes Wissen anwenden. 										
<p>Kommunikation und Kooperation:</p> <ul style="list-style-type: none"> Sie können Ergebnisse und Handlungsempfehlungen präsentieren und argumentativ vertreten. 										
<p>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:</p> <ul style="list-style-type: none"> Sie können Ergebnisse kritisch hinterfragen. Sie können die Grenzen des erworbenen Wissens und der erworbenen Kompetenzen einschätzen. 										
3 Inhalte										
<ul style="list-style-type: none"> Grundlagen des SCM: Grundbegriffe, Ziele und Bedeutung des SCM, Treiber, Erfolgsfaktoren und Herausforderungen, Prozessorientierung, Einbettung ins Unternehmen, Güter Ebenen des SCM: Nachfrageunsicherheit, Produktklassifikation, Strategic-Fit Logistik: Grundbegriffe, Ziele und Entwicklung, Logistiksystem, Kernprozesse, Logistikeffizienz, Akteure, Beschaffungs-, Produktions- und Distributionslogistik Beschaffung: Grundbegriffe, Ziele und Entwicklung, Einkaufsprozess, Materialportfolio, Bedarfsanalyse und -ermittlung, Make-or-Buy-Entscheidungen, Lieferantenmanagement, Versorgungsmanagement Produktion: Grundbegriffe und Ziele, Klassifikation der Güterproduktion, Organisationstypen der Fertigung, Beziehung zum Absatzmarkt, Entscheidungsebenen des Produktionsmanagements, Produktionsplanung und -steuerung (MRP II) 										

	<ul style="list-style-type: none">• Ausgewählte Konzepte des SCM: Versorgungskonzepte und datenbasierte Ansätze
4	Lehrformen Seminaristischer Veranstaltung, d. h. präsentationsfolienunterstützte dialogorientierte Vorlesung mit Übungen (Methodeneinübung, Wissensrekapitulation) und praktischen Beispielen wie Mini-Fallstudien und mündlicher Diskussion.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur (100 %.), 60 Min.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Moduls erreicht werden.
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote 2,42 % = (5/165) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Jan Cirullies Prof. Dr. Anne Meinke Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im Studienportal der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Chopra, S., Meindl, P.: Supply Chain Management - Strategie, Planung und Umsetzung, 5. Auflage, Pearson, 2014 Furmans, K.; Henke, M.; Tempelmeier, H.; ten Hompel, M.; Schmidt T. (Hrsg.): Handbuch Logistik, 4. Auflage, Springer-Verlag, 2019 Hohmann, S.: Logistik- und Supply Chain Management - Grundlagen, Theorien und quantitative Aufgaben, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, Wiesbaden, 2022 Kummer, S.; Grün, O.; Jammerlegg, W. (Hrsg.): Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik, 4. Auflage, Pearson, Hallbergmoos, 2018 Pfohl, H.-C.: Logistiksysteme, 9. Auflage, Springer Vieweg, Berlin, Heidelberg, 2018. Werner, H.: Supply Chain Management, Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling, 7. Auflage, Springer Fachmedien, 2020

Nummer							
902040		Marketing					
Sprache deutsch	Dauer ein Semester	Studiensemester 1	Häufigkeit des Angebots Findet in jedem Semester statt	Art des Moduls Pflichtfach	ECTS 5		
1	Veranstaltungen		seminaristische Veranstaltung	Veranstaltungsart	geplante Gruppen- größe 60	Workload Kontakt- zeit 60 h Selbst- studium 90 h	SWS 4
	- Marketing						
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage: Wissen und Verstehen: <ul style="list-style-type: none"> Grundbegriffe des Marketing zu definieren. die theoretischen Grundlagen des Marketing zu verstehen und diese für die Erklärung des Verhaltens von Konsumenten, Unternehmen und Wettbewerbern anzuwenden. die Grundlagen von Marktforschungsprozessen und ihre Bedeutung für zielführende Marketingentscheidungen zu erläutern. konzeptionelle Ansätze, Modelle und Instrumente des strategischen und operativen Marketing zu erläutern. Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen: <ul style="list-style-type: none"> Vor- und Nachteile verschiedener Methoden, Modelle und Instrumente des Marketing zu bewerten und zu vergleichen. die Instrumente des Marketing-Mix auf eine reale oder fiktive Unternehmenssituation anzuwenden. analytische Methoden des Marketing in realen oder fiktiven Praxisfällen anzuwenden. themenbezogene Daten des Marketings auszuwerten, zu interpretieren und daraus zielgruppenspezifische Erkenntnisse zu gewinnen. Kommunikation und Kooperation: <ul style="list-style-type: none"> ihre Fragestellungen, Vorgehensweisen und Ergebnisse in Form von Präsentationen gegenüber Expert:innen und Laien zu kommunizieren. ihre Ansätze und Lösungsvorschläge unter Expert:innen zu diskutieren. Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität: <ul style="list-style-type: none"> die Richtigkeit fachlicher und praktischer Aussagen des Marketing subjektiv zu reflektieren. selbstständig wissenschaftliche und praxisbezogene Aufgabenstellungen im Bereich des Marketing zu bearbeiten. die eigenen fachlichen Grenzen zu benennen und an geeignete Stellen zu verweisen. 						
3	Inhalte Die Veranstaltung gibt einen umfassenden und anwendungsorientierten Überblick über die Instrumente, Methoden und Konzepte des Marketing. Konkret werden die folgenden Themenschwerpunkte abgedeckt: <ul style="list-style-type: none"> Grundlagen des Marketing: Begrifflichkeiten, Bedeutung, Trends Theoretische Perspektive: Kenntnis über zentrale Konstrukte des Konsumentenverhaltens, Wissen über Prozesse der Informationsaufnahme, -verarbeitung und -speicherung Informationsbezogene Perspektive: Überblick über Relevanz der Marktforschung, Kenntnis über Funktionen und Grundbegriffe der Marktforschung, Detailwissen über die einzelnen Schritte des Marktforschungsprozesses 						

	<ul style="list-style-type: none">• Strategische Perspektive: Verständnis über Relevanz strategischer Kenntnisse, Überblick über Begriff und Merkmale von Marketingstrategien, Kenntnis über den Prozess der Strategieentwicklung im Marketing, mit Fokus auf der Analyse der strategischen Ausgangssituation• Instrumentelle Perspektive: Überblick über die Grundlagen und zentralen Entscheidungsfelder innerhalb des Marketing-Mix:• Produktpolitik: Produkttypologien, Innovationsprozess, Produktgestaltung und Markenmanagement• Preispolitik: Relevanz der Preispolitik und Verfahren der Preisbildung• Vertriebspolitik: vertikale Absatzentscheidungen und Gestaltungsoptionen der horizontalen Absatzkanalstruktur• Kommunikationspolitik: Wesentliche Ziele der Kommunikation, Prozess der Planung, Umsetzung und Kontrolle von Kommunikationsmaßnahmen, Auswahl digitaler Kommunikationsinstrumente
4	Lehrformen Seminaristische Vorlesung mit Skript, Übungen (verständnisorientierte Wiederholung, Vertiefung und interdisziplinäre Vernetzung des Lehrstoffes), Mini-Fallstudien (anwendungsorientierte Analyse aktueller Marketingkonzepte mittels multimedialer Recherchen seitens Studierender), mdl. sowie schriftl. Präsentation/Diskussion von Übungen und Fallstudien
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur (100 %), 60 Min.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Moduls erreicht werden.
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote 2,42 % = (5/165) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Lena Klimke Prof. Dr. Fabian Kubik Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Bruhn, M. (2019). Marketing: Grundlagen für Studium und Praxis (14. Aufl. 2019). Springer Fachmedien Wiesbaden. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital Marketing. (7th ed.). Pearson International. Esch, F.-R., Herrmann, A., & Sattler, H. (2017). Marketing: eine managementorientierte Einführung (5., überarbeitete Auflage). Verlag Franz Vahlen. Homburg, C. (2017). Marketingmanagement: Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung (6. Aufl. 2017). Springer Fachmedien Wiesbaden.

- Homburg, C. (2020). Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung (6th ed. 2020). Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Kumar, V., & Reinartz, W. (2018). Customer Relationship Management. Springer Berlin Heidelberg.
- Meffert, H., Burmann, C., Kirchgeorg, M., & Eisenbeiß, M. (2019). Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung Konzepte - Instrumente - Praxisbeispiele (13., überarbeitete und erweiterte Auflage). Springer Gabler.
- Schneider, H., & Backhaus, K. (2009). Strategisches Marketing (2nd ed.). Schäffer-Poeschel.
- Simon, H., & Faßnacht, M. (2016). Preismanagement: Strategie - Analyse - Entscheidung - Umsetzung (4., vollst. neubearb. Aufl. 2016). Springer Fachmedien Wiesbaden.

Nummer								
902050		Managementprojekte						
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS			
deutsch	ein Semester	4	Findet in jedem Semester statt	Pflichtfach	6			
1	Veranstaltungen		seminaristische Veranstaltung	Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße 5	SWS 4		
	Managementprojekte			Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 120 h			
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen							
<p>Wissen und Verstehen: Die Studierenden sind in der Lage, ihr bestehendes Wissen in den Gebieten Jahresabschluss, Human Resource Management und Marketing im Rahmen eines selbst gewählten innovativen Unternehmensgründungsprojektes praxisorientiert anzuwenden, zu transferieren und zu vertiefen. Sie können erlernte betriebswirtschaftliche Einzelfunktionen in einen theoretischen und praxisbezogenen Zusammenhang integrieren und in Bezug auf eine zu realisierende Geschäftsidee zu einem kohärenten Unternehmensgesamtplan zusammenfügen.</p> <p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen: Im Rahmen einer fiktiven Unternehmensgründung entwickeln die Studierenden in Gruppen eine eigenständige Geschäftsidee - z. B. eine Produkt- oder Prozessinnovation. Ergänzend zu den Rahmeninformationen im zugrunde gelegten Projekthandbuch und durch begleitende Fachexpert*innen sind die Studierenden - allein und im Team - in der Lage, über eigenständige Recherche-, Informations- und Lernprozesse die für ihr Projekt relevanten Informationen zusammenzutragen, zu beurteilen, zu systematisieren und auszuwerten. Die Studierenden können die gewählte Geschäftsidee zusammenhängend in den betriebswirtschaftlichen Bereichen Jahresabschluss, Human Resource Management und Marketing aufbauen, beurteilen, begründen, verschriftlichen und werbend präsentieren.</p> <p>Kommunikation und Kooperation: Die Studierenden können auch in heterogen zusammengestellten Kleingruppen und unter zeitlichen Restriktionen stärkenorientiert miteinander arbeiten. Sie leiten anhand der jeweiligen individuellen Kompetenzen an, nehmen zielorientiert Einfluss auf die fachliche Entwicklung anderer und übernehmen Verantwortung im Team. Die Studierenden wenden - mit Unterstützung von Coaches und Tutor*innen als Instrumente der Handlungsreflexion - situationsbezogen verschiedene soziale Kompetenzen an, um das Arbeiten im Projekt auch auf der Beziehungsebene gut zu organisieren und zu steuern. Sie sind in der Lage, vorausschauend mit Problemen im Team umzugehen und sie - bei Bedarf mit Unterstützung - konstruktiv zu lösen.</p> <p>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität: Die Studierenden sind in der Lage, inhaltliche Gestaltungs- und Entscheidungsfreiheiten unter Anleitung zu nutzen und eine unternehmerische Haltung einzunehmen. Sie können betriebswirtschaftliche Entscheidungsprozesse durch die Herstellung einer Verbindung von unterschiedlichen Fachdisziplinen begründet treffen und argumentativ überzeugend vertreten. Die Studierenden können ihre eigenen Fähigkeiten in Bezug auf die Führung im Team einschätzen und reflektieren.</p>								
3	Inhalte							
<p><u>Angewandte Projektarbeit:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Projekt-Kick-Off 								

	<ul style="list-style-type: none">• Teambasierte Konzeption einer innovativen, aber realistischen Unternehmensgründungsidee je Gruppe mit Begleitung durch Tutor*innen und Coaches (vgl. Lehrformen),• Erstellung eines ca. 17 Seiten umfassenden Abschlussberichts (excl. Anhang) mit den Schwerpunkten Jahresabschluss, Human Resource Management und Marketing in einem vorgegebenen Zeitrahmen (9 Wochen),• Dokumentation und Reflexion des internen und externen Kommunikationsprozesses der Projektarbeit durch Begleitung in Tutor*innen- und Coachgesprächen mit Hilfe von Agenden und Protokollen,• Präsentation der Geschäftsidee und zentraler Bestandteile des Businessplans im Rahmen eines Gruppenvideos (Pitch der Geschäftsidee - maximal 3 Minuten).
4	Lehrformen <ul style="list-style-type: none">• Projekt-Kick-Off zur Vorstellung des Projektrahmens, der Erwartungen und Gruppenbildung• Coaching der projektbezogenen Teamprozesse,• ergänzende inhaltliche Beratung durch Fachexpert*innen,• Unterstützung der Teamentwicklung durch Coaches und Tutor*innen,• Selbststudium Projekthandbuch und weiterer projektspezifischer Quellen• organisatorische Koordination über die ILIAS-Lernplattform
5	Teilnahmevoraussetzungen <p>Formal: Mindestens 60 ECTS. Modul 2 „Organisation und Personal“, Modul 4 „Marketing“, Modul 7 „Rechnungswesen“ und Modul 21 „Wissenschaftliches Arbeiten: Methoden & Analysetools“ müssen bestanden sein. Anwesenheitspflicht (regelmäßige Teilnahme gem. § 21 Abs. 2 RahmenPO). Details der Voraussetzungen siehe Prüfungsordnung.</p> <p>Erläuterung zum Teilnahmenachweis: Für die Zulassung zur Modulprüfung wird ein Teilnahmenachweis vorausgesetzt. Dieser Nachweis wird durch einen elektronisch abzulegenden Test erbracht, der vor dem Kick-Off-Termin stattfindet.</p> <p>Die Teilnahmevoraussetzungen sind didaktisch-inhaltlich begründet, da die Idee von Modul 5 eine praktisch-interdisziplinäre Anwendung der Themenfelder aus Modul 2 „Organisation und Personal“, Modul 4 „Marketing“, Modul 7 „Rechnungswesen“ und Modul 21 „Wissenschaftliches Arbeiten: Methoden & Analysetools“ umfasst.</p> <p>Der Teilnahmenachweis ist sehr niederschwellig angelegt. Er beinhaltet lediglich das Durchlesen und Verstehen des Modulhandbuchs für die Veranstaltung. Mit dem geforderten Teilnahmenachweis wird sichergestellt, dass alle Studierenden den Ablauf der Veranstaltung und die zu erbringenden Leistungsbestandteile verstanden haben. Der Teilnahmenachweis dient somit als Grundlage zur Gewährleistung der individuellen und gruppenbezogenen Arbeitsfähigkeit.</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	Prüfungsformen <ul style="list-style-type: none">• Bewertung der drei fachbezogenen Projektteile Jahresabschluss, Human Resource Management und Marketing im Abschlussbericht (jeweils 18%),• Bewertung Gruppenprozess und Business Communication (jeweils 18%),• Bewertung Präsentationsvideo (10%) <p>Die Lehrveranstaltungsanmeldung ist gleichzeitig die Prüfungsanmeldung.</p>
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten <p>Erfolgreicher Abschluss der Managementprojekte in der jeweiligen Kleingruppe (vgl. Prüfungsformen), Anwesenheitspflicht (regelmäßige Teilnahme gem. § 21 Abs. 2 RahmenPO).</p>
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) <p>-</p>
9	Stellenwert der Note für die Endnote <p>$2,91\% = (6/165) \times 0,8$</p>

10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Sabine Kiunke Prof. Dr. Claus Vormann Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im Studienportal der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Projekthandbuch Managementprojekte (internes Dokument)

Nummer						
902060		Unternehmensführung und Simulation				
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots		Art des Moduls	ECTS
deutsch	zwei Semester	3. - 4. Semester	Findet in jedem Semester statt		Pflichtfach	5
1	Veranstaltungen		seminaristische Veranstaltung	geplante Gruppengröße 60	Workload	SWS 4
	<ul style="list-style-type: none"> - Strategisches Management - Unternehmensplanspiel "Advanced" 				Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 90 h
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <p>a. Strategisches Management</p> <p>Wissen und Verstehen:</p> <p>Die Studierenden verfügen über Grundlagenwissen im Strategischen Management und den Prozess der Strategieentwicklung mit den Phasen der Zielbildung- und formulierung, Strategischen Analyse (bestehend aus Umwelt- und Unternehmensanalyse) mit dem Ergebnis der SWOT-Analyse und die daraus folgende Strategieableitung und -wahl, Strategieimplementierung sowie Strategischen Kontrolle.</p> <p>Damit sind sie befähigt, die in ihrer Arbeitswelt auftretenden Herausforderungen sowie grundlegenden Managementfragestellungen in Unternehmen ganzheitlich zu verstehen und mit methodischer Herangehensweise zu bearbeiten. Die Studierenden verfügen über ein grundlegendes konzeptionelles Verständnis des Strategischen Managements und seiner wesentlichen Managementinstrumente. Sie sind in der Lage, die Wirkungszusammenhänge von Märkten und Unternehmen zu erkennen und daraus Maßnahmen zur Sicherung des langfristigen Unternehmenserfolges (Strategien) abzuleiten. Die Studierenden können die unterschiedlichen Ebenen von Strategien darlegen und mit Blick auf die Praxis erkennen sowie Entscheidungsprozesse zur Strategiefindung in Unternehmen ableiten.</p> <p>Die Studierenden verstehen die Komplexität sich ändernder Märkte (VUCA), erkennen die sich für Unternehmen daraus resultierenden Gelegenheiten und Bedrohungen und leiten Handlungsstrategien für die Unternehmen aus den unternehmenseigenen Stärken und Schwächen ab.</p> <p>Die Studierenden besitzen auf dem gesicherten Stand von Lehre und Forschung ihres Fachgebiets folgendes Fachwissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie weisen ein breites Basiswissen in den Bereichen Management basierend auf vorab vermittelten wirtschaftswissenschaftlichen Lehrveranstaltungen und im Strategischen Management auf. • Sie kennen die Grundlagen und Gesetzmäßigkeiten im Strategischen Management (die Prinzipien guter Unternehmensführung) sowie deren Methoden und Werkzeuge betriebswirtschaftlicher Arbeits- und Vorgehensweisen eines Managements. • Sie können wissenschaftliche Sachverhalte (Modelle, Methoden, Literatur, betriebswirtschaftliche Strukturen und Prozesse) in Unternehmen identifizieren, abstrahieren und strukturieren. • Sie weisen ein breites Basiswissen über die wesentlichen, betriebswirtschaftlichen, volkswirtschaftlichen und managementbezogenen Grundlagen, Theorien und Methoden mit exemplarischen Vertiefungen auf. Sie können diese erklären und in unternehmensbezogene Kontexte einordnen. • Sie kennen die wesentlichen Aufgaben der betrieblichen Funktionen / Wertschöpfungsbereiche und verstehen die managementbezogenen Prozesse sowie deren Wechselwirkungen und können diese für das unternehmerische Handeln einordnen. <p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage,</p>					

- betriebswirtschaftliche, volkswirtschaftliche und managementbezogene Grundlagen, Theorien, Methoden und Werkzeuge für unternehmensbezogene Fragestellungen zu nutzen,
- betriebswirtschaftliche, volkswirtschaftliche und managementbezogene Problemstellungen im unternehmensbezogenen Kontext auszuwerten, zu differenzieren und zu kategorisieren,
- Zusammenhänge und Wechselwirkungen in komplexen wirtschaftlich-technischen und sozialen Anwendungsfeldern zu interpretieren und zu analysieren,
- Strategien für ausgewählte Unternehmen in ihrem Marktumfeld zu entwickeln,
- Handlungsalternativen zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit im Allgemeinen und bezogen auf Fallbeispiele aufzuzeigen und argumentativ zu vertreten,
- Wertschöpfungsstrukturen und -prozesse zu verstehen und kritisch zu hinterfragen,
- betriebswirtschaftliche Instrumente und Techniken anzuwenden, um Unternehmensgesamt- und Geschäftsbereichsstrategien zu entwickeln, zu formulieren und umzusetzen.
- moderne Informationstechnologien effektiv einzusetzen.

Kommunikation und Kooperation:

Die Studierenden

- sind vertraut mit mündlichen und schriftlichen Kommunikationstechniken und können diese in kleineren Fallstudien am Beispiel ausgewählter Unternehmen anwenden,
- können sich auf Basis ihres Vorwissens logisch und rational in mündlicher und schriftlicher Form artikulieren sowie über Inhalte und Probleme zum Strategischen Management in Fachkreisen grundlegend kommunizieren (Kommunikationskompetenz),
- können Strategien von Unternehmen zumindest ansatzweise erkennen, kritisch hinterfragen und Ansätze zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen in spezifischen Situationen geben.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:

Die Lehrveranstaltung sensibilisiert Studierende dafür, Führungsaufgaben übernehmen zu können und unternehmerische Entscheidungen auf Basis einer ethisch reflektierten Grundhaltung, Selbstkompetenz und Professionalität durchzusetzen, um verantwortungsvoll im Unternehmen zu handeln.

Die Studierenden

- reflektieren die eigene Fachkompetenz mit Hilfe von Übungsaufgaben kritisch in Bezug auf die Vielfalt der Managementansätze unter ökonomischen und unternehmensexistischen Aspekten,
- erwerben erstes Grundlagenwissen, um unter Zuhilfenahme von geeigneten Informationsquellen (z. B. Fachliteratur, Online-Recherche in Experten-Portalen), selbstständig weitere Kenntnisse, Fähigkeiten und Denkweisen auszubauen und diese zur Lösung von Entscheidungsproblemen in der Steuerung eines Unternehmens einzusetzen,
- begründen ihr berufliches Handeln auf einem fundierten theoretischen und methodischen Wissen in den Kernbereichen des Strategischen Managements,
- bauen ihre fachlichen Erkenntnisse an Zielorientierung, Interdisziplinarität und an einem ausgesprochenen Bewusstsein zur Problemlösung auf,
- berücksichtigen bei ihren Entscheidungen Prinzipien und Werte einer Wirtschafts- und Unternehmensexistik,
- können wirtschaftliche, politische und soziale Rahmenbedingungen der Wirtschaft verstehen und beurteilen (Beurteilungskompetenz),
- können sich durch einen ausreichenden Praxisbezug des Strategischen Managements unmittelbar in Unternehmensprojekte integrieren und mit Partnern auf unterschiedlichen Ebenen zusammenarbeiten (soziale Kompetenz),
- können selbstständig lernen und sich selbstständig weiterbilden (Kompetenz zum selbstständigen, lebenslangen Lernen).

b. Unternehmensplanspiel Advanced

Wissen und Verstehen:

Im Mittelpunkt steht die Anwendung des bisher erworbenen betriebswirtschaftlichen Know-hows auf konkrete betriebliche Fragestellungen sowie die Aufbereitung externer und interner Informationen für unternehmerische Entscheidungen. Die Studierenden müssen im Rahmen eines Unternehmensplanspiels in der Funktion als Unternehmensvorstand für ihre Entscheidungen operativer und strategischer Art sowie die daraus resultierenden Geschäftsergebnisse ihres Unternehmens Rechenschaft ablegen.

Hierfür ist es notwendig, auch unter Zeitdruck, optimal mit Informationen und den anzuwendenden Managementinstrumenten im Sinne einer möglichst optimalen Entscheidungsfindung umzugehen.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:

Die Studierenden erwerben Kompetenzen:

- im Hinblick auf das Wesentliche und Ganze bei der Führung eines Unternehmens,
- bei der Festlegung von Zielen und Strategien sowie ihrer Umsetzung in einem ökonomisch-ökologischen Umfeld,
- im Umgang mit komplexen Entscheidungssituationen unter Unsicherheit, indem sie im Team eigenverantwortlich eine Vielzahl an operativen und strategischen Entscheidungen zu treffen haben,
- bei der Umsetzung betriebswirtschaftlichen Zahlenmaterials auf Basis von Plan-Ist-Abweichungsanalysen in praxisbezogene Erkenntnisse (z. B. in Form von Ursachen für Nicht-Zielerreichungen und Ableitungen von Verbesserungsvorschlägen),
- im Einsatz von Instrumenten der Kosten- und Erfolgsrechnung und der Produkt-kalkulation,
- in der Anwendung der Grundlagen des Marketings (Marketing-Mix) und
- im funktionsübergreifenden Denken und Handeln innerhalb eines Unternehmens.

Kommunikation und Kooperation:

Das Unternehmensplanspiel fördert die Teamarbeit in einer Gruppe. Trainiert werden

- das Erarbeiten und Kommunizieren von betriebswirtschaftlichen Entscheidungen im Team mit max. fünf Studierenden in einer Gruppe, die das Vorstandsgremium eines Unternehmens bildet, wobei sowohl ein kooperativer Umgang innerhalb einer Gruppe als auch ein konkurrierender Umgang zu anderen Gruppen (Vorstandsgremien konkurrierender Unternehmen) erlebt werden (Konsens vs. Konflikt),
- das arbeitsteilige Abstimmen und Aufteilen von Entscheidungsprozessen,
- die Durchführung von Plan-Ist-Abweichungsanalysen und Darlegung der Ergebnisse im Plenum bzw. vor dem Aufsichtsratsvorsitzenden (Hochschullehrenden),
- das Kooperieren und die Kommunikation in heterogenen Gruppen im Allgemeinen und unter Zeitdruck,
- das Referieren betriebswirtschaftlicher Ergebnisse, insbesondere auch in erfolgskritischen Situationen und Darlegungen von Verbesserungsoptionen und Sanierungsmaßnahmen.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:

Die Studierenden

- können mit einem komplexen Arbeitskontext selbstständig umgehen, diese fachlich fundiert im Team diskutieren und letztendlich nachhaltig gestalten, indem sie komplexe fachbezogene Probleme und Lösungen gegenüber ihren Gruppenmitgliedern und dem Seminarleiter argumentativ vertreten,
- können operative Herausforderungen eines Unternehmens mit Bezug zu sozialen Werten reflektieren.
- haben die Fähigkeit, das Wechselspiel zwischen wirtschaftlichen Regulierungen, institutionellen Rahmenbedingungen und des strategischen Profils eines Unternehmens zu verstehen und eine eigene Meinung abzuleiten.
- streben gemeinsam im Team danach, das von ihnen zu führende Unternehmen über mehrere Geschäftsjahre wettbewerbsfähiger auszurichten, und zwar unter Beachtung spezifischer und sich stark verändernden Rahmenbedingungen der Unternehmensumwelt.

3 Inhalte

Das Modul besteht aus zwei Teilmodulen. Das Teilmodul Strategisches Management wird als seminaristische Vorlesung, das Teilmodul Unternehmensplanspiel Advanced als seminaristische Veranstaltung mit bedeutenden Gruppenarbeitsbestandteilen angeboten.

Im Teilmodul Unternehmensplanspiel Advanced arbeiten die Studierenden in Gruppen und Führen eigenständig und eigenverantwortlich ein Unternehmen des Kopiergerätemarktes.

Für das Teilmodul des Unternehmensplanspiels besteht grundsätzlich Anwesenheitspflicht.

a. Strategisches Management

Die Lehrveranstaltung verfolgt das Ziel, praxisbezogen die Sachverhalte zu grundlegenden Fragestellungen des Strategischen Managements wiederzugeben. Im Mittelpunkt der Veranstaltung steht die Betrachtung des Strategieentwicklungsprozesses in seinen fünf unterscheidbaren Phasen. Hierzu gehören:

- die Phase der Zielbildung und -planung, in der, aufbauend auf der Unternehmensphilosophie und -politik, strategische Zielsetzungen entwickelt werden,
- die Phase der strategischen Analyse, in der Unternehmens- und Umweltanalyse sowie Prognose und Frühaufklärung thematisiert werden,
- die Phase der Strategieformulierung, in der die Formulierung, Bewertung und Auswahl von Strategien erfolgt und
- die Phase der Strategieimplementierung, in der die Realisierung der in der Phase der Strategieformulierung ausgewählten Strategie geplant und anschließend Maßnahmen zu deren Implementierung festgesetzt werden sowie
- die Phase der strategischen Kontrolle mit den Teilschritten Prämissen-, Durchführungskontrolle und strategische Überwachung, die den Prozess des Strategischen Managements abschließt.

Hierbei wird nicht nur eine Einführung in das methodische Rüstzeug zum Strategischen Management gegeben, sondern auch ein Eindruck von der Vielfältigkeit, der Aktualität, den Problemen und Grenzen vermittelt. Es werden die wichtigsten Entwicklungslinien und Herausforderungen eines Strategischen Managements dargelegt. Die Lehrveranstaltung ist dementsprechend mit Beispielen aus der Unternehmenspraxis, kleineren Fallbeispielen und anderen aktuellen Bezügen angereichert. Um den Lernprozess zu erleichtern, finden sich in den begleitenden Lehrmaterialien Übungen, Diskussionsfragen sowie Literaturhinweise für ein vertiefendes Literaturstudium.

b. Unternehmensplanspiel Advanced

Die Studierenden finden sich in Teams von zwei bis maximal fünf Studierenden zusammen und bilden den Vorstand eines börsennotierten Unternehmens der Kopiergeräte-Branche. Über mehrere Geschäftsjahre führen die einzelnen Vorstand-Teams ihr jeweiliges Unternehmen und müssen sich mit mehr oder weniger stark verändernden Rahmenbedingungen des Marktes beschäftigen. Die Teams haben jedes (fiktive) Geschäftsjahr zahlreiche typische unternehmerische Entscheidungen zu treffen und stehen dabei im Wettbewerb zu anderen Unternehmen bzw. Vorstand-Teams. Daran schließen sich die Plan-Ist-Abweichungsanalysen mit den zu erarbeitenden Optimierungsvorschlägen an.

4 Lehrformen

a. Strategisches Management

Seminaristische Vorlesung mit zahlreichen Fall- und Übungsbeispielen in Interaktion mit den Studierenden

b. Unternehmensplanspiel Advanced

Unternehmensplanspiel als interaktive Lehr- und Lernmethode mit integrierten qualitativen und quantitativen Aufgabenstellungen, die in Einzel- und Gruppenarbeiten zu lösen sind.

Unternehmensplanspiele simulieren abstrahiert, aber dennoch realitätsnah, Gesamtabläufe und Zielkonflikte in einem Unternehmen. Als interaktive Lehr- und Lernmethode ermöglichen Unternehmensplanspiele schnelles, risikoloses und nachhaltiges Sammeln von praxisbezogenen Erfahrungen nach der Maxime „Learning business by doing business“.

5 Teilnahmevoraussetzungen

a. Strategisches Management

Formal: Modul 1 „Einführung in die Wirtschaftswissenschaften“, Modul 2 „Organisation und Personal“, Modul 3 „Supply Chain Management“, Modul 4 „Marketing“ und Modul 7 „Rechnungswesen“ bestanden

Inhaltlich: keine

b. Unternehmensplanspiel Advanced

	<p>Formal: Modul 1 „Einführung in die Wirtschaftswissenschaften“, Modul 2 „Organisation und Personal“, Modul 3 „Supply Chain Management“, Modul 4 „Marketing“, Modul 7 „Rechnungswesen“ und Modul 8 „Investition und Finanzierung“ müssen bestanden sein.</p> <p>Anwesenheitspflicht (regelmäßige Teilnahme gem. § 21 Abs. 2 RahmenPO). Details der Voraussetzungen siehe Prüfungsordnung.</p> <p>Es besteht grundsätzlich Anwesenheitspflicht während der Lehrveranstaltungen und die Pflicht zur aktiven Mitarbeit in den Teams.</p> <p>Evtl. Ausnahmen werden zu Beginn der LV und in Abhängigkeit der Zeitplanung der einzelnen LV-Termine bekannt gegeben. Die Lernziele der jeweiligen Lehrveranstaltung können nur durch regelmäßige Teilnahme erreicht werden.</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>a. Strategisches Management (3. Semester)</p> <p>Schriftliche Prüfung (100 %), Zeitumfang in Abhängigkeit von den Prüfungsaufgaben zwischen 45 und 60 Minuten.</p> <p>Mit der schriftlichen Prüfung wird überprüft, inwieweit die Studierenden grundlegende Konzepte und Managementinstrumente im Strategischen Management verstehen und komprimiert wiedergeben können sowie anwendungsbezogen Lösungen zu konkreten Unternehmensbeispielen (Transferleistung) auch unter zeitlichem Druck präzise aufzeigen können.</p> <p>b. Unternehmensplanspiel Advanced (4. Semester)</p> <p>Die Modulteilprüfung besteht aus bis zu drei Prüfungsteilen:</p> <ul style="list-style-type: none">• 0-15%: Eingangstest zu Beginn bzw. vor dem Start der Lehrveranstaltung (10-15 Minuten)• 40-45%: aktive Unternehmensplanspielteilnahme (Anwesenheitspflicht)• 40-50%: Abschlusstest zum bzw. am Ende der Lehrveranstaltung (30-40 Minuten) <p>Die Anzahl der Prüfungsteile und die genaue Gewichtung der einzelnen Teile werden zu Beginn der LV bekannt gegeben.</p> <p>Die Lehrveranstaltungsanmeldung ist gleichzeitig die Prüfungsanmeldung.</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>a. Strategisches Management (3. Semester)</p> <p>Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Teilmoduls erreicht werden.</p> <p>b. Unternehmensplanspiel Advanced (4. Semester)</p> <p>Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Teilmoduls erreicht werden. Anwesenheitspflicht (regelmäßige Teilnahme gem. § 21 Abs. 2 RahmenPO).</p>
8	<p>Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>a. Strategisches Management</p> <p>Vorgelagerte Module: Einführung in die Wirtschaftswissenschaften, Organisation und Personal, Marketing nachgelagerte Module: WPM Unternehmensführung/Strategisches Management, WPM Entrepreneurship – Startup Management</p> <p>b. Unternehmensplanspiel Advanced (4. Semester)</p> <p>Vorgelagerte Module: Einführung in die Wirtschaftswissenschaften, Organisation und Personal, Marketing, Rechnungswesen, Investition und Finanzierung nachgelagerte Module: WPM Unternehmensführung/Strategisches Management, WPM Entrepreneurship – Startup Management</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>$2,42 \% = (5/165) \times 0,8$</p>

10	<p>Modulbeauftragte/r</p> <p>Prof. Dr. Johannes Hofnagel Prof. Dr. Sabine Quarg</p> <p>Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im Studienportal der Fachhochschule Dortmund</p>
11	<p>Literatur</p> <p>a. Strategisches Management</p> <p>Jung / Heinzen / Quarg: Allgemeine Managementlehre. Lehrbuch für die angewandte Unternehmens- und Personalführung. 7. Aufl., Berlin 2018, (insb. Kap. C.I, C.II, C.IV.1)</p> <p>Bea / Haas: Strategisches Management. 10. Aufl., Konstanz, München 2019</p> <p>Welge / Al-Laham / Eulerich: Strategisches Management. Grundlagen – Prozess – Implementierung. 7. Auflage, Wiesbaden 2017</p> <p>b. Unternehmensplanspiel Advanced</p> <p>Teilnehmerhandbuch zum online Unternehmensplanspiel TOPSIM Mastering Business Operations in der jeweiligen aktuellen Spielversion, Tübingen</p>

Nummer						
902070		Rechnungswesen				
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots		Art des Moduls	ECTS
deutsch	zwei Semester	1. - 2. Semester	Findet in jedem Semester statt		Pflichtfach	10
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße 60	Workload	
					Kontaktzeit 150 h	Selbststudium 150 h
-	Buchhaltung		seminaristische Veranstaltung			2
-	Jahresabschluss I		seminaristische Veranstaltung			2
-	Kosten, Erlös- und Ergebnisrechnung I		seminaristische Veranstaltung			2
-	Jahresabschluss II		seminaristische Veranstaltung			2
-	Kosten, Erlös- und Ergebnisrechnung II		seminaristische Veranstaltung			2
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen					
	a. Buchhaltung					
	Die Studierenden sind in der Lage ...					
	Wissen und Verstehen:					
	<ul style="list-style-type: none"> die wesentlichen Merkmale von internem und externem Rechnungswesen gegenüberzustellen. die rechtlichen Pflichten für die Buchführung in Unternehmen zu verstehen. die wesentlichen Auswirkungen von regelmäßig auftretenden Geschäftsvorfällen auf die Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung zu bestimmen. die Erfolgswirksamkeit/Erfolgsneutralität von Geschäftsvorfällen innerhalb der Buchhaltung für eine bessere betriebswirtschaftliche Analyse zu verstehen. die Bedeutung der Buchhaltung als Grundlage für die darauf aufbauenden Systeme des Rechnungswesens und der Steuerbilanz. 					
	Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:					
	<ul style="list-style-type: none"> grundlegenden Techniken der doppelten Buchführung anzuwenden. regelmäßig auftretenden Geschäftsvorfälle im Grund- und Hauptbuch buchen. Jahresabschlussbuchungen vorzunehmen. 					
	Kommunikation und Kooperation:					
	<ul style="list-style-type: none"> unter Nutzung von Fachbegriffen zu argumentieren. in Partner- und Gruppenarbeit kooperativ sachbezogene Ergebnisse zu entwickeln. Ergebnisse auch Fachfremden auf einem passenden Niveau zu kommunizieren. 					
	Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:					
	<ul style="list-style-type: none"> Vorlesungsinhalte mit Literaturempfehlungen eigenverantwortlich nachzubereiten. Lösungsansätze für nicht bekannte Geschäftsvorfälle zu recherchieren (Suche, Auswahl und kritische Reflexion). 					
	b. Jahresabschluss					
	Wissen und Verstehen:					
	Nach der erfolgreichen Teilnahme an den Veranstaltungen Jahresabschluss I und II wissen die Studierenden, auf welchen Normen der Jahresabschluss eines rechtlich selbständigen Unternehmens in					

Deutschland beruht. Die Studierenden kennen die Ziele des handelsrechtlichen Jahresabschlusses und seine Verbindung mit der Steuerbilanz. Die Studierenden verstehen den Zusammenhang zwischen den Zielen des handelsrechtlichen Jahresabschlusses und den Grundsätzen ordnungsmäßiger Buchführung. Die Studierenden kennen die wesentlichen Vorschriften zum Ansatz und zur Bewertung von Vermögensgegenständen und Schulden einschließlich der Parallelen und Unterschiede zur Steuerbilanz, sowie zum Aufbau der Bilanz und der Gewinn- und Verlustrechnung einer Kapitalgesellschaft. Die Bedeutung des Jahresabschlusses und des Lageberichts für die Kommunikation eines Unternehmens mit seinen Stakeholdern ist den Studierenden bewusst.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:

Nach der erfolgreichen Teilnahme an den Veranstaltungen Jahresabschluss I und II sind die in der Lage,

- die gesetzlichen Vorschriften zum Jahresabschluss auf praxisnahe Beispiele und Geschäftsvorfälle anzuwenden,
- Teile des Anhangs, wie z. B. einen Anlagenspiegel, zu erstellen,
- einen Jahresabschluss zu analysieren und hieraus Erkenntnisse über die wirtschaftliche Lage eines Unternehmens zu gewinnen.

Kommunikation und Kooperation:

Nach der erfolgreichen Teilnahme an den Veranstaltungen Jahresabschluss I und II können die Studierenden auf Basis von Fachbegriffen Fragestellungen bezüglich des Jahresabschlusses kommunizieren, diskutieren und in Zusammenarbeit mit anderen Studierenden lösen.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:

Nach der erfolgreichen Teilnahme an den Veranstaltungen Jahresabschluss I und II können die Studierenden mit Hilfe wissenschaftlicher Quellen und insbesondere der Kommentarliteratur Lösungen zu weitergehenden Fragestellungen zum Jahresabschluss erarbeiten.

c. Kosten-, Erlös- u. Ergebnisrechnung

Wissen und Verstehen:

Nach der erfolgreichen Teilnahme an der Veranstaltung bilden die Studierenden Werteflüssen innerhalb eines Unternehmens abrechnungsbezogen ab. Die Studierenden sind in der Lage, deren Auswirkungen auf die Kosten, die Erlöse und das Ergebnis eines Unternehmens zu bestimmen. Komplexe erfolgsbezogene Vorgänge werden von den Studierenden beschrieben. Die Studierenden erkennen die Zusammenhänge von Kostenarten, Kostenstellen und Kostenträger. Innerhalb dieser Teilbereiche beschreiben sie wesentliche Methoden sowie Instrumente und wenden diese in praxisorientierten Aufgaben an. Die Studierenden beschreiben die Charakteristika der verschiedenen Kostenrechnungssystem. Sie unterscheiden Voll- und Teilkostenrechnung. In konkreten Entscheidungssituationen wählen sie die richtige Methodik aus. Die Studierenden begründen die Eignung wesentlichen Instrumente für praxisrelevante Entscheidungssituationen und leiten Handlungsempfehlungen ab. Identifizierte Abweichungen werden von den Studierenden hinsichtlich ihrer Ursache analysiert.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:

Die Studierenden lösen abrechnungskostenrechnerische Aufgabenstellungen durch ein strukturiertes Vorgehen. Sie sind nach dem Besuch der Veranstaltung in der Lage, konkrete Rechnungen für wichtige betriebliche Anwendungssituationen in der Kostenrechnung, wie z. B. Abschreibungskosten, Zinskosten, innerbetriebliche Leistungsverrechnungen, Kalkulationssatzbildungen, Herstellkosten- und Selbstkostenkalkulationen, Periodenerfolgsrechnungen, durchzuführen und in den Rechnungselementen vorzunehmen und zu erläutern.

Sie sind in der Lage, konkrete Rechnungen für wesentliche betriebliche Anwendungssituationen in der Kostenrechnung, wie z. B., ein- und mehrstufige Deckungsbeitragsrechnungen, Break-Even-Analysen und Plankostenrechnungen durchzuführen und in den Rechnungselementen zu erläutern.

Kommunikation und Kooperation:

Die Studierenden kommunizieren mit den zutreffenden kostenrechnerischen Fachausdrücken der Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung mit anderen Beteiligten. In Partner- und Gruppenarbeit erläutern sie Konzepte anhand kleinerer, praxisnaher Fallbeispiele und präsentieren diese später im Plenum. Sie beschreiben strukturiert komplexe Entscheidungssituationen und entwickeln gemeinsam Lösungen.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:

Die Studierenden wenden erworbene Konzepte auch auf neue Problemstellungen an. Sie lösen auch komplexere Aufgaben der Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung eigenständig. Die Studierenden bereiten die Vorlesungsinhalte nach und erkennen dabei den Mehrwert eines rechtzeitigen, intensiven Literaturstudiums. Sie sind zur eigenständigen Literaturarbeit befähigt, die ihnen auch die Möglichkeit eröffnet, sich partiell neuartige Teilbereiche der Kostenrechnung zu erschließen.

3 Inhalte

a. Buchhaltung

- Grundlagen der Buchhaltung als Bestandteil des Rechnungswesens und Abgrenzung zu anderen Teilbereichen des Rechnungswesens
- Grundsätzliche Elemente des Jahresabschlusses
- Technik der doppelten Buchführung
- Buchung laufender Geschäftsvorfälle in Grund- und Hauptbuch
- Buchungen zum Jahresabschluss

b. Jahresabschluss

- Definition und Bestandteile eines Jahresabschlusses
- Rechtliche Grundlagen
- Allgemeine Bestimmungen
- Grundlagen des Bilanzansatzes
- Grundlagen der Bewertung
- Grundlagen der Gewinn- und Verlustrechnung
- Die Gliederung der Bilanz
- Besondere Probleme bei der Bilanzierung des Vermögens
- Besondere Probleme bei der Bilanzierung des Kapitals
- Der Anhang
- Der Lagebericht
- Prüfung und Offenlegung

c. Kosten-, Erlös- u. Ergebnisrechnung

- Einführung in Grundsachverhalte der Kostenrechnung
- Kostenartenrechnung
- Kostenstellenrechnung (insb. innerbetriebliche Leistungsverrechnung)
- Kalkulationsrechnung
- Betriebsergebnisrechnung
- Charakteristika verschiedener Kostenrechnungssystem
- Vollkostenrechnung und Teilkostenrechnung
- Break-Even-Rechnung
- Deckungsbeitragsrechnung
- Plankostenrechnung

4 Lehrformen

Seminaristische Veranstaltung mit anwendungsorientierten Übungseinheiten. Kombination aus Präsenz- und Online-Angeboten im Bereich der Buchhaltung (Blended Learning).

5 Teilnahmevoraussetzungen

Formal: keine

Inhaltlich: keine

6 Prüfungsformen

Rechnungswesen I (1. Semester)

Klausur (100 %), 135 Min.

Rechnungswesen II (2. Semester)

	Klausur (100 %), 90 Min.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen pro Teilmodul zum Bestehen des Moduls erreicht werden.
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote $4,85 \% = (10/165) \times 0,8$
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Karin Breidenbach Prof. Dr. Martin Kißler Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im Studienportal der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur a. Buchhaltung Breidenbach, Karin; Währisch, Michael: Buchhaltung und Jahresabschluss kompakt, 5. Auflage, Oldenbourg 2021. Döring, Ulrich; Buchholz, Rainer: Buchhaltung und Jahresabschluss, 16. Auflage, Berlin 2021. Deitermann, Manfred; Schmolke, Siegfried; Rückwart, Wolf-Dieter: Industrielles Rechnungswesen IKR, 53. Auflage, Braunschweig 2024. Weber, Jürgen; Weißenberger, Barbara E.: Einführung in das Rechnungswesen: Bilanzierung und Kostenrechnung, 10. Auflage, Stuttgart 2021. b. Jahresabschluss Breidenbach, K.; Währisch, M.: Buchhaltung und Jahresabschluss kompakt, 5. Aufl., München 2021. Coenenberg, A. G.; Haller, A.; Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 27. Aufl., Stuttgart 2024. Coenenberg, A. G.; Haller, A.; Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Aufgaben und Lösungen, 26. Aufl., Stuttgart 2021. c. Kosten-, Erlös- u. Ergebnisrechnung Barth, T; Ernst, D.: Kosten- und Erlösrechnung. Schritt für Schritt. Arbeitsbuch, Konstanz, München 2018. Friedl, G.; Hofmann, C.; Pedell, B.: Kostenrechnung. Eine entscheidungsorientierte Einführung, 4. Auflage, München 2022. Haberstock, L.: Kostenrechnung I. Einführung, 15. Auflage, Berlin 2022

Jandt, J.; Kißler, M.; Diederichs, M.: Trainingsfälle Kostenrechnung, 3. Aufl., Herne, Berlin 2021.

Jórasz, W.: Kosten- und Leistungsrechnung. Lehrbuch mit Aufgaben und Lösungen,

7. Aufl., Stuttgart 2022, Verlag Schäffer-Poeschel

Nummer								
902080		Investition und Finanzierung						
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS			
deutsch	ein Semester	3	Findet in jedem Semester statt	Pflichtfach	5			
1	Veranstaltungen		seminaristische Veranstaltung	Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße 60	SWS 4		
	- Investition und Finanzierung			Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 90 h			
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen							
<p>Wissen und Verstehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> Nach erfolgreicher Teilnahme an der Modulveranstaltung verfügen die Studierenden über ein grundlegendes konzeptionelles Verständnis der betrieblichen Finanzwirtschaft und sind mit deren Fragestellungen vertraut. Außerdem erhalten die Studierenden einen Überblick über die Aufgaben im Finanzmanagement und können die zentralen Inhalte des Finanzmanagements erläutern und einordnen. Die Studierenden sind befähigt, die wichtigsten Instrumente der Innen- und Außenfinanzierung zu verstehen und fallabhängig zu bewerten. Die Studierenden beherrschen Verfahren der Investitionsrechnung bei Sicherheit und bei Unsicherheit. <p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> Des Weiteren können die Studierenden die finanzielle Situation einer Unternehmung anhand von Finanzkennzahlen beurteilen. Auch werden die Studierenden befähigt, Liquiditäts- und Finanzpläne zu erstellen. Ebenso können die Studierenden die Verfahren der Investitionsrechnung auf praxisrelevante Entscheidungsprobleme unter Einbeziehung von Finanzierungserfordernissen anwenden. Die Studierenden können analysieren und entscheiden, welche Finanzierungsinstrumente zur Deckung eines Kapitalbedarfs sinnvollerweise genutzt werden sollten. <p>Kommunikation und Kooperation:</p> <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden sind in der Lage, Ergebnisse von Übungsaufgaben und Fallbeispielen zu erläutern und die Auswahl von Handlungsalternativen argumentativ zu bewerten. Darüber hinaus können Sie die Sinnhaftigkeit der Anwendung von verschiedenen Investitionsverfahren und Finanzierungsinstrumenten kritisch hinterfragen. <p>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:</p> <ul style="list-style-type: none"> Schließlich erwerben die Studierenden Wissen und Techniken, mit denen Sie Finanzierungs- und Investitionsprobleme selbstständig und sachgerecht lösen können und kennen die Grenzen der Theorie bei der Anwendung auf praxisbezogene Probleme. 								
3	Inhalte							
	<ul style="list-style-type: none"> Einführung in die Fragestellungen der betrieblichen Finanzwirtschaft Finanzanalyse und Finanzplanung Innenfinanzierung Investitionsrechnung bei Sicherheit Investitionsrechenverfahren bei Ungewissheit und Risiko Außenfinanzierungsmöglichkeiten börsenfähiger und nicht-börsenfähiger Unternehmen Aspekte der Gestaltung der Kapitalstruktur von Unternehmen 							

4	Lehrformen Seminariстische Vorlesung und anwendungsorientierte Übungseinheiten.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur (100 %), 60 Min.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Moduls erreicht werden.
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote $2,42 \% = (5/165) \times 0,8$
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Katrin Löhr M.Sc. Philip Rosenthal Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im Studienportal der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Hillier, D., Ross, S, Westerfield, R.; Jaffe, J.; Jordan, B.: Corporate Finance, European Edition, New York (McGraw-Hill). Kruschwitz, L.: Investitionsrechnung, München / Wien (Oldenbourg). Pape, U.: Grundlagen der Finanzierung und Investition, Berlin (De Gruyter Oldenbourg). Zantow, R.: Finanzwirtschaft des Unternehmens, Halbergmoos (Pearson).

Nummer														
902090		Steuern												
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS									
deutsch	ein Semester	3	Findet in jedem Semester statt	Pflichtfach	5									
1	Veranstaltungen		seminaristische Veranstaltung seminaristische Veranstaltung	geplante Gruppengröße 60	Workload	SWS 4								
	- Steuern I				Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 90 h	2							
- Steuern II							2							
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen													
<p>Wissen und Verstehen: Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul sind die Studierenden in der Lage ...</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Grundbegriffe des nationalen Steuerrechts zu erklären • Gesetzestexte zu verstehen • die Grundlagen des Ertragsteuerrechts (Einkommen-, Körperschaft- und Gewerbesteuer) sowie die Grundlagen anderer Steuerarten (Umsatzsteuer, Erbschaft- und Schenkungsteuer sowie Zuschlagssteuern) zu verstehen • die persönliche und sachliche Steuerpflicht einer natürlichen oder juristischen Person zu identifizieren • die anfallenden Steuern bei unterschiedlichen Rechtsformen zu bestimmen • die Schemata für die Berechnung der Steuerschuld zu verstehen 														
<p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen: Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul sind die Studierenden in der Lage ...</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fragestellungen des nationalen Steuerrechts zu prüfen • Tatbestandsvoraussetzungen und Rechtsfolgen aus dem Gesetzestext ableiten und auf konkrete Sachverhalte anzuwenden • die Besteuerungswirkungen je Steuerart zu analysieren • betriebswirtschaftliche Entscheidungen unter Berücksichtigung der Besteuerungswirkungen zu bewerten • Steuerberechnungen durchzuführen • Die Steuerbelastung unterschiedlicher Rechtsformen in den Grundzügen gegenüberzustellen und zu evaluieren 														
<p>Kommunikation und Kooperation: Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul sind die Studierenden in der Lage ...</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tatbestandsvoraussetzungen und Rechtsfolgen auf einem geeigneten Abstraktionsniveau zu präsentieren • Besteuerungswirkungen der unterschiedlichen Steuerarten unter Nutzung von Fachtermini und Gesetzesstellen darzustellen und mit anderen zu diskutieren 														
<p>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität: Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul sind die Studierenden in der Lage ...</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inhaltliche Perspektivwechsel in Abhängigkeit des Steuersubjekts vorzunehmen • sich mit geplanten Gesetzesänderungen und deren steuerrechtlichen Folgen auseinanderzusetzen 														
3	Inhalte													
	<ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffe der Besteuerung 													

	<ul style="list-style-type: none">• Nationale und internationale Grundregeln zur Steuerpflicht von natürlichen und juristischen Personen• Personen-, Sach-, Verkehrs- und Verbrauchsteuern• Besteuerung von Einzelunternehmen, Personen- und Kapitalgesellschaften• Steuerliche Gewinnermittlungsmethoden• Sonderaspekte der Einkommensteuer• Grundzüge der Umsatzsteuer
4	Lehrformen Seminaristische Vorlesung und anwendungsorientierte Übungseinheiten.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur (100 %), 75 Min.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Moduls erreicht werden.
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote $2,42 \% = (5/165) \times 0,8$
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Joachim Eggers Prof. Dr. Petra Oesterwinter Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Steuer- und Wirtschaftsgesetze nach neuestem Rechtsstand Weitere und aktuelle steuerliche Literaturhinweise erfolgen in der Veranstaltung

Nummer								
902100		Wirtschaftsmathematik						
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS			
deutsch	ein Semester	1	Findet in jedem Semester statt	Pflichtfach	5			
1	Veranstaltungen		seminaristische Veranstaltung seminaristische Veranstaltung	geplante Gruppengröße 60	Workload	SWS 4		
	<ul style="list-style-type: none"> - Finanzmathematik - Lineare Algebra 				Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 90 h	2	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <p>a. Finanzmathematik</p> <p>Wissen und Verstehen:</p> <p>Nach erfolgreicher Teilnahme an den Modulveranstaltungen beherrschen die Studierenden die Berechnung von einmaligen und regelmäßigen Sparvorgängen und können diese auf unterschiedliche Finanzprodukte und Realinvestitionen mit deterministischen Zahlungen anwenden.</p> <p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:</p> <p>Nach erfolgreicher Teilnahme an den Modulveranstaltungen</p> <ul style="list-style-type: none"> • sind die Studierenden in der Lage zu entscheiden, welche Investitionsalternativen im Unternehmen umgesetzt werden sollen, • sind die Studierenden mit der Aufstellung eines Tilgungsplans nach mehreren Varianten vertraut und berechnen diesen selbstständig. Auf dieser Basis wählen sie in Bezug auf den konkreten Unternehmenskontext das optimale Verfahren aus. <p>Kommunikation und Kooperation:</p> <p>Nach erfolgreicher Teilnahme an den Modulveranstaltungen sind die Studierenden bereit, ihre Lösungen in Kleingruppen zu präsentieren und zu diskutieren.</p> <p>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:</p> <p>Nach erfolgreicher Teilnahme an den Modulveranstaltungen akzeptieren sie, dass in der Realität u.U. komplexere Modelle verwendet werden müssen, die weitere Kenntnisse erfordern (z.B. lebenslange Leibrenten vs. den hier behandelten Zeitrenten).</p> <p>b. Lineare Algebra</p> <p>Nach erfolgreicher Teilnahme an der Veranstaltung haben die Studierenden folgende Kompetenzen erworben:</p> <p>Wissen und Verstehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie können die zentralen mathematischen Konzepte der linearen Algebra und deren Anwendungsgebiete in der Betriebswirtschaft benennen und beschreiben. <p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie können betriebswirtschaftliche Problemstellungen und betriebswirtschaftliche Daten mit Mitteln der linearen Algebra in mathematische Problemstellungen übertragen. • Sie können mathematische Problemstellungen der linearen Algebra analysieren und geeignete Lösungsverfahren identifizieren. • Sie können Operationen und Verfahren der linearen Algebra anwenden, insbesondere die Lösbarkeit linearer Gleichungssysteme beurteilen und deren Lösung bestimmen. 							

	<p>Kommunikation und Kooperation:</p> <ul style="list-style-type: none">• Sie können Ergebnisse präsentieren und argumentativ vertreten. <p>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:</p> <p>Sie kennen die Grenzen des erworbenen Wissens und können identifizieren, wenn weitere oder andere Kompetenzen notwendig sind.</p>
3	<p>Inhalte</p> <p>a. Finanzmathematik</p> <ul style="list-style-type: none">• Basiszinsmodelle (Lineare Verzinsung, geometrische Verzinsung, gemischte Verzinsung)• Rentenrechnung (jährliche und unterjährige Zeitrenten, ewige Renten, dynamische Renten)• Tilgungsrechnung (Äquivalenzprinzip, Tilgungspläne, Tilgungsvarianten)• Renditerechnung (annualisierte Rendite, arithmetische Rendite, Rendite mit internem Zinssatz, Rendite mit realem Zinssatz) <p>b. Lineare Algebra</p> <ul style="list-style-type: none">• Matrizen, Matrizeneigenschaften, Matrizenrelationen und -operationen, Determinanten• Vektorrechnung, lineare Unabhängigkeit und Vektorräume• Analytische Geometrie von Geraden und Ebenen• Allgemeine lineare Gleichungssysteme, Gauß-Algorithmus, inverse Matrizen
4	<p>Lehrformen</p> <p>Die Lehrveranstaltung wird wie folgt durchgeführt:</p> <ul style="list-style-type: none">• Finanzmathematik (seminaristische Vorlesung)• Lineare Algebra (seminaristische Vorlesung)
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: Grundlegende Kenntnisse der Schulmathematik (Bruchrechnung, Potenz-, Wurzel- und Logarithmusrechnung, Prozentrechnung, quadratische Gleichungen, Äquivalenzumformungen)</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Die Modulprüfung besteht aus mehreren Teilleistungen</p> <ul style="list-style-type: none">• Semesterbegleitende Teilleistung zur Finanzmathematik (10%)• Klausur (90%) (90 Minuten)
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Moduls erreicht werden.</p>
8	<p>Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>-</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>$2,42 \% = (5/165) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r</p> <p>Prof. Dr. Jens Mörzel Prof. Dr. Oliver Riedel</p> <p>Lehrende/r</p> <p>siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund</p>

11 Literatur

Sydsaeter, K. / Hammond, P. / Strom, A. / Carvajal, A.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, 6. Auflage, Pearson Studium, 2023

Merz, M. / Wüthrich, M.V.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler - Die Einführung mit vielen ökonomischen Beispielen, Vahlen, 2013

Holland, H. / Holland, D.: Mathematik im Betrieb - Praxisbezogene Einführung mit Beispielen, 13. Auflage, Springer Gabler Wiesbaden, 2021

Heitmann, D. / Skill, T. / Weiß, C.: Finanzmathematik - Eine Einführung für Mathematik, Wirtschaftswissenschaften und Praxis, Springer Gabler Berlin, Heidelberg, 2022

Gramlich, G.M.: Lineare Algebra: Eine Einführung, Carl Hanser Verlag, 5. Auflage, 2021

Nummer							
902110		Wirtschaftsstatistik					
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS		
deutsch	ein Semester	2	Findet in jedem Semester statt	Pflichtfach	5		
1	Veranstaltungen		seminaristische Veranstaltung seminaristische Veranstaltung	Veranstaltungsart geplante Gruppengröße 60	Workload	SWS 4	
	<ul style="list-style-type: none"> - Beschreibende Statistik - Schließende Statistik 				Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 90 h	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <p>a. Beschreibende Statistik</p> <p>Nach erfolgreicher Teilnahme an der seminaristischen Veranstaltung zur Beschreibenden Statistik sind die Studierenden in der Lage:</p> <p>Wissen und Verstehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Grundbegriffe der Beschreibenden Statistik zu definieren • unterschiedliche Häufigkeitsverteilungen zu erkennen und die zugehörigen Charakteristika zu benennen • Voraussetzung für die Anwendung bestimmter statistischer Methoden zu benennen <p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • aus praktischer Fragestellung eindimensionale Häufigkeitsverteilungen zu entwickeln • Parameter zur Beschreibung von ein und zweidimensionalen Häufigkeitsverteilungen zu berechnen • eine lineare Regressionsrechnung mit den zugehörigen Parametern und Koeffizienten anzuwenden • die Komponenten der Zeitreihe zu verstehen und eine einfache Prognose durch Fortschreibung durchzuführen • die Ergebnisse in geeignete graphische Darstellungen zu überführen <p>Kommunikation und Kooperation:</p> <ul style="list-style-type: none"> • gemeinsam in Gruppen die gelernten Verfahren anzuwenden und Lösungen für Probleme aus Übungsaufgaben und Fallbeispielen zu erarbeiten • Ergebnisse von Übungsaufgaben und Fallbeispielen vor der Gruppe zu erläutern <p>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:</p> <ul style="list-style-type: none"> • selbstständig praxisbezogene Aufgabenstellungen im Bereich Statistik zu bearbeiten • ermittelte Ergebnisse statistischer Untersuchungen in geeignete Abbildungen überführen <p>b. Schließende Statistik</p> <p>Wissen und Verstehen:</p> <p>Nach erfolgreicher Teilnahme an der seminaristischen Veranstaltung zur Schließenden Statistik kennen die Studierenden die Grundbegriffe und Konzepte der Schließenden Statistik und verstehen sie.</p> <p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:</p> <p>Nach erfolgreicher Teilnahme an der seminaristischen Veranstaltung zur Schließenden Statistik sind die Studierenden in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> • praktische Fragestellungen zu analysieren, mathematisch zu modellieren und die Lösung zu bestimmen. 						

- Wahrscheinlichkeiten von grundlegenderen diskreten und stetigen Wahrscheinlichkeitsverteilungen zu berechnen
- Grundlegende Konfidenzintervalle zu berechnen und zu interpretieren
- Grundlegende Hypothesentests durchzuführen und zu interpretieren
- Ergebnisse von Übungsaufgaben und Fallbeispielen vor der Gruppe zu erläutern

Kommunikation und Kooperation:

Nach erfolgreicher Teilnahme an der seminaristischen Veranstaltung zur Schließenden Statistik sind die Studierenden in der Lage

- praktische Fragestellungen zu analysieren, mathematisch zu modellieren und die Lösung zu bestimmen.
- Wahrscheinlichkeiten von grundlegenderen diskreten und stetigen Wahrscheinlichkeitsverteilungen zu berechnen
- Grundlegende Konfidenzintervalle zu berechnen und zu interpretieren
- Grundlegende Hypothesentests durchzuführen und zu interpretieren
- Ergebnisse von Übungsaufgaben und Fallbeispielen vor der Gruppe zu erläutern

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:

Nach erfolgreicher Teilnahme an der seminaristischen Veranstaltung zur Schließenden Statistik sind die Studierenden in der Lage mit dem erworbenen Wissen weitergehende Modelle und Anwendungen aus im Studienverlauf folgenden Vorlesungen zu verstehen. Sie können das gesamte Wissen in der Abschlussarbeit auf Probleme aus Praxis und Theorie anwenden und kritisch diskutieren.

3 Inhalte

a. Beschreibende Statistik

- Grundbegriffe der Beschreibenden Statistik
- Beschreibung einzelner Merkmale durch eindimensionale Häufigkeitsverteilungen
- Beschreibung von eindimensionalen Häufigkeitsverteilungen durch Parameter (Lage, Streuung, Schiefe, Konzentration)
- Beschreibung mehrerer gemeinsam erhobener Merkmale durch mehrdimensionale Häufigkeitsverteilungen
- Beschreibung von zweidimensionalen Häufigkeitsverteilungen durch Parameter (bedingte Häufigkeiten, statistische Abhängigkeit)
- Lineare Regressionsanalyse und Korrelationsrechnung
- Grundzüge der Zeitreihenanalyse und einfache Prognosemethoden

b. Schließende Statistik

- Grundbegriffe der Kombinatorik
- Grundlagen der Stochastik
- Diskrete und stetige Zufallsvariablen
- Konfidenzintervalle
- Hypothesentests

4 Lehrformen

Die Lehrveranstaltung wird als seminaristische Veranstaltung durchgeführt.

5 Teilnahmevoraussetzungen

Formal: keine

Inhaltlich: keine

6 Prüfungsformen

Klausur (89 %), 80 Minuten und semesterbegleitender Test (11 %), 10 Minuten

In den semesterbegleitenden Tests wird überprüft, inwieweit die Studierenden ausgewählte grundlegende Verfahren der schließenden Statistik anwenden und lösen können.

	<p>Mit der Klausur wird überprüft, inwieweit die Studierenden die grundlegenden Verfahren der beschreibenden und schließenden Statistik in einem anwendungsbezogenen Kontext unter Zeitdruck anwenden und lösen können.</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Moduls erreicht werden.</p> <p>Erlaubte Hilfsmittel sind die vorgegebene, unkommentierte Formelsammlung sowie ein nicht netzwerk-fähiger Taschenrechner.</p>
8	<p>Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>-</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>$2,42\% = (5/165) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r</p> <p>Prof. Dr. Lars Fischer Prof. Dr. Stephanie Thorn</p> <p>Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im Studienportal der Fachhochschule Dortmund</p>
11	<p>Literatur</p> <p>Bourier, G.: Beschreibende Statistik: Praxisorientierte Einführung – Mit Aufgaben und Lösungen, 14. Aufl., Wiesbaden 2022.</p> <p>Kosfeld, R.; Eckey, H.; Türck, M.: Deskriptive Statistik: Grundlagen - Methoden - Beispiele – Aufgaben, 6. Aufl., Wiesbaden 2016.</p> <p>Mittag, H.-J.; Schüller K.: Statistik – eine Einführung mit interaktiven Elementen, 6., vollst. überab. und erw. Aufl., Berlin, Heidelberg 2020.</p> <p>Rinne, H.: Taschenbuch der Statistik, 4. Auflage, Verlag Harri Deutsch, Frankfurt a.M., 2008</p> <p>Schira, J.: Statistische Methoden der VWL und BWL: Theorie und Praxis, 6., aktualisierte Aufl., München, Harlow u.a. 2021.</p> <p>Stocker, T.; Steinke, I.: Statistik: Grundlagen und Methodik, 2., korrigierte Aufl., De Gruyter Oldenbourg, Berlin 2022.</p>

Nummer						
902120		Wirtschaftsinformatik I				
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS	
deutsch	ein Semester	3	Findet in jedem Semester statt	Pflichtfach	5	
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße 60	Workload	
-	Wirtschaftsinformatik		seminaristische Veranstaltung		Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 90 h
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen					SWS 4
	Nach erfolgreicher Teilnahme an der Veranstaltung habe die Studierenden folgende Kompetenzen erworben:					4
	<p>Wissen und Verstehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie können die Kerngebiete der Wirtschaftsinformatik benennen, • die Einteilung von Daten und deren unterschiedliche Darstellungsformen erläutern, • den grundsätzlichen Aufbau von Computern, Algorithmen und Informationssystemen beschreiben, • in Pseudocode formulierte Algorithmen sowie einfache Python-Skripte interpretieren, • grundlegende Konzepte der Computernetze und des Internets erläutern, • wichtige Grundregeln von Datenschutz und Datensicherheit erklären, • die Grundregeln der strukturierten Datenhaltung in relationalen Datenbanksysteme erläutern, • Entity-Relationship-Diagramme lesen, • betriebliche Anwendungssysteme benennen und einordnen. <p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie können Zahlen zwischen Binär-, Dezimal- und Hexadezimaldarstellung umrechnen, • einfache Algorithmen auf konkrete Eingaben anwenden, • einfache SQL-Anfragen auswerten, • EPK-Diagramme für konkrete gegebene Prozessbeschreibungen erstellen. <p>Kommunikation und Kooperation:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie können Anforderungen an Informationssysteme formulieren sich in Fachdiskussionen mit Experten über sinnvolle Lösungen austauschen • und Nutzen sowie Risiken von betrieblichen Informationssystemen argumentativ vertreten. <p>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie können professionelle Beschreibungsmittel für den interdisziplinären Austausch nutzen und einsetzen. 					
3	Inhalte					
	Die Wirtschaftsinformatik ist eine unverzichtbare Grundlage der Organisation und Durchführung betrieblicher Prozesse. Umso mehr ist es in Zeiten der Digitalisierung erforderlich, deren grundlegenden Konzepte zu verstehen und auf dieser Basis die Möglichkeiten, Chancen und Grenzen betrieblicher Informationssysteme zu kennen und einordnen zu können, um diese soziotechnischen Systeme im betrieblichen Alltag sinnvoll nutzen zu können. Die Veranstaltung ist wie folgt aufgebaut:					
	<p>Teil 1: Grundlagen der Wirtschaftsinformatik:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Darstellung von Daten in Computern • Grundaufbau der Hardware • Aufbau und Funktionsweise von Rechnernetzen und Internet 					

	<ul style="list-style-type: none">• Beschreibung von Algorithmen• Grundlegende Datenstrukturen• Strukturierung von Daten in Datenbanken <p>Teil 2: Anwendungen der Wirtschaftsinformatik:</p> <ul style="list-style-type: none">• Handhabung von Informationssystemen, SQL-Abfragen• Beschreibung von Geschäftsprozessen mit Hilfe von EPKs• Aufbau und Funktionsumfang betrieblicher Anwendungssysteme• Grundkonzepte der ERP-Systeme• Grundlegende Querschnittssysteme• Grundkonzepte von KI-Systemen <p>Teil 3: Auswirkungen:</p> <ul style="list-style-type: none">• Datenschutz und Datensicherheit• Umgang mit Daten in vernetzten Systemen
4	Lehrformen Die Lehrveranstaltung wird als seminaristische Vorlesung durchgeführt.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur (100 %), 90 Min.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Moduls erreicht werden.
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote 2,42 % = (5/165) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Hans-Werner Graf Prof. Dr. Benedikt Lindenbeck Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Hansen, R.; Mendling, J.; Neumann, G. (2019): Wirtschaftsinformatik, 12. Auf., de Gruyter, Oldenburg Kaufmann, J.; Mülder, W. (2023): Grundkurs Wirtschaftsinformatik – Eine kompakte und praxisorientierte Einführung, 10. Aufl. Springer-Verlag, Wiesbaden Gehring, H.; Gabriel, R. (2022): Wirtschaftsinformatik, Springer-Verlag, Wiesbaden Thesmann, St.; Burkard, W.: (2019) Wirtschaftsinformatik für Dummies, 2. Aufl., John Wiley & Sons, Inc.

Weber, P. et al (2022): Basiswissen Wirtschaftsinformatik, 4. Aufl., Springer-Verlag, Wiesbaden

Nummer														
9021301		Digital Business Solutions												
Sprache deutsch	Dauer ein Semester	Studiensemester 5	Häufigkeit des Angebots Findet in jedem Semester statt	Art des Moduls Wahlpflichtfach	ECTS 6	SWS								
1	Veranstaltungen		seminaristische Veranstaltung Übung	Veranstaltungsart	geplante Gruppen- größe 60	Workload								
	- Digital Business Solutions				Kontakt- zeit 60 h	Selbst- studium 120 h	4							
- Digital Business Solutions Übung							2							
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen													
Nach erfolgreicher Teilnahme an den Modulveranstaltungen sind die Studierenden in der Lage:														
<p>Wissen und Verstehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> die Grundlagen und Einsatzgebiete betrieblicher Standardanwendungssoftware zu verstehen. fundiertes Wissen der Funktionen und Schnittstellen verschiedener Softwarelösungen anzuwenden verschiedene betriebliche Softwareanwendungen, einschließlich Enterprise Resource Planning, Customer Relationship Management, Supply Chain Management, Supplier Relationship Management, Product Lifecycle Management und Business Intelligence zu beurteilen Wissen über innovative IT-Instrumente im Kontext der Digitalisierung, wie z.B. Big Data Technologien anzuwenden die Auswahl von betrieblicher Standardsoftware und der Planung sowie Durchführung von Softwareprojekten zu planen. 														
<p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ihr Wissen praktisch in Form von Übungsaufgaben anzuwenden, die mit Hilfe einer etablierten betrieblichen Standardanwendungssoftware gelöst werden. die eigenständige Lösung von Fragestellungen in verschiedenen Fallstudien unter Zuhilfenahme mehrerer Module einer Standardanwendungssoftware zu erarbeiten abhängig vom betrieblichen Bedarf eine geeignete betriebliche Standardanwendungssoftware auszuwählen. ein strukturiertes Vorgehens bei der Einführung einer Standardanwendungssoftware zu entwickeln. 														
<p>Kommunikation und Kooperation:</p> <ul style="list-style-type: none"> Übungsaufgaben und Fallstudien innerhalb eines Teams durch Kooperation zu lösen. die Lösungen vor einer Gruppe zu kommunizieren. 														
<p>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:</p> <ul style="list-style-type: none"> betriebliche Prozesse im Detail in einer Standardanwendungssoftware zu analysieren und darauf aufbauend eigenverantwortlich umsetzen. 														
3	Inhalte													
<ul style="list-style-type: none"> Vermittlung der allgemeinen Grundlagenkenntnisse im Bereich Standardanwendungssoftware Erwerb von Kenntnissen spezieller betrieblicher Softwarelösungen (Enterprise Resource Planning, Customer Relationship Management, Supply Chain Management, Supplier Relationship Management, Product Lifecycle Management und Business Intelligence) Vermittlung von Kenntnissen im Bereich innovativer IT-Instrumente im Kontext Digitalisierung (z.B. Big Data, Data Lakes) Vorbereitung auf verschiedene Übungsaufgaben an einem SAP-System welches speziell für Online-Schulungen konzipiert ist 														

	<ul style="list-style-type: none">• Auswahl von Standardsoftware• Planung und Durchführung von Softwareprojekten• Beispiele für verschiedene am Markt verfügbarer Arten von Standardanwendungsssoftware• Praktische Fallstudien am PC mit Standardanwendungsssoftware
4	Lehrformen Seminaristische Vorlesung, Übung (Gruppenarbeiten am PC)
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Das Modul Wirtschaftsinformatik I sollte absolviert sein.
6	Prüfungsformen Klausur (100 %), 60 Min. Bei erfolgreichem Abschluss der Fallstudien erhalten die Studierenden ein Teilnahmezertifikat
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Moduls erreicht werden.
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote $2,91 \% = (6/165) \times 0,8$
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Uwe Schmitz Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Abts, D.; Mülder, W.: Grundkurs Wirtschaftsinformatik, Springer Vieweg, 10. Auflage 2023 Alpar, P.: Anwendungsorientierte Wirtschaftsinformatik, 9. Aufl., Wiesbaden 2019 Schmitz, U.: Grundkurs Electronic Business: Grundlagen, IT-Instrumente und Spezialgebiete, Springer Vieweg 2021 Schmitz, U.: Big Data. In: Frick, D.; Schmitz, U.; et. al: Data Science - Konzepte, Erfahrungen, Fallstudien und Praxis, Springer Vieweg 2021 Schön, D.: Planung und Reporting im BI-gestützten Controlling: Grundlagen, Business Intelligence, Mobile BI, Big-Data-Analytics und KI, Springer, 4. Aufl. 2022

Nummer						
9021302		Operations Research und künstliche Intelligenz				
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS	
deutsch	ein Semester	5	Findet in jedem Semester statt	Wahlpflichtfach	6	
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße 60	Workload	
-	Operations Research und künstliche Intelligenz		seminaristische Veranstaltung		Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 120 h
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen					SWS 4
	Nach erfolgreicher Teilnahme an der Veranstaltung habe die Studierenden folgende Kompetenzen erworben:					
	Wissen und Verstehen:					
	<ul style="list-style-type: none"> Sie können die zentralen mathematischen Ansätze, Konzepte und Methoden der Künstlichen Intelligenz und des Operations Research benennen sowie deren Funktionsweise erklären und die allgemeinen Einsatzbereiche darstellen. 					
	Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:					
	<ul style="list-style-type: none"> Sie können betriebswirtschaftliche Anwendungsprobleme einschließlich betriebswirtschaftlicher Daten unterscheiden und den passenden Ansatz identifizieren und auf die Problemstellung übertragen. Sie können betriebswirtschaftliche Anwendungsprobleme in ein entsprechend formalisiertes Entscheidungsmodell überführen. Sie können die Eignung einer Methode für ein gegebenes Anwendungsproblem beurteilen. Sie können Anwendungsprobleme mit ausgewählten Methoden lösen und Handlungsempfehlungen für das unterliegende betriebswirtschaftliche Anwendungsprobleme ableiten. 					
	Kommunikation und Kooperation:					
	<ul style="list-style-type: none"> Sie können Ergebnisse und Handlungsempfehlungen präsentieren und argumentativ vertreten. 					
	Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:					
	<ul style="list-style-type: none"> Sie kennen die Grenzen des erworbenen Wissens und können identifizieren, wann weitere Kompetenzen einzubeziehen sind. 					
3	Inhalte					
	Grundlage für eine nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit sind innovative Dienstleistungen, neue Geschäftsmodelle und smarte Produkte auf Basis digitaler Technologien. Eine Kerntechnologie dafür ist die Künstliche Intelligenz (KI). KI bildet Aspekte menschlicher Intelligenz nach, um möglichst optimale Entscheidungen für konkrete, betriebswirtschaftliche Anwendungsprobleme treffen zu können. Dazu werden Methoden der Mathematik, speziell des Operations Research, und der Informatik, speziell des maschinellen Lernens eingesetzt.					
	Das Operations Research (OR) ist der Wissenszweig der anwendungsorientierten Mathematik, der sich mit der Analyse und Lösung von praxisnahen, betriebswirtschaftlichen und ingenieurwissenschaftlichen Problemstellungen beschäftigt. Um die betriebswirtschaftliche Problemstellung zu lösen sind folgende Schritte im Operations Research typisch:					
	<ul style="list-style-type: none"> Erkennen, Analysieren und Kategorisieren einer betriebswirtschaftlichen Problemstellung Überführung der Problemstellung in ein formales Entscheidungsmodell 					

- Anwendung einer Methode (z.B. Optimierung oder Maschinelles Lernen) zur Lösungsfindung
- Ableitung von Handlungsempfehlungen für die betriebswirtschaftlichen Problemstellung

Dieses Modul vermittelt die Grundlagen des Operations Research und der Künstlichen Intelligenz mit Schwerpunkt auf die betriebliche Anwendung auf Basis ausgewählter, praxisnaher Problemstellungen. Das Modul ist wie folgt gegliedert:

- Einführung: Künstliche Intelligenz und Operations Research
- Optimierung: Beispielhafte Entscheidungsprobleme, Grundprinzipien der Optimierung und Modellbildung, Lösungsmethoden für lineare Optimierungsprobleme, Softwareeinsatz
- Graphentheorie: Einführung in die Graphentheorie als Grundlage der Modellbildung für betriebswirtschaftliche Anwendungsprobleme, bewertete Graphen und Bäume, ausgewählte Lösungsmethoden für betriebswirtschaftliche Problemstellungen wie bspw. kürzeste-Wege-Probleme
- Anwendungsprobleme: Herausforderungen ganzzahliger und kombinatorischer Probleme, Komplexität und Rechenaufwand, exakte Verfahren und Heuristiken
- Maschinelles Lernen: Grundprinzipien und Methodenklassen, ausgewählte Methoden für betriebswirtschaftliche Problemstellungen

4 Lehrformen

Seminaristische Veranstaltung mit Anwendungs- und Fallbeispielen, Übungsaufgaben, Fallstudien / Glossare / Lernmodule, Inhalte auf der Lernplattform Ilias zur eigenständigen Wiederholung und Vertiefung der Inhalte aus der Veranstaltung.

5 Teilnahmevoraussetzungen

Formal: keine

Inhaltlich: Module „Wirtschaftsmathematik“ und „Wirtschaftsstatistik“ sollten absolviert sein.

6 Prüfungsformen

Klausur (100 %), 60 Min.

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Moduls erreicht werden.

8 Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)

-

9 Stellenwert der Note für die Endnote

$2,91 \% = (6/165) \times 0,8$

10 Modulbeauftragte/r

Prof. Dr. Katja Klingebiel

Lehrende/r

siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im [Studienportal](#) der Fachhochschule Dortmund

11 Literatur

Briskorn, D.: Operations Research - Eine (möglichst) natürlichsprachige und detaillierte Einführung in Modelle und Verfahren, Springer Gabler Wiesbaden, 2023

Domschke, W., Drexl, A., Klein, R., Scholl, A., Voß, S.: Einführung in das Operations Research, 9. Auflage, Springer Gabler Berlin, Heidelberg, 2015

Domschke, W., Drexl, A., Klein, R., Scholl, A., Voß, S.: Übungen und Fallbeispiele zum Operations Research, Springer Gabler Berlin, Heidelberg, 2015

Ertel, W.: Grundkurs Künstliche Intelligenz - Eine praxisorientierte Einführung, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, 2021

Nickel, S. Rebenack, S., Stein, O., Waldemann, K.-H.: Operations Research, 3. Auflage, Springer Gabler Berlin, Heidelberg, 2022

Norvig, P., Russel, S.: Artificial Intelligence, Harlow Pearson Educations, 2021

Sydsaeter, K.; Hammond, P., Strom, A., Carvajal, A.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, 6. Auflage, Pearson, 2023

Nummer													
902140		Wirtschaftstheorie											
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS								
deutsch	ein Semester	2	Findet in jedem Semester statt	Pflichtfach	5								
1	Veranstaltungen		seminaristische Veranstaltung seminaristische Veranstaltung	geplante Gruppengröße 60	Workload	SWS 4							
	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen der Mikroökonomik - Grundlagen der Makroökonomik 				Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 90 h							
2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen													
Nach erfolgreicher Teilnahme an den Modulveranstaltungen sind die Studierenden in der Lage:													
<p>Wissen und Verstehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Charakteristika unterschiedlicher Marktstrukturen identifizieren • Unternehmensverhalten in Abhängigkeit von gegebenen Marktstrukturen zu analysieren und resultierende Marktergebnisse zu vergleichen. • Grundbegriffe der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung wiedergeben. • Unterschiede zwischen lang- und kurzfristigen makroökonomischen Phänomenen zu identifizieren. • die grundlegende gesamtwirtschaftliche Modellansätze zu verstehen und zu analysieren. • makroökonomische Wirkungsketten zu replizieren. 													
<p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ihr Wissen praktisch in Form von Übungsaufgaben anzuwenden, die mit Hilfe von Musterlösungen und gemeinsamen Übungen gelöst werden. • mikroökonomische Modelle nutzen, um aktuelle wettbewerbspolitische und regulatorische Fragestellungen zu untersuchen und zu diskutieren • makroökonomische Fragestellungen mit Hilfe volkswirtschaftlicher Ansätze zu strukturieren. • allgemeine wirtschaftspolitische Maßnahmen im Rahmen einer gesamtwirtschaftlichen Analyse im Hinblick auf ihre Wirkungsweise zu untersuchen und zu bewerten. • Aktuelle Fragestellungen auf die behandelten Modellansätze zu übertragen und diese dann zu diskutieren. 													
<p>Kommunikation und Kooperation:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Übungsaufgaben und wirtschaftspolitische Diskussionen innerhalb eines Teams durch Kooperation zu lösen. • die Ergebnisse vor einer Gruppe zu kommunizieren. 													
<p>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Stringenz und Struktur volkswirtschaftlicher Modelle zur Lösung ökonomischer Problemstellungen anzuwenden. • die Bedeutung von Marktstrukturen für (strategisches) Verhalten von Unternehmen zu erfassen und für das individuelle betriebliche Umfeld zu interpretieren. • die Bedeutung gesamtwirtschaftlicher Entwicklungen zu erfassen und im Hinblick für das individuelle betriebliche Umfeld zu interpretieren. 													
<p>3 Inhalte</p> <p>Mikroökonomik</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung – Märkte und Preise 													

	<ul style="list-style-type: none">• Produzenten und Wettbewerbsmärkte• Marktstrukturen und Wettbewerbsstrategie (Monopol, Oligopol, Spieltheorie)
	<p>Makroökonomie</p> <ul style="list-style-type: none">• Grundlagen der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung• Langfristige makroökonomische Analyse• Geld und Inflation• Der Gütermarkt - Das AS/AD-Modell• Das Zusammenspiel von Güter- und Finanzmärkten – Die IS/LM-Analyse
4	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristische Vorlesung mit Übungen sowie Anwendungs- und Fallbeispielen</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (100 %), 60 Min.</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Moduls erreicht werden.</p>
8	<p>Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>-</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>$2,42 \% = (5/165) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r</p> <p>Prof. Dr. Christina Elberg Prof. Dr. Claus Greiber</p> <p>Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund</p>
11	<p>Literatur</p> <p>Mankiw, N. Gregory: Makroökonomik, Schäffer Poeschel, 7. Auflage 2017</p> <p>Mankiw, N. Gregory, Taylor, Mark P.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Schäffer Poeschel, 8. Auflage 2021</p> <p>CORE Team: Die Wirtschaft. Verfügbar unter: https://www.core-econ.org</p>

Nummer							
902150		Wirtschaftspolitik					
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS		
deutsch	ein Semester	3	Findet in jedem Semester statt	Pflichtfach	5		
1	Veranstaltungen		seminaristische Veranstaltung seminaristische Veranstaltung	geplante Gruppengröße 60	Workload	SWS 4	
	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen der Wirtschaftspolitik - Makroökonomische Wirtschaftspolitik 				Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 90 h	
2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen		Nach erfolgreicher Teilnahme an den Modulveranstaltungen sind die Studierenden in der Lage:					
<p>a. Grundlagen der Wirtschaftspolitik</p> <p>Wissen und Verstehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Rechtfertigung staatlicher Eingriffe in das Marktgeschehen differenziert wiederzugeben. • das Spektrum wirtschaftspolitischer Ziele und Maßnahmen zu kennen und zu charakterisieren. • die Vor- und Nachteile staatlicher Eingriffe in den Markt kritisch zu diskutieren. <p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ihr Wissen praktisch in Form von Übungsaufgaben anzuwenden, die mit Hilfe von Musterlösungen und gemeinsamen Übungen gelöst werden. • wirtschaftspolitische Maßnahmen im Rahmen einer mikroökonomischen Analyse im Hinblick auf ihre Wirkungsweise zu untersuchen und zu bewerten. • Aktuelle und reale wirtschaftspolitische Fragestellungen (z.B. E-Auto-Prämie) mit Hilfe mikroökonomischer Konzepte zu analysieren. <p>Kommunikation und Kooperation:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Übungsaufgaben und wirtschaftspolitische Diskussionen in Gruppen erarbeiten und kontroverse Positionen einnehmen. • die Ergebnisse vor dem Plenum zu kommunizieren. <p>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:</p> <ul style="list-style-type: none"> • mikroökonomische Modelle zur Strukturierung wirtschaftspolitischer Fragestellungen anzuwenden. • die Bedeutung von Wirtschaftspolitik zu erfassen und im Hinblick auf das unternehmens- und wettbewerbsspezifische Marktumfeld zu interpretieren. <p>b. Makroökonomische Wirtschaftspolitik</p> <p>Wissen und Verstehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die aktuelle gesamtwirtschaftliche Lage mit Hilfe von wichtigen Kennzahlen (BIP, Zins Inflation, Frühindikatoren) zu charakterisieren. • grundlegende gesamtwirtschaftliche Modellansätze zur Diskussion wirtschaftspolitischer Phänomene widerzugeben. • Historische makroökonomische Krisenphasen zu beschreiben und im Hinblick auf die getroffenen wirtschaftspolitischen Maßnahmen zu diskutieren. <p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ihr Wissen praktisch in Form von Übungsaufgaben anzuwenden, die mit Hilfe von Musterlösungen und gemeinsamen Übungen gelöst werden. 							

	<ul style="list-style-type: none">• allgemeine wirtschaftspolitische Maßnahmen im Rahmen einer gesamtwirtschaftlichen Analyse im Hinblick auf ihre Wirkungsweise zu untersuchen und zu bewerten.• gesamtwirtschaftliche Fragestellungen mit Hilfe volkswirtschaftlicher Ansätze zu analysieren.
	<p>Kommunikation und Kooperation:</p> <ul style="list-style-type: none">• Übungsaufgaben und wirtschaftspolitische Diskussionen innerhalb eines Teams durch Kooperation zu lösen.• die Ergebnisse vor einer Gruppe zu kommunizieren.
	<p>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:</p> <ul style="list-style-type: none">• einfache volkswirtschaftliche Modelle zur Strukturierung ökonomischer Fragestellungen anzuwenden.• die Bedeutung gesamtwirtschaftlicher Entwicklungen zu erfassen und im Hinblick für das individuelle betriebliche Umfeld zu interpretieren.
3	<p>Inhalte</p> <p>a. Grundlagen der Wirtschaftspolitik</p> <ul style="list-style-type: none">• Grundlagen der Wirtschaftspolitik• Wirtschaftspolitische Bewertungskriterien• Marktversagen und staatliche Eingriffe• Politische Ökonomik staatlicher Eingriffe• Umsetzung wirtschaftspolitischer Maßnahmen• Europäische Wirtschaftspolitik <p>b. Makroökonomische Wirtschaftspolitik</p> <ul style="list-style-type: none">• Grundlagen: Wirtschaftspolitische Maßnahmen in Makromodellen• Analyse der aktuellen gesamtwirtschaftlichen Lage• Optionen aktiver Makropolitik• Historische gesamtwirtschaftliche Krisen• Stabilisierungspolitik und Zeitinkonsistenz• Aktuelle Fragestellungen
4	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristische Vorlesung mit Übungen, Anwendungs- und Fallbeispielen</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (100 %), 60 Min.</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Moduls erreicht werden.</p>
8	<p>Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>-</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>$2,42 \% = (5/165) \times 0,8$</p>

10	<p>Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Claus Greiber Prof. Dr. Christian Steiner</p> <p>Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im Studienportal der Fachhochschule Dortmund</p>
11	<p>Literatur Donges, Juergen B. und Andreas Freytag: Allgemeine Wirtschaftspolitik, Lucius & Lucius, 3. Auflage 2009</p> <p>Mankiw, N. Gregory: Makroökonomik, Schäffer Poeschel, 7. Auflage 2017</p>

Nummer							
902160		Wirtschaftsrecht					
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots		Art des Moduls	ECTS	
deutsch	zwei Semester	1. - 2. Semester	Findet in jedem Semester statt		Pflichtfach	5	
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße 60	Workload	SWS 4	
	<ul style="list-style-type: none"> - Vertragsrecht im Unternehmen - Wirtschaftsprivatrecht 				Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 90 h	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen						
	<p>a. Vertragsrecht im Unternehmen</p> <p>Wissen und Verstehen: Die Studierenden sind in der Lage die Grundprinzipien des Zivilrechts zu erklären und einzelne Vertragstypen anhand der Vertragsinhalte zu identifizieren. Sie können ferner die gesetzlichen Regeln des Vertragsrechts am Beispiel des Kaufrechts im Unternehmen erklären. Sie sind ferner in der Lage das Risiko der Vorleistung zu erläutern sowie die Instrumente zu skizzieren, mit denen sie dieses Risiko reduzieren können.</p> <p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen: Die Studierenden sind in der Lage vertragsrechtliche Risiken zu erkennen und diese in den Vertragsverhandlungen zu reduzieren. Sie können die Instrumente der Stellvertretung und Botenschaft einsetzen, um Verträge zu schließen oder zu gestalten. Sie sind in der Lage ihre Rechte bei Vertragsverletzungen geltend zu machen.</p> <p>Kommunikation und Kooperation: Die Studierende sind in der Lage vertragsrechtliche Fragestellungen zu diskutieren sowie wesentliche Bestanteile ihrer Position in den Vertragsverhandlungen gegenüber ihren Verhandlungspartnern unter Berücksichtigung der bestehenden Rechtslage zu vertreten. Sie sind ferner in der Fall von einfach gelagerten Fällen der Leistungsstörung ihre vertraglichen Rechte gegenüber dem Vertragspartner zu kommunizieren und bei Bedarf argumentativ durchzusetzen.</p> <p>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität: Die Studierenden sind in der Lage die eigenen fachlichen Grenzen zu erkennen, fachlich qualifizierten Rechtsrat einzuholen und diesen auf Plausibilität zu überprüfen.</p> <p>b. Wirtschaftsprivatrecht</p> <p>Wissen und Verstehen: Die Studierenden erfahren die Grundzüge des Wirtschaftsprivatrechts.</p> <p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen: Mit Blick auf die unternehmerische Praxis werden die Studierenden befähigt, einfache juristische Sachverhalte zielführend zu lösen.</p> <p>Kommunikation und Kooperation: Die Studierenden können juristische Fragestellungen diskutieren und unterschiedliche Sichtweisen sowie Argumente austauschen.</p> <p>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:</p>						

	<p>Erlernt wird der zielführende Umgang mit dem Gesetz unter Anwendung juristischer Methoden.</p>
3	<p>Inhalte</p> <p>a. Vertragsrecht im Unternehmen</p> <ul style="list-style-type: none">• Überblick über die Grundlagen des Rechts, Aufbau der gesetzlichen Norm und ihre Auslegung• Grundprinzipien des Zivilrechts wie Privatautonomie sowie Trennungs- und Abstraktionsprinzip und deren Anwendung in der Vertragsgestaltung• Einordnung unterschiedlicher Vertragstypen und Bestimmung der anwendbaren gesetzlichen Bestimmungen• Grundlagen des Kreditsicherungsrechts• Vertragsschluss analog und digital unter Einhaltung der gesetzlich vorgegebenen Form• Einsatz von Stellvertretern und Boten für den Abschluss und Gestaltung von Verträgen• Leistungsstörung, Vertragsbeendigung und Verbraucherschutz am Beispiel des Kaufvertrages <p>b. Wirtschaftsprivatrecht</p> <ul style="list-style-type: none">• Grundstrukturen des Wirtschaftsprivatrechts• Das arbeitsrechtliche Vertragsverhältnis als zentrales Instrument des Wirtschaftsprivatrechts
4	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristische Veranstaltung, Fallbearbeitung</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>a. Vertragsrecht im Unternehmen (1. Semester) Klausur über 60 Minuten, 100 % der Prüfungsleistung.</p> <p>b. Wirtschaftsprivatrecht (2. Semester) Klausur über 60 Minuten, 100 % der Prüfungsleistung.</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen pro Teilmodul zum Bestehen des Moduls erreicht werden.</p>
8	<p>Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Das Bestehen des Moduls ist Voraussetzung für die Teilnahme an den Wahlpflichtmodulen „Arbeitsrechtsmanagement“ sowie „Ausbildereignungsschein“</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>$2,42 \% = (5/165) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r</p> <p>Prof. Dr. Eugen Wingerter Dr. jur. Martin Wolmerath</p> <p>Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund</p>
11	<p>Literatur</p> <p>a. Vertragsrecht im Unternehmen</p> <p>Gesmann-Nuissl; Kompendium Wirtschaftsprivatrecht in der aktuellen Auflage</p>

Meyer; Wirtschaftsprivatrecht in der aktuellen Auflage

Greiner; Schuldrecht Besonderer Teil in der aktuellen Auflage

Brönneke et al.; Wirtschaftsprivatrecht in der aktuellen Auflage

b. Wirtschaftsprivatrecht

Aktuelle Gesetzesammlung zum Arbeitsrecht (Arbeitsgesetze; Beck-Texte im dtv).

Wolmerath; Arbeitsrecht; 3. Auflage 2025.

Däubler/Hjort/Schubert/Wolmerath (Hrsg.); Arbeitsrecht. Individualarbeitsrecht mit kollektivrechtlichen Bezügen; 5. Auflage 2022.

Nummer														
902170		Implikationen der Digitalisierung												
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS									
deutsch	ein Semester	7	Findet in jedem Semester statt	Pflichtfach	5									
1	Veranstaltungen		seminaristische Veranstaltung seminaristische Veranstaltung	geplante Gruppengröße 60	Workload	SWS 4								
	<ul style="list-style-type: none"> - Rechtliche Aspekte der Digitalisierung - Nachhaltigkeit und Ethik 				Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 90 h	2							
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen													
<p>Wissen und Verstehen: Die Studierenden können anhand ausgewählter Probleme der aktuellen Diskussion, die sich aus der Digitalisierung der Wirtschaft ergeben, erkennen, welche rechtlichen Bereiche hierdurch betroffen sind. Hierbei spielt es eine herausragende Rolle, dass die Studierenden erkennen, wie hergebrachte Rechtsinstitute, die sie in den ersten Semestern kennengelernt haben, auf neue Erscheinungsformen des E-Commerce und der Digitalisierung von Wirtschaftsprozessen anzuwenden sind. Diese Grundlagen aus dem allgemeinen Zivilrecht und Gesellschaftsrecht sind notwendige Voraussetzungen, um die Veränderungen in einem digitalisierten Umfeld erfassen zu können. Die Studierenden können die Notwendigkeit und den Stellenwert der Nachhaltigkeit hinsichtlich momentaner wirtschaftlicher Mega-Trends (wie z.B. der Digitalisierung) innerhalb der Wirtschaftswissenschaften einordnen und dessen Ziele benennen. Der Zusammenhang zur Wirtschaftsethik wird von ihnen erfasst, Maßstäbe an das eigene sowie betriebliche Handeln können entscheidungssituationsbezogen entwickelt und vor dem Hintergrund der Theorie reflektiert werden. Hierzu können die Studierenden auch auf verschiedene Formen der Wirtschaftsethik (korrektive, funktionalistische, integrative) und Ansätze des Nachhaltigkeitsmanagements einbeziehen. Grundlagen der Philosophie und der Moralökonomik sind ihnen vertraut und können in diesem Kontext eingeordnet und erläutert werden.</p>														
<p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen: Aufgrund der fortschreitenden und sich ständig verändernden Rahmenbedingungen, die die rechtliche Bewertung aktueller Entwicklungen erschweren, ist es erforderlich, dass die Studierenden lernen, wie verschiedene Bereiche des Rechts ineinander greifen und sich somit die klassische Aufteilung der Rechtsgebiete grundlegend verändert. Hier geht es vor allem darum, die Internationalität digitaler Sachverhalte zu erkennen und einer rechtlichen Lösung zuzuführen. Die Studierenden erkennen die Grenzen des traditionellen Menschenbilds der Ökonomik und können das erlernte Wissen auf Beispielsituationen übertragen. Die praktische Anwendung wirtschaftsethischer Grundsätze auf Entscheidungssituationen von Managern ist ihnen bekannt und kann eigenständig reflektiert werden. Wirtschaftsethische Maßnahmen (u.a. Verhaltenskodizes, ethisch fundierte Unternehmensorganisation, Beschwerdeverfahren) können von den Studierenden eingeordnet und weiterentwickelt werden.</p>														
<p>Kommunikation und Kooperation: Die Studierenden sollen in der Lage versetzt werden, innerhalb ihres Handelns fachliche und sachbezogene Problemlösungen zu formulieren und diese im Diskurs mit Fachvertreterinnen und Fachvertretern sowie Fachfremden zu vertreten und mit theoretisch und methodisch fundierter Argumentation zu begründen. Sie sollen mit anderen Fachvertreterinnen und Fachvertretern sowie Fachfremden angemessen kommunizieren und kooperieren können, dies mit der Zielsetzung eine Aufgabenstellung verantwortungsvoll zu lösen. Sie sollen zudem in die Lage versetzt sein, ihre Ergebnisse zu reflektieren sowie unterschiedliche Sichtweisen und Interessen anderer Beteiligter zu beachten.</p>														

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:

Die Studierenden sollen ein berufliches Selbstbild entwickeln können, das sich an Zielen und Standards professionellen Handelns in der Berufspraxis orientiert. Das eigene berufliche Handeln soll mit theoretischem und methodischem Wissen fundiert sein. Ziel ist es, die eigenen Fähigkeiten einzuschätzen zu können, sie zu reflektieren und autonom sachbezogene Gestaltungs- und Entscheidungsfreiheiten zu nutzen. Das Erkennen situationsadäquater Rahmenbedingungen beruflichen Handelns sowie das Begründen und Reflektieren ihrer Entscheidungen gehören ebenso zu den Zielsetzungen in Bezug auf ihr berufliches Handeln. Dabei wird in diesem Modul insbesondere auch auf eine kritische Auseinandersetzung mit bzw. eine Reflektion von gesellschaftlichen Einstellungen, Erwartungen und Folgen Wert gelegt.

3 Inhalte

Die Auswirkungen der Digitalisierungen auf das Recht und die Beurteilung aktueller Problemstellungen sehen im Mittelpunkt der Veranstaltung. Die Studierenden sollen erkennen, welche Rechtsgebiete Anwendung finden und wie sie auf aktuelle Entwicklungen Anwendung finden. Dabei geht es um die verschiedenen Rechtsgebiete, die hier eine Rolle spielen, wie das Gesellschaftsrecht, das Immaterialgüterrecht, das allgemeine Zivilrecht und insbesondere auch dem Datenschutz. Durch die Bedeutung des Rohstoffes „Information“ in einem digitalisierten wirtschaftlichen Umfeld sollen sowohl personenbezogene Daten, als auch reine Wirtschaftsdaten in ihrer rechtlichen Dimension behandelt werden. Dabei ist der jeweilige regulatorische Rahmen festzulegen und in seine internationale (besonders europäische) ordnungsrechtliche Bedeutung einzuordnen. Da die Studierenden keine juristische Ausbildung durchlaufen, steht als Ziel vor allem die praktische Bewertung von konkreten Fallbeispielen im Mittelpunkt, die anhand von tatsächlichen Sachverhalten erarbeitet wird.

Die LV hat zum Ziel, den Studierenden gegen Ende ihres Fachstudiums einen gesamthaften Blick auf unternehmerische Entscheidungen unter einer ethischen Perspektive zu ermöglichen. Dabei wird das traditionelle Bild des Marktteilnehmers als opportunistischem Nutzenmaximierer kritisch hinterfragt und auf Basis verschiedener Theorieansätze korrigiert. Ansätze für wirtschaftsethisch begründete, nachhaltige Entscheidungen ohne inakzeptable Folgen für unterschiedliche Stakeholder werden erarbeitet. Der Literatur folgend wird eine wirtschaftsethische Kasuistik angewendet, bei der praktische Fallgestaltungen im Mittelpunkt stehen.

4 Lehrformen

Seminaristischer Unterricht, angeleitete Selbstlernphasen mit Lernerfolgskontrollen, Gruppenarbeiten

5 Teilnahmevoraussetzungen

Formal: keine

Inhaltlich: keine

6 Prüfungsformen

Klausur (100 %) 60 Min.

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Moduls erreicht werden.

8 Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)

-

9 Stellenwert der Note für die Endnote

$2,42 \% = (5/165) \times 0,8$

10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Ralf Beck Prof. Dr. Matthias Beenken Prof. Dr. Michael Bohne Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im Studienportal der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Conrad, C., Wirtschaftsethik, Springer Verlag Wiesbaden, 2016 Epstein, N.J and Rejc Buhovac, A., Making Sustainability Work: Best Practice in Managing and Measuring Corporate Social, Environmental and Economic Impact, 2. Auflage, Abingdon Oxon. Routledge, 2017 Haug, Grundwissen Internetrecht, München 2016 Härtling, Internetrecht, Köln 2017 Laszlo, C., Sustainable Value. How the World's leading Companies Are Doing Well by Doing Good, Stanford: Stanford University Press, 2008 Lütge, Christoph; Uhl, Matthias: Wirtschaftsethik, München 2018 Ulrich, Peter: Integrative Wirtschaftsethik, Grundlagen einer lebensdienlichen Ökonomie, 5. Aufl., Bern 2016

Nummer							
902180		Business Communication I					
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots		Art des Moduls	ECTS	
englisch	zwei Semester	2. - 3. Semester	Findet in jedem Semester statt		Pflichtfach	5	
1	Veranstaltungen		seminaristische Veranstaltung seminaristische Veranstaltung	geplante Gruppengröße 35	Workload	SWS 4	
	<ul style="list-style-type: none"> - English for International Trade - Writing Skills 				Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 90 h	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <p>a. English for International Trade</p> <p>Wissen und Verstehen: Die Studierenden kennen grundlegende Konventionen und Stilelemente in der englischsprachigen Wirtschaftskommunikation und wenden diese angemessen an. Sie verfügen über ein grundlegendes grammatisches und lexikalisches Repertoire für sprachliches Handeln in wirtschaftsbezogenen Kontexten sowie über eine Grundsicherheit im Gebrauch der Sprachmittel in Hinblick auf die 4 Grundfertigkeiten.</p> <p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen: Die Studierenden kennen ein Repertoire von Techniken für selbstgesteuertes Sprachenlernen und wenden dieses an. Die Studierenden erhalten Hilfestellung durch den Lehrenden, müssen aber in Eigenregie ihre Lösungen präsentieren und begründen. Die Aufgaben sind oftmals so gefasst, dass verschiedene Lösungsansätze möglich sind und es den Studierenden frei bleibt, wie sie an die Aufgabe herangehen.</p> <p>Kommunikation und Kooperation: In Gruppenarbeit (z.B. bei Rollenspielen, Präsentationen, Erarbeitung von Fallstudien, Zusammenfassung von Texten) müssen Studierende verschiedene Aufgaben lösen und dabei die für sie richtige Lösung präsentieren und begründen. Die Studierenden erhalten Feedback über ihr sprachliches Auftreten und wie sie miteinander kommunizieren.</p> <p>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität: Die Studierenden sind gut gerüstet, um in internationalen Geschäftsumgebungen erfolgreich zu kommunizieren. Die Fähigkeit, selbstgesteuert zu lernen und eigenständig Lösungen zu präsentieren, trägt zur beruflichen Eigenständigkeit und Problemlösungsfähigkeit bei. Darüber hinaus ermöglicht die Fähigkeit zur effektiven Kommunikation und Zusammenarbeit in Gruppen eine bessere Teamarbeit und trägt somit zur beruflichen Entwicklung und zum Erfolg in verschiedenen Arbeitsumfeldern bei.</p> <p>b. Writing Skills</p> <p>Wissen und Verstehen: Die Studierenden kennen grundlegende Konventionen und Stilelemente in der englischsprachigen Wirtschaftskommunikation und wenden diese angemessen an. Sie verfügen über ein grundlegendes grammatisches und lexikalisches Repertoire für sprachliches Handeln in wirtschaftsbezogenen Kontexten sowie über eine Grundsicherheit im Gebrauch der Sprachmittel in Hinblick auf die 4 Grundfertigkeiten.</p>						

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:

Die Studierenden verwenden eine Reihe von Techniken für selbstgesteuertes Sprachenlernen und rechtfertigen ihre Lösungen eigenständig (Analysieren).

Aufgaben werden formuliert, um verschiedene Ansätze zu ermöglichen, sodass die Studierenden entscheiden können, wie sie diese angehen (Erstellen).

Kommunikation und Kooperation:

In Gruppenarbeit (z.B. bei Rollenspielen, Präsentationen, Erarbeitung von Fallstudien, Zusammenfassung von Texten) müssen Studierende verschiedene Aufgaben lösen und dabei die für sie richtige Lösung präsentieren und begründen.

Die Studierenden erhalten Feedback über ihr sprachliches Auftreten und wie sie miteinander kommunizieren.

3 Inhalte

a. English for International Trade

In der Beschäftigung mit Themen und Fallstudien aus dem Bereich International Trade werden auf 3 Ebenen grundlegende sprachliche Kompetenzen ausgebaut:

- Übung aus Ausbau der lexikalischen und grammatischen Grundlagen
- Einführung und Übung von Strategien für praxisorientiertes Sprachhandeln, z.B.

im Hinblick auf Interaktion und Leseverstehen unter Einbeziehung von Konventionen und wesentlichen Stilelementen

- Einführung und Übung im Umgang mit wirtschaftstypischen Kommunikationsformen wie Handelskorrespondenz und Dialogen

b. Writing Skills

In der Beschäftigung mit Themen aus dem Wirtschaftsbereich werden auf 2 Ebenen grundlegende sprachliche Kompetenzen ausgebaut:

- Übung und Ausbau der lexikalischen und grammatischen Grundlagen

Einführung und Übung von Strategien für praxisorientiertes Sprachhandeln, z.B. im Hinblick auf Kurzpräsentationen und das Abfassen von verschiedenen Texttypen (z.B. emails, essays) unter Einbeziehung von Konventionen und wesentlichen Stilelementen

4 Lehrformen

Seminaristischer Kurs mit Vorträgen, fragend-entwickelnder Diskussion, Bearbeitung von Aufgaben, Präsentationen, Gruppenarbeit, Debatten und Rollenspielen durch die Teilnehmer, schriftliche Arbeiten, Aufgaben im Unterricht

5 Teilnahmevoraussetzungen

Formal: keine

Inhaltlich: Vorkenntnisse auf dem Niveau B2, entsprechend etwa 6 - 7 Jahren Schulenglisch

6 Prüfungsformen

a. English for International Trade (2. Semester)

Die Prüfungsform und Verwendung einer spezifischen Option wird zu Beginn des Semesters bekannt gegeben:

100 % semesterbegleitende Leistung (Mündliche Prüfung (bis 45 Minuten), Präsentation (bis 15 Minuten), Hausarbeit (bis 20 Seiten))

oder

100 % Klausur bis max. 120 Minuten

oder

50 % Klausur bis max. 60 Minuten und 50 % semesterbegleitende Leistung (Mündliche Prüfung (bis 45 Minuten), Präsentation (bis 15 Minuten))

Es werden die kommunikativen Fähigkeiten und das Geschäftsverständnis der Studierenden bewertet. Die mündliche Ausdrucksfähigkeit und interkulturelle Sensibilität wird in der mündlichen Prüfung getestet. In der Präsentation werden die ihre Fähigkeit zur klaren und überzeugenden Präsentation von Ideen überprüft. Die schriftliche Anfertigung eines Businessplans im Team zeigt die Teamarbeit und Problemlösungskompetenzen der Studierenden.

Insgesamt beweisen die Studierenden in der Prüfung, professionell in englischsprachigen Geschäftsumgebungen zu kommunizieren, Geschäftspläne zu entwickeln und erfolgreich im Team zu arbeiten.

b. Writing Skills (3. Semester)

30% Gruppenarbeit (max. 4 Seiten o.ä.) / 15% Präsentation (max. 30 Min.) / 55% schriftliche Arbeiten (max. 20 Seiten o.ä.) (alle semesterbegleitend)

Prüfungsanforderungen: 30% der Gesamtnote entfallen auf eine Gruppenaufgabe, in der die Studierenden in Rollenspielen und Diskussionen zu einem aktuellen Thema zusammenarbeiten. Sie entwickeln dazu ein Vokabular und schreiben einen Aufsatz über ihre Erfahrungen mit anderen Teammitgliedern (Erstellen, Analysieren). 15 % der Note werden für eine Präsentation über ein Unternehmen ihrer Wahl vergeben, die sich auf einen bestimmten Geschäftsbereich wie Lieferkette, Marketing oder Personalmanagement konzentriert. Die Studierenden spielen auch ein Rollenspiel zu einer Unternehmenssitzung, in der ein Problem gelöst wird (Erstellen). 55% der Note wird durch die Erstellung verschiedener Dokumente zur Unternehmenskommunikation erreicht (Create).

7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen pro Teilmodul zum Bestehen des Moduls erreicht werden.
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) Die Studierenden verbessern ihre sozialen Fähigkeiten durch Rollenspiele in gängigen Situationen im internationalen Umfeld sowie durch Teamarbeit.
9	Stellenwert der Note für die Endnote $2,42 \% = (5/165) \times 0,8$
10	Modulbeauftragte/r Martin Kuhn Gerrida Margaretha Vorster Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im Studienportal der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Armitage-Amato, R. (2010), Pons Bürokommunikation Englisch, Pons GmbH Bosewitz, A./Bosewitz R./Wörner, F. (2010), Business English für Unternehmer, Haufe-Lexware GmbH & Co. KG Department of Commerce, United States of America (2022), Learn how to export [https://www.trade.gov/learn-how-export] Fürster, L./Kufner, S. (2006), Business English, Useful phrases, Haufe Goudsward, G. (2010), Business English, Taschenguide, 3. Auflage, Haufe Pawelzik, B. (2009), Communication in Business, Oldenbourg Wissenschaftsverlag Sachs, R./Abegg, B. (2001), Commercial Correspondence. Englische Handelskorrespondenz für die Berufspraxis, Hueber-Verlag

- Shellabbear, Stefanie. (2011): False Friends in Business English, Haufe Verlag
- Williams, P. (2018): Advanced Writing Skills for Students of English,
- White, G. (2014) Writing B2 Upper Intermediate, Collins English for Life
- The Canadian Trade Commissioner Service (2022), Step by step Guide to Exporting [<https://www.trade-commissioner.gc.ca/guides/exporter-exportateurs/introduction.aspx?lang=eng>]
- The Times 100 Business Case Studies, 17th Edition (2023) [<https://www.studocu.com/row/document/north-south-university/introduction-to-microeconomics/the-times-100-business-case-studies/63676085>]

Nummer								
902190		Business Communication II						
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots		Art des Moduls	ECTS		
englisch	zwei Semester	4. - 5. Semester	Findet in jedem Semester statt		Pflichtfach	5		
1	Veranstaltungen		seminaristische Veranstaltung seminaristische Veranstaltung	geplante Gruppengröße 35	Workload			
	<ul style="list-style-type: none"> - Presentation Skills - International Meetings 				Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 90 h		
2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen								
a. Presentation Skills								
Wissen und Verstehen:		<p>Nach der erfolgreichen Teilnahme an der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage, die relevanten Aspekte zur Erstellung einer Präsentation in englischer Sprache zu identifizieren und zu benennen. Sie können funktionierende Strukturen skizzieren sowie auf das entsprechende Fachvokabular zugreifen und besitzen Kenntnis über die Rahmenbedingungen einer Präsentation in englischer Sprache in einem Berufsumfeld mit Wirtschaftsbezug und die erfolgreiche Ausrichtung von Präsentationselementen auf diesen Kontext. Die Studierenden besitzen ein Repertoire von Techniken für selbstgesteuertes Sprachenlernen.</p>						
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:		<p>Bei Abschluss des Lernprozesses können die Studierenden kommunikative Situationen analysieren und auf der Basis der erlernten Inhalte und den Techniken für selbstgesteuertes Sprachenlernen eine Präsentation im genannten Kontext selbstständig planen, erstellen, üben und umsetzen.</p>						
Kommunikation und Kooperation:		<p>Die Studierenden können im Gruppengefüge interagieren und eine Einzelleistung in die Gesamtpräsentation einbinden. Lösungen können auf Englisch miteinander diskutiert, verhandelt und begründet werden. Die Studierenden können sich über Präsentationselemente und die Bedeutung professioneller Präsentationsfertigkeiten unter Verwendung der englischen Sprache austauschen und Feedback geben.</p>						
Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:		<p>Die Studierenden sind in der Lage, im Rahmen einer Präsentationsleistung im Firmenumfeld auf das Erlernte zurückzugreifen und professionell zu agieren.</p>						
b. International Meetings								
Wissen und Verstehen:		<p>Die Studierenden können effektive internationale bzw. interkulturelle Teambesprechungen abhalten. Sie können komplexe Probleme analysieren und gemeinsam Lösungsversuche formulieren. Sie können Sitzungen leiten, Sitzungsprotokolle und Aktionspläne erstellen, offen und kontrovers diskutieren und eine konstruktive Atmosphäre aufrechterhalten. Sie sind sich der Besonderheit internationaler Kooperation bewusst.</p>						
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:		<p>Meetings sind in eine immer häufiger vorkommende Kommunikationsform, die hohe Anforderungen an die Teilnehmenden stellt, insbesondere wenn sie unterschiedliche kulturelle Hintergründe haben. Die Studierenden werden diesen Anforderungen durch realistische Simulierungen gerecht. Die Entscheidungsfindung ist bei den einzelnen Tagesordnungspunkten dem Team überlassen, aber der Prozess der</p>						

	<p>Entscheidungsfindung muss nachvollziehbar und logisch sein. Kursteilnehmende zeigen sich ihrer Verantwortung als Teammitglieder durch regelmäßige Teilnahme an den einzelnen Veranstaltungen und Pünktlichkeit in der Erledigung von Aufgaben bewusst.</p> <p>Kommunikation und Kooperation: In Teamarbeit lernen die Studierenden komplexe Probleme zu analysieren, Informationen zu bewerten und konstruktiv in englischer Sprache zu besprechen. Sie können mit unterschiedlichen Niveaus in Sprachkenntnissen umgehen und stellen sicher, dass sich alle Teilnehmenden äußern können und dass deren Ansichten angemessen berücksichtigt werden. Sie zeigen sich durch eine regelmäßige Teilnahme an den Lehrveranstaltungen und an Teambesprechungen in eigener Regie verantwortungsbewusst und diszipliniert.</p> <p>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität: Studierende sind in der Lage, ein internationales bzw. interkulturelles Meeting in englischer Sprache effektiv und effizient zu gestalten und durchzuführen. Sie können in Teamarbeit Verantwortung übernehmen, mögliche Konflikte lösen und konstruktive Zusammenarbeiten.</p>
3	<p>Inhalte</p> <p>a. Presentation Skills Relevante Elemente hinsichtlich kommunikativer Situation, Struktur, (Fach)Terminologie sowie des selbstgesteuerten Sprachenlernens für die Planung, Erstellung und Umsetzung einer Präsentation in englischer Sprache mit Wirtschaftsbezug im Berufsumfeld werden anhand von verschiedenem Übungsmaterial (Videos, Fallstudien, wirtschaftsbezogene Texte) erarbeitet, in Gruppen- und Zwiegesprächen besprochen und geübt. Es werden Gruppenpräsentationen durchgeführt, bei denen die Studierenden das Erlernte umsetzen müssen.</p> <p>b. International Meetings Die Studierenden reflektieren die besonderen Herausforderungen interkultureller Meetings und diskutieren unter der Leitung der Dozentin bzw. des Dozenten Strategien, um diese zu bewältigen. Anhand des Kursbuchs, weiterer Lehrmaterialien und der vorgelegten Tagesordnungen, Hintergrundinformationen und Positionen werden Meetings eingeübt und in der Veranstaltung durchgeführt. Die Dozentin bzw. der Dozent bewertet die gezeigten Leistungen, sodass die Studierenden ihre Fähigkeiten durch Learning by Doing und durch Beobachtung der Leistungen anderer Teams entwickeln können.</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>a. Presentation Skills Vorträge in Interaktion mit den Studierenden, Übungen auf der Basis von praxisnahen Beispielen, Ausarbeitung von Teilelementen mit gemeinsamer Auswertung sowie einem Feedback der oder des Lehrenden, kommunikative Übungen in (Dialoge, Gruppenarbeit), Durchführung von Präsentationen in Teams anhand eigener Recherchen</p> <p>b. International Meetings Die Dozentin bzw. der Dozent bespricht in einem Lehrgespräch die Besonderheiten internationaler Meetings. Anhand des Kursbuchs, weiterer Lehrmaterialien und der vorgelegten Tagesordnungen, Hintergrundinformationen und Positionen werden Meetings eingeübt und in der Veranstaltung von einzelnen Teams durchgeführt. Die Dozentin bzw. der Dozent bewertet die gezeigten Leistungen, sodass die Studierenden ihre Fähigkeiten durch Learning by Doing und durch Beobachtung der Leistungen anderer Teams entwickeln können.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: Modul „Business Communication I“ sollte absolviert sein</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>a. Presentation Skills (4. Semester)</p>

Die Prüfung besteht aus einer semesterbegleitenden Präsentation (50 %) sowie einer Reihe semesterbegleitender Kurztests (50%).

Mit der Präsentation beweisen die Studierenden, dass Sie in der Lage sind, die Anforderungen an die Planung, Erstellung und Durchführung einer professionellen Präsentation in englische Sprache in einer Berufssituation mit Wirtschaftsbezug selbstständig zu bewältigen. Die Studierenden beweisen darüber hinaus, dass sie in der Verwendung des Englischen sowie in der Anwendung von Hilfsmitteln zur Vorbereitung eines qualitativ hochwertigen Texts als Basis für die Präsentation sicher sind und diesen in eine überzeugende Präsentation umwandeln können.

Dauer: ca. 15 Minuten

Mit den Kurztests wird überprüft, inwieweit die Studierenden (Fach-)Terminologie erinnern und definieren sowie die grundlegenden Aspekte hinsichtlich kommunikativer Situation, Teilelemente einer Präsentation sowie sprachlicher Umsetzung, etc., verstehen und wiedergeben können.

b. International Meetings (5. Semester)

Am Ende des Semesters legt jedes Team eine 45-minütige mündliche Prüfung ab, in der die Mitglieder anhand einer vorgelegten Tagesordnung eine Teambesprechung abhalten.

Dabei werden folgende Aspekte berücksichtigt:

- allgemeine und Meeting-spezifische Kommunikationsfähigkeit (Gesprächsfluss, Gesprächsführung, Darstellung der eigenen Position, Reaktion auf andere Positionen, usw.) und Sprachfähigkeit (Wortschatz, Grammatik, Aussprache usw.)
- Professionalität und Effektivität der Entscheidungsfindung (basierend auf den im Kursmaterial aufgelisteten Qualitätskriterien)
- auch während des Semesters gezeigte Sozialkompetenz in allen Bereichen der Teamarbeit

Nähere Auskunft ist im Kursbuch erhalten und wird in den Lehrveranstaltungen gegeben und diskutiert. Die Leistungen der Studierenden werden individuell bewertet.

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen pro Teilmodul zum Bestehen des Moduls erreicht werden.

8 Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)

a. Presentation Skills

Präsentationen sind eine wesentliche Kommunikationsform in den heutigen Unternehmen. Die Studierenden müssen in der Lage sein, Strategien, Konzepte, Pläne, Ideen und Gedanken in einer kohärenten und transparenten Weise vorzustellen. Darüber hinaus müssen sie über ihre eigene Perspektive hinaus schauen und die Perspektive ihres Publikums einnehmen können.

Diese Fähigkeiten sind grundlegend für die Verarbeitung und Vermittlung von Informationen und können daher in vielen Situationen im Studienprogramm und in der späteren Karriere der Studierenden angewendet werden. Sie sind nicht auf einen Studiengang oder Fachbereich beschränkt, sondern können in allen Programmen der Fachhochschule zum Einsatz kommen.

b. International Meetings

Meeting sind in Unternehmen allgegenwärtig und viele sind international bzw. interkulturell. Die Teams müssen komplexe Tagesordnungspunkte besprechen, die sorgfältige Analysen und Abwägungen erfordern. Die Fähigkeit, komplexe Probleme analytisch anzugehen, Zusammenhänge aufzuzeigen und überzeugend Lösungsvorschläge zu finden und zu formulieren, ist in vielen Situationen im Studium und in der beruflichen Praxis notwendig.

9 Stellenwert der Note für die Endnote

2,42 % = (5/165) x 0,8

10 Modulbeauftragte/r

M.A. Florian Gerhardt
Martin Kuhn

Lehrende/r

siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im [Studienportal](#) der Fachhochschule Dortmund

11 Literatur

a. Presentation Skills

- Bosewitz, A./Bosewitz R./Wörner, F. (2010) Business English für Unternehmer. Haufe-Lexware GmbH & Co. KG.
- Cruz, J (2023): The Power of Communication Skills and Effective Listening. Unlimited Concepts Publishing.
- Emden, J.V. and Becker, L.M. (2022) Presentation Skills for Students. London: Bloomsbury Academic.
- Förster, L./Kufner, S. (2006) Business English, Useful phrases. Haufe.
- Galster, G. and Rupp, C.E. (2013) Wirtschaftsenglisch für Studium und Beruf: Wirtschaftswissen Kom-pakt in Deutsch und Englisch = German and English Business Know-How. München: Oldenbourg Ver-lag.
- Goudswaard, G. (2020) Business English, Taschenguide. (5. Auflage). Haufe.
- Grussendorf, M. (2014) English for Presentations B1-B2. Berlin: Cornelsen.
- Pawelzik, B. (2009) Communication in Business. Oldenbourg Wissenschaftsverlag.
- Powell, M. (2017) Dynamic Presentations. Cambridge u.a.: Cambridge Univ. Press.
- Renz, K.-C. (2022) Das 1 x 1 der Präsentation: Für Schule, Studium und Beruf. S.l.: Gabler.
- Stevenson, K. (2021) Persuasive Presentations. S.l.: Concept Publishing Company.
- Wallwork, A. (2016) English for Presentations at International Conferences. Cham etc.: Springer Interna-tional Publishing Switzerland.
- Williams, E.J. (2012) Presentations in English, Find Your Voice as a Presenter. Oxford: Macmillan.

b. International Meetings

Kursbuch International Meetings

Allen, Joseph A.; Lehmann-Willenbrock, Nale; Rogelberg, Steven G. (Eds.) (2015): The Cambridge hand-book of meeting science. New York, Cambridge University Press.

Jongste, Henri de (2023): Towards a Survey of Differences in Preferred Meeting Styles Across Cultures. In *Business and Professional Communication Quarterly*.

Köhler, Tine; Götz, Markus (2015): Meetings across cultures. Cultural differences in meeting expecta-tions and processes. In Joseph A. Allen, Nale Lehmann-Willenbrock, Steven G. Rogelberg (Eds.): The Cam-bridge handbook of meeting science. New York, NY: Cambridge University Press (Cambridge handbooks in psychology), pp. 119–150.

Köhler, Tine; Tenzer, Helene; Cramton, Catherine Durnell (2023): Culture-driven scripts for meetings. An integrative theoretical lens for studying workplace meetings. In *Organizational Psychology Review* 13 (4), pp. 400–428.

Lehmann-Willenbrock, Nale; Allen, Joseph A.; Meinecke, Annika L. (Eds.) (2020): Managing Meetings in Organizations. Leeds: Emerald Publishing (Research on managing groups and teams).

Nummer								
902200		Nachhaltige Business-Kompetenzen						
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS			
deutsch	zwei Semester	1. - 2. Semester	Findet in jedem Semester statt	Pflichtfach	5			
1	Veranstaltungen		seminaristische Veranstaltung seminaristische Veranstaltung	geplante Gruppengröße 45	Workload	SWS		
	<ul style="list-style-type: none"> - Nachhaltigkeit und Selbstreflexion - Kommunikation und Präsentation 				Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 90 h		
2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen								
a. Nachhaltigkeit und Selbstreflexion								
Wissen und Verstehen:		Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind Studierende in der Lage:						
<ul style="list-style-type: none"> • die Bedeutung von Nachhaltigkeit im Kontext der akademischen und Wirtschaftswelt zu erläutern. • die drei Säulen der Nachhaltigkeit zu benennen und erläutern. • die Stakeholder- und Shareholder-Perspektive auf Nachhaltigkeit voneinander zu unterscheiden und zu kritisch zu bewerten. • die Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs) zu benennen und zu erläutern. • Theoretische Konzepte zur Förderung des nachhaltigen Verhaltens auf individueller und globaler Ebene zu nennen und zu erläutern. • ihre persönlichen Stärken und Schwächen in Bezug auf das Studium und der beruflichen Praxis zu nennen und zu erläutern und ihr Verhalten nachhaltig zu reflektieren. 								
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:								
<p>Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind Studierende in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Herausforderungen im Bereich Nachhaltigkeit im akademischen und wirtschaftlichen Kontext zu diskutieren und kritisch zu bewerten. • ihre individuelle und kollektive Verantwortung sowohl im akademischen als auch im wirtschaftlichen Umfeld zu erkennen und kritisch zu bewerten. • Lösungsansätze zur Förderung von nachhaltigem Handeln im akademischen und beruflichen Umfeld zu entwickeln und kritisch zu bewerten. 								
Kommunikation und Kooperation:								
<p>Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind Studierende in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ihre Gedanken über handlungsleitende Werte im Bereich der Nachhaltigkeit und des nachhaltigen Verhaltens kritisch zu reflektieren und zu kommunizieren. • über Fachgrenzen hinweg Lösungsoptionen im Rahmen der Nachhaltigkeit zu berücksichtigen und kritisch zu reflektieren, da Nachhaltigkeitsthemen oft interdisziplinäre Ansätze erfordern. 								
Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:								
<p>Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind Studierende in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ihr Verhalten in akademischem und wirtschaftlichem Kontext kritisch zu analysieren und eigene Verhaltensziele zu setzen und diese zu verfolgen. • inhaltliche Perspektivwechsel in Bezug auf Nachhaltigkeit vorzunehmen und zu kritisch zu bewerten. • den Bedarf für nachhaltige Initiativen zu identifizieren und effektive Lösungsstrategien zu entwickeln. 								

b. Kommunikation und Präsentation

Wissen und Verstehen:

Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind Studierende in der Lage:

- die Grundlagen der Kommunikationstheorie und -praxis zu verstehen.
- Strategien für Krisenmanagement in Kommunikationssituationen zu beschreiben und zu bewerten.
- die wesentlichen Elemente und den Aufbau überzeugender Managementpräsentationen zu nennen und zu erläutern.
- die Bedeutung zielorientierter Argumentationsstrukturen in verbalen Kommunikationen und in Managementpräsentationen zu erkennen.
- die verschiedenen psychologischen Aspekte von Lampenfieber in Präsentationssituationen zu verstehen und zu differenzieren.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:

Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind Studierende in der Lage:

- Strategien für Krisenmanagement in der Kommunikation zu entwickeln und anzuwenden, um Herausforderungen in der Kommunikation erfolgreich zu bewältigen.
- zielorientierte Managementpräsentationen zu erstellen.
- Bewältigungsstrategien für Lampenfieber zu nutzen und in der Praxis anzuwenden, um die Qualität ihrer Kommunikation zu verbessern.

Kommunikation und Kooperation:

Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind Studierende in der Lage:

- effektiv in Kommunikationssituationen zu argumentieren und Informationen klar und präzise zu präsentieren.
- in Gruppenarbeit kooperativ zu arbeiten und verschiedene Perspektiven und Ideen zu berücksichtigen sowie sich selbstständig zu organisieren.
- Kommunikationsstrategien anzuwenden, um Konflikte zu bewältigen und gemeinsame Ziele zu erreichen.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:

Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind Studierende in der Lage:

- Kommunikationssituationen und damit verbundene Konflikte zu analysieren und Lösungsmöglichkeiten zu entwickeln.
- ihre Präsentations- und Kommunikationsfähigkeiten selbstkritisch zu analysieren und zu verbessern.
- Präsentationen zu strukturieren, Präsentationsziele und darstellerische Mittel situationsbezogen und zielgruppengerecht festlegen und planen. Sie beherrschen mediale Grundregeln: Foliengestaltung, Medieneinsatz, Methodenvielfalt.
- in typischen Krisensituationen im Präsentationsverlauf individuell adäquate Handlungsparameter abzurufen und mit persönlichen Hemmnissen (z.B. Lampenfieber, black out) umzugehen und wirkungsvolle individuelle Arbeitsweisen dagegen zu entwickeln.

3 Inhalte

a. Nachhaltigkeit und Selbstreflexion

- Einführung verschiedener Perspektiven auf Nachhaltigkeit, einschließlich der Betrachtung aus Stakeholder- und Shareholder-Sicht
- Drei Säulen der Nachhaltigkeit: Ökologisch, Sozial, Ökonomisch
- Überblick über nachhaltige Entwicklung und die Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs)
- Diskussion über Herausforderungen im Bereich Nachhaltigkeit
- Theoretische Konzepte zur Förderung des nachhaltigen Verhaltens (z.B. SHIFT-Framework, Nudging) und zur Reduktion der Attitude-Behaviour Gap
- Selbstreflexionskonzepte zur Bewertung und Anpassung der eigenen Rolle als Studierende(r) im akademischen und wirtschaftlichen Kontext (einschließlich der Analyse von Stärken und Schwächen zur Erkennung von Verbesserungspotenzialen in Bezug auf das eigene (nachhaltige) Verhalten

b. Kommunikation und Präsentation

	<ul style="list-style-type: none">• Grundlagen der Kommunikationstheorie und -praxis, einschließlich der Bedeutung von verbaler und nonverbaler Kommunikation• Techniken zur professionellen Gesprächsplanung und -führung, einschließlich der Entwicklung effektiver Argumentationsstrukturen.• Strategien für Krisenmanagement in Kommunikationssituationen• Aufbau und Elemente überzeugender Managementpräsentationen• Bewältigungsstrategien für Lampenfieber
4	Lehrformen a. Nachhaltigkeit und Selbstreflexion: Das Teilmodul wird in Form einer seminaristischen Veranstaltung angeboten, bestehend aus Vorlesungen und Übungen. b. Kommunikation und Präsentation Das Teilmodul wird in Form einer seminaristischen Veranstaltung angeboten, bestehend aus Vorlesungen und Übungen. Die gesamte Organisation für beide Teilmodule findet über die Lernplattform ILIAS statt.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen a. Nachhaltigkeit und Selbstreflexion (1. Semester) Klausur (100%), 40 Minuten. Die Leistungen werden benotet und müssen mit mindestens ausreichend (4,0) abgeschlossen werden. <i>oder</i> Klausur (75%), 30 Minuten. Semesterbegleitende schriftliche Ausarbeitung (25%), bis zu 8 Seiten. Die Leistungen werden benotet und müssen mit mindestens ausreichend (4,0) abgeschlossen werden. Die Prüfungsform sowie der jeweils angepasste Umfang/Dauer werden zu Beginn des Semesters bekannt gegeben. b. Kommunikation und Präsentation (2. Semester) Die Modulteilprüfung besteht aus einer schriftlichen Ausarbeitung mit Präsentation (100 %). Die Dauer der Präsentation beträgt max. 15 Minuten. Die Leistung wird benotet und muss mit mindestens ausreichend (4,0) abgeschlossen werden.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen pro Teilmodul zum Bestehen des Moduls erreicht werden.
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote $2,42 \% = (5/165) \times 0,8$
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Hanaa Ryari Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund

11 Literatur

a. Nachhaltigkeit und Selbstreflexion

Chandler, D. (2019). Strategic corporate social responsibility: Sustainable value creation. SAGE Publications, Incorporated.

D'Zurilla, T. J., & Nezu, A. M. (2007). Problem-Solving Therapy: A Positive Approach to Clinical Intervention. 3. Auflage. New York: Springer Publishing Company.

Jonassen, D. H. (2000). Toward a Design Theory of Problem Solving. Educational Technology Research and Development, 48(4), 63-85.

Krengel, M.: Golden Rules. Erfolgreich Lernen und Arbeiten: Alles was man braucht, Eazybookz, aktuelle Auflage.

Metzler, J.B. (2015). Schlüsselkompetenzen: Qualifikationen für Studium und Beruf. (2015). Weimar, Verlag J.B. Metzler Stuttgart.

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value. Harvard Business Review, 89(1/2), 62- 77.

Schaltegger, S., Hansen, E. G., & Lüdeke-Freund 2016: Business models for sustainability: origins, present research, and future avenues. Organization & Environment 29(1) 3-10

Schons, L.M., Scheidler, S., Bartels, J. (2017), "Tell me how you treat Your Employees! A Field-Experimental Study on Customers' Preferences for Companies' CSR Efforts in the Employee Domain", Journal of Marketing Behavior, 3(1), 1-37

Sternberg, R. J., & Frensch, P. A. (Hrsg.). (1991). Complex Problem Solving: Principles and Mechanisms. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

White, K., Habib, R., & Hardisty, D. J. (2019). How to SHIFT Consumer Behaviors to be More Sustainable: A Literature Review and Guiding Framework. Journal of Marketing, 83(3), 22-49. <https://doi.org/10.1177/0022242919825649>.

Zollo, M., Cennamo, C., & Neumann, K. (2013). Beyond what and why: Understanding organizational evolution towards sustainable enterprise models. Organization & Environment, 26(3), 241-259.

b. Kommunikation und Präsentation:

Birkenbihl, V. F. (2001). Kommunikationstraining: Zwischenmenschliche Beziehungen erfolgreich gestalten. Offenbach, GABAL Verlag.

Cruz, Janet (2023): The Power of Communication Skills and Effective Listening. Unlimited Concepts Publishing.

Esposito, L. (2006). Lampenfieber positiv nutzen: Mehr Erfolg durch Stresskompetenz. Offenbach, GABAL Verlag.

Fearn-Banks, K. (2017). Crisis Communications: A Casebook Approach. 5. Auflage, New York, Routledge.

Fisher, Roger, Ury, William, and Patton, Bruce (2018). Das Harvard-Konzept: Die unschlagbare Methode für beste Verhandlungsergebnisse. #7. Auflage, Deutsche Verlags-Anstalt.

Schulz von Thun, F. (2014). Miteinander reden 1: Störungen und Klärungen. Allgemeine Psychologie der Kommunikation. Rowohlt Taschenbuch Verlag.

Nummer						
902210		Wissenschaftliches Arbeiten: Methoden und Analysetools				
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS	
deutsch	ein Semester	3	Findet in jedem Semester statt	Pflichtfach	5	
1	Veranstaltungen		seminaristische Veranstaltung seminaristische Veranstaltung	Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße 45	Workload Kontaktzeit 60 h Selbststudium 90 h
	<ul style="list-style-type: none"> - Wissenschaftliches Arbeiten: Methoden, Instrumente und Anwendung - IT-Werkzeuge zur quantitativen Analyse 					
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <p>a. Wissenschaftliches Arbeiten: Methoden, Instrumente und Anwendung</p> <p>Wissen und Verstehen:</p> <p>Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind Studierende in der Lage die grundlegenden Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens und die formalen Anforderungen zu nennen und zu erläutern. Dazu zählen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Techniken der Literaturrecherche zu kennen sowie wissenschaftlicher von nicht-wissenschaftlicher Literatur zu unterscheiden. • verschiedene Zitationsstile voneinander zu unterscheiden. • Kriterien zielorientierter wissenschaftlicher Fragestellungen zu nennen und kritisch zu reaktieren. • quantitative von qualitativen Forschungsmethoden zu unterscheiden und die erforderlichen Schritte zu identifizieren, um Forschungsprojekte eigenständig durchzuführen. <p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:</p> <p>Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind Studierende in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • präzise wissenschaftliche Forschungsfragen zu formulieren, was die Fähigkeit impliziert, relevante Probleme zu identifizieren. • zielorientierte Forschungsdesign zu identifizieren und zu entwickeln. • empirische Ergebnisse mit Hilfe statistischer Methoden zu interpretieren. <p>Kommunikation und Kooperation:</p> <p>Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind Studierende in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • wissenschaftliche Texte zu lesen, zu reflektieren und zusammenzufassen. • verschiedene Perspektiven zur Beantwortung von Forschungsfragen kritisch zu reflektieren und zu diskutieren. • spezifische Fragestellungen mit Hilfe literaturbasierter Analysen in Teamarbeit kooperativ zu beantworten. <p>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:</p> <p>Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind Studierende in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • wissenschaftliche Literatur zu recherchieren. • wissenschaftliche Arbeiten richtig zu strukturieren und formale Anforderungen an wissenschaftliches Arbeiten einzuhalten. • zielorientierte Forschungsdesigns zu identifizieren. • sich selbst und in Gruppenarbeit zu organisieren. • ihr erworbenes Wissen in schriftlicher Form zu präsentieren. <p>b. IT-Werkzeuge der quantitativen Analyse</p> <p>Wissen und Verstehen:</p>					

Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul verfügen die Studierenden über das Wissen:

- wie Excel aufgebaut ist und welche Funktionen es zur Verfügung stellt
- wie Tabellen gestaltet und Grafiken erstellt werden können, die im betrieblichen Kontext in Präsentationen genutzt werden können
- wie betriebswirtschaftliche Fragestellungen mit Hilfe von Software-Tools quantitativ bearbeitet werden können
- wie einfache Python-Programme aufgebaut sind und wie sie für Berechnungen und Analysen genutzt werden können

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:

Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind Studierende in der Lage:

- Excel-Formeln zu formulieren und damit Analysen auf vorhandenen Daten durchzuführen
- die Daten mit Hilfe von Grafiken zu visualisieren
- strukturierte Daten auszuwerten und quantitative Analysen durchzuführen
- einfache Skripte zu erstellen und anzuwenden

Kommunikation und Kooperation:

Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind Studierende in der Lage:

- die Vorgehensweise zum Umgang mit den Werkzeugen zu erläutern und an konkreten Beispielen darzustellen
- verschiedene Ansätze zur quantitativen Analyse zu diskutieren und sich über mögliche Vorgehensweisen auszutauschen

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:

Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind Studierende in der Lage:

- sich in ein berufliches Umfeld zu integrieren, in dem der Umgang mit IT-Werkzeugen zur quantitativen Analyse als Basiskompetenz angewendet wird
- sich selbstständig in weitere Funktionen und Methoden zur quantitativen Analyse mit Excel oder Python weiterzubilden und ihr Wissen auszubauen (Lebenslanges Lernen)

3 Inhalte

a. Wissenschaftliches Arbeiten: Methoden, Instrumente und Anwendung

Einführung in die Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens, darunter fallen diese Inhalte:

- Qualitätskriterien von wissenschaftlichen Arbeiten
- Themeneingrenzung und Literaturrecherche
- Formulierung von zielorientierten Forschungsfragen
- Zitationstechniken
- Gliederung wissenschaftlicher Arbeiten
- Argumentationsstrukturen
- Qualitative und quantitative Forschungsmethoden

b. IT-Werkzeuge der quantitativen Analyse

Im Zuge der Digitalisierung spielen quantitative Werkzeuge eine immer größere Rolle in Unternehmen. Derzeit ist das Tabellenkalkulationsprogramm Microsoft Excel in der angewandten Betriebswirtschaftslehre aufgrund seiner zahlreichen Optionen zur Erfassung, Darstellung und Auswertung von Tabellendaten nach wie vor das am meisten genutzte Werkzeug für quantitative Analysen. Die Veranstaltung beinhaltet die Vermittlung von elementaren und fortgeschrittenen Excel-Techniken im Kontext von ausgewählten quantitativen Methoden der Betriebswirtschaftslehre. Darüber hinaus werden erste Grundlagen der Erstellung einfacher Python-Scripts als Einführung in die Programmierung vermittelt. Die Veranstaltung umfasst:

- Daten eingeben, Daten bearbeiten, Tabellenlayout formatieren, Tabellenaufbau editieren
- einfache Excel-Formeln entwickeln, Zellbezüge verwenden, Arbeitsblätter verwalten
- Anwendung der elementaren Excel-Techniken an Beispielen konkreter betriebswirtschaftlichen Aufgabenstellungen, z. B. Zinsrechnung, Perioden-
- Erfolgsrechnung, Ermittlung von Kennzahlen, ABC-Analysen, Break-Even-Analysen
- Verschachtelte Formeln konstruieren, Formeln überwachen
- Excel-Diagramme entwickeln, spezielle Diagrammtechniken verwenden

	<ul style="list-style-type: none">• Anwendung der fortgeschrittenen Excel-Techniken an Beispielen konkreter betriebswirtschaftlicher Aufgabenstellungen• Erstellung einfacher Python-Scripts, in denen die Grundelemente der Programmierung vermittelt werden. Dazu zählen Bedingungen, Schleifen, Datentypen wie Listen und Dictionaries sowie Grundkonzepte der Objekt-Orientierung mit Klassen und Methoden.
4	Lehrformen a. Wissenschaftliches Arbeiten: Methoden, Instrumente und Anwendung Die Lehrveranstaltung wird in Form einer seminaristischen Veranstaltung angeboten, bestehend aus Vorlesungen und Übungen (inkl. Online-Übungen); es werden Kooperationsmöglichkeiten mit Serviceangeboten der FH Dortmund, insbesondere der Bibliothek und dem Career Service, in Betracht gezogen. Die gesamte Organisation findet über die Lernplattform ILIAS statt. b. IT-Werkzeuge der quantitativen Analyse Die Lehrveranstaltung wird in Form einer seminaristischen Veranstaltung angeboten, bestehend aus Demonstrationsbeispiele von Lehrenden, Einzelpräsentation von Übungslösungen sowie Mini Management Cases von Studierenden und Übungen am Rechner.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen a. Wissenschaftliches Arbeiten: Methoden, Instrumente und Anwendung Die Modulprüfung zielt darauf ab, die Kompetenz der Studierenden im Bereich des wissenschaftlichen Arbeitens zu bewerten. Die Leistungsbewertung findet zum einen semesterbegleitend (Online-Tests) und zum anderen in Form einer abschließenden schriftlichen Ausarbeitung statt. Vorlesungsbegleitende Tests (20 %): Diese Tests dienen dazu, das Verständnis und die Anwendung der in den Vorlesungen vermittelten Inhalte zu überprüfen. Sie werden regelmäßig während des Semesters durchgeführt und bieten den Studierenden die Möglichkeit, ihr Wissen kontinuierlich zu demonstrieren und zu vertiefen. Schriftliche Ausarbeitung (30 %): Die Studierenden sind aufgefordert, ihre Fähigkeiten im wissenschaftlichen Arbeiten durch die Erstellung einer schriftlichen Ausarbeitung unter Beweis zu stellen. Diese Arbeit soll eine selbst formulierte, zielorientierte Forschungsfrage behandeln, wobei die korrekte Anwendung von Zitier- und Quellenarbeit essentiell ist. Zusätzlich sollen die Studierenden geeignete Forschungsmethoden identifizieren und erläutern, die zur Beantwortung der spezifischen Forschungsfrage dienen. Der Umfang der schriftlichen Ausarbeitung ist auf maximal 15 Seiten begrenzt. b. IT-Werkzeuge der quantitativen Analyse Die Modulprüfung zielt darauf ab, die Kompetenz der Studierenden im Bereich des Umgangs mit IT-Werkzeugen zur quantitativen Analyse zu bewerten. Die Leistungsbewertung findet zum einen semesterbegleitend (Präsentationen) und zum anderen in Form eines abschließenden schriftlichen Teils (Klausur) statt. Vorlesungsbegleitende Präsentationen (15 %): Die Studierenden präsentieren in Einzelpräsentationen ausgewählte Aufgabenlösungen und demonstrieren damit ihre Kompetenz im Umgang mit den Werkzeugen an einem konkreten Einzelbeispiel. Semesterabschließende Klausur (60 Minuten) am Rechner (35 %): Über diese Prüfungsleistung wird ermittelt, inwieweit die Studierenden grundlegende Aufgabenstellungen in einem anwendungsbezogenen Kontext unter Zeitdruck mit den vermittelten Methoden lösen können.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Moduls erreicht werden.

8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote $2,42\% = (5/165) \times 0,8$
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Lutz Niehüser Prof. Dr. Hanaa Ryari Prof. Dr. Paul Schneider Prof. Dr. Claus Vormann Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur a. Wissenschaftliches Arbeiten: Methoden, Instrumente und Anwendung Babin, B. J.; Zikmund, W. G. : Exploring marketing research. Cengage Learning. 2015 Backhaus, K.; Erichson, B.; Plinke, W.; Weiber, R.: Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung, 13. Auflage, Berlin: Springer Gabler. 2010 Berger-Grabner, D. (2016): Wissenschaftliches Arbeiten in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften. Wiesbaden: Springer Cohen, J., Cohen, P., West, S. G., & Aiken, L. S. (2013): Applied Multiple Regression/ Correlation Analysis for the Behavioral Sciences. Routledge. Crawley, M. J. (2015): Statistics: An Introduction Using R. Wiley. Esselborn-Krumbiegel, H. (2019): Die erste Hausarbeit – FAQ. Paderborn: UTB. Goldenstein, J. / Hunoldt, M. / Walgenbach, P. (2018): Wissenschaftliches Arbeiten in den Wirtschaftswissenschaften. Wiesbaden: Springer. Fox, J. (2015): Applied Regression Analysis and Generalized Linear Models. Sage Publications. Oehlrich, M. (2019): Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben. Wiesbaden: Springer. Stickel-Wolf, Ch. / Wolf, J. (2016): Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken. Springer: Wiesbaden. Stock, St. / Schneider, P. / Peper, E. / Molitor, E. (Hrsg.) (2018): Erfolgreich wissenschaftlich arbeiten. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer. StudierenPlus.de / Luisa Todisco: Literaturrecherche im Studium. Zitierfähige Quellen finden und nutzen. https://www.studierenplus.de/literaturrecherche/ (27.3.2019) Studierenplus.de/youtube (27.3.2019) Theisen, M. R. (2017): Wissenschaftliches Arbeiten. Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit. 17. Auflage. München: Vahlen. Träger, Th. (2016): Zitieren 2.0. Elektronische Quellen und Projektmaterialien richtig zitieren. München: Vahlen.

b. IT-Werkzeuge der quantitativen Analyse

Baumeister, I. (2022): Excel 2021 - Stufe 2: Aufbauwissen. Bildner Verlag, Passau

Böhm, F. (2023): Excel Hacks : Formeln und Funktionen effektiv einsetzen - 250 praktische Lösungen für konkrete Aufgabenstellungen. mitp, Köln.

Harvey, G. (2022): Excel 2021 Für Dummies. Wiley-VCH, Weinheim

HERDT-Autorenteam (2019): Excel 2019 Controlling. 2. Auflage, Herdt-Verlag, Bodenheim.

Hernandes Garcia R., Wies P.: Excel 2019 Grundlagen, aktuelle Auflage, Herdt-Verlag,

Bodenheim.

Hsu, J., Bronson, G. (2021): Excel Basics – Foundations, Formulas, Graphs. De Gruyter, Berlin

Klein, B. (2021): Einführung in Python 3: Für Ein- und Umsteiger. Hanser-Verlag, München

Leitert, P. (2014): Kaufmännisches Rechnen für Dummies, Wiley-VCH, Weinheim

Matthes E. (2023): Python Crashkurs - Eine praktische, projektbasierte Programmier-einführung. dpunkt.verlag, Heidelberg

Nahrstedt, H. (2023): Excel + VBA für Controller : Mit eigenen Prozeduren und Funktionen optimieren, 2. Auflage, Springer Vieweg, Wiesbaden.

Oehler, K. (2020): Excel Im Controlling Für Dummies, Wiley-VCH, Weinheim

Powell, G. (2023): Business Financial Planning with Microsoft Excel. CRC Press, New York

Schwabisch, J. (2023): Data Visualization in Excel - A Guide for Beginners, Intermediates, and Wonks. CRC Press, New York

Vonhoegen, H (2022): Excel – Formeln und Funktionen, Rheinwerk Verlag, Bonn

Zumstein, F. (2022): Python für Excel : Eine moderne Umgebung für Automatisierung und Datenanalyse, o'Reilly-Verlag

Darüber hinaus steht in der Bibliothek umfangreiches Video-Material zu Excel und Python zur Verfügung

Nummer											
902220		Praxissemester Ausland/Inland									
Sprache		Dauer ein Semester, mind. 20 Wochen	Studiensemester 6	Häufigkeit des Angebots Findet in jedem Semester statt		Art des Moduls Wahlpflichtfach					
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppen- größe	Workload						
					Kontakt- zeit	Selbst- studium					
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen					SWS					
	Wissen und Verstehen: Die Studierenden besitzen einen umfassenden Einblick in die Berufsfelder, welche sich durch den Studiengang respektive ihre gewählten Vertiefungen erschließen. Sie verstehen die an sie in Bewerbungssituationen gestellten Anforderungen. Für die Planung der abschließenden Studiensemester besitzen sie ein breiteres Verständnis hinsichtlich potenzieller Optionen und Motive, so dass sie ihren weiteren Studienweg zielgerichtet planen können.										
	Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen: Während des Praxissemesters erlangen die Studierenden die Fähigkeit, ihr erworbenes Fachwissen nicht nur theoretisch zu verstehen, sondern es auch zielführend in der beruflichen Praxis anzuwenden. Sie entwickeln ein tiefgehendes Verständnis für die praxisorientierte Anwendung der im Studium erworbenen Kenntnisse, wobei der Fokus auf der Übertragbarkeit dieser Fertigkeiten in den beruflichen Kontext liegt. Sie können dabei praktischen Erfahrungen in fundierte Konzepte einbetten und kritisch bewerten. Die Verbindung zwischen Theorie und Praxis manifestiert sich seitens der Studierenden in der kompetenten Nutzung fachspezifischer Werkzeuge und Methoden, die während des Studiums (z.B. in den Wahlpflichtmodulen) vermittelt werden. Durch den vertieften Einblick in ein bestimmtes Berufsfeld und die detaillierte Auseinandersetzung mit den diesbezüglichen Anforderungsprofilen besitzen die Studierenden einen Überblick über potenzielle Karrierewege. Mittels des Praxisberichts werden die Erfahrungen reflektiert, die Studierenden treffen hinsichtlich ihrer akademischen und beruflichen Laufbahn fundierte Entscheidungen.										
	Kommunikation und Kooperation: Die Studierenden formulieren adäquate Bewerbungen und präsentieren sich souverän sowie erfolgreich in Bewerbungsgesprächen. Mittels des Praxisberichts erfolgt eine tiefergehende Reflexion über Erfolgs- und Misserfolgsleben während der Zusammenarbeit mit Kolleg:innen und Kund:innen. Diese Reflexion erstreckt sich über verschiedene Facetten ihrer personalen und sozialen Kompetenzen, wodurch die Studierenden ihre Stärken und Schwächen in Teilbereichen identifizieren und weiterentwickeln. Bei einem Praktikum im Ausland kommen Studierende in direkten Kontakt mit verschiedenen kulturellen Normen, Werten und Arbeitsweisen. Dies fördert ihre Fähigkeit zur interkulturellen Kommunikation und Sensibilität gegenüber globalen Unterschieden. Die Studierenden haben die Sprachkenntnisse in der jeweiligen Landessprache vertieft.										
	Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität: Nach Abschluss des Praxissemesters haben die Studierenden präzisierte Vorstellungen über ihre zukünftige berufliche Tätigkeit entwickelt. Die Studierenden erstellen einen Praxisbericht inklusive einer kritischen Reflexion der individuellen Praxiserfahrungen nach wissenschaftlichen Methoden. Hierbei stellen die Studierenden ihr durchgeführtes Projekt umfassend dar und setzen sich geführt durch einen Leitfaden mit den gewonnenen Erkenntnissen und Erfahrungen auseinander.										

3	Inhalte <ul style="list-style-type: none">Die Suche nach einem Praktikumsplatz für das 6. Semester beginnt ab dem 3. Semester und wird von den Studierenden eigenständig durchgeführt.Die zuständige beratende und organisierende Einheit ist das Praxisbüro des Fachbereichs Wirtschaft.Als Tätigkeitsbereiche für das Praktikum kommen alle betrieblichen Aufgaben in Betracht, bei denen der Studierende ein Projekt weitgehend selbstständig löst oder abgrenzbar zu seiner Lösung beiträgt. Das Praxissemester kann im In- oder Ausland durchgeführt werden.Ein „Semester in Selbstständigkeit“ ist ebenfalls möglich.Nach Beendigung des Praktikums (i.d.R. nach dem 6. Semester) ist ein Bericht abzugeben, der vom Praxisbüro und von einem Prüfer/einer Prüferin begutachtet wird.Näheres regelt die „Ordnung über das Praxissemester“. Das Praxisbüro des Fachbereichs Wirtschaft stellt alle erforderlichen Unterlagen sowie Leitfäden etc. über die Homepage zur Verfügung.
4	Lehrformen -
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Mindestens 75 ECTS aus Semester 1-5 müssen bestanden sein. Über den Antrag auf Zulassung entscheidet der Prüfungsausschuss. Details der Voraussetzungen siehe Prüfungsordnung in Verbindung mit der Ordnung über das Praxissemester. Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Bericht am Ende des Praktikums (bis max. 25.000 Zeichen)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Siehe „Ordnung über das Praxissemester“
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote -
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Martin Kißler Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur -

Nummer									
902230		Auslandsstudiensemester							
Sprache	Dauer ein Semester	Studiensemester 6	Häufigkeit des Angebots Findet in jedem Semester statt		Art des Moduls Wahlpflichtfach	ECTS 30			
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppen- größe	Workload				
					Kontakt- zeit	Selbst- studium			
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen					SWS			
	Wissen und Verstehen: Durch das Auslandsstudiensemester sind die Studierenden in der Lage, kulturelle Unterschiede in den Inhalten und in der Vermittlung von wirtschaftswissenschaftlichen Zusammenhängen sowie in der Gestaltung von Gesellschaften zu identifizieren, zu bezeichnen, zu hinterfragen und zu reflektieren.								
	Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen: Die Studierenden sind in der Lage, die an der Heimathochschule gelernten Fähigkeiten und Methoden vor dem Hintergrund fremder Arbeits-, Organisations- und Kulturzusammenhänge und anderer Lehr- und Lernmethoden neu einzuordnen, potenzielles Konfliktpotential zu identifizieren, (ggf. modifiziertes) Wissen zu erzeugen und einzusetzen sowie kultursensibel weiterzuentwickeln.								
	Kommunikation und Kooperation: Die Studierenden sind durch das Auslandsstudiensemester in der Lage, auf der Basis von ethischen Prinzipien andere kulturelle Werte als die eigenen zu würdigen. Sie berücksichtigen Diversität in Kooperations- und Arbeitsbeziehungen und können Diversität fruchtbar machen. Die Studierenden sind in der Lage, konstruktiv über Unterschiedlichkeit zu kommunizieren, unterschiedliche Werte reflektiert zuzulassen, in ihr bisheriges Werteverständnis einzuordnen und eigene Werthaltungen anzureichern.								
	Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität: Die Studierenden sind sich ihrer beruflichen Rolle, ihrer gesellschaftlichen Verantwortung und ihres Potenzials in einer globalisierten Arbeitswelt bewusst. Sie entwickeln ein Selbstbild, in dem sie wirtschaftswissenschaftliche Kompetenzen und Methoden verantwortungsethisch anwenden. Sie reflektieren ihr berufliches Handeln kritisch in Bezug auf kulturell geprägte gesellschaftliche Erwartungen und Folgen und gestalten alternative Entwürfe.								
3	Inhalte								
	<ul style="list-style-type: none"> Die Suche nach einem Studienplatz für das 6. Semester beginnt ab dem 3. Semester. Die zuständige beratende und organisierende Einheit ist das International Office der Fachhochschule Dortmund. Es können nur solche Hochschulen bzw. Kurse und Veranstaltungen an Hochschulen gewählt werden, für die mit dem Dezernat für Studierendenangelegenheiten der Fachhochschule Dortmund Learning Agreements vereinbart werden. Welche äquivalenten Kurse und Veranstaltungen gewählt werden können entscheidet die/der Auslandsbeauftragte Fachbereichs Wirtschaft. Nach Beendigung des Auslandsstudiums (i. d. R. nach dem 6. Semester) ist neben der Bescheinigung der auswärtigen Hochschule dem Praxisbüro des Fachbereichs Wirtschaft ein Erfahrungsbericht vorzulegen. Näheres regelt die „Ordnung über das Auslandsstudiensemester“. Auf der Homepage des Studiengangs werden die erforderlichen Unterlagen sowie Leitfäden etc. zur Verfügung gestellt. 								

4	Lehrformen -
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Mindestens 75 ECTS aus Semester 1-5 müssen bestanden sein. Über den Antrag auf Zulassung entscheidet der Prüfungsausschuss. Details der Voraussetzungen siehe Prüfungsordnung in Verbindung mit der Ordnung über das Auslandsstudiensemester. Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen 20 ECTS-Leistungspunkte durch bestandene Lehrveranstaltungen im Auslandssemester und Erfahrungsbericht (bis max. 11 Seiten) am Ende des Auslandssemesters
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Siehe „Ordnung über das Auslandsstudiensemester“
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote -
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Sabine Kiunke Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im Studienportal der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur -

Nummer													
9022401		Angewandte empirische Methoden											
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS								
deutsch	ein Semester	4. - 7. Semester	Findet nur im Sommersemester statt	Wahlpflichtfach	10								
1	Veranstaltungen		seminaristische Veranstaltung Übung	geplante Gruppengröße 45	Workload								
	<ul style="list-style-type: none"> - Angewandte empirische Methoden - Angewandte empirische Methoden Fallstudien 				Kontaktzeit 90 h	Selbststudium 210 h							
2 Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen													
Nach erfolgreicher Teilnahme an den Modulveranstaltungen sind die Studierenden in der Lage:													
<p>Wissen und Verstehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • grundlegende statistische und ökonometrische Verfahren und Methoden zu verstehen. • die Intuition statistischer Methoden widerzugeben. • Datenbanken zu kennen und zu durchsuchen. <p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • für eine empirische Fragestellung ein geeignetes Verfahren auszuwählen • und dieses mit Hilfe von entsprechender Software anzuwenden. • einfache empirische Verfahren zu programmieren. • wissenschaftliche Paper zu studieren und deren Ergebnisse zu interpretieren sowie ökonomische und betriebliche Implikation zu diskutieren. <p>Kommunikation und Kooperation:</p> <ul style="list-style-type: none"> • empirische Fragestellungen zu erörtern und • die Ergebnisse vor einer Gruppe zu kommunizieren. • wissenschaftliche Präsentationen in einer Gruppe zu erarbeiten und vorzustellen. <p>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:</p> <ul style="list-style-type: none"> • empirische Analysen als „Handwerkszeug“ des wissenschaftlichen, aber auch betrieblichen Arbeitens aufzufassen. • mit wissenschaftlicher Literatur zu arbeiten. 													
3 Inhalte													
<p>Teil a. Grundlagen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Statistische Grundlagen • Lineare Regressionsmodelle • Panelmodelle • Zeitreihenanalyse <p>Teil b. Fragebogen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Finanzkrise • Inflation – Ukraine-Krieg <p>Teil c. Fallstudien</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kapitalmarktstudien • Makroökonomische Analysen 													

	<ul style="list-style-type: none">• Marketing-Analysen• Auswertung von Fragebögen
4	Lehrformen Seminaristische Veranstaltung, Projektarbeiten, Übungen am PC
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Mindestens 60 ECTS aus Semester 1-3. Modul 10 „Wirtschaftsmathematik“ und Modul 11 „Wirtschaftsstatistik“ müssen bestanden sein. Details der Voraussetzungen siehe Prüfungsordnung. Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur (30%) 30 Min., Seminarpräsentation (50%) bis zu 25 Folien, Kurzreferate (20%) bis zu 15 Min.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Moduls erreicht werden.
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote $4,85 \% = (10/165) \times 0,8$
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Claus Greiber Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Christopher Dougherty, Introduction to Econometrics, Fifth Edition, Oxford University Press, 2016 Wissenschaftliche Paper aus der jeweils aktuellen Literaturliste Datensammlungen Folien Software (Open Source)

Nummer								
9022402		Arbeitsrechtsmanagement						
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots		Art des Moduls	ECTS		
deutsch	ein Semester	4. - 7. Semester	Findet nur im Wintersemester statt		Wahlpflichtfach	10		
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße	Workload			
-	Arbeitsrechtsmanagement		seminaristische Veranstaltung Übung	45	Kontaktzeit 90 h	Selbststudium 210 h		
-	Arbeitsrechtsmanagement Übung							
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen					SWS		
<p>Wissen und Verstehen: Die Studierenden vertiefen ihr Wissen im Individualarbeitsrecht und erfahren Bedeutung sowie Funktionsweise des Betriebsverfassungsrechts sowie des Tarifvertragsrechts.</p> <p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen: Die Studierenden werden befähigt, sich an fachlichen Diskussionen zu arbeitsrechtlichen Fragestellungen zu beteiligen und in der betrieblichen Praxis auskommende arbeitsrechtliche Fragestellungen einer zielführenden, nachhaltigen Lösung zuzuführen.</p> <p>Kommunikation und Kooperation: Die Studierenden erfahren die Bedeutung einer zielführenden Kooperation bzw. Zusammenarbeit mit anderen Personen und Stellen (insbesondere Personalabteilung, Arbeitgeberverband, Gewerkschaft, Betriebsrat, Einigungsstelle, Arbeitsgericht).</p> <p>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität: Befähigung zu einer vorausschauenden, zielführenden sowie nachhaltigen Arbeit sowie Lösung von arbeitsrechtlichen Fragestellungen und Problemen unter Verwendung der im konkreten Fall heranzuhaltenden Gesetze, Rechtsprechung und Literatur.</p>					6			
3	Inhalte							
	<ul style="list-style-type: none"> Anwendung des Tarifvertragsrechts in der betrieblichen Praxis. Grundzüge des Betriebsverfassungsrechts. Besondere Formen und Ausgestaltungen von Arbeitsverhältnissen (Leiharbeit, Arbeit in Teilzeit, Befristung des Arbeitsvertrags). Werkzeuge für die Aufarbeitung von arbeitsrechtlichen Problemen und Streitigkeiten (insbesondere Einigungsstelle, Arbeitsgericht, Mediation). 							
4	Lehrformen							
	Seminaristische Veranstaltung, Einzel- und Gruppenarbeit, Bearbeitung von Fällen und Problemen aus der betrieblichen Praxis, Anfertigung einer Hausarbeit mit anschließender Präsentation und Fachgespräch.							
5	Teilnahmevoraussetzungen							
	<p>Formal: Mindestens 60 ECTS aus Semester 1-3. Modul 16 „Wirtschaftsrecht“ muss bestanden sein. Details der Voraussetzungen siehe Prüfungsordnung.</p> <p>Inhaltlich: keine</p>							

6	Prüfungsformen Klausur über eine Dauer von 60 Minuten (50 % der Gesamtnote). Hausarbeit mit einem Umfang von 15 bis 20 Seiten nebst Präsentation und Fachgespräch über eine Dauer von insgesamt 30 Minuten (50 % der Gesamtnote).
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Moduls erreicht werden.
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) Voraussetzung für die Teilnahme an dem Wahlpflichtmodul „Ausbildereignungsschein“.
9	Stellenwert der Note für die Endnote $4,85 \% = (10/165) \times 0,8$
10	Modulbeauftragte/r Dr. jur. Martin Wolmerath Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Aktuelle Gesetzesammlung zum Arbeitsrecht (Arbeitsgesetze, Beck-Texte im dtv). Däubler (Hrsg.), Tarifvertragsgesetz, 5. Auflage 2022. Düwell (Hrsg.), Betriebsverfassungsgesetz, 6. Auflage 2022. Däubler/Hjort/Schubert/Wolmerath (Hrsg.), Arbeitsrecht. Individualarbeitsrecht mit kollektivrechtlichen Bezügen, 5. Auflage 2022.

Nummer						
9022403		Ausbildereignungsschein				
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots		Art des Moduls	ECTS
deutsch	ein Semester	5. - 7. Semester	Findet in jedem Semester statt		Wahlpflichtfach	10
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße	Workload	
				25	Kontaktzeit 90 h	Selbststudium 210 h
-	Ausbildereignungsschein I		seminaristische Veranstaltung			4
-	Ausbildereignungsschein II		seminaristische Veranstaltung			2
-	Ausbildereignungsschein Praktische Unterweisung		Übung			2
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen					
	Wissen und Verstehen: Die Studierenden erwerben die für die Berufsausbildung nach § 30 Abs. 1, 5 BBiG (Berufsbildungsgesetz) geforderten berufs- und arbeitspädagogischen Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten (berufs- und arbeitspädagogische Eignung).					
	Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen: Das in der Veranstaltung vermittelte Wissen befähigt die Studierenden, die Berufsausbildung im Sinne des § 1 Abs. 1, 3 BBiG als verantwortliche Ausbilderin bzw. verantwortlicher Ausbilder im Rahmen des § 2 AEVO (Ausbilder-Eignungsverordnung) zu planen, durchzuführen und zu kontrollieren.					
	Kommunikation und Kooperation: Die Studierenden erfahren die Bedeutung einer zielführenden Kooperation bzw. Zusammenarbeit mit anderen an der Berufsausbildung beteiligten Personen und Stellen (insbesondere IHK, Berufskolleg bzw. Berufsschule, Ausbildungshelfer, Personalabteilung, Betriebsrat, Jugend- und Auszubildendenvertretung sowie Schwerbehindertenvertretung).					
	Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität: Befähigung der Studierenden zu einer selbständigen und eigenverantwortlichen Planung, Durchführung sowie Kontrolle der Berufsausbildung in der betrieblichen Praxis im Sinne des § 2 AEVO unter Ein schluss der Kooperation bzw. Zusammenarbeit mit anderen Akteuren sowie Stellen der Berufsausbildung.					
3	Inhalte Die Lerninhalte sind deckungsgleich mit den in § 3 AEVO vorgegebenen Handlungsfeldern: <ul style="list-style-type: none">• Ausbildungsvoraussetzungen prüfen und Ausbildung planen;• Ausbildung unter Berücksichtigung organisatorischer sowie rechtlicher Aspekte vorbereiten;• Selbständiges Lernen in berufstypischen Arbeits- und Geschäftsprozessen handlungsorientiert fördern;• Ausbildung zu einem erfolgreichen Abschluss führen und der bzw. dem Auszubildenden Perspektiven für ihre bzw. seine berufliche Weiterentwicklung aufzeigen.					
4	Lehrformen Seminaristische Veranstaltung unter Einsatz verschiedener für die Berufsausbildung in der betrieblichen Praxis anwendbarer Methoden, Einzel- und Gruppenarbeit mit anschließender Präsentation der Ergebnisse, Bearbeitung von Fällen und Problemen aus der betrieblichen Praxis.					

5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Mindestens 60 ECTS aus Semester 1-3. Modul 16 „Wirtschaftsrecht“ und WPM „Arbeitsrechtmanagement“ und/oder „Human Resource Management“ müssen bestanden sein. Anwesenheitspflicht (regelmäßige Teilnahme gem. § 21 Abs. 2 RahmenPO). Details der Voraussetzungen siehe Prüfungsordnung. Es besteht grundsätzlich Anwesenheitspflicht während der Lehrveranstaltungen und die Pflicht zur aktiven Mitarbeit in Teams. Evtl. Ausnahmen werden zu Beginn der LV und in Abhängigkeit der Zeitplanung der einzelnen LV-Termine bekannt gegeben. Die Lernziele der jeweiligen Lehrveranstaltung können nur durch regelmäßige Teilnahme erreicht werden. Die Lerninhalte der Veranstaltung bedürfen umfangreicher Kenntnisse des individuellen sowie des kollektiven Arbeitsrechts und des Human Resource Managements, um darauf aufbauend die besonderen rechtlichen sowie tatsächlichen Rahmenbedingungen, unter denen eine Ausbildung in einem staatlich anerkannten Ausbildungsberuf erfolgt, verstehen und in der betrieblichen Lebenswirklichkeit unter Beachtung insbesondere der Vorgaben des Berufsbildungsgesetzes sowie der Ausbildungseignungsverordnung durchführen zu können. Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Schriftlicher Teil der Prüfung: Zwei Klausuren über eine Dauer von jeweils 90 Minuten gemäß § 4 Abs. 2 AEVO (jeweils 37,5 % der Gesamtnote). Praktischer Teil der Prüfung: Präsentation einer Ausbildungssituation (15 Minuten) mit anschließendem Fachgespräch (15 Minuten) gemäß § 4 Abs. 3 AEVO (zusammen 25 % der Gesamtnote).
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten <ul style="list-style-type: none">• Teilnahme an folgenden Lehrveranstaltungen mit Anwesenheitspflicht (regelmäßige Teilnahme gem. § 21 Abs. 2 RahmenPO)<ul style="list-style-type: none">• Blockveranstaltung an fünf ganztägigen Tagen;• Semesterbegleitende, wöchentlich stattfindende Lehrveranstaltung;• Bestehen des schriftlichen Teils der Prüfung;• Bestehen des praktischen Teils der Prüfung.
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote 4,85 % = (10/165) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Dr. jur. Martin Wolmerath Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im Studienportal der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Aktuelle Gesetzesammlung zum Arbeitsrecht (Arbeitsgesetze; Beck-Texte im dtv). Ausbilder-Eignungsverordnung (wird zur Verfügung gestellt). Sonstige Informationen: Diese Veranstaltung wird in Kooperation mit der IHK zu Dortmund durchgeführt. Die Studierenden erhalten nach bestandener Prüfung eine Bescheinigung der IHK zu Dortmund gemäß § 6 Abs. 3 AEVO. Mit dieser Bescheinigung wird der Erwerb der berufs- und arbeitspädagogischen Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten im Sinne des § 30 Abs. 1, 5 BBiG nachgewiesen. Für die Erteilung der Bescheinigung

Fachhochschule Dortmund

University of Applied Sciences and Arts

Bachelor Betriebswirtschaft (7 Semester) 2025

wird nach bestandener Prüfung von der IHK zu Dortmund ein Betrag in Höhe von derzeit rund 30,00 € in Rechnung gestellt, der von der bzw. dem Studierenden zu tragen ist.

Nummer														
9022404		Controlling												
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots		Art des Moduls	ECTS								
deutsch	ein Semester	4. - 7. Semester	Findet in jedem Semester statt		Wahlpflichtfach	10								
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße	Workload									
-	Operatives und strategisches Controlling		seminaristische Veranstaltung Übung	45	Kontaktzeit 90 h	Selbststudium 210 h								
-	DV-gestütztes Controlling													
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen													
Wissen und Verstehen														
Die Studierenden sind in der Lage:														
<ul style="list-style-type: none"> • das Konzept des Controllings grundlegend zu beschreiben. • die historische Entwicklung des Fachgebietes Controlling zu beschreiben. • zwischen operativem und strategischem Controlling hinsichtlich deren Aufgaben, zentralen Begriffen und Instrumenten zu unterscheiden. • idealtypische Planungs- und Reportingprozesse zur zielgerichteten Entscheidungsunterstützung des Managements zu erklären. • die Schnittstellen von Controllingaufgaben zu anderen Unternehmensbereichen (u.a. Rechnungswesen, Unternehmensführung, Beschaffung, Produktion, Logistik etc.) zu bestimmen. 														
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen														
Die Studierenden sind in der Lage:														
<ul style="list-style-type: none"> • ausgewählte Instrumente und Kennzahlen anzuwenden. • traditionelle IT-gestützte Controlling-Systeme (Tabellenkalkulation Microsoft Excel und relationales Datenbankmanagement Microsoft Access) in Standardanwendungsfällen selbstständig anzuwenden • die Wirkungszusammenhänge von erfolgs- und kostentreibenden Faktoren in Controllingberichten zu analysieren und daraus grundlegende Maßnahmen für die Unternehmenssteuerung zu bestimmen. 														
Kommunikation und Kooperation														
Die Studierenden sind in der Lage:														
<ul style="list-style-type: none"> • sich über die Bedeutung von Controllingaufgaben vor dem Hintergrund unternehmerischer, gesellschaftlicher und ethischer Zusammenhänge auszutauschen. • unter Nutzung von Fachbegriffen zu argumentieren. • in Partner- und Gruppenarbeit kooperativ sachbezogene Ergebnisse zu entwickeln. • Ergebnisse auch Fachfremden auf einem passenden Niveau zu kommunizieren. 														
Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität														
Die Studierenden sind in der Lage:														
<ul style="list-style-type: none"> • Vorlesungsinhalte mit Literaturempfehlungen eigenverantwortlich nachzubereiten. • unter Einbeziehung des wissenschaftlichen und praxisbezogenen Status Quo Lösungsansätze für Probleme zu recherchieren (Suche, Auswahl und kritische Reflexion). • Forschungsbedarf im Controlling, z. B. mit modernen IT-Lösungen (DWH, BI, KI etc.) zu identifizieren. 														
3	Inhalte													
a. Operatives und strategisches Controlling (4 SWS als Seminaristische Veranstaltung)														
Aufbauend auf den Grundlagen des Rechnungswesens sowie der Investitions- und Finanzrechnung werden folgende Teilbereiche des Controllings behandelt:														

- Grundlagen des Controlling
- Kennzahlensysteme inkl. Bilanz- und Finanzanalyse
- Kosten- und Erfolgs-Controlling
- Planungs- und Berichtssysteme
- Moderne Instrumente im Kostenmanagement
- Beschaffungs-Controlling
- Produktions-Controlling
- Strategisches Controlling sowie
- weitere ausgewählte Controlling-Bereiche

Die Teilbereiche werden in der Vertiefung unterschiedlich gewichtet. Es erfolgt hierbei eine systematische Erarbeitung der Lehrinhalte im Rahmen der Vorlesung und Übung unter Einbeziehung der Studierenden. Zudem wird kontinuierlich ein Bezug zu geeigneten IT-Systemen hergestellt.

b. DV-gestütztes Controlling (2 SWS als Übung)

Die Studierenden lernen die Grundlagen des relationalen Datenmodells und die Realisierung mit dem Datenbanksystem MS Access sowie das Tabellenkalkulationsprogramm MS Excel speziell für Controlling-Anwendungen kennen. Der Kurs gliedert sich in folgende Inhalte:

- MS Access 1: Tabellen und Formulare
- MS Access 2: Abfragen und Berichte
- MS Access 3: SQL
- MS Access 4: Macros und Anwendungen
- MS Excel: insb. Abfragen aus Access-Tabellen und deren Auswertung (Pivotberichte)
- sowie weitere ausgewählte Fallstudien

4 Lehrformen

Das Modul teilt sich in 2 Lehrveranstaltungen:

- Operatives und strategisches Controlling (Seminaristischer Unterricht mit 4 SWS)
- DV-gestütztes Controlling (Übung mit 2 SWS)

5 Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Mindestens 60 ECTS aus Semester 1-3. Das Modul 7 „Rechnungswesen“ muss bestanden sein. Details der Voraussetzungen siehe Prüfungsordnung.

Inhaltlich: Wesentliche Grundlagen des Rechnungswesens, wie z. B. die Buchhaltung und der Jahresabschluss sind zentrale Voraussetzung für das Verständnis wichtiger kaufmännischer Kennzahlen und Analysen.

6 Prüfungsformen

60 Min. Klausur (70 %), 15 Min. Präsentation (30 %)

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Moduls erreicht werden.

8 Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)

In anderen Studiengängen die Veranstaltung operatives und strategisches Controlling:
B.Sc. Betriebswirtschaftliche Logistik (StgPO 2018) und B.Sc. Wirtschaftsinformatik, B.Sc. FACT (Finance, Accounting, Controlling and Taxes)

9 Stellenwert der Note für die Endnote

$4,85 \% = (10/165) \times 0,8$

10 Modulbeauftragte/r

Prof. Dr. Dietmar Schön
Prof. Dr. Felix Wenger

Lehrende/r

siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im [Studienportal](#) der Fachhochschule Dortmund

11 Literatur

- Coenenberg, Adolf G.; Baum; H.- G.: Strategisches Controlling, 5. Aufl., Stuttgart 2013.
- Coenenberg, Adolf G.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, 7. Aufl., Stuttgart 2009.
- Freidank, Carl-Christian: Kostenrechnung, 9. Aufl., München, Wien 2012.
- Haberstock, Lothar: Kostenrechnung I., 13. Aufl., Wiesbaden 2008.
- Haberstock, Lothar: Kostenrechnung II., (Grenz-) Plankostenrechnung, 10. Aufl., Wiesbaden 2008.
- Hahn, D.: Planungs- und Kontrollrechnung - PuK - Controllingkonzepte, 6. Aufl., Wiesbaden 2001.
- Hinterhuber, Hans: Strategische Unternehmensführung, Bd. 1: Strategisches Denken, 9. Aufl., Berlin, New York 2015.
- Horváth, P.; Gleich, Ronald; Seiter, Mischa.: Controlling, 14. Aufl., München 2019.
- Horváth, Péter; Reichmann, Thomas (Hrsg.): Vahlens Großes Controlling-Lexikon, 2. Aufl., München 2003.
- Kilger, Wolfgang: Flexible Plankostenrechnung und Deckungsbeitragsrechnung, 10. vollst. überarb. u. erw. Auflage, Wiesbaden 1993 bzw. Kilger, Wolfgang; Pampel, Jochen; Vikas, Kurt: Flexible Plankostenrechnung und Deckungsbeitragsrechnung, 12. vollst. überarb. Aufl., Wiesbaden 2007.
- Reichmann, Thomas; Kißler, Martin; Baumöl, Ulrike: Controlling mit Kennzahlen, 9. Aufl., München 2017.
- Riebel, Paul: Einzelkosten- und Deckungsbeitragsrechnung, 7. Aufl., Wiesbaden 1994.
- Schön, Dietmar: Planung und Reporting im BI-gestützten Controlling: Grundlagen, Business Intelligence, Mobile BI, Big-Data-Analytics und KI, 4. Aufl., Wiesbaden 2022.
- Weber, Jürgen; Schäffer, Utz: Einführung in das Controlling, 17. Aufl., Stuttgart 2022.
- Wiesehahn, A; Kißler, M. (Hrsg.): Erfolgreiches Controlling - Theorie, Praxis und Perspektiven, München, Vahlen, 2018

Nummer														
9022405		Digitales Marketing												
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots		Art des Moduls	ECTS								
deutsch	ein Semester	4. - 7. Semester	Findet in jedem Semester statt		Wahlpflichtfach	10								
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße	Workload									
-	Digitales Marketing		seminaristische Veranstaltung Übung	45	Kontaktzeit 90 h	Selbststudium 210 h								
-	Digitales Marketing Übung													
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen													
Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage:														
Wissen und Verstehen														
<ul style="list-style-type: none"> Grundbegriffe des Digitalen Marketing zu definieren. die Bedeutung der Digitalisierung für das Marketing und damit einhergehende Möglichkeiten und Herausforderungen für Unternehmen darzustellen. konzeptionelle Ansätze, Modelle und Instrumente des Digitalen Marketing zu erläutern. 														
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen														
<ul style="list-style-type: none"> Vor- und Nachteile verschiedener Methoden, Modelle und Instrumente des Digitalen Marketing zu bewerten und zu vergleichen. die Instrumente des digitalen Marketing-Mix auf eine reale oder fiktive Unternehmenssituation anzuwenden. analytische Methoden des Digitalen Marketing in realen oder fiktiven Praxisfällen anzuwenden. einen digitalen Marketingplan zu entwickeln. themenbezogene Daten des Digitalen Marketing auszuwerten, zu interpretieren und daraus zielgruppenspezifische Erkenntnisse zu gewinnen. 														
Kommunikation und Kooperation														
<ul style="list-style-type: none"> ihre Fragestellungen, Vorgehensweisen und Ergebnisse in Form von Präsentationen gegenüber Expert:innen und Laien zu kommunizieren ihre Ansätze und Lösungsvorschläge unter Expert:innen zu diskutieren. 														
Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität														
<ul style="list-style-type: none"> die Richtigkeit fachlicher und praktischer Aussagen des digitalen Marketings subjektiv zu reflektieren selbstständig wissenschaftliche und praxisbezogene Aufgabenstellungen im Bereich des Digitalen Marketing zu bearbeiten die eigenen fachlichen Grenzen zu benennen und an geeignete Stellen zu verweisen. 														
3	Inhalte													
Die Veranstaltung gibt einen umfassenden und anwendungsorientierten Überblick über die Instrumente, Methoden und Konzepte des Digitalen Marketing. Konkret werden die folgenden Themen schwerpunkte abgedeckt:														
<ul style="list-style-type: none"> Grundlagen des Digitalen Marketing: Begrifflichkeiten, Bedeutung, Trends Der digitale Kunde: Identifikation von Personas, Besonderheiten des Kaufverhaltens von Konsumenten in der digitalen Welt Die Rolle von Künstlicher Intelligenz & Big Data für das (digitale) Marketing Der Digitale Marketing-Mix: 														

	<ul style="list-style-type: none">• Digitale Produktpolitik: Implikationen digitaler Technologien für die Produktpolitik, Gestaltung digitaler Produkte, digitales Markenmanagement• Digitale Preispolitik: Besonderheiten der Bepreisung digitaler Produkte sowie der Bepreisung physischer Produkte im digitalen Umfeld, innovative Preismodelle und -strategien• Digitale Vertriebspolitik: digitale Absatzkanäle, Absatzmittler und Vertriebssysteme• Digitale Kommunikationspolitik: Einsatz und Ausgestaltung digitaler Kommunikationsinstrumente (u.a. Suchmaschinenmarketing, Affiliate-Marketing, Influencer Marketing), Content Erstellung für digitale Kampagnen• Digitales Marketing-Controlling: Monitoring und Performance Optimierung digitaler Kanäle und Werbekampagnen, Einsatz von Web-Analytics
4	Lehrformen <p>Im Rahmen des Moduls werden verschiedene Lehrformen eingesetzt, um den Studierenden eine ganzheitliche und anwendungsorientierte Perspektive auf das Digitale Marketing zu vermitteln:</p> <ul style="list-style-type: none">• Seminaristische Vorlesung: Vermittlung von Fach- und Methodenwissen in Interaktion mit den Studierenden• Übung: Verständnisorientierte Wiederholung der Lerninhalte sowie anwendungsbezogene Vertiefung des Lehrstoffes, Erarbeitung von Ergebnissen zu speziellen Fragestellungen• Projektarbeit: Selbstständige Bearbeitung anwendungsbezogener Fragestellungen aus dem Bereich des Digitalen Marketing eines realen oder fiktiven Unternehmens in Gruppen mit abschließender Präsentation unter Anleitung des Lehrenden
5	Teilnahmevoraussetzungen <p>Formal: Mindestens 60 ECTS aus Semester 1-3. Das Modul 4 „Marketing“ muss bestanden sein. Details der Voraussetzungen siehe Prüfungsordnung.</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	Prüfungsformen <p>Die Modulprüfung besteht aus zwei Teilleistungen:</p> <ul style="list-style-type: none">• Klausur: Mit der Klausur wird überprüft, inwieweit die Studierenden die grundlegenden Konzepte und Instrumente des Digitalen Marketing verstehen und komprimiert wiedergeben können sowie Lösungen zu konkreten Problemstellungen präzise aufzeigen können. <p>Die Klausur zahlt mit einer Gewichtung von 50% auf die Gesamtnote ein und dauert 60 Minuten. Als Hilfsmittel ist ein nicht-programmierbarer Taschenrechner zugelassen.</p> <ul style="list-style-type: none">• Semesterbegleitende Teilleistung mit Präsentation: Durch die semesterbegleitende Teilleistung und die abschließende Präsentation beweisen die Studierenden, dass Sie in der Lage sind konkrete Problemstellungen des Digitalen Marketing eines realen oder fiktiven Unternehmens mittels gezielter Übertragung und Anwendung der in der Veranstaltung erlernten Modelle, Konzepte und Instrumente zu lösen. <p>Die abschließende Präsentation zahlt mit einer Gewichtung von 50% auf die Gesamtnote ein und dauert in der Regel 30 Minuten.</p>
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten <p>Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Moduls erreicht werden.</p>
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) <p>Vorgelagerte Module: Marketing, nachgelagerte Module: weitere Marketing-Module im Vertiefungsstudium</p>
9	Stellenwert der Note für die Endnote <p>$4,85 \% = (10/165) \times 0,8$</p>

10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Lena Klimke Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im Studienportal der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Chaffey, Dave; Ellis-Chadwick, Fiona (2019). Digital marketing: Strategy, implementation and practice. Pearson Education Limited. Chaffey, Dave; Smith, Paul R. (2022). Digital marketing excellence: planning, optimizing and integrating online marketing. Taylor & Francis. Heinemann, Gerrit (2020). Der neue Online-Handel: Geschäftsmodelle, Geschäftssysteme und Benchmarks im E-Commerce. Springer-Verlag. Kingsnorth, Simon (2022). Digital marketing strategy: an integrated approach to online marketing. Kogan Page Publishers. Kollmann, Tobias (2020). Digital Marketing: Grundlagen der Absatzpolitik in der Digitalen Wirtschaft. Verlag W. Kohlhammer. Kotler, Philip; Kartajaya, Hermawan; Setiawan, Iwan (2017). Marketing 4.0: Moving from traditional to digital. John Wiley & Sons, Inc. Kozinets, Robert V.; Gretzel Ulrike; Gambetti Rossella (2023). Influencers and Creators: Business, Culture and Practice. SAGE. Meffert, Heribert; Burmann, Christoph; Kirchgeorg, Manfred, Eisenbeiß, Maik (2019). Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele. Springer-Gabler.

Nummer								
9022406		Digitalisierung und Innovation						
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS			
deutsch	ein Semester	4. - 7. Semester	Findet nur im Sommersemester statt	Wahlpflichtfach	10			
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße	Workload			
-	Digitalisierung und Innovation		seminaristische Veranstaltung Übung	45	Kontaktzeit 90 h	Selbststudium 210 h		
-	Digitalisierung und Innovation Übung							
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen							
Wissen und Verstehen:								
<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden verfügen über ein grundlegendes konzeptionelles Verständnis von IT und Digitalisierung als Treiber für Innovation. Sie sind mit der Unterscheidung zwischen digitalen und analogen Daten und Informationen und Informationsprodukten vertraut und können deren zentrale technologischen und ökonomischen Eigenschaften gegenüberstellen. Sie können die gesamtwirtschaftlichen Phasen der Digitalisierung wiedergeben. Sie verstehen die aktuellen (Mega-)Trends der Digitalisierung und können deren (sozio-)ökonomische Bedeutung darlegen. Sie verstehen den Einfluss der Digitalisierung aus volks- und betriebswirtschaftlicher Perspektive. Sie verstehen, wie die Digitalisierung althergebrachte Geschäftsmodelle in Frage stellt und neue Geschäftsmodelle hervorbringt. Sie können digitale Geschäftsmodelle nach unterschiedlichen Marktkriterien unterscheiden und kategorisieren. Sie verstehen die Grundprinzipien des Innovations- und Technologiemanagements. Sie können die Phasen und die Wirkungsweise von betrieblichen Innovationsprozessen erläutern. Sie verstehen die Wirkungsweise von Digitalisierung und Innovation auf die betriebliche Aufbau- und Ablauforganisation. Sie können Innovationen klassifizieren. Sie verstehen die Anreizmechanismen für Innovation in etablierten und neu entstehenden Unternehmen. Sie verstehen die Grundlagen zur Messung von Innovation. 								
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:								
<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden können digitale Geschäftsmodelle und -prozesse konzipieren bzw. modellieren. Sie können die volks- und betriebswirtschaftlichen Auswirkungen von Innovation und Disruption erläutern und Technikfolgenabschätzungen für Unternehmen bzw. Branchen skizzieren. Studierende können Methoden zur Geschäftsmodell- und -prozessinnovation anwenden. 								
Kommunikation und Kooperation:								
<ul style="list-style-type: none"> Lehrende und Studierende tauschen sich regelmäßig zum Erlernten und zur praxisorientierten Anwendung aus. Studierende reflektieren das Erlernte, indem Digitalisierungs- und/ oder Innovationsoptionen anhand von Praxisbeispielen ein- und zugeordnet werden. 								
Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:								
<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden erlangen ein für Studium und Praxis wichtiges Wissen, das Sie in Konzepten und Projekten zur Umsetzung im wissenschaftlichen wie auch praktischen Umfeld einsetzen können. 								

	<ul style="list-style-type: none">Die erlernten Digitalisierungs- und Innovationsoptionen können in strategischen und operativen Projekten zur Ermittlung und Umsetzung von Geschäftsmodellen sowie zur Vermarktung von neuen Produkten bzw. Produktvarianten eingesetzt werden.
3	Inhalte Grundlagen: <ul style="list-style-type: none">Grundlagen zu Information und zur DigitalisierungGrundlagen zu Innovation und betrieblichen InnovationsprozessenWiederholung von Grundlagen zur GeschäftsprozessmodellierungWiederholung von Grundlagen zur Geschäftsmodellierung Die Digitale Ökonomie: <ul style="list-style-type: none">Technologische Treiber der DigitalisierungÖkonomische Auswirkungen der DigitalisierungEvolution der Märkte im Bereich der Marktprozesse, Marktteilnehmer und MarktgüterEigenschaften und Evolution digitaler GüterMikro- und makroökonomische Besonderheiten digitaler MärktePhasenmodelle der Digitalisierung der MärkteKlassifizierung datenzentrischer Geschäftsmodelle Ökonomische Einordnung digitaler Trendbegriffe: <ul style="list-style-type: none">Modell zur Klassifizierung der TrendbegriffeIndustrie 4.0Big DataArbeit 4.0WearablesIn-Memory ComputingInternet of ThingsCloud ComputingSmart HomeSmart GridsQuantified SelfNano TechnologyArtificial Intelligence, Deep Learning und Machine LearningCrowd EconomySharing EconomyAugmented Reality and Virtual RealityEverything as a ServiceEinordnung und Bewertung von sozioökonomischen Rahmenbedingungen hinsichtlich Data Protection, Transparency, IT-Governance und IT-Security Innovations- und Technologiemanagement <ul style="list-style-type: none">Wertschöpfung durch InnovationF&E-Management: Methoden und ToolsInnovation in Aufbau- und AblauforganisationGesamt- und betriebswirtschaftliche Anreizsysteme für InnovationLebenszyklus und Muster des InnovationsprozessesKennzahlen zur Messung und Steuerung von Innovation
4	Lehrformen Seminaristische Veranstaltung und Seminar.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Mindestens 60 ECTS aus Semester 1-3. Das Modul 12 „Wirtschaftsinformatik“ muss bestanden sein. Details der Voraussetzungen siehe Prüfungsordnung. Inhaltlich:

	<ul style="list-style-type: none">• Strategischen und operatives Management• Kategorien und grundlegende Funktionsweise von IT-Systemen aus Hardware- und Software-Sicht.
6	Prüfungsformen <ul style="list-style-type: none">• Klausur (60 %), 60 Min.• Hausarbeit (40 %)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten <p>Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Moduls erreicht werden.</p>
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) <p>-</p>
9	Stellenwert der Note für die Endnote <p>$4,85 \% = (10/165) \times 0,8$</p>
10	Modulbeauftragte/r <p>Prof. Dr. Benedikt Lindenbeck Prof. Dr. Lutz Niehüser</p> Lehrende/r <p>siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im Studienportal der Fachhochschule Dortmund</p>
11	Literatur <p>Brynjolfsson, Erik/McAfee, Andrew (2016): The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies, New York London 2016.</p> <p>Choi, Soon-Yong/Stahl, Dale O./Whinston, Andrew B. (1997): The Economics of Electronic Commerce, Indianapolis 1997.</p> <p>Christensen, Clayton M. (2013): The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail, Boston 2013.</p> <p>Dorfer, Laura (2016): Datenzentrische Geschäftsmodelle als neuer Geschäftsmodelltypus in der Electronic-Business-Forschung: Konzeptionelle Bezugspunkte, Klassifikation und Geschäftsmodellarchitektur, in: Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, Vol. 68, Nr. 3, S. 307-369.</p> <p>Downes, Larry/Mui, Chunka (1998): Unleashing the Killer App: Digital Strategies for Market Dominance, Boston 1998.</p> <p>Fahey, Liam/Randall, Robert M. (1998): Learning From the Future: Competitive Foresight Scenarios, New York 1998.</p> <p>Keese, Christoph (2016): Silicon Valley: Was aus dem mächtigsten Tal der Welt auf uns zukommt, München 2016.</p> <p>Kelly, Kevin (2016): The Inevitable: Understanding the 12 Technological Forces that Will Shape Our Future, New York 2016.</p> <p>Negroponte, Nicholas (1996): Total Digital: Die Welt zwischen 0 und 1 oder Die Zukunft der Kommunikation, 4. Aufl, München 1996.</p> <p>Negroponte, Nicholas (1996): Being Digital, London 1996.</p> <p>Raskino, Mark (2015): Digital to the Core, s.l. 2015.</p>

Shapiro, Carl/Varian, Hal R. (1999): Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy, Boston 1999.

Nummer								
9022407		Enterprise Resource Planning						
Sprache deutsch		Dauer ein Semester	Studiensemester 4. - 7. Semester	Häufigkeit des Angebots Findet nur im Wintersemester statt		Art des Moduls Wahlpflichtfach		
1	Veranstaltungen		seminaristische Veranstaltung Übung	Veranstaltungsart geplante Gruppen- größe 45	Workload			
	- Enterprise Resource Planning				Kontakt- zeit 90 h	Selbst- studium 210 h		
	- Enterprise Resource Planning Übung							
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen							
<p>Wissen und Verstehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> Studierende erhalten ein tiefes Verständnis zu den Möglichkeiten von Enterprise Resource Planning und zum Einsatz und zur Funktionsweise des ERP-Systems SAP® S/4HANA und der darin abgebildeten betriebswirtschaftlichen Standardprozesse. Studierende erlangen ein umfangreiches Wissen zu den verschiedenen im ERP-System SAP® S/4HANA abbildbaren Geschäftsprozessen und den möglichen Ausprägungen mit Bezug auf Organisationsstrukturen, Stammdaten, Prozesse und Reporting. Studierende erhalten konzeptionelle und praktische Fertigkeiten, die in der beruflichen Praxis in Rollen wie bspw. Business Analyst, Prozessmanager, Projektmanager oder -mitarbeiter im Umfeld des Enterprise Resource Planning vorausgesetzt werden. <p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> Studierende erarbeiten das Wissen in der Lehrveranstaltung sowie in Eigenarbeit mit einem strukturierten Skript und dazu passenden Folien. Studierende wenden das Erlernte mit Hilfe von PC-gestützten Übungen und Fallstudien an. Begleitend zur Lehrveranstaltung erfolgen regelmäßig Lernchecks in Form von klausurähnlichen Probeaufgaben zu Beginn oder am Ende der Lerneinheiten. <p>Kommunikation und Kooperation:</p> <ul style="list-style-type: none"> Lehrende und Studierende tauschen sich regelmäßig zum Erlernten und zur praxisorientierten Anwendung aus. Studierende reflektieren das Erlernte, indem Organisationsstrukturen, Stammdaten, Prozesse und Reportings passenden und realen Praxisbeispielen zugeordnet werden. <p>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:</p> <ul style="list-style-type: none"> Das ERP-System SAP® S/4HANA ist das weltweit führende ERP-System und stellt eine hochprofessionelle und praktische IT-gestützte Umsetzung sämtlicher betriebswirtschaftlicher Teilfunktionen dar. Im Sinne der angewandten Wissenschaft wird eine synergetische und praktische Anwendung der folgenden Wissensgebiete vermittelt: Grundlagen der BWL, Wirtschaftsinformatik, Geschäftsprozessmanagement, Operatives Management 								
3	Inhalte							
	<ul style="list-style-type: none"> Enterprise Management Front-end und Back-end-Nutzung Grundlagen zu ERP-Systemen Record-to-Report-Prozess Hire-to-Retire-Prozess Procure-to-Pay-Prozess Lagerverwaltung und Bestandsführung 							

	<ul style="list-style-type: none"> • Design-to-Operate-Abwicklung • Lead-to-Cash-Verarbeitung • Projektsysteme • Enterprise Asset Management
4	Lehrformen Seminaristische Veranstaltung (66%), Übung am System (33%)
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Mindestens 60 ECTS aus Semester 1-3. Das Modul 12 „Wirtschaftsinformatik“ muss bestanden sein. Details der Voraussetzungen siehe Prüfungsordnung. Inhaltlich: <ul style="list-style-type: none"> • Fortgeschrittenes Wissen zu betrieblichen Funktionen und Prozessen • Fortgeschrittenes Wissen des internen und externen Unternehmensrechnung • Kategorien und grundlegende Funktionsweise von IT-Systemen aus Hardware- und Software-Sicht.
6	Prüfungsformen - 3 x Test (evaexam) je 33 % = je 30 Punkte/Minuten - Bonus: 4 x Optional HA (SAP Cases) +10 % = 9 Punkte
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Moduls erreicht werden.
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote 4,85 % = (10/165) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Lutz Niehüser Prof. Dr. Uwe Schmitz Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im Studienportal der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur SAP SE (Hrsg.) (2023): Integrierte Geschäftsprozesse in SAP S/4HANA, Version 17, Walldorf 2023.

Nummer														
9022408		Entrepreneurship - Startup Management												
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots		Art des Moduls	ECTS								
bilingual (de/en)	ein Semester	4. - 7. Semester	Findet in jedem Semester statt		Wahlpflichtfach	10								
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße	Workload									
-	Entrepreneurship - Startup Management		seminaristische Veranstaltung Übung	45	Kontaktzeit 90 h	Selbststudium 210 h								
-	Fokus-Seminar Startup Management													
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen					SWS								
Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage:														
<p>Wissen und Verstehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> Die Besonderheiten des Startup-Managements zu erkennen Zu verstehen, warum die hohe Ungewissheit in Startups ein anderes Vorgehen als in etablierten Unternehmen erfordert Die dazu benötigten Managementansätze und aktuelle Tools zu benennen <p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> Strukturiert Startup-Ideen zu entwickeln und in einigen Aspekten umzusetzen Dabei zentrale in der Praxis verwendete Tools und Methoden zu benutzen, insbesondere Apps wie z. B. Slack, ClickUp, Trello, Figma, Wix, Google Ads, GDrive, oder Kickstarter Die „Rolle der BWLerIn“ in Gründerteams einzunehmen Aufgabenstellungen mit begrenzten Informationen und Freiräumen umzusetzen <p>Kommunikation und Kooperation:</p> <ul style="list-style-type: none"> Ihre eigenen Ideen innerhalb der Gruppe zu vertreten Die Fähigkeiten des gesamten Teams in individuell zu verantwortende Aufgaben einzubringen Verantwortung für alle Teammitglieder zu übernehmen <p>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:</p> <ul style="list-style-type: none"> In einem Praxiskontext zwischen wissenschaftlicher Korrektheit und pragmatischer Umsetzung abzuwegen 														
3	Inhalte													
Das Modul besteht aus einem Seminar und einer Übung. In beiden Veranstaltungen arbeiten die Studierenden in Gruppen an einem eigenen Startup-Projekt.														
<p>a. Seminar Entrepreneurship (4 SWS SV):</p> <p>Im Mittelpunkt der Veranstaltung stehen die Entwicklung von Geschäftsmodellen sowie ausgewählte Aspekte des Managements von Startups. Dabei werden insbesondere gründungsspezifische betriebswirtschaftliche Aspekte wie Apps und Tools für Startups, Cashflow-Planung, Lean Startup, digitales Marketing oder Crowdfunding behandelt.</p> <p>b. Praxis Unternehmensgründung (2 SWS Ü):</p> <p>Inhalt sind die konkreten Schritte während einer Unternehmensgründung sowie die notwendigen Entscheidungen zur Umsetzung des Geschäftsmodells. Schwerpunkte des Seminars sind beispielsweise die Umsetzung von Minimum Viable Products, die konkrete Ausgestaltung der Finanzierungsstrategie oder die Umsetzung des strategischen Managements in eine Unternehmensstrategie und -organisation.</p>														

	<p>Anstelle der Übung Praxis Unternehmensgründung werden in einigen Semestern andere Übungen angeboten, z.B. Digitale Geschäftsmodelle oder Social Entrepreneurship.</p>
4	<p>Lehrformen Seminaristische Veranstaltung, Projekt- und Gruppenarbeiten.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen Formal: Mindestens 60 ECTS aus Semester 1-3. Modul 1 „Einführung in die Wirtschaftswissenschaften“, Modul 4 „Marketing“ und Modul 7 „Rechnungswesen“ müssen bestanden sein. Details der Voraussetzungen siehe Prüfungsordnung. Inhaltlich: Die Module „Managementprojekte“, „Organisation und Personal“, „Unternehmensführung und Simulation“ sowie „Supply Chain Management“ sollten bestanden sein.</p>
6	<p>Prüfungsformen Semesterbegleitend Gruppen- und Einzelaufgaben. In der Regel 4 gleichgewichtete Aufgaben pro Person. Die Aufgaben sind meist in Startup-Apps umzusetzen. Umfang: ein bis maximal 10 Seiten bei Texten, bei anderen Formen äquivalent.</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Moduls erreicht werden.</p>
8	<p>Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote $4,85 \% = (10/165) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Fabian Dittrich Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im Studienportal der Fachhochschule Dortmund</p>
11	<p>Literatur Büchler (2014) Strategie entwickeln, umsetzen und optimieren, Pearson Christensen (2000) Innovator's Dilemma, Harvard Business Review Press Christensen (2008) Reinventing Your Business Model, HBR Christensen / Raynor (2003) Innovator's Solution, Harvard Business Review Press Dittrich: Entrepreneurial Finance – Die Besonderheiten der Finanzierung für Startups, in Hölzle, K.; Surrey, H. (Hrsg.): Perspektiven des Entrepreneurship, Stuttgart 2019 Dittrich (2020) Was ich im BWL-Studium hätte lernen sollen SpringerLink Engelen / Engelen / Bachmann (2015) Corporate Entrepreneurship, Springer Gabler (Ilias) Kim / Mauborgne (2004) Blue Ocean Strategy Kim / Mauborgne (2017) Blue Ocean Shift Osterwalder / Pigneur (2010) Business Model Generation, Wiley</p>

Osterwalder / Pigneur (2014) Value Proposition Design, Wiley

Ries (2011) The Lean Startup, Crown Business

Hoffmann / Yeh / Gates (2018) Blitzscaling, Currency

Nummer							
9022409		Europäische Wirtschaftspolitik					
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS		
deutsch	ein Semester	4. - 7. Semester	Findet nur im Sommersemester statt	Wahlpflichtfach	10		
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße	Workload		
				45	Kontaktzeit 90 h	Selbststudium 210 h	SWS
	<ul style="list-style-type: none"> - Ökonomische Grundlagen der Europäischen Integration - Die Europäische Währungsunion - Seminar Europäische Wirtschaftspolitik 		seminaristische Veranstaltung seminaristische Veranstaltung Übung				6
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen						
	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme an den Modulveranstaltungen sind die Studierenden in der Lage:</p> <p>Wissen und Verstehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die aktuelle konjunkturelle Lage im Euroraum mit Hilfe von wichtigen Kennzahlen zu charakterisieren. • die grundlegenden Vor- und Nachteile einer Währungsunion zu diskutieren. • grundlegende gesamtwirtschaftliche Modellansätze zur Diskussion der Probleme des Euroraums widerzugeben. <p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ihr Wissen praktisch in Form von Übungsaufgaben anzuwenden, die mit Hilfe von Musterlösungen und gemeinsamen Übungen gelöst werden. • Geld- und strukturpolitische Politik-Maßnahmen im Euroraum im Rahmen einer gesamtwirtschaftlichen Analyse im Hinblick auf ihre Wirkungsweise zu untersuchen und zu bewerten. • wissenschaftliche Paper zu studieren und deren Ergebnisse zu interpretieren sowie ökonomische Implikation zu diskutieren. <p>Kommunikation und Kooperation:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Übungsaufgaben und währungspolitische Diskussionen innerhalb eines Teams durch Kooperation zu lösen. • die Ergebnisse vor einer Gruppe zu kommunizieren. • wissenschaftliche Präsentationen in einer Gruppe zu erarbeiten und vorzustellen. <p>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:</p> <ul style="list-style-type: none"> • geld- und währungspolitische Modelle zur Strukturierung ökonomischer Fragestellungen anzuwenden. • die Bedeutung europäischer Entwicklungen zu erfassen und im Hinblick für das individuelle betriebliche Umfeld zu interpretieren. • mit wissenschaftlicher Literatur zu arbeiten. 						
3	Inhalte						
	<p>a. Grundlagen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Grundlagen der Geldpolitik • Vor- und Nachteile einer Währungsunion • Historie des Euro • Die Geldpolitik der EZB • Transmission von geldpolitischen Maßnahmen 						

	<p>b. Fallstudien zum Euroraum</p> <ul style="list-style-type: none">• Finanzkrise• Inflation – Ukraine-Krieg• Verschuldung• Strukturprobleme des Euroraums• Zukunft des Euro?
4	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristische Veranstaltung mit Übungen, Anwendungen und Fallbeispielen sowie Präsentationen.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Mindestens 60 ECTS aus Semester 1-3. Das Modul 1 „Einführung in die Wirtschaftswissenschaften“ muss bestanden sein. Details der Voraussetzungen siehe Prüfungsordnung.</p> <p>Inhaltlich: Das Modul Wirtschaftstheorie sollte absolviert sein.</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (60%), 60 Min., Seminarpräsentation (30%), Kurzreferat (10%)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Moduls erreicht werden.</p>
8	<p>Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>-</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>$4,85 \% = (10/165) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r</p> <p>Prof. Dr. Claus Greiber</p> <p>Lehrende/r</p> <p>siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im Studienportal der Fachhochschule Dortmund</p>
11	<p>Literatur</p> <p>Folien, Unterlagen</p> <p>Wissenschaftliche Paper für das Seminar</p> <p>Jeweils aktualisierte Literaturliste</p>

Nummer								
9022410		Finanzmanagement						
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots		Art des Moduls	ECTS		
deutsch	ein Semester	4. - 7. Semester	Findet in jedem Semester statt		Wahlpflichtfach	10		
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart seminaristische Veranstaltung Übung	geplante Gruppen- größe 45	Workload			
-	Finanzmanagement				Kontakt- zeit 90 h	SWS 6		
-	Übung Finanzmanagement				Selbst- studium 210 h	4		
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen					2		
<p>Wissen und Verstehen: Die Studierenden sind mit den zentralen Fragestellungen eines wertorientierten Finanzmanagements vertraut. Die Studierenden verstehen den Wirkungszusammenhang zwischen den Cost of Capital und dem Finanzierungsmix. Sie kennen sich mit einer Vielzahl von Finanzierungslösungen in der Tiefe aus.</p> <p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen: Sie können kapitalmarkttheoretische Modelle zur Bestimmung der Eigen- und Fremdkapitalkosten in konkreten Praxisfällen anwenden. Die Studierenden kennen Verfahren zur Bestimmung der optimalen Kapitalstruktur und können Investitionsprojekte mit dem WACC-Verfahren risikoadäquat bewerten.</p> <p>Kommunikation und Kooperation: Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, innerhalb ihres Handelns fachliche und sachbezogene Problemlösungen zu formulieren und diese im Diskurs mit Fachvertreterinnen und Fachvertretern sowie Fachfremden zu vertreten und mit theoretisch und methodisch fundierter Argumentation zu begründen. Sie sollen mit anderen Fachvertreterinnen und Fachvertretern sowie Fachfremden angemessen kommunizieren und kooperieren können mit dem Ziel, eine Aufgabenstellung verantwortungsvoll zu lösen. Sie sollen zudem in die Lage versetzt sein, ihre Ergebnisse zu reflektieren sowie unterschiedliche Sichtweisen und Interessen anderer Beteiligter zu beachten.</p> <p>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität: Die Studierenden sollen ein berufliches Selbstbild entwickeln können, das sich an Zielen und Standards professionellen Handelns in der Berufspraxis orientiert. Das eigene berufliche Handeln soll mit theoretischem und methodischem Wissen fundiert sein. Ziel ist es, die eigenen Fähigkeiten einschätzen zu können, sie zu reflektieren und autonom sachbezogene Gestaltungs- und Entscheidungsfreiheiten zu nutzen. Das Erkennen situationsadäquater Rahmenbedingungen beruflichen Handelns sowie das Begründen und Reflektieren ihrer Entscheidungen gehören ebenso zu den Zielsetzungen in Bezug auf ihr berufliches Handeln. Dabei wird in diesem Modul insbesondere auch auf eine kritische Auseinandersetzung mit bzw. eine Reflektion von gesellschaftlichen Einstellungen, Erwartungen und Folgen Wert gelegt.</p>								
3	Inhalte							
	<ul style="list-style-type: none"> • Eigen- und fremdkapitalbasierte Instrumente der Unternehmensfinanzierung sowie Mezzanine-Kapital • Optimale Finanzierungsstruktur • Kapitalkostenermittlung • Finanzbezogenes Risikomanagement • Cash-Management • Finanzbezogenes Turn-Around-Management • Alternative Finance (Finanzinstrumente außerhalb von Banken und Börsen) 							

	<ul style="list-style-type: none">• Mergers & Acquisitions (insb. Unternehmensbewertung)• Finanzmarketing und Kapitalmarktkommunikation
4	Lehrformen Seminaristische Vorlesungen und Seminar
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Mindestens 60 ECTS aus Semester 1-3. Das Modul 8 „Investition und Finanzierung“ muss bestanden sein. Details der Voraussetzungen siehe Prüfungsordnung Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur (45 Minuten) (64%) plus Präsentation (36%) oder Klausur (35 Minuten) (50%) plus Hausarbeit (50%)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Moduls erreicht werden.
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote $4,85 \% = (10/165) \times 0,8$
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Ralf Beck Prof. Dr. Katrin Löhr M.Sc. Philip Rosenthal Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Berk, J. / DeMarzo, P. (2020): Grundlagen der Finanzwirtschaft, 5. Aufl., Hallbergmoos 2020 Guserl, R. / Pernsteiner, H. / Brunner-Kirchmair, T.: Finanzmanagement: Grundlagen – Konzepte – Umsetzung, 3. Aufl., Wiesbaden 2022 Mondello, E.: Finance - Theorie und Anwendungsbeispiele, Wiesbaden 2017 Perridon, L. / Steiner, M. / Rathgeber, A. M.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, 18. Aufl., München 2022 Schuster, T. / Uskova, M.: Finanzierung und Finanzmanagement, Wiesbaden 2018 Volkart, R.: Corporate Finance, Zürich 2018

Nummer								
9022411		Human Resource Management						
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots		Art des Moduls	ECTS		
deutsch	ein Semester	4. - 7. Semester	Findet in jedem Semester statt		Wahlpflichtfach	10		
1	Veranstaltungen		seminaristische Veranstaltung Übung	Veranstaltungsart geplante Gruppen-größe 45	Workload			
-	Human Resource Management				Kontaktzeit 90 h	Selbststudium 210 h		
-	Human Resource Management Übung							
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen							
<p>Wissen und Verstehen: Die Studierenden können die grundsätzliche Zielsetzung des Human Resource Management im betriebswirtschaftlichen Leistungszusammenhang, seine zentralen Aufgabenfelder, die aktuellen internen und externen Herausforderungen sowie relevante Rahmenbedingungen des Human Resource Management benennen und erläutern. Sie sind in der Lage, Konflikte zwischen betriebswirtschaftlichen Anforderungen und individuellen Bedürfnissen zu definieren, zu reflektieren und für personalwirtschaftliche Gestaltungsansätze nutzbar zu machen. Die Studierenden können sowohl konzeptionell als auch praxisbezogen relevante ethische Fragen der Personalarbeit benennen und differenziert berücksichtigen.</p> <p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen: Die Studierenden sind in der Lage, Lösungskonzepte zur praxisorientierten Gestaltung von personalwirtschaftlichen Aufgabenfeldern zu erläutern, situativ einzuordnen, zu beurteilen, passende Implementationswege vorzuschlagen und komplexe Lösungskonzepte vor dem Hintergrund divergierender Interessen weiterzuentwickeln.</p> <p>Kommunikation und Kooperation: Die Studierenden sind in der Lage, Teamkompetenzen zu entwickeln, indem sie Teams in einer ergebnisorientierten Art koordinieren und führen. Sie können gegenüber Kommiliton*innen, aber auch Fachexpert*innen geeignete Lösungen diskutieren und argumentativ überzeugend vertreten.</p> <p>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität: Die Studierenden sind sich der Rolle und Funktion des/der Personalmanager*in im betriebswirtschaftlichen Kontext bewusst. Unter Berücksichtigung ihrer gesellschaftlichen Verantwortung sind sie in der Lage, personalwirtschaftliches Handeln im Spannungsfeld von betriebswirtschaftlichen Anforderungen und verantwortungsethischen Kriterien konstruktiv zu gestalten.</p>								
3	Inhalte							
<p>Vorstellung, Vertiefung, kritische Diskussion und Anwendung von Gestaltungsansätzen zentraler personalwirtschaftlicher Aufgabenfelder vor dem Hintergrund aktueller Herausforderungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung von strategischer und operativer Personalplanung, • Methoden der Personalbeschaffung, • Instrumente der Personalauswahl, • Ansätze des Onboarding, • Instrumente der Leistungsbeurteilung, • Prinzipien der Entgeltgestaltung, • Ansätze der Personalentwicklung/Kompetenzmanagement, • Theoretische Ansätze von Führung und Möglichkeiten der Gestaltung von Führungsverhalten, • Motivationstheorien als Basis von Arbeitsgestaltung, • Grundlagen arbeitspolitischer Beziehungen. 								

4	Lehrformen Seminartistische Veranstaltung und Seminar. Einzel-, Partner- und Gruppenarbeiten, Fallstudienarbeit und Selbststudium
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Mindestens 60 ECTS aus Semester 1-3. Das Modul 2 „Organisation und Personal“ muss bestanden sein. Details der Voraussetzungen siehe Prüfungsordnung Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur (100 %), 90 Min.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Moduls erreicht werden.
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) Voraussetzung für die Teilnahme an dem Wahlpflichtmodul „Ausbildereignungsschein“.
9	Stellenwert der Note für die Endnote $4,85 \% = (10/165) \times 0,8$
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Sabine Kiunke Prof. Dr. Claus Vormann Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Berthel, Jürgen; Becker, Fred G.: Personal-Management. Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit. 12., vollständig überarbeitete Auflage, Stuttgart 2022 Domsch, Michel E.; Regnet, Erika; Rosenstiel, Lutz von (Hrsg.): Führung von Mitarbeitern. Fallstudien zum Personalmanagement, 4. Auflage, Stuttgart 2018 Holtbrügge, Dirk: Personalmanagement, 8. Auflage, Berlin; Heidelberg 2022 Rosenstiel, Lutz von; Regnet, Erika; Domsch, Michel E. (Hrsg.): Führung von Mitarbeitern. Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement, 8. aktualisierte und überarbeitete Auflage, Stuttgart 2020 Stock-Homburg, Ruth; Groß, Matthias: Personalmanagement. Theorien – Konzepte – Instrumente. 4., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage, Wiesbaden 2019

Nummer									
9022412		IFRS und Wirtschaftsprüfung							
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots		Art des Moduls	ECTS			
deutsch	ein Semester	4. - 7. Semester	Findet nur im Wintersemester statt		Wahlpflichtfach	10			
1	Veranstaltungen		seminaristische Veranstaltung seminaristische Veranstaltung Übung	Veranstaltungsart geplante Gruppengröße 45	Workload	SWS 6			
	- IFRS I				Kontaktzeit 90 h				
	- IFRS II				Selbststudium 210 h				
	- Wirtschaftsprüfung: Planspiel Audit GO								
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen								
	Dieses Modul verbindet eine seminaristische Vorlesung zur Internationalen Rechnungslegung, speziell den International Financial Reporting Standards (IFRS), mit einem Planspiel zur Jahresabschlussprüfung als Einführung in die Wirtschaftsprüfung.								
	a. IFRS Nach erfolgreicher Teilnahme an der Vorlesung zu IFRS sind die Studierenden in der Lage...								
	<p>Wissen und Verstehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> die wesentlichen Inhalte der Rechnungslegung nach IFRS und die Unterschiede zu einer Rechnungslegung nach HGB zu erklären. den Einfluss der jeweiligen Rechnungslegungsnormen auf die Darstellung der wirtschaftlichen Lage eines Unternehmens zu erläutern. die Anforderungen internationaler Kapitalmärkte an die Unternehmenspublizität zu erklären. aktuell in Diskussion stehende Fachthemen in den Status-Quo der Internationalen Rechnungslegung einzuordnen. das Konvergenzpotential der deutschen Rechnungslegungssysteme durch die IFRS-Bilanzierung zu erklären. die Möglichkeiten und Grenzen zur Performancemessung anhand von IFRS-Messgrößen zu beschreiben. Lösungsansätze für schwere Probleme einer Rechnungslegung nach IFRS zu beschreiben. ausgewählte Maßnahmen der und allgemein Bilanzpolitik mit IFRS aus Perspektive von Managern und Jahresabschlussadressaten zu verstehen. 								
	<p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> mittels IFRS selbst entwickelte Lösungsansätze für Standardprobleme einer Rechnungslegung nach IFRS zu begründen. eine aktuelle Problemstellung zur Internationalen Rechnungslegung zu argumentieren und mithilfe fachpraktischer Methoden lösungsorientiert zu bearbeiten. 								
	<p>Kommunikation und Kooperation:</p> <ul style="list-style-type: none"> sich über die Bedeutung der internationalen Rechnungslegung vor dem Hintergrund unternehmerischer, gesellschaftlicher und ethischer Zusammenhänge auszutauschen. unter Nutzung von Fachbegriffen zu argumentieren. in Partner- und Gruppenarbeit kooperativ sachbezogene Ergebnisse zu dokumentieren. Ergebnisse auch Fachfremden auf einem passenden Niveau zu kommunizieren. 								
	<p>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:</p>								

- Vorlesungsinhalte mit Literaturempfehlungen eigenverantwortlich nachzubereiten.
- Probleme der Rechnungslegung nach IFRS unter Berücksichtigung von Gesetz-, Regelmäßigkeiten und Wesentlichkeiten zu analysieren.
- unter Einbeziehung des wissenschaftlichen und praxisbezogenen Status Quo Lösungsansätze für Probleme zu recherchieren (Suche, Auswahl und kritische Reflexion).

b. Wirtschaftsprüfung

Nach erfolgreicher Teilnahme am Planspiel sind die Studierenden in der Lage...

Wissen und Verstehen:

- die Breite der Dienstleistungen des Wirtschaftsprüfers unter deutschen, institutionellen Rahmenbedingungen zu skizzieren.
- die Anforderungen an Prüfungshandlungen im Rahmen der handelsrechtlichen Abschlussprüfung zu beschreiben.
- die Aufbau- und Ablauforganisation einer Abschlussprüfung sowie eines Unternehmens zu beschreiben.
- ausgewählte, regelmäßig durchzuführende Prüfungshandlungen zu beschreiben.
- Maßnahmen zur Sicherung und Kontrolle der Prüfungsqualität zu erläutern.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:

- regelmäßig auftretende Prüfungsrisiken zu analysieren.
- regelmäßig auftretende Problemfelder in Unternehmensabläufen und -organisationen (insb. bezogen auf Kontrollen) zu analysieren.
- ausgewählte, regelmäßig durchzuführende Prüfungshandlungen (inkl. Auswahlverfahren) zu verstehen.
- aufbauend auf zentralen Prüfungsobjekten und Ergebnissen von Prüfungshandlungen ein hinreichend sicheren Prüfungsurteil zu schlussfolgern.
- die Aussagekraft von Jahresabschlüssen hinsichtlich Prognosen von Investoren zu überprüfen.

Kommunikation und Kooperation:

- sich über die Bedeutung der Wirtschaftsprüfung vor dem Hintergrund unternehmerischer, gesellschaftlicher und ethischer Zusammenhänge auszutauschen.
- unter Nutzung von Fachbegriffen zu argumentieren.
- in Partner- und Gruppenarbeit kooperativ sachbezogene Ergebnisse zu dokumentieren.
- Ergebnisse auch Fachfremden auf einem passenden Niveau zu kommunizieren.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:

- Standardprobleme der Jahresabschlussprüfung unter Berücksichtigung von Gesetz-, Regelmäßigkeiten und Wesentlichkeiten zu analysieren.
- unter Einbeziehung des wissenschaftlichen und praxisbezogenen Status Quo (insb. Prüfungsstandards) Lösungsansätze für Probleme zu recherchieren (Suche, Auswahl und kritische Reflexion).
- mit Initiative die Arbeitsaufträge des Planspiels unter Berücksichtigung der verfügbaren Zeit zu verfolgen.

3 Inhalte

a. IFRS

- Grundlagen, Organisation und Grundkonzeption der IFRS
- Bilanzierung wesentlicher Aktiva und Passiva nach IFRS
- Inventories
- Assets
- Impairment-Test
- Intangible Assets
- Financial Instruments
- Leases
- Provisions and Contingencies
- Revenues
- Unternehmenssteuerung und Publizitätserfordernisse der IFRS

- Konvergenzpotential der IFRS
- IFRS zur internen Performancemessung

b. Wirtschaftsprüfung

- Der Berufsstand der Wirtschaftsprüfer
- Umfang der Prüfungspflicht in Deutschland
- Prüfungsnormen
- Ökonomische Begründung des Prüfungswesens
- Prüfungsprozess: Ablauf der Abschlussprüfung von der Auftragsannahme über die Prüfungsplanung und -durchführung bis zum Prüfungsabschluss (Testat, Berichterstattung, AR-Präsentation)
- Interne & Externe Qualitätssicherung

4 Lehrformen

Seminaristische Veranstaltung und Seminar.

5 Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Mindestens 60 ECTS aus Semester 1-3. Das Teilmodul aus Modul 7 "Rechnungswesen I" muss bestanden sein. Details der Voraussetzungen siehe Prüfungsordnung

Inhaltlich: Die Module „Investition und Finanzierung“, „Steuern“ und „Rechnungswesen II“ sollten absolviert sein.

6 Prüfungsformen

Klausur (65 %), 90 Min. und semesterbegleitende Klausur (35%), 45 Min.

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Moduls erreicht werden.

8 Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)

B.Sc. Finance, Accounting, Controlling and Taxes

9 Stellenwert der Note für die Endnote

4,85 % = (10/165) x 0,8

10 Modulbeauftragte/r

Prof. Dr. Marco Boehle

Prof. Dr. Felix Wenger

Lehrende/r

siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im [Studienportal](#) der Fachhochschule Dortmund

11 Literatur

a. IFRS

Baetge/Kirsch/Thiele: Bilanzen, aktuelle Auflage.

Buchholz: Internationale Rechnungslegung, aktuelle Auflage.

Coenenberg/Haller/Schultze: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, aktuelle Auflage.

Heuser/Theile: IFRS Handbuch, aktuelle Auflage.

Kirsch: Einführung in die internationale Rechnungslegung nach IFRS, aktuelle Auflage.

Pellens/Fülbier/Gassen/Sellhorn: Internationale Rechnungslegung, aktuelle Auflage.

Ruhnke/Simons: Rechnungslegung nach IFRS und HGB, aktuelle Auflage.

b. Wirtschaftsprüfung

Marten, K.-U./ Quick, R./ Ruhnke, K., Wirtschaftsprüfung, aktuelle Auflage.

IDW (Hrsg.), WP Handbuch, Wirtschaftsprüfung und Rechnungslegung, aktuelle Auflage.

Brösel et. al., Wirtschaftliches Prüfungswesen, aktuelle Auflage.

Graumann, M., Wirtschaftliches Prüfungswesen, aktuelle Auflage.

Nummer														
9022413		Industrie und Umweltökonomik												
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS									
deutsch	ein Semester	4. - 7. Semester	Findet nur im Sommersemester statt	Wahlpflichtfach	10									
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße	Workload									
-	Industrie und Umweltökonomik		seminaristische Veranstaltung Übung	45	Kontaktzeit 90 h	Selbststudium 210 h								
-	Industrie und Umweltökonomik Übung													
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen					SWS								
Nach erfolgreicher Teilnahme an den Modulveranstaltungen sind die Studierenden in der Lage:														
Wissen und Verstehen:														
<ul style="list-style-type: none"> Grundlegende Instrumente zur Diskussion umweltpolitischer Fragestellungen widerzugeben. die aktuelle Lage zum Klimawandel und Klimaschutz mit Hilfe von wichtigen Kennzahlen zu charakterisieren Grundlegende Konzepte der Spieltheorie widerzugeben 														
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:														
<ul style="list-style-type: none"> ihr Wissen praktisch in Form von Übungsaufgaben anzuwenden, die mit Hilfe von Musterlösungen und gemeinsamen Übungen gelöst werden. Umweltpolitische Maßnahmen im Hinblick auf ihr Wirkungsweise zu untersuchen und Vor- und Nachteile gegenüberzustellen. Maßnahmen gegen den Klimawandel (als internationales Umweltproblem) mit Hilfe spieltheoretischer Ansätze analysieren. Spieltheoretische Konzepte nutzen, um das Verhalten von Unternehmen und Staaten zu analysieren. wissenschaftliche Papiere zu studieren und deren Ergebnisse zu interpretieren sowie ökonomische Implikation zu diskutieren. 														
Kommunikation und Kooperation:														
<ul style="list-style-type: none"> Übungsaufgaben und umweltpolitische Diskussionen innerhalb eines Teams durch Kooperation zu lösen. die Ergebnisse vor einer Gruppe zu kommunizieren. wissenschaftliche Präsentationen in einer Gruppe zu erarbeiten und vorzustellen. 														
Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:														
<ul style="list-style-type: none"> Instrumente der Umweltpolitik und einfache Konzepte der Spieltheorie zur Strukturierung ökonomischer Fragestellungen anzuwenden. Die Bedeutung von umweltpolitischen Maßnahmen und Entwicklungen zu erfassen und für das individuelle betriebliche Umfeld zu interpretieren. Konzepte der Spieltheorie und die Erkenntnisse insbesondere im Hinblick auf Verhandlungen zu nutzen mit wissenschaftlicher Literatur zu arbeiten. 														
3	Inhalte													
Umweltökonomik:														
<ul style="list-style-type: none"> Marktversagen durch externe Effekte Ziele und Instrumente der Umweltpolitik Innovationen 														

	<ul style="list-style-type: none">• Internationale Umweltprobleme• Der Klimawandel als globales Umweltproblem• Klimaverhandlungen• Empirische Projekte und aktuelle Fragestellungen <p>Industrieökonomik: Schwerpunkt Spieltheorie:</p> <ul style="list-style-type: none">• Nicht-kooperative Spiele in strategischer Form• Individualistisch-kooperative Spiele und Verhandlungsspiele• Aktuelle Fragestellungen
4	Lehrformen Seminaristische Veranstaltung mit Übungen, Anwendung und Fallsbeispielen sowie Seminar mit Präsentationen.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Mindestens 60 ECTS aus Semester 1-3. Das Modul 1 „Einführung in die Wirtschaftswissenschaften“ muss bestanden sein. Details der Voraussetzungen siehe Prüfungsordnung. Inhaltlich: Das Modul „Wirtschaftstheorie“ sollte absolviert sein.
6	Prüfungsformen Klausur (60%), 60 Min., Seminarpräsentation (30%), Kurzreferat (10%)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Moduls erreicht werden.
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote 4,85 % = (10/165) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Christina Elberg Prof. Dr. Christian Steiner Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur CORE Team: Die Wirtschaft. Verfügbar unter: https://www.core-econ.org CORE Team: Doing Economics: Empirical Projects. Verfügbar unter: https://www.core-econ.org Perman, R. et al: Natural Resource and Environmental Economics. Pearson, 4th Edition, 2011. Strum, B., Vogt, C.: Umweltökonomik. Eine anwendungsorientierte Einführung. Springer Gabler, 2. Auflage 2018. Holler, M., Illing, G., Napel, S.: Einführung in die Spieltheorie. Springer Gabler, 8. Auflage 2019. Nordhaus, W. 2015. "Climate Clubs: Overcoming Free-Riding in International Climate Policy." American Economic Review, 105 (4): 1339-70.

Nummer													
9022414		Internationale Wirtschaftsbeziehungen											
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots		Art des Moduls	ECTS							
deutsch	ein Semester	4. - 7. Semester	Findet nur im Wintersemester statt		Wahlpflichtfach	10							
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße 45	Workload	SWS 6							
	<ul style="list-style-type: none"> - Theorie und Politik der internationalen Wirtschaft - Seminar Internationale Wirtschaftsbeziehungen 				Kontaktzeit 90 h	Selbststudium 210 h							
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen												
Nach erfolgreicher Teilnahme an den Modulveranstaltungen sind die Studierenden in der Lage:													
<p>Wissen und Verstehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die aktuelle weltwirtschaftliche Lage mit Hilfe von wichtigen Kennzahlen zu charakterisieren. • grundlegende gesamtwirtschaftliche Modellansätze zur Diskussion handels- und währungspolitischer Fragestellungen widerzugeben. <p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ihr Wissen praktisch in Form von Übungsaufgaben anzuwenden, die mit Hilfe von Musterlösungen und gemeinsamen Übungen gelöst werden. • außenwirtschaftliche Politik-Maßnahmen im Rahmen einer gesamtwirtschaftlichen Analyse im Hinblick auf ihre Wirkungsweise zu untersuchen und zu bewerten. • Internationale Handels- oder Währungskrisen mit Hilfe volkswirtschaftlicher Ansätze zu analysieren. • wissenschaftliche Paper zu studieren und deren Ergebnisse zu interpretieren sowie ökonomische Implikation zu diskutieren. <p>Kommunikation und Kooperation:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Übungsaufgaben und außenwirtschaftliche Diskussionen innerhalb eines Teams durch Kooperation zu lösen. • die Ergebnisse vor einer Gruppe zu kommunizieren. • wissenschaftliche Präsentationen in einer Gruppe zu erarbeiten und vorzustellen. <p>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:</p> <ul style="list-style-type: none"> • einfache außenwirtschaftliche Modelle zur Strukturierung ökonomischer Fragestellungen anzuwenden. • die Bedeutung außenwirtschaftlicher Entwicklungen zu erfassen und im Hinblick für das individuelle betriebliche Umfeld zu interpretieren. • mit wissenschaftlicher Literatur zu arbeiten. 													
3	Inhalte												
<p>Reale Außenwirtschaft – Internationaler Handel:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Das Gravitationsmodell des Handels • Das Ricardo-Modell • Das Standard-Modell des Handels • Wirtschaftspolitik – Zölle und Handelspolitik • Aktuelle Fragestellungen <p>Monetäre Außenwirtschaft:</p>													

	<ul style="list-style-type: none">• Grundlagen: Leistungs- und Handelsbilanz• Wechselkurstheorien: Kaufkraft- und Zinsparität• Geld- und Devisenmärkte• Ein offenes Makromodell der kurzen Frist• Offene Ökonomien in der langen Frist• Aktuelle Fragestellungen
4	Lehrformen Seminaristische Veranstaltung mit Übungen, Anwendungen und Fallbeispielen sowie Präsentationen.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Mindestens 60 ECTS aus Semester 1-3. Das Modul 1 „Einführung in die Wirtschaftswissenschaften“ muss bestanden sein. Details der Voraussetzungen siehe Prüfungsordnung. Inhaltlich: Das Modul "Wirtschaftstheorie" sollte absolviert sein.
6	Prüfungsformen Klausur (60%), 60 Min., Seminarpräsentation (30%), Kurzreferat (10%)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aus Modulklausur und semesterbegleitender Leistung zum Bestehen des Moduls erreicht werden.
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote $4,85 \% = (10/165) \times 0,8$
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Christina Elberg Prof. Dr. Claus Greiber Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Paul R. Krugman, Maurice Obstfeld, Marc J. Melitz „Internationale Wirtschaft - Theorie und Politik der Außenwirtschaft“, 11. Auflage, 2019, Pearson

Nummer								
9022415		Internes Rechnungswesen / Kostenmanagement						
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots		Art des Moduls	ECTS		
deutsch	ein Semester	4. - 7. Semester	Findet nur im Wintersemester statt		Wahlpflichtfach	10		
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße	Workload			
-	Ausgestaltung des Kostenmanagements		seminaristische Veranstaltung Übung	45	Kontaktzeit 90 h	Selbststudium 210 h		
-	Anwendung des Kostenmanagements							
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen					SWS		
<p>Wissen und Verstehen: Die Studierenden können verschiedene Definitionen, Ausprägungsformen sowie Zielperspektiven des Kostenmanagements auflisten und erklärend schildern. Sie können wiedergeben, warum in der modernen Industrie und Dienstleistungen das Kostenmanagement auf die aktive und bewusste Gestaltung der Kosten- und Leistungsbeziehungen eines Unternehmens ausgerichtet ist. Sie erkennen die historische Entwicklung und aktuelle Bedeutung des Kostenmanagements in modernen Unternehmen. Die Studierende können verschiedene Verfahren eines Kostenmanagements inkl. deren Datenherkunft, als auch Aktivitäten eines Kostenmanagements, die aus strategischen Verhaltensmustern erwachsen, unterscheiden. Dies ermöglicht ihnen Handlungsempfehlungen vor dem Hintergrund verschiedener Organisationskulturen und Folgewirkungen des Kostenmanagements zu formulieren, zu beurteilen und abzuwagen.</p> <p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen: Aus den beschriebenen Grundlagen können die Studierende Instrumente des Kostenmanagement sach- und fachgerecht anhand unterschiedlicher Schemata anwenden sowie passende Instrumente und Vorgehensweisen für eine gegebene Unternehmenssituation herausfinden. Ausgewählte Vorgehensweisen können sie mithilfe ausgewählter Anwendungssoftware demonstrieren und etwaige Auswertungen kritisch reflektieren. Insbesondere können Sie Kostenkalkulationen durchführen, Kosten-Kennzahlen sowie Kennzahlensysteme konzipieren bzw. geeignete Messgrößen aus bestehende Kennzahlensysteme identifizieren und berechnen. Ihnen ist es möglich, bestehende Ist-Prozesse aus gegebenen Sachverhalten zu evaluieren, Prozesskostensätze zu ermitteln und passende Prozessoptimierungen zu schlussfolgern. Auch Gemein- und Fixkostenmanagementansätze können die Studierende durch Erstellung einer Vertrags- oder Eigentumspotentialdatenbank kategorisieren, um eine Sollkostengestaltung zu entwerfen. Die Studierenden entwerfen Kundenwertanalyse eines Lebenszyklus und Produktmix und leiten daraus Gestaltungsempfehlungen für Vertrieb und Produktkostenmanager ab.</p> <p>Kommunikation und Kooperation: Die Studierenden können sich über die gegenwärtige Bedeutung des Kostenmanagements differenziert nach Branchen austauschen und relevante Handlungsfelder zur Kostengestaltung kritisch diskutieren. Da sie ihr bedeutendes Gestaltungspotential erkannt haben, haben sie Freude, sich an einschlägigen Gruppendiskussionen zu engagieren und Kontakte zu Experten und Berufsinhaber aufzubauen sowie zu pflegen. Durch den intensiven Austausch werden den Studierenden verschiedene Kostenmanagementauswirkungen und -einwirkungen transparent, wodurch durch Abwägung unterschiedlicher Ansätze und Werte eine eigene Wertehaltung im Sinn eines ethischen Kostenmanagements entwickelt. Dieser Austausch ermöglicht den Studierenden ferner, ihre Vorgehensweisen und Forschungsergebnisse gegenüber Dritten zu präsentieren, zu verteidigen und gleichzeitig Feedbackschleifen aufzunehmen.</p> <p>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:</p>								

	<p>Den Studierenden ist es möglich, den Forschungsstand kritisch zu reflektieren und daraus einen Forschungsbedarf zu erkennen, sodass sie einschlägige Forschungsziele und Forschungsfragen zum Kostenmanagement für Hausarbeiten und Präsentationen und Bachelorthesen entwickeln und systematisieren können. Weiterhin können sie bestehende Kostenmanagementpraktiken aus Unternehmensspraxis und aus dem Schrifttum anhand von geeigneten Beurteilungsmaßstäben kritisch würdigen und fachliche, organisatorische wie ethische Grenzen benennen.</p>
3	<p>Inhalte</p> <p>Ausgestaltung des Kostenmanagements (4 SWS):</p> <ul style="list-style-type: none">• Grundaussagen zum Kostenmanagement• Gemeinkosten- und Fixkostenmanagement• Prozesskostenmanagement• Prozesskostenmanagement• Produktkostenmanagement <p>Anwendung des Kostenmanagements (2 SWS):</p> <p>Gestaltung einer Kostenrechnung und Deckungsbeitragskalkulation in DATEV, die im Rahmen eines monatlich bearbeiteten Buchhaltungsmandats erfolgt. Auf der Grundlage von Übungen werden die Schritte zum Aufbau einer Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung herangezogen. Die Individualisierung verschiedener Kalkulationsstrukturen, Umlagen, Kostenverrechnungen sowie die Ermittlung von Kennzahlen nimmt einen wichtigen Stellenwert ein. In Summe werden Auswertungen für das gesamte Unternehmen, für Filialverantwortliche sowie eine Produktkostenrechnung für verschiedene Schulungen und Seminare erstellt, die graphisch aufbereitet werden kann. Dies ermöglicht einerseits Berichtsauswertungen von DATEV für eine Kostenmanagement auszurichten, andererseits auf Basis jener Auswertungen weiterführende Überlegungen und einen Diskussionsprozess für einen wirk samen Kostenmanagementansatz in Gang zu setzen.</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristische Veranstaltung und Seminar.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Mindestens 60 ECTS aus Semester 1-3. Das Modul 7 „Rechnungswesen“ muss bestanden sein. Details der Voraussetzungen siehe Prüfungsordnung.</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (66,7%), 90 Min. sowie Semesterbegleitleistung (33,3%) in Form einer Hausarbeit (10 Seiten) und Präsentation 20 Min.</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Moduls erreicht werden.</p>
8	<p>Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>-</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>$4,85 \% = (10/165) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r</p> <p>Prof. Dr. Marco Boehle</p> <p>Lehrende/r</p> <p>siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u></p>

	der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Jeweils in aktueller Auflage: Coenenberg, A.G.; Fischer, T. M.; Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, Stuttgart. Fischer, T.; Möller, K.; Schutze, W.: Controlling - Grundlagen, Instrumente und Entwicklungsperspektiven, Stuttgart. Franz, K.-P.; Kajüter, P. (Hrsg.): Kostenmanagement. Wertsteigerung durch systematische Kostensteuerung, Stuttgart. Friedl, B.: Kostenmanagement, 2009 Kajüter, P.: Proaktives Kostenmanagement. Konzeption und Realprofile, Wiesbaden 2000. Weber, Jürgen; Schäfer, Utz: Einführung in das Controlling, Stuttgart.

Nummer												
9022416	Konzernabschluss und JA-Analyse											
Sprache deutsch	Dauer ein Semester	Studiensemester 4. - 7. Semester	Häufigkeit des Angebots Findet nur im Wintersemester statt		Art des Moduls Wahlpflichtfach	ECTS 10						
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße 45	Workload							
-	Konzernabschluss und JA-Analyse		seminaristische Veranstaltung	Kontaktzeit 90 h	Selbststudium 210 h	SWS 6						
-	Übung Konzernabschluss und JA-Analyse		Übung			4						
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen											
<p>Wissen und Verstehen: Die Studierenden kennen die Grundlagen der Konzernrechnungslegung nach HGB und nach IFRS. Sie wissen, welche Unternehmen einen Konzernabschluss aufstellen müssen und können den Konsolidierungskreis bestimmen. Die Studierenden verstehen die Bedeutung der Fiktion der rechtlichen Einheit des Konzerns und die darauf aufbauenden Anpassungen der Abschlüsse der Konzernunternehmen als Vorbereitung für die Konsolidierung. Die unterschiedlichen Konzepte der Umrechnung von Fremdwährungsabschlüssen sind bekannt. Die Studierenden kennen sämtliche Schritte der Vollkonsolidierung und die Bewertung von Anteilen an anderen Unternehmen mit der Equity-Methode. Die Studierenden beschreiben das grundlegende Instrumentarium einer Jahresabschlussanalyse. Nach erfolgreicher Teilnahme an der Veranstaltung nehmen die Studierenden eine eigenständige Jahresabschlussanalyse vor. Sie strukturieren verschiedene, teilweise sich widersprechende Informationen, klassifizieren Kennzahlenausprägungen im Zusammenhang und begründen ihre Einschätzung im Team und im Plenum. Die Studierende nutzen die Möglichkeiten der IT zu Informationsgenerierung und hinterfragen die Aussagekraft von Informationen.</p>												
<p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen: Nach erfolgreicher Teilnahme an der Veranstaltung können die Studierenden feststellen, ob ein Unternehmen einen Konzernabschluss erstellen muss und welche Unternehmen in den Konzernabschluss mit welcher Methode einbezogen werden müssen bzw. können. Sie sind in der Lage, einen einfachen Konzernabschluss zu erstellen und Unternehmensanteile at Equity zu bewerten. Die Studierenden können sich schnell in die Funktionen einer Konsolidierungssoftware einarbeiten. Die Studierenden sind in der Lage, selbstständig eine differenzierte Unternehmensanalyse durchzuführen. Die Studierenden stellen das Ergebnis ihrer Analyse schriftlich und in Form einer Präsentation dar. Sie identifizieren und benennen die Grenzen des Erkenntnisgewinns. Sie sind in der Lage selbstständig gewonnenen Erkenntnisse zu evaluieren und hierüber zu diskutieren.</p>												
<p>Kommunikation und Kooperation: Nach der erfolgreichen Teilnahme an der Veranstaltung können die Studierenden auf Basis von Fachbegriffen Fragestellungen bezüglich des Konzernabschlusses kommunizieren, diskutieren und in Zusammenarbeit mit anderen Studierenden lösen. Die Studierenden sind im Umgang mit verschiedenen Informationsquellen sowie deren kritischer und zielbezogener Auswertung geschult. Sie kommunizieren ihre Schlussfolgerungen und begründen diese differenziert. Innerhalb einer Gruppe stellen sie ihre Einschätzungen differenziert vor und reflektieren divergierende Aspekte. Die in der Gruppe erarbeiteten Ergebnisse können sie hinsichtlich der einzelnen Analyseschritte und unter Beachtung der Wesentlichkeit sowie der Grenzen der eigenen Erkenntnisse professionell vortragen.</p>												
<p>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:</p>												

	<p>Die Studierenden wenden erworbene Konzepte auch auf neue Problemstellungen an und lösen diese eigenständig. Dies gilt sowohl für die Erstellung als auch für die Analyse von (Konzern-) Abschlüssen. Weiter gehende Konsolidierungsprobleme können sie identifizieren und auf Basis der erlernten Grundsätze oder mit Hilfe der Kommentarliteratur lösen. Nach erfolgreicher Teilnahme an der Veranstaltung analysieren die Studierenden eigenverantwortlich den Umgang mit unterschiedlichen, teilweise auch widersprüchlichen Informationen. Die begrenzte Aussagekraft von Jahresabschlussinformationen beurteilen sie unabhängig.</p>
3	<p>Inhalte</p> <p>Konzernrechnungslegung:</p> <ul style="list-style-type: none">• Grundlagen• Währungsumrechnung• Vollkonsolidierung<ul style="list-style-type: none">• Kapitalkonsolidierung• Schuldenkonsolidierung• Zwischenergebniseliminierung• Aufwands- und Ertragskonsolidierung• Latente Steuern• Equity-Bewertung <p>Jahresabschlussanalyse:</p> <ul style="list-style-type: none">• Ziele, Methodik und Grenzen• Rahmenbedingungen• Analyseschritte• Einsatz von Kennzahlen und Kennzahlensystemen<ul style="list-style-type: none">• Vermögenslage, Kapitalstruktur, Liquidität und Finanzierung• Erfolgsstruktur, Rentabilität• weitere Kennzahlen aus der Praxis• Interpretation und Präsentation von Ergebnissen
4	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristische Veranstaltung und Seminar.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Mindestens 60 ECTS aus Semester 1-3. Das Modul 7 "Rechnungswesen" muss bestanden sein. Details der Voraussetzungen siehe Prüfungsordnung.</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (70 %), 60 Min. und (30 %) Durchführung einer Unternehmensanalyse einschl. Präsentation, 30 Min. und Hausarbeit, 15.000 Zeichen</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Moduls erreicht werden.</p>
8	<p>Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>-</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>$4,85 \% = (10/165) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r</p> <p>Prof. Dr. Karin Breidenbach</p>

Prof. Dr. Martin Kißler

Lehrende/r

siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im [Studienportal](#) der Fachhochschule Dortmund

11 Literatur

Baetge, J.; Kirsch, H.-J.; Thiele, S.: Konzernbilanzen, 14. Aufl., Düsseldorf (IDW) 2021

Busse von Colbe, W.; Ordelheide, D.; Gebhardt, G.; Pellens, B.: Konzernabschlüsse, 9. Aufl., Wiesbaden (Gabler) 2010

Gräfer, H.: Bilanzanalyse, 15. Aufl., Herne (nwb) 2023

Heesen, Bernd; Gruber, Wolfgang: Bilanzanalyse und Kennzahlen, 6. Auflage, Wiesbaden (Springer-Gabler Verlag) 2017

Küting, K. / Weber C.-W.: Der Konzernabschluss, 14. Auflage, Stuttgart (Schäffer-Poeschel) 2018

Schildbach, T. / Feldhoff, P.: Der Konzernabschluss nach HGB und IFRS, 8. Auflage, Berlin (de Gruyter) 2018

Nummer						
9022417		Managementprojekte II				
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots		Art des Moduls	ECTS
deutsch	ein Semester	4. - 7. Semester	Findet in jedem Semester statt		Wahlpflichtfach	10
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße 45	Workload	
-	Managementprojekte II		Praktikum		Kontaktzeit 90 h	Selbststudium 210 h
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen					6
<p>Wissen und Verstehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden sind in der Lage, die bislang im Studium erlernten betriebswirtschaftlichen Kenntnisse und Instrumente sowie ihr methodisches Wissen integriert in Bezug auf einen realen Beratungsauftrag von Unternehmen oder Institutionen anzuwenden. Die Studierenden können auftragsbezogen geeignete Fragen entwickeln und mit Hilfe eigenständiger Fachrecherchen Informationen sammeln, um einen komplexen Beratungsauftrag zu durchdringen und schrittweise zu bearbeiten. <p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden sind in der Lage zu erarbeiten, welche Instrumente in den einzelnen Phasen des Beratungsprozesses zur Anwendung kommen und können diese einsetzen, um bspw. neue Geschäftsbereichsstrategien zu analysieren, zu entwickeln, zu formulieren und umzusetzen. Die Studierenden sind in komplexen Problemkontexten in der Lage, durch lösungsorientiertes, interdisziplinäres Arbeiten nachhaltige Handlungsempfehlungen für die zu beratenden Unternehmen und Institutionen abzuleiten, zu begründen und zu präsentieren. <p>Kommunikation und Kooperation:</p> <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden sind in der Lage, mit realen Praxispartnern professionell kommunizieren. Sie können in der Kommunikation mit ihren Praxispartnern eine angemessene Auftragsklärung herbeiführen, die es ihnen ermöglicht, ihre weitere Arbeit im Projekt in geeigneter Weise zu strukturieren und zu priorisieren. Sie sind in der Lage, Arbeitsprozesse und Teamergebnisse kritisch zu reflektieren und mit Kritik seitens der Teammitglieder in konstruktiver Weise umzugehen. Hierbei wenden sie Konzepte zum effizienten Arbeiten im Team an. Die Studierenden können auch in konfliktären Situationen das Team in einer ergebnisorientierten Art führen und koordinieren. Die Studierenden können Teamergebnisse in einem komplexen und anspruchsvollen Umfeld begründen und präsentieren und sind in der Lage, sich fachlich fundiert in Strategiediskussionen zu positionieren. <p>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:</p> <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden können ihre eigenen Fähigkeiten einschätzen: Was ist ihr selbstbewusst-realistisch anzubietendes Beratungspotenzial, aber auch – vor allem in der Phase der Auftragsklärung – was sind gut begründete Grenzen der Beratung im gegebenen (Zeit-)Rahmen? Die Studierenden entwickeln ein berufliches Selbstbild, das sich an einer durchgängig unternehmerischen Haltung orientiert, die fachlich, methodisch und verantwortungsethisch fundiert ist. Sie sind in der Lage, eigene Handlungsempfehlungen kritisch in Bezug auf die Erwartungen des Auftraggebers und in Bezug auf gesellschaftliche Folgen zu reflektieren. 						

3	Inhalte <p>In den Managementprojekten II werden – abhängig vom jeweiligen Beratungsauftrag – folgende betriebswirtschaftliche Bereiche behandelt: Controlling, Unternehmensführung, Organisation, Finanzen, Human Resource Management, Marketing. Unabhängig vom konkreten Auftrag bringen die Studierenden ihre Projektmanagement-Kenntnisse zur Anwendung und erweitern diese.</p>
4	Lehrformen <p>Bei den Managementprojekten II handelt es sich um ein Beratungsprojekt im Umfang von ca. 12 Wochen Bearbeitungszeit, das mit einer realen Firma/Institution durchgeführt wird. Die Studierenden suchen sich im Team von ca. 6 Mitgliedern selbstständig oder mit Unterstützung eines Lehrenden ein Unternehmen oder eine Institution als Kunde. Sie nehmen den Auftraggebern gegenüber die Rolle von studentischen Beratern ein, führen eine Auftragsklärung durch und erarbeiten ein umfassendes Konzept zur Lösung des im Beratungsauftrag definierten betriebswirtschaftlichen (Teil-) Problems.</p> <p>In den Managementprojekten II werden verschiedene Lehr- und Lernformen eingesetzt. Die Rollen für Dozierende und Studierende sehen wie folgt aus:</p> <ul style="list-style-type: none">• Dozent/Dozentin:<ul style="list-style-type: none">• Moderator: für die Kommunikation zwischen Auftraggeber und Studierenden, inkl. Auftragsklärung und Erstellung von Zielvereinbarungen• Fachexperte: Ansprechpartner für fachliche Fragen der Durchführung• Coach: in Fragen von projektbezogenen Teamprozessen• Studierende:<ul style="list-style-type: none">• Auftragnehmer: für mit den Auftraggebern vereinbarte Projektaufträge auf der Basis einer Zielvereinbarung• Berater /Bearbeiter: für das Ziel des Beratungsprojektes• Teamplayer: für die Erzielung des Gruppenergebnisses
5	Teilnahmevoraussetzungen <p>Formal: Mindestens 60 ECTS aus Semester 1-3. Details der Voraussetzungen siehe Prüfungsordnung.</p> <p>Inhaltlich: Für das Modul werden gewisse Projektmanagement-Grundkenntnisse empfohlen. Diese können bspw. über die Module „Projektmanagement“ oder „Managementprojekte I“ oder auch durch ein mehrmonatiges Praktikum erworben werden, in dem die Studierenden im Projektmanagement eines Unternehmens gearbeitet oder Projektarbeit geleistet haben.</p>
6	Prüfungsformen <ul style="list-style-type: none">• Teamarbeit / Zwischenergebnisse / Vor-/Nachbereitung Kontaktzeiten (33 %)• Projektabschlussbericht (ca. 12-25 Seiten Textkörper p. P.), ggf. unter Berücksichtigung einer Projektabschlusspräsentation (67 %)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten <p>Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Moduls erreicht werden.</p>
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) <p>-</p>
9	Stellenwert der Note für die Endnote <p>$4,85 \% = (10/165) \times 0,8$</p>
10	Modulbeauftragte/r <p>Prof. Dr. Jan Christoph Albrecht Prof. Dr. Claus Vormann</p> <p>Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u></p>

	der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur
	-

Nummer							
9022418		Ökonometrie und Data Science					
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots		Art des Moduls	ECTS	
deutsch	ein Semester	4. - 7. Semester	Findet nur im Wintersemester statt		Wahlpflichtfach	10	
1	Veranstaltungen		seminaristische Veranstaltung Übung	geplante Gruppengröße 45	Workload		
	- Ökonometrie und Data Science				Kontaktzeit 90 h	Selbststudium 210 h	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen					6	
	<p>Wissen und Verstehen: Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul können die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • für eine Vielzahl quantitativer, wirtschaftlicher Fragestellungen Modellansätze und Methoden aus den Bereichen multivariate Analysemethoden/Ökonometrie/Data Science angeben. • die grundlegenden Ideen hinter diesen Modellen und Methoden aus Mathematik, Statistik und Informatik erklären. <p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen: Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul können die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • für praktische, wirtschaftliche Fragestellungen Modelle formulieren bzw. aufstellen und für diese Modelle in der relevanten Programmiersprache (R, Python) Programme zur Analyse der ursprünglichen Fragestellungen entwickeln. • die erlernten Methoden und Techniken nutzen, um Prognosen abzuleiten, wie sich eine wirtschaftliche Situation in Zukunft entwickeln könnte (Predictive Analytics). • die erhaltenen Ergebnisse vor dem entsprechenden, wirtschaftlichen Kontext interpretieren und bewerten. <p>Kommunikation und Kooperation: Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul können die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • ihre Fragestellungen, Methoden und Lösungen/Prognosen in einer anwendungsorientierten Art zielgruppenadäquat präsentieren. • quantitative, wirtschaftliche Fragestellungen im Team diskutieren und analysieren. <p>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität: Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul können die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • eine dem erlernten Methodenapparat zugängliche Fragestellung identifizieren. • die Grenzen des Methodenapparats benennen und erkennen. • die moralischen Komplexitäten und Risiken statistischer Technologie (z.B. im Hinblick auf Privatsphäre, Fairness) erkennen. 		4				
3	Inhalte					2	
<p>Multivariate Analysemethoden/Ökonometrie/Data Science: multiple lineare Regressionsanalyse (auch mit Dummy-Variablen), Varianzanalyse, Hauptkomponenten-/Faktorenanalyse/Dimensionsreduktion, logistische Regressionsanalyse, Entscheidungsbäume, Clusteranalyse, Diskriminanzanalyse, Machine Learning, Datenaufbereitung, Datenvisualisierung, Grundlagen von relationalen Datenbanken und SQL.</p> <p>DV-Übungen: Bearbeitung von Übungsaufgaben und Fallstudien am PC. Programmieren.</p>							

4	Lehrformen Seminaristische Veranstaltung, Projektarbeiten, Übungen am PC.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Mindestens 60 ECTS aus Semester 1-3. Modul 10 " Wirtschaftsmathematik " und Modul 11 „Wirtschaftsstatistik“ müssen bestanden sein. Details der Voraussetzungen siehe Prüfungsordnung. Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Abschlussklausur über die Inhalte des gesamten Moduls (67 %) (60 Min.), Hausarbeit/Datenanalyse (in Gruppen, 33 %), max. 15 Seiten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Moduls erreicht werden.
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) B.Sc. Versicherungswirtschaft (dual) (StgPO 2022)
9	Stellenwert der Note für die Endnote 4,85 % = (10/165) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Hubert Bornhorn Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Auer, B.; Rottmann, H.: Statistik und Ökonometrie für Wirtschaftswissenschaftler, 4. Aufl., Heidelberg (Springer), 2020 Backhaus, K.; Erichson, B.; Plinke, W.; Weiber, R.: Multivariate Analysemethoden, 17. Aufl., Heidelberg (Springer), 2023 Baumer, B. S.; Kaplan, D. T.; Horton, N. J.: Modern Data Science with R, 2nd edition, Boca Raton (Chapman & Hall/CRC), 2021 Bruce, P.; Bruce, A.; Gedeck, P.: Praktische Statistik für Data Scientists, Übersetzung der 2. Aufl., Heidelberg, Sebastopol (O'Reilly), 2021 Field, A.; Miles, J.; Field, Z.: Discovering Statistics Using R, London (SAGE Publications), 2012 Grus, J.: Einführung in Data Science, 2. Aufl., Heidelberg, Sebastopol (O'Reilly), 2019 Gujarati, D.: Econometrics by Example, 2nd edition, London (Palgrave Macmillan), 2015 Han, J.; Pei, J.; Tong, H.: Data Mining, 4th edition, Burlington (Morgan Kaufmann), 2022 Hochstädtter, D.; Kaiser, U.: Varianz- und Kovarianzanalyse, Frankfurt a. M. (Verlag Harri Deutsch), 1988 Kabacoff, R.: R in Action: Data analysis and graphics with R and Tidyverse, 3rd edition, Shelter Island (Manning Publications), 2022

- Kabacoff, R.: Modern Data Visualization with R, Boca Raton (Chapman & Hall/CRC), 2024
- Malik, U.; Goldwasser, M.; Johnston, B.: SQL for Data Analytics, Birmingham (Packt Publishing), 2019
- Provost, F.; Fawcett, T.: Data Science für Unternehmen, Frechen (mitp), 2017
- Rudolf, M.; Buse, J.: Multivariate Verfahren, 3. überarbeitete Auflage, Göttingen (Hogrefe), 2019
- Steinhausen, D.; Langer K.: Clusteranalyse, Berlin (Walter de Gruyter), 1977
- Wickham, H.; Çetinkaya-Rundel, M.; Grolemund, G.: R for Data Science, 2nd edition, Sebastopol (O'Reilly), 2023

Nummer														
9022419		Portfoliomanagement												
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots		Art des Moduls	ECTS								
deutsch	ein Semester	4. - 7. Semester	Findet in jedem Semester statt		Wahlpflichtfach	10								
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße	Workload									
-	Portfoliomanagement		seminaristische Veranstaltung Übung	45	Kontaktzeit 90 h	Selbststudium 210 h								
-	Übung Portfoliomanagement													
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen													
Wissen und Verstehen:														
<ul style="list-style-type: none"> Nach erfolgreicher Teilnahme an der Modulveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, zentrale Methoden, Konzepte und Philosophien des Portfoliomanagements zu verstehen, die sich seit mehr als einem halben Jahrhundert etabliert haben und fast universelle Gültigkeit besitzen Die Studierenden werden befähigt, die Struktur und Funktionsweise von Finanzmärkten zu verstehen und können diese analysieren Die Studierenden sind mit zentralen Rendite- und Risikokennzahlen für das Portfolio-management vertraut Die Studierenden verstehen die zentrale Bedeutung der Diversifikation für das Portfoliomanagement 														
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:														
<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden sind in der Lage, die Performance eines Portfolios mit geeigneten Methoden zu analysieren Die Studierenden sind in der Lage, das Konzept der Diversifikation auf konkrete Fragestellungen anzuwenden Die Studierenden können Finanzmärkte mit geeigneten Methoden analysieren. 														
Kommunikation und Kooperation:														
<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden sind in der Lage, Ergebnisse von Übungsaufgaben und Fallbeispielen zu erläutern und die Auswahl von Handlungsalternativen argumentativ zu bewerten. Darüber hinaus können Sie die Sinnhaftigkeit der Anwendung von verschiedenen Methoden des Portfoliomanagements kritisch hinterfragen. 														
Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:														
<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden erwerben Wissen und Techniken, mit denen Sie Probleme und Anwendungsfälle des Portfoliomanagements selbstständig und sachgerecht lösen können und kennen die Grenzen der Theorie bei der Anwendung auf praxisbezogene Probleme. 														
3	Inhalte													
<ul style="list-style-type: none"> Grundlagen des Portfoliomanagements (Typen von Investitionen, Marktteilnehmer, Assetklassen) Zentrale Kennzahlen zur Messung der Performance eines Portfolios (Rendite-, Risikokennzahlen) Grundlagen der Portfolio Selection Theory Kapitalmarkttheorie (Capital Asset Pricing Model, Faktormodelle, Arbitrage Pricing Theory, Ineffizienz von Kapitalmärkten) Behavioral Finance Investmentstrategien und Performanceanalyse (Aktive vs. Passive Investmentstrategien, Rebalancing, Performance-Attribution) 														

4	Lehrformen Seminaristische Veranstaltung und Seminar.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Mindestens 60 ECTS aus Semester 1-3. Das Modul 8 " Investition und Finanzierung" muss bestanden sein. Details der Voraussetzungen siehe Prüfungsordnung. Inhaltlich: Grundkenntnisse in Finanzmathematik sollten vorhanden sein.
6	Prüfungsformen Die Modulprüfung besteht aus einer Klausur, in der die Studierenden die erworbenen Kenntnisse des Portfoliomanagements wiedergeben. Dabei wird besonderer Wert auf die Überprüfung des Verständnisses der Inhalte gelegt. Darüber hinaus sollen sie in der Lage sein, diese Kenntnisse auf konkrete Fragestellungen und Probleme anzuwenden. Dauer: 60 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Moduls erreicht werden.
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote 4,85 % = $(10/165) \times 0,8$
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Jens Mörchel M.Sc. Philip Rosenthal Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im Studienportal der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Bruns, Christoph; Meyer-Bullerdiek, Frieder: Professionelles Portfoliomanagement: Aufbau, Umsetzung und Erfolgskontrolle strukturierter Anlagestrategien, Stuttgart: Schaeffer-Poeschel, 6. Auflage 2020. Franzen, Dietmar; Schäfer, Klaus: Assetmanagement: Portfoliobewertung, Investmentstrategien und Risikoanalyse, Stuttgart: Schaeffer-Poeschel, 2018. Mondello, Enzo: Finance: Theorie und Anwendungsbeispiele, Wiesbaden: SpringerGabler, 2017. Günther, Stefan; Moriabadi, Cyrus; Schulte, Jörn; Garz, Hendrik: Portfolio-Management: Theorie und Anwendung, Frankfurt School Verlag: 5., überarbeitete Auflage 2012. Bodie, Zvi; Kane, Alex; Marcus, Alan J.: Essentials of Investments, McGraw-Hill Education: 12th Edition 2021.

Nummer								
9022420		Produzieren in Supply Chains und nachhaltige Produktion						
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS			
deutsch	ein Semester	5. + 7. Semester (BwLog), 4. - 7. Semester (BA BW)	Findet nur im Win- tersemester statt	Wahlpflichtfach	10			
1	Veranstaltungen		seminaristische Veranstaltung seminaristische Veranstaltung Übung	geplante Gruppen- größe 45	Workload	SWS 6		
	<ul style="list-style-type: none"> - Produzieren in Supply Chains - Nachhaltige Produktion - Seminar Produzieren in Supply Chains und nachhaltige Produktion 				Kontakt- zeit 90 h			
					Selbst- studium 210 h			
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen							
	Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage...							
	<p>Wissen und Verstehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Produktionsstrategie in die Unternehmensstrategie einzuordnen • die Grundlagen der Produktions- und Kostentheorie zu benennen und zu erläutern • die Aufgaben der Standort und Kapazitätsplanung zu definieren und voneinander abzugrenzen • die Ziele und Aufgabe der Gestaltung des Produktprogramms zu erklären • die unterschiedlichen Aspekte der Nachhaltigkeit zu benennen und zu erläutern • Ressourceneffizienz und Energieeffizienz zu definieren und zu erklären • die Unterschiede zwischen linearer und Kreislaufwirtschaft einzuordnen • soziale Fragestellungen in der Produktion zu benennen und zu erläutert • Wettbewerbsvorteile der nachhaltigen Produktion zu benennen • verschiedenen Zertifikate zur Nachhaltigkeit zu nennen 							
	<p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fallstudien zur Standort- und Kapazitätsplanung zu analysieren sowie Lösungsvorschläge zu erarbeiten und zu vertreten • Innerbetriebliche Layoutplanung anhand von kleineren Datensätzen eigenständig durchzuführen • die Fertigungstiefe anhand realer Unternehmensdaten zu berechnen und kritisch auf Plausibilität zu hinterfragen • weitere ausgewählte strategische Fragestellung zur Produktion in Supply Chains zu bearbeiten • Fallstudien zur nachhaltigen Produktion zu bearbeiten und beispielsweise Ressourceneffizienz und Energieeffizienz im Zeitablauf zu bewerten • eigenständig Beispiele zur Kreislaufwirtschaft zu analysieren und bewerten • Greenwashings im Vergleich zu Wettbewerbsvorteilen mittels Analysen von Unternehmensbeispielen zu erkennen • Zertifikate mit Blick auf die Eignung zur Bewertung der Nachhaltigkeit kritisch zu hinterfragen • weitere ausgewählte Fragestellung zur Nachhaltigkeit in der Produktion zu bearbeiten 							
	<p>Kommunikation und Kooperation:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die theoretischen Inhalte anhand von eigenen praktischen Beispielen vor dem Plenum zu erläutern. • die Lösungsansätze und Ergebnisse mit Kommiliton:innen zu diskutieren 							
	Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:							

- Problemstellungen aus der Praxis eigenverantwortlich zu analysieren und Handlungsempfehlungen herzuleiten.
- Ergebnisse kritisch zu hinterfragen.
- die Grenzen des erworbenen Wissens und der erworbenen Kompetenzen einzuschätzen.
- Zusammenhänge zu erkennen und nachvollziehbar zu erläutern.
- die im Modul erworbenen Kompetenzen auf neue Anwendungsfelder zu übertragen.

3 Inhalte

a. Produzieren in Supply Chains:

- Einleitung
 - Einordnung der Produktionsstrategie
 - Einflussfaktoren auf die Produktion in Supply Chains
- Produktions- und Kostentheorie
 - Grundlagen der Produktionstheorie
 - Das klassische Ertragsgesetz
 - Weitere Produktionsfunktionen
- Standort- und Kapazitätsplanung in Supply Chains
 - Standortplanung
 - Technologie- und Anlagenmanagement
 - Kapazitätsplanung
 - Layoutplanung
- Gestaltung des Produktprogramm in Supply Chains
 - Gemeinsame Produktentwicklung
 - Festlegung der Fertigungstiefe

b. Nachhaltige Produktion:

- Einleitung
 - Begriffsabgrenzung Nachhaltigkeit
 - Grundlagen der nachhaltigen Produktion
- Umweltaspekte der Produktion
 - Effiziente Nutzung von Rohstoffen und Energie
 - Reduzierung von Abfällen und Emissionen
 - Kreislaufwirtschaft und Recycling
- Soziale Fragestellungen in der Produktion
 - Arbeitsbedingungen in der Produktion
 - Auswirkungen sozialer Fragestellungen auf die Standortwahl
- Wirtschaftliche Nachhaltigkeit in der Produktion
 - Kosten-Nutzen-Analyse nachhaltiger Produktion
 - Wettbewerbsvorteile nachhaltiger Produktion
- Zertifikate zur Bewertung nachhaltiger Produktion

c. Seminar:

- Ausgewählte aktuelle Fragestellung zur Nachhaltigkeit in Produktion und zur Produktions in Supply Chains werden im Rahmen des Seminars in bearbeitet.
- Dabei wird die aktuelle deutschsprachige und englischsprachige Literatur in Form eines Exposés zum Thema analysiert.
- Ein ausgewähltes Praxisbeispiel zum Thema wird dann in Form eines Kurzvortrags als Anwendungsbeispiel präsentiert.

4 Lehrformen

Seminaristische Veranstaltung mit Anwendungs- und Fallbeispielen im Skript, Übungen (verständnisorientierte Wiederholung, Vertiefung und interdisziplinäre Vernetzung des Lehrstoffes), Mini-Fallstudien und mündl. Diskussion von Übungsaufgaben, Fallstudien.

5 Teilnahmevoraussetzungen

B.Sc. Betriebswirtschaftliche Logistik (StgPO 2025):

	<p>Formal: Mindestens 70 ECTS müssen bestanden sein. Details der Voraussetzungen siehe Prüfungsordnung.</p> <p>Inhaltlich: keine</p> <p>B.A. Betriebswirtschaft (StgPO 2025):</p> <p>Formal: Mindestens 60 ECTS aus Semester 1-3. Das Modul 3 "Supply Chain Management" muss bestanden sein. Details der Voraussetzungen siehe Prüfungsordnung.</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <ul style="list-style-type: none">• Semesterbegleitende Mitarbeit und Seminararbeit (38 %): Referat, 15 Min. und Exposé, 3 Seiten• Klausur (62 %), 80 Min.
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Moduls erreicht werden.</p>
8	<p>Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>B.Sc. Betriebswirtschaftliche Logistik (StgPO 2025)</p> <p>B.A. Betriebswirtschaft (StgPO 2025)</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>B.Sc. Betriebswirtschaftliche Logistik (StgPO 2025): $4,91\% = (10/163) \times 0,8$</p> <p>B.A. Betriebswirtschaft (StgPO 2025): $4,85\% = (10/165) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r</p> <p>Prof. Dr. Anne Meinke</p> <p>Prof. Dr. Stephanie Thorn</p> <p>Lehrende/r</p> <p>siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im Studienportal der Fachhochschule Dortmund</p>
11	<p>Literatur</p> <p>a. Produzieren in Supply Chains</p> <p>Corsten, Hans; Gössinger, Ralf (2022): Produktions- und Logistikmanagement: Eine prozessorientierte Einführung, 2., Auflage, Berlin, Boston 2022.</p> <p>Günther, Hans-Otto; Tempelmeier, Horst (2020): Supply Chain Analytics: Operations Management und Logistik, 13., überarbeitete Aufl., Norderstedt 2020.</p> <p>Schulte, Christof (2017): Logistik: Wege zur Optimierung der Supply Chain, 7. vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage, München 2017.</p> <p>Steven, Marion (2019): Einführung in die Produktionswirtschaft, 2., erweiterte Auflage, Stuttgart 2019.</p> <p>b. Nachhaltige Produktion</p> <p>Förtsch, Gabi; Meinholtz, Heinz (2023): Handbuch betriebliche Kreislaufwirtschaft, 2., aktualisierte Auflage, Berlin 2023.</p> <p>Hinrichs, Bernd (2023): Nachhaltigkeit als Unternehmensstrategie, Roadmap für unternehmerische Nachhaltigkeit & Innovation, 2., Auflage, Freiburg u. a. 2023.</p> <p>Lehmacher, Wolfgang; Bödecke, Johann (2023): Circular Economy: 7. Industrielle Revolution: Der Weg zu mehr Nachhaltigkeit durch Kreislaufwirtschaft, Wiesbaden 2023.</p>

Schmidt, Mario; Spieth, Hannes; Bauer, Joa; Haubach, Christian (2017): 100 Betriebe für Ressourceneffizienz – Band 1: Praxisbeispiele aus der produzierenden Wirtschaft, Heidelberg 2017.

Nummer									
Sprache deutsch		Dauer ein Semester	Studiensemester 4. - 7. Semester	Häufigkeit des Angebots Findet nur im Sommersemester statt	Art des Moduls Wahlpflichtfach	ECTS 10			
1	Veranstaltungen			Veranstaltungsart seminaristische Veranstaltung Übung	geplante Gruppen- größe 45	Workload		SWS 6	
	-	Project Management			Kontakt- zeit 90 h	Selbst- studium 210 h			
2		Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen							
<p>Wissen und Verstehen: Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Merkmale eines Projekts und des Projektmanagements beschreiben, • verschiedene Projekttypen erklären, • den Unterschied zwischen Projekten, Prozessen und operativer Arbeit erklären, • Die wichtigsten Managementelemente des Projektmanagements (Umfang, Zeit, Ressourcen, Kosten, Risiken, Organisation, Stakeholder, Kommunikation usw.) erläutern, • Kriterien für Erfolg und Misserfolg in Projekten erläutern, • das Konzept der Stakeholder und die Rollen der Stakeholder in einem Projekt erklären, • Projektmanagementansätze (traditionell, agil, hybrid) beschreiben, • die wichtigsten agilen Frameworks wie Scrum, Kanban und Design Thinking erklären • die wichtigsten Trends im Projektmanagement kennen. 									
<p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen: Die Studierenden können die wichtigsten Methoden des traditionellen und agilen Projektmanagements anwenden, wie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stakeholder-Matrix und Stakeholder-Register • Projektstrukturplan (Work Breakdown Structure) • Netzwerkdiagramm • Gantt-Diagramm • Ressourcen-Histogramm • Kosten-Histogramm • Risikoregister • Organisatorische Struktur des Projekts • Verantwortlichkeitsmatrix • User stories • Agile Schätzmethoden • Ereignisse und Artefakte aus dem Scrum Framework, wie Sprint Planning, Daily Scrum, Sprint Review, Retrospective, Product Backlog, Sprint Backlog, Task Backlog, Impediment Backlog, Burn-down Chart etc. 									
<p>Kommunikation und Kooperation: Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Entwicklungen und Trends im Projektmanagement berücksichtigen und auf das Projektvorgehen und in einer Projektorganisation abgleichen, • Teams ergebnisorientiert führen und koordinieren, • Teamergebnisse in einem komplexen und anspruchsvollen Umfeld präsentieren und umsichtig verteidigen, 									

- die Zusammenarbeit zwischen den Humanressourcen in Projekten und Organisationen zu verbessern,
- Umgang mit komplexen Sachverhalten bei der Arbeit in Projektteams,
- die in einem Projekt oder in einer Organisation benötigten HR-Kompetenzen zu erkennen,
- Entwicklung von Teamkompetenzen bei den Mitgliedern.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:

Die Studierenden sind in der Lage

- komplexe, unvorhersehbare Arbeits- oder Studienkontakte zu managen und zu gestalten,
- operative Herausforderungen eines Projekts zu reflektieren und die eigene Leistung in einem Team zu reflektieren.
- Methoden Projektmanagement zu erproben, anzuwenden und weiterzuentwickeln
- ihre persönlichen Arbeitserfahrungen und betriebswirtschaftlichen Kenntnisse im Rahmen ihrer beruflichen Entwicklung im Projektmanagement zu verknüpfen und zu diskutieren,
- sich selbst in ihrer zukünftigen Projektmanagement-Rolle zu reflektieren.

3 Inhalte

Dieser Kurs konzentriert sich auf die Kernthemen von Projekten und Projektmanagement und gibt einen Überblick über Projektcharakteristika, Projektmanagementansätze und Kernmethoden.

Projekte werden von Routinearbeit in Organisationen unterschieden. Projekte haben ein klar definierteres Ziel und einen klar definierten Umfang. Projekte haben einen Anfang und ein Ende. Projekte benötigen eine spezielle Organisation - anders als Routinearbeit. Projekte werden eingerichtet, um etwas Neues zu schaffen, ein neues Gebäude, ein neues Anwendungssystem oder eine neue Anwendung eines bestehenden Systems. Projekte sind einzigartig und risikoreich.

In diesem Kurs werden die Begriffe und Bedeutungen des traditionellen, agilen und hybriden Projektmanagements eingeführt.

Es werden Fallbeispiele analysiert und diskutiert, um ein Verständnis für Projekte zu entwickeln. Die Diskussionen beinhalten die typischen Projektrandbedingungen wie Umfang, Zeit, Arbeit/Budget, Stakeholder, Risiken, etc. sowie Kriterien für Erfolg und Misserfolg, Projektkontext und Organisation. Der Kurs zeigt, wie Projekte organisiert werden können. Die wichtigsten Trends im Projektmanagement werden besprochen.

Dieses Modul umfasst die folgenden Themen:

- Merkmale von Projekten und des Projektmanagements
- Trennung von Projekten, Prozessen und operativer Arbeit
- Verschiedene Arten von Projekten
- Erfolgsfaktoren von Projekten
- Unterschiedliche Ansätze des Projektmanagements (traditionell, agil, hybrid)
- Elemente des Projektmanagements (Umfang, Zeit, Ressourcen, Kosten, Risiken, Organisation, Stakeholder, Kommunikation, usw.)
- Überblick Projektmanagement-Methoden (Project Canvas, Stakeholder-Register, Projektstrukturplan, Gantt-Diagramm, Netzplan, Ressourcenplan, Ressourcenhistogramm, Kostenplan, Organigramm, Rollenbeschreibung, RACI-Matrix, Kommunikationsplan, Grundregeln, Risikoregister, User Stories, Retrospektiven, Dailys etc.)
- Trends im Projektmanagement

4 Lehrformen

Seminaristische Veranstaltung und Gruppenarbeit, Fallbeispiele, praktische Übungen, Lehrvideos und Readings, Tests und Diskussionen.

5 Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Mindestens 60 ECTS aus Semester 1-3. Details der Voraussetzungen siehe Prüfungsordnung.
Inhaltlich: keine

6	Prüfungsformen Semesterbegleitende Fallstudie (mehrere Teile; wöchentliche Rhythmisierung) (40 %) und mehrere Online-Tests (60%), jeweils 30 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Moduls erreicht werden.
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote $4,85 \% = (10/165) \times 0,8$
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. André Dechange Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Andler, N. (2015): Tools für Projektmanagement, Workshops und Consulting: Kompendium der wichtigsten Techniken und Methoden (6. Aufl.). Erlangen: Publicis AXELOS (2017): Managing Successful Projects with PRINCE2. London: The Stationery Office Ltd. Bea, F.X.; Scheurer, S.; Hesselman, S. (2020): Projektmanagement (3rd ed.), Konstanz und München Beck, K. et al. (2001): Manifest für agile Softwareentwicklung. http://agilemanifesto.org/iso/de/ Dechange, André (2020): Projektmanagement – Schnell erfasst, SpringerGabler Gareis, Roland; Stummer, Michael (2008): Process and Projects, Manz Verlag, Wien Hedeman, Bert, e.a. (2010): Project Management Based on PRINCE2®, Van Haren Publishing International Project Management Association IPMA (2015): Individual Competence Baseline 4th version (ICB4) International Project Management Association IPMA (2021): Organisational Competence Baseline (OCB) IPMA (2016), ICB 4.0 International Project Management Association IPMA (2018): Project Excellence Baseline for Achieving Excellence in Projects and Programmes ISO (2021): ISO 21500 - Guidance on project management. Genf: ISO. Kerzner, Harold: Project Management (2022): A Systems Approach to Planning, Scheduling and Controlling (13th ed.), John Wiley Komus, A., & Putzer, J. (2017): Projektmanagement mit dem PM-Haus: Inklusive 42 Praxistipps : mit durchgängigem Beispiel "FlexVelo". Norderstedt: Books on Demand Larson, Erik; Gray, Clifford (2021): Project Management - the Managerial Process, 8th edition, McGraw Hill

Patzak, G., & Rattay, G. (2014): Projektmanagement: Projekte, Projektportfolios, Programme und projektorientierte Unternehmen (6. Aufl.) (Linde international). Wien: Linde. http://ebooks.ciando.com/book/index.cfm/bok_id/1581764 .

Project Management Institute (PMI) (2021): A guide to the project management body of knowledge (PMBOK guide) (7th ed.), Agile practice guide. Newtown Square, PA

Schwaber, K., & Sutherland, J. (2020): Der Scrum Guide: Der gültige Leitfaden für Scrum: Die Spielregeln

Timinger, H. (2017): Modernes Projektmanagement: Mit traditionellem, agilem und hybriden Vorgehen zum Erfolg. Weinheim: Wiley. <http://www.wiley-vch.de/publish/dt/books/ISBN978-3-527-53048-9/>

Timinger, H. (2021): Modernes Projektmanagement: Mit System zum richtigen Projektmanagement. Weinheim: Wiley

Turner, Rodney (2014): Gower Handbook of Project Management (5th ed.), Gower Hampshire, Routledge

Nummer									
9022422		Prozessoptimierung und Planungsprojekte in Logistik und SCM							
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS				
deutsch	ein Semester	5. + 7. Semester (BwLog 2018), 4. Semester (BwLog 2025), 4. - 7. Semester (BA BW)	Findet nur im Sommersemester statt	Wahlpflichtfach	10				
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart seminaristische Veranstaltung seminaristische Veranstaltung Übung	geplante Gruppengröße 45	Workload	SWS 6			
-	Planungsprojekte				Kontaktzeit 90 h	Selbststudium 210 h	2		
-	Planungsmethoden						2		
-	Seminar Prozessoptimierung und Planungsprojekte in Logistik und SCM						2		
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen								
	Nach erfolgreicher Teilnahme an der Veranstaltung haben die Studierenden folgende Kompetenzen erworben.								
	Wissen und Verstehen:								
	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden können die verschiedenen Typen von Projekten (Prozessoptimierung, Technologieeinführung, Standorterweiterung oder -neuplanung) unterscheiden und die Aufgabenstellungen beschreiben. Sie können Phasen in Planungsprojekten erläutern und geeignete Vorgehensweisen und einzusetzende Methoden für die Phasen darstellen. 								
	Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:								
	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden können Beispiele aus Literatur und Praxis einem Typ von Planungsprojekt zuordnen. Sie können Vorgehensweisen und Methoden hinsichtlich ihrer Eignung unter den Anwendungsvoraussetzungen für Fallbeispiele beurteilen. Sie können für gegebene Fallbeispiele kleinere Planungsaufgaben strukturieren und mit Hilfe von ausgewählten Methoden zielgerichtet bearbeiten. Sie können aus den Ergebnissen Handlungsempfehlungen und Entscheidungsvorlagen ableiten. 								
	Kommunikation und Kooperation:								
	<ul style="list-style-type: none"> Sie können Ergebnisse und Handlungsempfehlungen präsentieren und argumentativ vertreten. 								
	Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:								
	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden können wissenschaftliche Problemstellungen sowie den Stand der Forschung und Praxis im Kontext der Modulschwerpunkte adäquat wissenschaftlich dokumentieren. Sie können Ergebnisse kritisch hinterfragen. Sie kennen die Grenzen des erworbenen Wissens und der erworbenen Kompetenzen. 								
3	Inhalte								
	a. Planung von Logistiksystemen								
	In Unternehmen und Wertschöpfungsketten müssen Kostendruck und Fachkräftemangel sowie Forderungen nach CO2-Einsparungen und Nachhaltigkeit unter einer Zunahme von Risiken und Unterbrechungen								

gen beherrscht werden. Die Digitalisierung und das Internet der Dinge werden als Grundlage für die Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit gesehen. Fragen, die sich dem Manager oder dem Berater dabei stellen, sind:

- Wo sind Schwachstellen in den Prozessen und durch welche Maßnahmen verbessern wir diese?
- Wie gehen wir vor, wenn wir eine neue Technologie einführen wollen?
- Wie erweitern wir einen Standort, wie bauen wir ihn um, wie planen wir ihn neu?

Ein Planungsprojekt strukturiert diese Fragen in die passenden, kleineren Aufgabenstellungen und Schritte, sogenannte Phasen. Planungsprojekte reichen von kleinen Optimierungsprojekten, zum Beispiel zur Einführung von autonomen Fahrzeugen, bis hin zu Neuplanungsprojekten ganzer Standorte. Sie reichen von ersten Machbarkeitsstudien bis hin zur detaillierten Feinplanungsprojekten. Ziel ist es, aus einer Vielzahl von möglichen Maßnahmen, Konzepten und Technologien die geeigneten auszuwählen und auszuplanen.

Dazu stehen Methoden mit unterschiedlichem Schwerpunkt bereit: von Prozessdokumentationen und Prozessanalysen (u.a. Process Mining), bis hin zu Wertstromanalyse und Szenarienanalyse mit Simulationsmethoden.

Dieses Modul vermittelt die Grundlagen von Prozessoptimierung und Planungsprojekten auf Basis ausgewählter Fallstudien und praxisnaher Problemstellungen mit einem Anwendungsschwerpunkt in Logistik und Supply Chain Management.

Das Modul bereitet für Projektleitungsaufgaben im Unternehmen oder in der Beratung vor. Das Modul ist wie folgt gegliedert:

Planungsprojekte

- Projekte in Logistik und SCM
- Projektphasen und Vorgehensmodelle

Planungsmethoden

- Prozessdokumentation
- Materialflussanalyse
- Prozessoptimierung
- Lean Management und Wertstromdesign
- Szenarienanalyse in der Feinplanung (Simulation)

b. Seminar:

Selbständiges Erarbeiten eines ausgewählten Themas im Rahmen eines Projektes in einer Arbeitsgruppe aus dem Themenfeld der Planung technischer Logistiksysteme und Abschlusspräsentation der Gruppenergebnissen. Die Erarbeitung der Gruppenergebnisse findet in weiten Teilen in der Seminarstunden im LogisticsInnovationLab (EF44_453) statt, eine weitgehende Anwesenheit ist sinnvoll und erwünscht.

4 Lehrformen

Seminaristische Veranstaltung mit Anwendungsbeispielen und Übungsaufgaben, Fallstudien / Glossare / Lernmodule, Inhalte auf der Lernplattform Ilias zur eigenständigen Wiederholung und Vertiefung der Inhalte aus der Veranstaltung, Fallstudienbearbeitung, Projektarbeiten, Präsentation

5 Teilnahmevoraussetzungen

B.Sc. Betriebswirtschaftliche Logistik (StgPO 2018/2025):

Formal: Mindestens 70 ECTS müssen bestanden sein. Details der Voraussetzungen siehe Prüfungsordnung.

Inhaltlich: keine

B.A. Betriebswirtschaft (StgPO 2025):

	<p>Formal: Mindestens 60 ECTS aus Semester 1-3. Das Modul 3 "Supply Chain Management" muss bestanden sein. Details der Voraussetzungen siehe Prüfungsordnung.</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <ul style="list-style-type: none">• Semesterbegleitende Projektarbeit (weitgehende Anwesenheit erwünscht, Gruppenarbeit mit Abschlusspräsentation) (38%)• Modulklausur (80 Minuten) (62%)
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Moduls erreicht werden.</p>
8	<p>Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>B.Sc. Betriebswirtschaftliche Logistik (StgPO 2018) B.Sc. Betriebswirtschaftliche Logistik (StgPO 2025) B.A. Betriebswirtschaft (StgPO 2025)</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>B.Sc. Betriebswirtschaftliche Logistik (StgPO 2018/2025): 4,91 % = (10/163) x 0,8 B.A. Betriebswirtschaft (StgPO 2025): 4,85 % = (10/165) x 0,8</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r</p> <p>Prof. Dr. Katja Klingebiel</p> <p>Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im Studienportal der Fachhochschule Dortmund</p>
11	<p>Literatur</p> <p>Burggräf, P., Schuh, G. (2021): Fabrikplanung - Handbuch Produktion und Management 4, 2. Auflage, Springer-Verlag GmbH Deutschland</p> <p>Chopra, S. (2019): Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation, Global Edition, Pearson Education Limited</p> <p>Erlach, K.: Wertstromdesign - Der Weg zur schlanken Fabrik, 3. Auflage, Springer, 2020</p> <p>Gadatsch, A. (2023) Grundkurs Geschäftsprozess-Management - Analyse, Modellierung, Optimierung und Controlling von Prozessen, 10. Auflage, Springer Vieweg Wiesbaden</p> <p>Gutenschwager, K., Rabe, M., Spiekermann, S., Wenzel, S. (2017): Simulation in Produktion und Logistik - Grundlagen und Anwendungen, Springer Vieweg Berlin, Heidelberg</p> <p>Hartel, D.H. (2019): Projektmanagement in Logistik und Produktion, 2. Auflage, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH</p> <p>Pfohl, H.C. (2021): Logistikmanagement - Konzeption und Funktionen, 4. Auflage, Springer Vieweg Berlin, Heidelberg</p> <p>Ten Hompel, M., Schmidt, T., Dregger, J. (2019): Materialflusssysteme - Förder- und Lagertechnik, 4. Auflage, Springer-Verlag GmbH Deutschland</p> <p>Wiendahl, H-H., Reichardt, J., Nyhuis, P. (2023): Handbuch Fabrikplanung - Konzept, Gestaltung und Umsetzung wandlungsfähiger Produktionsstätten, 3. Auflage, Carl Hanser Verlag München</p>

Nummer									
9022423		Risikomanagement und Nachhaltigkeit in Supply Chains							
Sprache deutsch		Dauer ein Semester	Studiensemester 4. Semester (BwLog), 4. - 7. Semester (BA BW)	Häufigkeit des Angebots Findet nur im Sommersemester statt	Art des Moduls Wahlpflichtfach	ECTS 10			
1	Veranstaltungen		seminaristische Veranstaltung Übung	Veranstaltungsart geplante Gruppen- größe 45	Workload	SWS 6			
	<ul style="list-style-type: none"> - Risikomanagement und Nachhaltigkeit in Supply Chains - Risikomanagement und Nachhaltigkeit in Supply Chains Übung 				Kontakt- zeit 90 h	Selbst- studium 210 h	4		
							2		
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen								
	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage...								
	<p>Wissen und Verstehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die wichtigsten Begriffe, Aufgaben und Ziele von Risikomanagement und Nachhaltigkeit in Supply Chains zu nennen, zu strukturieren und zu erläutern. • Besonderheiten und Herausforderungen des Risikomanagements in Supply Chains zu erläutern. • Merkmale resilenter Supply Chains zu nennen und zu erläutern. • die wichtigsten Bestandteile des Risikomanagements in Supply Chains zu benennen und zu erläutern sowie in Zusammenhang zu setzen. • die Bedeutung von Nachhaltigkeit und Zertifikaten für Supply Chains und deren Wettbewerbsfähigkeit einzuschätzen. • den Sustainability Payoff mit seinen Elementen zu erläutern und den Bezug zum Risikomanagement herzustellen. • wesentliche Emissionen im Kontext von Supply Chains zu nennen, zu erläutern und zu berechnen. • Die Bedeutung von gesetzlichen Regelungen und deren Einfluss auf Supply Chains zu erläutern und in den Kontext von Nachhaltigkeit und Risikomanagement zu setzen. • die Bestandteile einer Lebenszyklusanalyse zu nennen und zu erläutern. • themenbezogene Daten des Risikomanagements und der Nachhaltigkeit in Supply Chains auszuwerten, zu interpretieren und daraus zielgruppenspezifische Erkenntnisse zu gewinnen. 								
	<p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Vor- und Nachteile verschiedener Strategien, Methoden und Instrumente des Risikomanagements und der Nachhaltigkeit zu bewerten und zu vergleichen. • anwendungsorientierte Übungsaufgaben im Kontext von Risikomanagement und Nachhaltigkeit strukturiert zu lösen und dabei vermitteltes Wissen anzuwenden. • geeignete Methoden und Instrumente für reale oder fiktive Unternehmenssituationen und Praxisbeispiele auszuwählen und anzuwenden. • eigenständig Beispiele zum Sustainability Payoff zu analysieren und zu bewerten. • Lebenszykluskosten von Beschaffungsalternativen zu berechnen. • Fallstudien zum Risikomanagement und zu Nachhaltigkeit zu bearbeiten und beispielsweise Warengruppenstrategien mit der Festlegung der Art der Materialbereitstellung, geeigneter Sourcing-Konzepte, etc. eigenständig zu entwickeln. • Ansätze zur Lösung von Anwendungsproblemen zu entwerfen, zu implementieren und zu testen. 								
	<p>Kommunikation und Kooperation:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ergebnisse und Handlungsempfehlungen zu präsentieren und argumentativ zu vertreten. • Lösungsideen in Kleingruppen zu entwickeln und zu bewerten. 								

	<ul style="list-style-type: none">• ihre Sozialkompetenz durch Gruppenarbeit zu erweitern.• ihre Präsentationskenntnisse zu festigen. <p>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:</p> <ul style="list-style-type: none">• Ergebnisse kritisch zu hinterfragen.• die Grenzen des erworbenen Wissens und der erworbenen Kompetenzen einzuschätzen.• Zusammenhänge zu erkennen und nachvollziehbar zu erläutern.• die im Modul erworbenen Kompetenzen auf neue Anwendungsfelder zu übertragen.
3	Inhalte <p>Die Veranstaltung gibt einen vertiefenden und anwendungsorientierten Überblick über wichtige Strategien, Instrumente, Methoden und Konzepte von Risikomanagement und Nachhaltigkeit in der Beschaffung. Konkret werden die folgenden Themenschwerpunkte abgedeckt:</p> <ul style="list-style-type: none">• Detaillierte Diskussion von Risiken im Allgemeinen und Nachhaltigkeit im Speziellen anhand eines konkreten Materials, wie bspw. Mikrochips, Kobalt, etc. (Charakteristika, Angebotssituation, Nachfragesituation, Maßnahmen und Handlungsempfehlungen aus der Praxis, etc.) als Grundlage für das gesamte Semester.• Risikomanagement: Grundbegriffe, Risiken im Kontext von Supply Chains, Transparenz in der Lieferkette, Risikotypen, Besonderheiten des Risikomanagements in Supply Chains, Merkmale resilenter Supply Chains, Risikopolitik, Risikomanagementprozess, Risikomanagementstrategien, ethischer Rahmen und Code of Conduct, Instrumente und Methoden des Risikomanagements• Nachhaltigkeit: Wichtige Grundbegriffe, Historische Entwicklung von Nachhaltigkeitskonzepten, Bedeutung der Nachhaltigkeit für Supply Chains, Nachhaltigkeit als Wettbewerbsfaktor, Ziele und Kennzahlen in den Dimensionen der Nachhaltigkeit, Nachhaltigkeit im Kontext des Risikomanagements, Sustainability Payoff, Verankerung der Nachhaltigkeit in Unternehmen, Entwicklungspfad von Nachhaltigkeit in Unternehmen, Greenhouse Gas Protocol und Berechnung des Scope 3, Nachhaltigkeitslabel und -zertifikate, Lebenszyklusanalyse• Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG): Aktueller Stand, vergleichbare Gesetze in anderen Ländern, Ziel, Adressaten, Sorgfaltspflichten und Kernelemente, Unterstützungsangebote für Unternehmen, Gemeinsamkeiten und Unterschiede von Nachhaltigkeit im Allgemeinen und LkSG im Speziellen• Seminar: ausgewählte aktuelle Fragestellungen zu den Themen Risikomanagement und Nachhaltigkeit, wie bspw. die Entwicklung einer vollständigen Warengruppenstrategie für ein ausgewähltes Material
4	Lehrformen <p>Seminaristische Veranstaltung mit Anwendungs- und Fallbeispielen im Skript, Übungen (verständnisorientierte Wiederholung, Vertiefung und interdisziplinäre Vernetzung des Lehrstoffes), Mini-Fallstudien, mdl. Diskussion von Übungsaufgaben und Fallstudien.</p>
5	Teilnahmevoraussetzungen <p>B.Sc. Betriebswirtschaftliche Logistik (StgPO 2025): Formal: Mindestens 70 ECTS müssen bestanden sein. Details der Voraussetzungen siehe Prüfungsordnung. Inhaltlich: keine</p> <p>B.A. Betriebswirtschaft (StgPO 2025): Formal: Mindestens 60 ECTS aus Semester 1-3. Das Modul 3 "Supply Chain Management" muss bestanden sein. Details der Voraussetzungen siehe Prüfungsordnung. Inhaltlich: keine</p>
6	Prüfungsformen <ul style="list-style-type: none">• Semesterbegleitende Mitarbeit und Seminararbeit (38 %): Referat, 15 Min. und Exposé, 3 Seiten• Klausur (62 %), 80 Min.

7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Moduls erreicht werden.
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) B.Sc. Betriebswirtschaftliche Logistik (StgPO 2025) B.A. Betriebswirtschaft (StgPO 2025)
9	Stellenwert der Note für die Endnote B.Sc. Betriebswirtschaftliche Logistik (StgPO 2025): 4,91 % = (10/163) x 0,8 B.A. Betriebswirtschaft (StgPO 2025): 4,85 % = (10/165) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Anne Meinke Prof. Dr. Stephanie Thorn Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Büscher, M.: Fahrplan zur Transformation des Einkaufs - So erreichen Sie Spitzenleistung in der Beschaffung, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, Wiesbaden, 2019 Falder, R.; Frank-Fahle, C.; Poleacov, P.: Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz - Ein Überblick für Praktiker, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, Wiesbaden, 2022 Gleißner, W.: Grundlagen des Risikomanagements: Handbuch für ein Management unter Unsicherheit, Verlag Franz Vahlen GmbH, München, 2022 Grant, D. B.; Trautrimas, A.; Wong, C. Y.: Sustainable Logistics and Supply Chain Management, Kogan Page Limited, London, 2023 O'Brien, J.: Sustainable Procurement – A Practical Guide to Corporate Social Responsibility in the Supply Chain, Kogan Page Limited, London, 2023 Romeike, F.: Risikomanagement, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, Wiesbaden, 2018 Romeike, F., Hager, P.: Erfolgsfaktor Risiko-Management 4.0 - Methoden, Beispiele, Checklisten; Praxis-handbuch für Industrie und Handel, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, Wiesbaden, 2020 Weigel U.; Rücker, M.: Praxisguide Strategischer Einkauf – Know-how, Tools und Techniken für den globalen Beschaffer, 2. Auflage, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, Wiesbaden, 2015 Aktuelle Fallstudien, Artikel und Beiträge

Nummer												
9022424		Spezielle Fragen der Nachhaltigkeit										
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS							
deutsch	ein Semester	4. - 7. Semester	Findet nur im Sommersemester statt	Wahlpflichtfach	10							
1	Veranstaltungen			Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße 45	Workload						
-	Spezielle Fragen der Nachhaltigkeit			seminaristische Veranstaltung	Kontaktzeit 90 h	Selbststudium 210 h						
6												
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen											
Wissen und Verstehen:												
Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind Studierende in der Lage, das Thema Nachhaltigkeit aus unterschiedlichen Perspektiven zu verstehen und grundlegende Begrifflichkeiten, Konzepte und Ansätze zu erläutern. Dazu gehören:												
<ul style="list-style-type: none"> die nachhaltigen Entwicklungsziele der Vereinten Nationen zu nennen und zu erläutern die Treiber und potenziellen Gründe für mangelnde Nachhaltigkeit aus volkswirtschaftlicher Perspektive zu nennen und zu erläutern die einfache von der doppelten Wesentlichkeitsanalyse zu unterscheiden und die Grundlagen für kreislaufwirtschaftliche Ansätze zu verstehen und zu erläutern die Bedeutung der Nachhaltigkeit in der Lieferkette zu verstehen und Anforderungen an eine ökologische Bilanzierung zu nennen und zu beschreiben die Bedeutung der Nachhaltigkeit im Marketing und Vertrieb zu verstehen und Kriterien zur Identifikation von substanzieller Kommunikation nennen zu können die Bedeutung der Nachhaltigkeit im Personalwesen zu verstehen und die arbeitsrechtlichen Grundlagen für nachhaltiges Personalmanagement zu nennen und zu erläutern gültige Regelungen im Rahmen der Nachhaltigkeitsberichterstattung zu nennen und zu erläutern die Bedeutung von Nachhaltigkeit im Finanz- und Versicherungswesen zu verstehen und grundlegende Regulatoren zu nennen und erläutern 												
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:												
Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind Studierende in der Lage:												
<ul style="list-style-type: none"> relevante Chancen und Herausforderung zum Thema Nachhaltigkeit aus unterschiedlichen Perspektiven zu identifizieren, kritisch zu reflektieren, auf unterschiedliche Kontexte zu anzuwenden und Lösungsansätze entwickeln. ihr Wissen auf die Berichterstattung unterschiedlicher Unternehmen anzuwenden und diese kritisch zu beleuchten. grundlegende betriebswirtschaftliche und volkswirtschaftliche Mechanismen zum Thema Nachhaltigkeit zu erkennen und zu analysieren. 												
Kommunikation und Kooperation:												
Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind Studierende in der Lage:												
<ul style="list-style-type: none"> einen Perspektivwechsel zum Thema Nachhaltigkeit vorzunehmen und sich über ihre persönlichen und gesellschaftlichen Werte und Ziele zum Thema Nachhaltigkeit auszutauschen. in Teamarbeit kooperativ zu arbeiten und Lösungsvorschläge abzuleiten. 												
Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:												
Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind Studierende in der Lage:												
<ul style="list-style-type: none"> inhaltliche Perspektivwechsel in Bezug auf das Thema Nachhaltigkeit vorzunehmen können gesetzliche Regulatoren anwenden. 												

	<ul style="list-style-type: none">• Lösungskompetenzen in Bezug auf verschiedene Herausforderungen in Bezug auf das Thema Nachhaltigkeit zu entwickeln.• sich selbst und in Gruppenarbeit zu organisieren.• ihr erworbenes Wissen in schriftlicher Form zu präsentieren.
3	Inhalte Die Ringvorlesung wird als fachgruppenübergreifende Veranstaltung zum Thema Nachhaltigkeit angeboten: Nachhaltigkeit auf gesellschaftlicher und volkswirtschaftlicher Ebene, sowie auf strategischer- und Geschäftsmodellalebene: <ul style="list-style-type: none">• Einführung in die Nachhaltigkeit (u.a. nachhaltige Entwicklungsziele der Vereinten Nationen• Die volkswirtschaftliche Perspektive: Mangelnde Nachhaltigkeit als Marktversagen und Instrumente der Umweltpolitik• Strategische Nachhaltigkeit auf Unternehmensebene: Einfache und doppelte Wesentlichkeitsanalyse sowie Circular Economy Nachhaltigkeit in den Funktionsbereichen des Unternehmens: <ul style="list-style-type: none">• Nachhaltigkeit in der Lieferkette, insbes. nachhaltiges Lieferantenmanagement• Ökologische Bilanzierung von Wertschöpfungsketten• Nachhaltigkeit in Marketing und Vertrieb & Förderung des nachhaltigen Konsums (z.B. Treiber des Greenwashing)• Beitrag des Personalwesens zur Nachhaltigkeit & Sustainable HRM• Arbeitsrechtliche Grundlagen für nachhaltiges HRM• Nachhaltigkeitsberichtserstattung: Gültige Regelungen, Anwendung in der Praxis und aktuelle Entwicklungen Nachhaltigkeit in unterschiedlichen Sektoren: <ul style="list-style-type: none">• Nachhaltigkeit im Finanzwesen/ Green Finance• Nachhaltigkeit in der Finanz- und Versicherungsbranche: Regulierung, Nachfrage und Vermarktung• Nachhaltigkeit im Bankensektor: ESG Regulierung und Risikomanagement
4	Lehrformen Das Modul wird in Form einer seminaristischen Veranstaltung angeboten.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Mindestens 60 ECTS aus Semester 1-3. Details der Voraussetzungen siehe Prüfungsordnung. Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Die Modulprüfung besteht aus einer 60-minütigen Klausur (2/3) und einer schriftlichen Ausarbeitung mit Präsentation (1/3), die ca. 20 Folien umfasst. In der Klausur sollen Studierende die grundlegende betriebswirtschaftliche und volkswirtschaftliche Sicht auf Nachhaltigkeit, sowie ausgewählte Aspekte in einzelnen Funktionsbereichen und Sektoren abrufen und erinnern. In der schriftlichen Ausarbeitung setzen sich die Studierenden mit praxisorientierten Themen zum Thema Nachhaltigkeit intensiv auseinander und leiten auf Basis ihrer Analyse Handlungsempfehlungen ab.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Moduls erreicht werden.
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -

9	Stellenwert der Note für die Endnote $4,85 \% = (10/165) \times 0,8$
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Hanaa Ryari Lehrende/r Prof. Dr. Ralf Beck Prof. Dr. Matthias Beenken Prof. Dr. Karin Breidenbach Prof. Dr. Jan Cirullies Prof. Dr. Christina Elberg Prof. Dr. Anne Meinke Prof. Dr. Sabrina Scheidler Prof. Dr. Hermann Schulte-Mattler Prof. Dr. Claus Vormann Dr. jur. Martin Wolmerath
11	Literatur Barnett, M. L. (2007). Stakeholder influence capacity and the variability of financial returns to corporate social responsibility. <i>Academy of management review</i> , 32(3), 794-816. Beenken, M.; Bornhorn, H.; Linnenbrink, L.; Mörchel, J.: Nachhaltigkeit und Versicherungen aus Kundensicht, Dortmund 2023, DOI 10.26205/opus-3336 Cadario, R., & Chandon, P. (2020). Which healthy eating nudges work best? A meta-analysis of field experiments. <i>Marketing Science</i> , 39(3), 465-486. Delegierte Verordnung (EU) 2021/1253 der Kommission vom 21. April 2021 zur Änderung der Delegierten Verordnung (EU) 2017/565 im Hinblick auf die Einbeziehung von Nachhaltigkeitsfaktoren, -risiken und -präferenzen in bestimmte organisatorische Anforderungen und Bedingungen für die Ausübung der Tätigkeit von Wertpapierfirmen, Amtsblatt der EU vom 2.8.2021, L 277/1-5 Delegierte Verordnung (EU) 2021/1257 der Kommission vom 21. April 2021 zur Änderung der Delegierten Verordnungen (EU) 2017/2358 und (EU) 2017/2359 im Hinblick auf die Einbeziehung von Nachhaltigkeitsfaktoren, -risiken und -präferenzen in die Aufsichts- und Lenkungsanforderungen an Versicherungsunternehmen und Versicherungsvertreiber sowie in die für den Vertrieb von Versicherungsanlageprodukten geltenden Informationspflichten und Wohlverhaltensregeln, Amtsblatt der EU vom 2.8.2021, L 277/18-24 DIN EN 16258 „Methode zur Berechnung und Deklaration des Energieverbrauchs und der Treibhausgasemissionen bei Transportdienstleistungen“. DIN ISO 14040/44 „Ökobilanzierung“. Diverse Fallstudien zum Thema Nachhaltigkeit in Supply Chains und Supply Chain Management DSLV (Hrsg.): Berechnung von Treibhausgasemissionen in Spedition und Logistik gemäß DIN EN 16258. Begriffe, Methoden, Beispiele. 2. Auflage, Bonn, 2013. Edinger#Schons, L. M., Lengler#Graiff, L., Scheidler, S., Mende, G., & Wieseke, J. (2020). Listen to the voice of the customer—First steps towards stakeholder democracy. <i>Business Ethics: A European Review</i> , 29(3), 510-527. Falder, R.; Frank-Fahle, C.; Poleacov, P.: Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz - Ein Überblick für Praktiker, Springer Gabler, Wiesbaden, 2022.

- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1974). Attitudes toward objects as predictors of single and multiple behavioral criteria. *Psychological Review*, 81, 59-74.
- Freiberg / Bruckner (Hrsg.): *Corporate Sustainability – Kompass für die Nachhaltigkeitsberichterstattung*
- Grant, D.; Traurims, A.; Wong, C.: *Sustainable Logistics and Supply Chain Management - Principles and Practices for Sustainable Operations and Management*, Kogan Page Ltd., London, 2022.
- Grunow, H.-W./Zender, C. (2020): „*Green Finance - Erfolgreiche Schritte zur grünen Unternehmensfinanzierung*“, Springer Gabler 2020; insb. S. 1 - 20.
- Hansen, P. G., & Jespersen, A. M. (2013). Nudge and the manipulation of choice: A framework for the responsible use of the nudge approach to behaviour change in public policy. *European Journal of Risk Regulation*, 4(1), 3-28.
- Helmold, M.: *Innovatives Lieferantenmanagement – Wertschöpfung in globalen Lieferketten*, Springer Gabler, Wiesbaden, 2021.
- Nordhaus, William. 2015. "Climate Clubs: Overcoming Free Riding in International Climate Policy." *American Economic Review*, 105 (4): 1339 70.
- Richtlinie 2014/95/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 22. Oktober 2014 zur Änderung der Richtlinie 2013/34/EU im Hinblick auf die Angabe nichtfinanzieller und die Diversität betreffender Informationen durch bestimmte große Unternehmen und Gruppen
- Richtlinie (EU) 2022/2464 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 14. Dezember 2022 zur Änderung der Verordnung (EU) Nr. 537/2014 und der Richtlinien 2004/109/EG, 2006/43/EG und 2013/34/EU hinsichtlich der Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen
- Verordnung (EU) 2019/2088 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27. November 2019 über nachhaltigkeitsbezogene Offenlegungspflichten im Finanzdienstleistungssektor, Amtsblatt der EU vom 9.12.2019, L 317/1-16
- Verordnung (EU) 2020/852 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 18. Juni 2020 über die Einrichtung eines Rahmens zur Erleichterung nachhaltiger Investitionen und zur Änderung der Verordnung (EU) 2019/2088, Amtsblatt der EU vom 22.6.2020, L 198/13-43
- Webster, R. & Marshall, G. (2019) *The TalkingClimate Handbook. How to have conversations about climate change in your daily life*. Oxford: Climate
- Zwick, Y./Jeromin K. (Hrsg.) (2023): „*Mit Sustainable Finance die Transformation dynamisieren - Wie Finanzwirtschaft nachhaltiges Wirtschaften ermöglicht*“, Springer Gabler 2023; aus diesem Buch ist folgender Artikel relevant: Mundinger, E.: „*Geld regiert die Umwelt: Können Banken das Klima retten?*“, S. 53 - 62.

Nummer						
9022425		Steuerbilanzpolitik und anwendungsorientierte Unternehmensbesteuerung				
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots		Art des Moduls	ECTS
deutsch	ein Semester	4. - 7. Semester	Findet nur im Wintersemester statt		Wahlpflichtfach	10
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße	Workload	
-	Internationale Umsatzsteuer und AO		seminaristische Veranstaltung	45	Kontaktzeit 90 h	Selbststudium 210 h
-	Steuerbilanzpolitik		seminaristische Veranstaltung			
-	IT-gestützte Steuerberatung		Übung			
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen					SWS
	Wissen und Verstehen: Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul sind die Studierenden in der Lage ...					
	<ul style="list-style-type: none"> Die Bedeutung verfahrensrechtlicher Vorschriften (insbesondere Fristen) für die Betriebsorganisation zu verstehen Den Einfluss der Umsatzsteuern auf das unternehmerische Handeln zu erklären Die monetären Folgen alternativer bilanzpolitischer Entscheidungen zu erkennen und darzustellen Die DATEV-Software für Jahresabschlüsse und Steuererklärungen zu verstehen 					
	Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen: Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul sind die Studierenden in der Lage ...					
	<ul style="list-style-type: none"> Umsatzsteuerliche Problemstellungen zu analysieren und Lösungsvorschläge zu entwickeln Bilanzielle Handlungsalternativen unter Berücksichtigung steuerlicher Gesichtspunkte zu konzipieren Jahresabschlüsse und Steuererklärungen mit Hilfe der DATEV-Software zu generieren 					
	Kommunikation und Kooperation: Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul sind die Studierenden in der Lage ...					
	<ul style="list-style-type: none"> Arbeitsergebnisse zu steuerbilanziellen und umsatzsteuerlichen Fragestellungen zu präsentieren verschiedene steuerliche Handlungsalternativen unter Nutzung von Fachtermini und Gesetzesstellen zu diskutieren und gegeneinander abzuwagen 					
	Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität: Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul sind die Studierenden in der Lage ...					
	<ul style="list-style-type: none"> erworbane Konzepte auf neue Problemstellungen anzuwenden und diese eigenständig zu lösen zu umsatzsteuerlichen und steuerbilanziellen Fragestellungen zu recherchieren und sich mit wissenschaftlichen Positionen auseinanderzusetzen 					
3	Inhalte					
	<ul style="list-style-type: none"> Ansatz-, und Bewertungsvorschriften in der Handels- und Steuerbilanz Gestaltungsmöglichkeiten in der Steuerbilanz Grundzüge der Abgabenordnung Internationale Umsatzsteuer (Steuerbarkeit, Steuerpflicht, Bemessungsgrundlage, Steuersatz, Rechnung und Vorsteuer, Unentgeltliche Wertabgaben, Erklärungspflichten) Finanzbuchhaltung, Erstellung eines Jahresabschlusses incl. Berechnung der Steuerrückstellungen sowie Erstellung von praxisadäquaten Steuererklärungen am PC 					

4	Lehrformen Seminaristische Vorlesung mit anwendungsorientierten Übungseinheiten und DATEV-Seminar.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Mindestens 60 ECTS aus Semester 1-3. Das Modul 9 "Steuern" muss bestanden sein. Details der Voraussetzungen siehe Prüfungsordnung. Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur (60 %), 90 Min. und semesterbegleitende DATEV-Prüfung (40,0%), 60 Min.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Moduls erreicht werden.
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote $4,85 \% = (10/165) \times 0,8$
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Joachim Eggers Prof. Dr. Petra Oesterwinter Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im Studienportal der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Steuer- und Wirtschaftsgesetze nach neuestem Rechtsstand Steuerrichtlinien nach neuestem Rechtsstand Weitere und aktuelle Literaturhinweise erfolgen in der Veranstaltung

Nummer							
9022426		Steuerplanung im Unternehmen					
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS		
deutsch	ein Semester	4. - 7. Semester	Findet nur im Sommersemester statt	Wahlpflichtfach	10		
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße	Workload		
				45	Kontaktzeit 90 h	Selbststudium 210 h	SWS
-	Besteuerung der Gesellschaften		seminaristische Veranstaltung				6
-	Internationales Steuerrecht		seminaristische Veranstaltung				2
-	Besteuerung der Gesellschaften		Übung				2
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen						
	Wissen und Verstehen:						
	Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul sind die Studierenden in der Lage ...						
	<ul style="list-style-type: none"> • Die Unterschiede zwischen der Besteuerung von Personengesellschaften und von Kapitalgesellschaften zu verstehen und darzustellen • Die Gesamtzusammenhänge der Unternehmensbesteuerung über die steuerartenbezogene Betrachtung hinaus zu erkennen • Die Grundlagen des Internationalen Steuerrechts sowie die Wirkungsweise von Doppelbesteuerungsabkommen zu verstehen und wiederzugeben • Die Auswirkung von Steuern auf Direktinvestitionen im Ausland zu erklären • Die Regeln für das wissenschaftliche Arbeiten im Steuerrecht zu verstehen 						
	Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:						
	Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul sind die Studierenden in der Lage ...						
	<ul style="list-style-type: none"> • Gestaltungsansätze zu konzipieren (Steuerwirkungs- und Steuergestaltungslehre) • zu bewerten, ob und in welcher Weise die Besteuerung bei unternehmerischen Entscheidungen (z.B. bei der Rechtsformwahl) als Entscheidungsfaktor zu berücksichtigen ist • die Auswirkungen grenzüberschreitender Unternehmensaktivitäten im Hinblick auf steuerliche Konsequenzen zu analysieren • Die Regeln für das wissenschaftliche Arbeiten im Steuerrecht anzuwenden 						
	Kommunikation und Kooperation:						
	Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul sind die Studierenden in der Lage ...						
	<ul style="list-style-type: none"> • Gestaltungsansätze unter Nutzung von Fachtermini und Gesetzesstellen zu diskutieren und gegeneinander abzuwägen • in kleinen Gruppen steuerliche Fragestellungen zu bearbeiten und gemeinsam wissenschaftliche Texte zu formulieren • Arbeitsergebnisse zu Fragestellungen im Hinblick auf Steuerplanung und Internationales Steuerrecht zu präsentieren und zu verteidigen • mit Kritik für eigene wissenschaftliche Leistungen umzugehen 						
	Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:						
	Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul sind die Studierenden in der Lage ...						
	<ul style="list-style-type: none"> • erworbene Konzepte auf neue Problemstellungen anzuwenden und diese eigenständig zu lösen • zu steuerplanerischen Fragestellungen und Problemen des Internationalen Steuerrechts zu recherchieren und sich mit wissenschaftlichen Positionen auseinanderzusetzen • innerhalb eines vorgegebenen Zeitraums wissenschaftliche Texte zu formulieren 						

3	Inhalte <ul style="list-style-type: none">• Besteuerung von Personengesellschaften und Kapitalgesellschaften im Vergleich• Unternehmenskauf und -verkauf• Besteuerung gesellschaftsrechtlicher Mischformen• Besteuerung internationaler Sachverhalte• Doppelbesteuerungsabkommen (OECD Musterabkommen)• Aktuelle Fragen der Unternehmensbesteuerung
4	Lehrformen <p>Seminaristische Vorlesung mit anwendungsorientierten Übungseinheiten und Seminar.</p>
5	Teilnahmevoraussetzungen <p>Formal: Mindestens 60 ECTS aus Semester 1-3. Das Modul 9 "Steuern" muss bestanden sein. Details der Voraussetzungen siehe Prüfungsordnung. Inhaltlich: keine</p>
6	Prüfungsformen <p>Klausur (60 %), 90 Min. und Hausarbeit (40 %), ca. 15 Seiten als Gruppenarbeit</p>
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten <p>Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Moduls erreicht werden.</p>
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) <p>-</p>
9	Stellenwert der Note für die Endnote <p>$4,85 \% = (10/165) \times 0,8$</p>
10	Modulbeauftragte/r <p>Prof. Dr. Joachim Eggers Prof. Dr. Petra Oesterwinter</p> <p>Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im <u>Studienportal</u> der Fachhochschule Dortmund</p>
11	Literatur <p>Steuer- und Wirtschaftsgesetze nach neuestem Rechtsstand Steuerrichtlinien nach neuestem Rechtsstand Weitere und aktuelle Literaturhinweise erfolgen in der Veranstaltung</p>

Nummer									
9022427		Unternehmensführung/Strategisches Management							
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots		Art des Moduls	ECTS			
deutsch	ein Semester	4. - 7. Semester	Findet in jedem Semester statt		Wahlpflichtfach	10			
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße	Workload				
				45	Kontaktzeit 90 h	Selbststudium 210 h			
-	Unternehmensführung / Strategisches Management		seminaristische Veranstaltung Übung			6			
-	Unternehmensführung / Strategisches Management Übung								
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen								
	<p>Wissen und Verstehen: Die Studierenden verfügen über ein erweitertes konzeptionelles Verständnis des strategischen Managements. Sie sind in der Lage, die Wirkungszusammenhänge von Märkten und Unternehmen zu erkennen und daraus Maßnahmen zur Sicherung des langfristigen Unternehmenserfolges (Strategien) abzuleiten. Die Studierenden können die unterschiedlichen Ebenen und Gestaltungsfelder von Strategien darlegen und mit Blick auf die Praxis erkennen sowie Entscheidungsprozesse zur Strategiefindung in Unternehmen ableiten. Sie schulen ihr analytisches Denkvermögen, üben wirtschaftliches Denken und Handeln, vertiefen ihre Fähigkeit zur Komplexitätsreduktion und zur Entwicklung von Ursache-Wirkungs-Beziehungen, erarbeiten Handlungsalternativen und thematisieren deren Evaluation in Problemsituationen. Trainiert wird damit die Fähigkeit zum Theorie-Praxis-Transfer und in Ansätzen die Entwicklung von Führungskompetenzen.</p>								
	<p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen: Die Studierenden verstehen die Komplexität sich schnell ändernder Märkte und Technologien, erkennen die sich für Unternehmen daraus resultierenden Möglichkeiten und Bedrohungen für die Unternehmensentwicklung und leiten Handlungsstrategien für die Unternehmen aus den unternehmenseigenen Stärken und Schwächen ab. Sie lernen dabei Zielkonflikte und methodische Ansätze zur Lösung von Zielkonflikten kennen.</p>								
	<p>Kommunikation und Kooperation: Die Studierenden können sich in der internationalen und globalen Vernetzung der Märkte, Konsumenten und Unternehmen fachlich adäquat in Strategie- und Wertediskussionen positionieren.</p>								
	<p>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität: Die Studierenden setzen betriebswirtschaftliche Instrumente und Techniken ein, um Unternehmensgesamt- und Geschäftsbereichsstrategien zu entwickeln, zu formulieren und umzusetzen.</p>								
3	Inhalte								
	<p>Die Lehrveranstaltung verfolgt auf Basis der Grundlagen des Strategischen Managements vermittelten betriebswirtschaftlichen Inhalten das Ziel, zunächst das Managementhandeln unter strategischem Aspekt vertieft theoretisch zu durchdringen und fallstudienbasiert sowohl Geschäftsführungsaufgaben als auch besondere Führungssituationen und -probleme zu erschließen.</p>								
	<p>Ein Schwerpunkt im inhaltlichen und fallbasierten Praxisbezug liegt auf dem gehobenen Mittelstand und insbesondere auf mittelständischen Weltmarktführer sog. Hidden Champions, die für das westfälische Ruhrgebiet und Westfalen besonders prägend sind.</p>								
	<p>Der Lehrstoff reicht von</p>								

- der ethikgeleiteten Konzeption und Implementierung einer Unternehmensverfassung,
- der Kodifizierung eines Leitbilds und einer Führungskonzeption und deren Umsetzung in die Praxis,
- über die Quantifizierung und Optimierung der nachhaltigen Wertschaffung in volatilem Umfeld
- bis hin zu der Entwicklung, Konfiguration und Anpassung von Ressourcen und Fähigkeiten
- im interdependenten Gestaltungsrahmen von Unternehmens- und Marktkontext.

Die Transformation bzw. Twin Transformation von Wertschöpfungssystemen erzeugt ein entscheidendes Momentum für viele Unternehmen über alle Branchen und Unternehmensklassen hinweg. Die daraus resultierenden Führungsentscheidungen betreffen u.a. Veränderungen in der Ressourcen- und Fähigkeitskonfiguration, in der Geschäftsmodellkonzeption bis hin zur Verlagerung des Kerngeschäfts. Hierbei spielen externe Wachstumsstrategien im Rahmen der Unternehmensplanung eine immer bedeutendere Rolle. Daher werden Grundsätze, Theorien, Konzepte und Anwendungsfragen der Unternehmensbewertung, Unternehmenskäufe wie -verkäufe (u.a. M&A-Strategien, Due Diligence Process) ebenfalls einführend behandelt.

Im Ergebnis sollen die Studierenden modernes Führungshandeln in allen praxisrelevanten Facetten entsprechend dem aktuellem wissenschaftlichen Forschungsstand vermittelt bekommen.

4 Lehrformen

Seminaristische Veranstaltung und Seminar auf Basis der integrierten Fallstudienmethodik

5 Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Mindestens 60 ECTS aus Semester 1-3. Das Modul 1 "Einführung in die Wirtschaftswissenschaften" muss bestanden sein. Details der Voraussetzungen siehe Prüfungsordnung.

Inhaltlich: Das Modul „Unternehmensführung und Simulation“ sollte bestanden sein.

6 Prüfungsformen

Case Competition bestehend aus:

- 15 Seiten wissenschaftlicher Seminararbeit (35 %)
- 15 Min. Pitch Präsentation für Managementlösung (40 %)
- Quizzes 20 Min. (25 %)

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Moduls erreicht werden.

8 Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)

9 Stellenwert der Note für die Endnote

4,85 % = (10/165) x 0,8

10 Modulbeauftragte/r

Prof. Dr. Jan-Philipp Büchler

Lehrende/r

siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im Studienportal der Fachhochschule Dortmund

11 Literatur

Büchler (2014) Strategie entwickeln, umsetzen und optimieren. Hallbergmoos: Pearson

Büchler / Hoon (2024) Hidden Champions Case Compendium. Wiesbaden: SpringerGabler

Grant (2014) Moderne strategische Unternehmensführung. Weinheim: Wiley.

Hungenberg (2014) Strategisches Management in Unternehmen. Wiesbaden: SpringerGabler.

Johnson / Whittington / Scholes / Angwin / Regner (2018) Strategisches Management. Hallbergmoos: Pearson

Jung / Heinzen / Quarg (2018) Allgemeine Managementlehre. Berlin: ESV

Kirsch / Seidl / van Aaken (2009) Unternehmensführung. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.

Porter (2010) Wettbewerbsvorteile. Frankfurt: Campus

Simon (2012) Hidden Champions – Aufbruch nach Globalia. Frankfurt: Campus.

Voigt (2008) Industrielles Management. Wiesbaden: Springer.

Nummer								
9022428		Verkehrslogistik, urbane Logistik und Letzte Meile						
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS			
deutsch	ein Semester	5. + 7. Semester (BwLog), 4. - 7. Semester (BA BW)	Findet nur im Win- tersemester statt	Wahlpflichtfach	10			
1	Veranstaltungen		seminaristische Veranstaltung seminaristische Veranstaltung Übung	geplante Gruppen- größe 45	Workload	SWS 6		
	<ul style="list-style-type: none"> - Verkehrslogistik - Urbane Logistik und Letzte Meile - Seminar Verkehrslogistik, urbane Logistik und Letzte Meile 				Kontakt- zeit 90 h			
					Selbst- studium 210 h			
						2		
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen							
	Nach erfolgreicher Teilnahme an der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage...							
	<p>a. Verkehrslogistik</p> <p>Wissen und Verstehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Herausforderungen und Zielgrößen der Verkehrslogistik zu benennen, zu erläutern und in einen breiteren Kontext zu setzen. • Rahmenbedingungen und Konzepte zu benennen und zu erläutern, in die sich die Verkehrslogistik einbettet. • ausgewählte Spezifika der Verkehrsträger Straße, Schiene, Wasser und Luft zu benennen und zu erläutern. • Besonderheiten und Konzepte multimodaler Verkehre zu beschreiben. • Systeme, Konzepte, Chancen und Herausforderung der Digitalisierung in der Verkehrslogistik zu erläutern. <p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • grundlegende Fragestellungen unter Verwendung angemessener Methoden selbstständig zu lösen. • anwendungsorientierte Übungsaufgaben im Kontext des Verkehrslogistik strukturiert zu lösen. <p>Kommunikation und Kooperation:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ergebnisse und Handlungsempfehlungen zu präsentieren und argumentativ zu vertreten. <p>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ergebnisse und Sachverhalte kritisch zu hinterfragen und auf ihre Richtigkeit zu überprüfen. • Grenzen des erworbenen Wissens und der erworbenen Kompetenzen einzuschätzen. 							
	<p>b. Urbane Logistik und Letzte Meile</p> <p>Wissen und Verstehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Begriffe Urbane Logistik und Letzte Meile zu definieren, abzugrenzen und deren Herausforderungen zu benennen und zu erläutern. • durch Städte gegebene Rahmenbedingungen und deren Handlungsimplikationen für Transportdienstleister auf der Letzten Meile zu benennen und zu erläutern. • die Herausforderungen bei Zustellung und Verbesserungsmaßnahmen zu benennen und zu erläutern sowie Auswirkungen der Zustellquote auf das Paketaufkommen zu berechnen. <p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:</p>							

- Anwendungsszenarien anhand erlernter Kriterien und mathematischer Methoden zu bewerten.
- geeignete Zustellkonzepte für eine konkrete Aufgabenstellung auszuwählen und in Bezug auf Kosten- und Nutzenaspekte zu analysieren.

Kommunikation und Kooperation:

- Ergebnisse aus der Anwendung von Methoden zur Lösung von Entscheidungsproblemen in der Urbanen Logistik und auf der Letzten Meile problemorientiert zu begründen und zu kommunizieren

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:

- Sie können Ergebnisse kritisch hinterfragen.
- Sie kennen die Grenzen des erworbenen Wissens und der erworbenen Kompetenzen.

c. Seminar

Wissen und Verstehen:

- Erfolgskriterien für verkehrslogistische Entscheidungen von Unternehmen bzw. für Lösungen für die urbane Logistik zu beschreiben.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen:

- selbstständig Wissen durch angeleitete Recherche zu erlangen und auf einen gegebenen Sachverhalt zu übertragen.

Kommunikation und Kooperation:

- Ergebnisse aus der Recherche und/oder Anwendung von Wissen problemorientiert zu begründen und zu kommunizieren.
- sich im Team zu organisieren, Aufgaben systematisch im Team zu verteilen und ein gemeinsames Ergebnis zu erarbeiten.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:

- in Unternehmen Impulse zur Nutzung etablierter Methoden und Konzepte zu aktuellen Themen zu setzen.

3 Inhalte

a. Verkehrslogistik

- Einführung in Verkehrsträger, -infrastruktur und -logistik
- Nachhaltigkeit und ökologische Bilanzierung in der Verkehrslogistik: Notwendigkeit, Herausforderungen und Methoden der Green Logistics
- Internationales Logistikmanagement: Globalisierung und Rahmenbedingungen, Zollabwicklung und entsprechende logistische Konzepte (z.B. CKD)
- Anforderungen, formale Voraussetzungen und Konzepte von (internationalen) Land-
- See- und Binnenschiffahrts- sowie Luftfrachtverkehren
- Multimodale Verkehre: Konzepte, Güterverkehrszentren und zukünftige Entwicklung (z.B. Synchro-modalität)
- Informationssysteme und Digitalisierung in der Verkehrslogistik

b. Urbane Logistik und Letzte Meile

- Ballungsräume, Interessensgruppen und Hauptproblemfelder der Urbanen Logistik
- Rahmenbedingungen der Urbane Logistik: Strategischer, taktischer und operativer Einfluss von Städten
- Einordnung, Abgrenzung und Bedeutung der Letzten Meile
- Grundlagen und Handlungsoptionen für Transportdienstleister in der Urbanen Logistik und letzten Meile
- Verkehrsmittelwahl, Touren- und Bezirksplanung
- Zustellquote: Definition, Konsequenzen und Berechnung sowie Maßnahmen zur Verbesserung
- Ausgewählte Konzepte: Mikro-Depots und Abholsysteme

c. Seminar

	<ul style="list-style-type: none">Vertiefende Bearbeitung von Aufgaben- bzw. Problemstellungen der Veranstaltungen zu a. und b.
4	Lehrformen Seminaristische, dialogorientierte Veranstaltungen mit Praxisbeispielen, Projekten und vertiefenden Übungen; selbständiges Recherchieren zu aktuellen Themen und praktischen Anwendungen von Methoden/Konzepten. Selbständiges Erarbeiten von Referaten, Präsentation von Referaten und Gruppenergebnissen unter zeitlichen Restriktionen.
5	Teilnahmevoraussetzungen B.Sc. Betriebswirtschaftliche Logistik (StgPO 2025): Formal: Mindestens 70 ECTS müssen bestanden sein. Details der Voraussetzungen siehe Prüfungsordnung. Inhaltlich: keine B.A. Betriebswirtschaft (StgPO 2025): Formal: Mindestens 60 ECTS aus Semester 1-3. Das Modul 3 "Supply Chain Management" muss bestanden sein. Details der Voraussetzungen siehe Prüfungsordnung. Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen <ul style="list-style-type: none">Semesterbegleitende Mitarbeit und Seminararbeit (38 %): Referat, ca. 30 Min., oder Hausarbeit, ca. 15 SeitenKlausur (62 %), 80 Min.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Moduls erreicht werden.
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) B.Sc. Betriebswirtschaftliche Logistik (StgPO 2025) B.A. Betriebswirtschaft (StgPO 2025)
9	Stellenwert der Note für die Endnote B.Sc. Betriebswirtschaftliche Logistik (StgPO 2025): $4,91\% = (10/163) \times 0,8$ B.A. Betriebswirtschaft (StgPO 2025): $4,85\% = (10/165) \times 0,8$
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Jan Cirullies Prof. Dr. Hans-Werner Graf Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im Studienportal der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Bosona, T. (2020): Urban Freight Last Mile Logistics—Challenges and Opportunities to Improve Sustainability: A Literature Review. <i>Sustainability</i> 2020, 12(21), 8769 Brabänder, C. (2020): Die Letzte Meile. Definition, Prozess, Kostenrechnung und Gestaltungsfelder. Springer Gabler, Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-29927-9 . Clausen, Uwe; Geiger, Christiane (2013): Verkehrs- und Transportlogistik. 2. Aufl. Springer, Berlin, Heidelberg. Favero, G.; Serruys, M.-W., Sugiura, M. (2019): The Urban Logistic Network : Cities, Transport and Distribution in Europe from the Middle Ages to Modern Times

- Gleißner, Harald; Möller, Klaus (2009): Fallstudien Logistik. Gabler, Wiesbaden.
- Gleißner, Harald; Femerling, J. Christian (2012): Logistik. 2. Aufl. Gabler, Wiesbaden.
- He, Z. (2020), "The challenges in sustainability of urban freight network design and distribution innovations: a systematic literature review", International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, Vol. 50 No. 6, pp. 601-640.
- Huber, Andreas; Laverentz (2019): Logistik. Verlag Franz Vahlen, München.
- Kummer, Sebastian; Schramm, Hans-Joachim; Sudy, Irene (2010): Internationales Transport- und Logistikmanagement. Facultas WUV Universitätsverlag, Wien 2010.
- Limberger, Markus (2010): Moderne Unternehmenslogistik. Gabler, Wiesbaden.
- Proff, H.; Fojzik, Th.. M. (Hrsg.) (2017): Innovative Produkte und Dienstleistungen in der Mobilität - Technische und betriebswirtschaftliche Aspekte. Springer Gabler, Wiesbaden
- Stölzle, W.; Schreiner, S. (2021): Neue Perspektiven für urbane Logistik? Konsolidierungskonzepte im städtischen Güterverkehr. In: D. Vallée et al. (Hrsg.), Stadtverkehrsplanung, Band 1. Springer, Berlin, Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-662-59693-7_9.
- Vahrenkamp, R.; Kotzab, H. (2017): Logistikwissen kompakt. 8. Auflage, de Gruyter, Berlin, Boston.

Nummer									
9022429		Vertriebsmanagement: Selling Excellence							
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots		Art des Moduls	ECTS			
deutsch	ein Semester	4. - 7. Semester	Findet in jedem Semester statt		Wahlpflichtfach	10			
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße	Workload				
				45	Kontaktzeit 90 h	Selbststudium 210 h			
-	Vertriebsmanagement: Selling Excellence		seminaristische Veranstaltung Übung			6			
-	Vertriebsmanagement: Selling Excellence Übung								
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen								
	Wissen und Verstehen								
	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage:								
	<ul style="list-style-type: none"> die Aufgaben eines Vertriebsmitarbeitenden wiederzugeben. den Verkaufsprozess in seine einzelnen Phasen zu differenzieren und diese umfassend zu erläutern. die Phasen des Verkaufsprozesses sowie deren Zusammenspiel und Bedeutung für den Verkaufserfolg kritisch zu reflektieren. die Bedeutung und Implikationen von Beziehungsorientierung und Ethik im persönlichen Verkauf zu erklären. unterschiedliche Verkaufs- und Verhandlungssituationen zu unterscheiden. notwendige Maßnahmen zu identifizieren, um eine langfristige und profitable Kundenbeziehung sicherzustellen. den Einfluss neuartiger Technologien und digitaler Möglichkeiten auf den Verkaufsprozess zu erläutern. 								
	Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen								
	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage:								
	<ul style="list-style-type: none"> Kundengespräche professionell vorzubereiten sowie adressatenadäquat und effektiv durchzuführen. Verkaufssituationen zu analysieren und eingesetzte Fragetechniken anzupassen. (Verkaufs-)Präsentationen professionell und mitreißend mithilfe von Storytelling zu gestalten. Kundeneinwände proaktiv zu begegnen und Kundengespräche erfolgreich zum Abschluss zu bringen. eine auf Langfristigkeit ausgerichtete Kundenbeziehung zu gestalten. eine methodisch fundierte Prognose von Verkaufszahlen abzuleiten. 								
	Kommunikation und Kooperation								
	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage:								
	<ul style="list-style-type: none"> für unterschiedlichen Gesprächs- und Verhandlungssituationen effektive Kommunikationsstrategien zu entwickeln. Kunden gemäß ihren persönlichen Präferenzen und Bedürfnissen anzusprechen und gemeinsam mit ihnen Win-Win-Lösungen zu erarbeiten. einen fachlichen Diskurs sowohl mit Forschenden wie auch Praktikern und Laien zu führen. 								
	Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität								
	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage:								
	<ul style="list-style-type: none"> ihre Rolle in der Gestaltung eines erfolgreichen Verkaufsgesprächs zu reflektieren. die eigene Persönlichkeitsstruktur und den eigenen Kommunikationsstil zu reflektieren und adressatenadäquat einzusetzen. 								

	<ul style="list-style-type: none">• ethische Fragestellungen des Vertriebs zu reflektieren und integre Handlungsoptionen zu identifizieren.
3	Inhalte <p>Die Veranstaltung gibt einen umfassenden und anwendungsorientierten Überblick über den Prozess des persönlichen Verkaufs und seine bedeutsamsten Erfolgsfaktoren. Konkret werden die folgenden Themen anwendungsorientiert behandelt, wobei Fragestellungen der Ethik im Vertrieb und digitaler und technologischer Einflüsse eine übergeordnete inhaltliche Klammer bilden:</p> <ul style="list-style-type: none">• Einführung in das ethische und beziehungsorientierte Verkaufen• Professionelle Vorbereitung erfolgreicher Verkaufsgespräche• Strategische Verkaufsplanung (Business Intelligence, Account-Planung, Business Development)• Lead Generierung und Werbungstechniken• Professionelle Kommunikation und effektive Gesprächsführung (SPIN-Selling, Challenger Sale)• Aktives Zuhören und Bestimmung von Zahlungsbereitschaften• Storytelling als effektive Präsentationstechnik• Verkaufspräzesspsychologie und Verkaufsmethoden• Verhandlungsmanagement• Einwandbehandlung und Abschlussstrategien• Kundenbeziehungs- und Accountmanagement• Sales Analytics
4	Lehrformen <p>Im Rahmen der Veranstaltung werden diverse Lehrformen eingesetzt, um den Studierenden über verschiedene pädagogische Ansätze einen möglichst ganzheitlichen und realitätsnahen Zugang zum Themengebiet zu ermöglichen.</p> <p>Konkret werden die folgenden Lehrformen eingesetzt:</p> <p>Seminaristische Veranstaltung mit interaktiven Elementen, wie z.B. Diskussionen, Reflektionen und Rollenspielen, zur Vermittlung von theoretischem und praktischem Fach- und Methodenwissen.</p> <p>Übung mit anwendungsorientierter Wiederholung und Vertiefung der erlernten Inhalte sowie Bearbeitung praxisbezogener Fragestellungen eines realen oder fiktiven Unternehmens (auch in Projektarbeit).</p>
5	Teilnahmevoraussetzungen <p>Formal: Mindestens 60 ECTS aus Semester 1-3. Das Modul 4 "Marketing" muss bestanden sein. Details der Voraussetzungen siehe Prüfungsordnung.</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	Prüfungsformen <p>Die Modulprüfung besteht aus zwei Teilleistungen:</p> <ul style="list-style-type: none">• Klausur (50 %), 60 Min.• Semesterbegleitende Lernreflektionen (50 %), max. 18 Seiten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten <p>Es müssen mind. 50 % der erreichbaren Gesamtpunkte aller Prüfungsleistungen zum Bestehen des Moduls erreicht werden.</p>
8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) <p>Vorgelagerte Module: Marketing, nachgelagerte Module: weitere Marketing-Module im Vertiefungsstudium</p>
9	Stellenwert der Note für die Endnote <p>$4,85 \% = (10/165) \times 0,8$</p>

10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Fabian Kubik Lehrende/r siehe aktuelles Vorlesungsverzeichnis oder individuellen Studienplan im Studienportal der Fachhochschule Dortmund
11	Literatur Deeter-Schmelz, Hunter, Loe, Mullins, Rich, Beeler & Schrock (2023): Professional Selling, 2. Edition, SAGE Publications Inc: Beverly Hills. Dixon & Adamson (2013): The Challenger Sale: How to take control of the customer conversation, Portfolio Penguin, New York City. Jobber, Lancaster & Le Meunier-FitzHugh (2019): Selling and Sales Management, 11. Edition, Pearson: Harlow. Rackham (1988): SPIN Selling, McGraw-Hill Professional: New York City. Rockmann, Langfred & Cronin (2020): Negotiation – Moving from conflict to agreement, SAGE Publications Inc: Beverly Hills. Spiller (2022): Professional Selling & Sales Management – Developing skills for success, SAGE Publications Ltd: London.

Nummer								
9022800		Aktuelles Thema						
Sprache	Dauer	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Art des Moduls	ECTS			
deutsch	ein Semester	4. - 7. Semester	Findet unregelmäßig statt	Wahlpflichtfach	10			
1	Veranstaltungen		Veranstaltungsart	geplante Gruppengröße 45	Workload			
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				Kontaktzeit 90 h	Selbststudium 210 h		
3	Inhalte							
4	Lehrformen							
5	Teilnahmevoraussetzungen							
6	Prüfungsformen							
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten							

8	Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote $4,85 \% = (10/165) \times 0,8$
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Martin Kißler Prof. Dr. Oliver Riedel Lehrende/r Alle hauptamtlichen Lehrpersonen des Fachbereichs
11	Literatur Abhängig von dem jeweiligen aktuellen Thema.

Die Studierenden verbinden die wesentlichen Elemente ihrer Arbeit miteinander. Auf Nachfragen beurteilen sie spontan wie sich diese Verbindungen auf betriebswirtschaftliche Prozesse und Entscheidungsfindungen auswirken.

Kommunikation und Kooperation:

Die Studierenden verstehen die Fragen der Prüfer und antworten vor dem Hintergrund ihrer Arbeit ziel führend. Sie agieren in Stresssituationen überlegt und können ihre Ergebnisse vor einem Fachpublikum vertreten. Sie nutzen die Fachterminologie und machen sich auf einem akademischen Niveau verständlich.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität:

Die Studierenden erkennen die eigene Verantwortung für die vorliegende Arbeit. Sie greifen neue Impulse auf und verknüpfen diese mit den Erkenntnissen ihrer Arbeit, um neue Forschungslücken und Fragestellungen zu entwickeln.

3 Inhalte

- Kennenlernen der verschiedenen Anforderungen (formaler, rechtlicher und wissenschaftlicher Natur) an eine Bachelor-Thesis
- Themenfindungsprozess
- Anwendung von wissenschaftlichen Methodiken bei der Erstellung der Bachelor-Thesis
- Interdisziplinäres Arbeiten
- Reflektieren der eigenen Arbeitsergebnisse

4 Lehrformen

Selbstständiges Erarbeiten einer ökonomischen Problemstellung unter der Betreuung eines Dozenten/ einer Dozentin.

5 Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Zur Thesis wird zugelassen, wer

1. die Zulassungsvoraussetzungen für Modulprüfungen gemäß § 21 Absatz 1 StgPO erfüllt;
2. alle vorgeschriebenen Modulprüfungen des ersten bis dritten Semesters bestanden hat und im vierten und fünften Semester mindestens 40 ECTS-Leistungspunkte erzielt hat;
3. das Auslandsstudien-/Praxissemester bestanden hat.

Details der Voraussetzungen siehe § 29 StgPO i. V. m. § 32 StgPO.

Inhaltlich: keine

6 Prüfungsformen

Thesis sowie dazugehöriges Kolloquium

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestehen der Thesis und des Kolloquiums (siehe StgPO)

8 Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)

-

9 Stellenwert der Note für die Endnote

20 %

10 Modulbeauftragte/r

Prof. Dr. Martin Kißler
Prof. Dr. Oliver Riedel

Lehrende/r

	Alle hauptamtlichen Lehrpersonen des Fachbereichs
11	Literatur -