

Modulhandbuch

B.A. Betriebswirtschaft (BPO 2013 – auslaufend)

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	II
Studienverlaufsplan	V
Wahlpflichtmodule	VII
Intensivierungsbereiche	IX
Übersicht nach Semestern	X
Modul 1 Einführung in die Wirtschaftswissenschaften	13
Modul 2 Personal und Organisation	17
Modul 3 Management Tools.....	20
Modul 4 Supply Chain Management.....	25
Modul 5 Marketing.....	27
Modul 6 Management Projects.....	30
Modul 7 Grundlagen des strategischen Managements	32
Modul 8 Planspiel Advanced	35
Modul 9 Rechnungswesen I	37
Modul 10 Rechnungswesen II	41
Modul 11 Grundzüge - Investition, Finanzierung und Steuern.....	44
Modul 12 Investition, Finanzierung und Steuern.....	46
Modul 13 Wirtschaftsmathematik	48
Modul 14 Statistik.....	51
Modul 15 Wirtschaftsinformatik I.....	54
Modul 16 A Wirtschaftsinformatik II.....	57
Modul 16 B Operations Research	60
Modul 16 C Fortgeschrittene Statistik	62
Modul 17 Wirtschaftstheorie	64
Modul 18 Wirtschaftspolitik	66
Modul 19 Recht.....	69
Modul 20 Recht und Ethik.....	71
Modul 21 Englisch I.....	73

Modul 22 Englisch II.....	75
Modul 23 Englisch III.....	77
Modul 24 Business Skills and Competencies I.....	79
Modul 25 Business Skills and Competencies II.....	83
Modul Controlling	87
Modul Internes Rechnungswesen/Kostenmanagement	90
Modul Internationale Rechnungslegung	93
Modul Konzernabschluss und JA-Analyse	96
Modul Corporate Finance.....	99
Modul Investments	101
Modul Strategisches Marketingmanagement.....	103
Modul Operatives Marketingmanagement	106
Modul Unternehmensführung/Strategisches Management.....	109
Modul Human Resource Management	112
Modul Beschaffung und Produktion	115
Modul Logistikmanagement.....	120
Modul Steuerbilanzpolitik und anwendungsorientierte Unternehmensbesteuerung	123
Modul Steuerplanung im Unternehmen	125
Modul Arbeitsrechtsmanagement	127
Modul Ökonometrie	129
Modul Digitalisierung und Innovation	132
Modul Marktwirtschaftliches Unternehmensumfeld.....	136
Modul Internationale Wirtschaftsbeziehungen	139
Modul Qualitätsmanagement.....	142
Modul Aktuelles Thema	145
Modul Vorbereitung auf die Zertifizierung in einem berufsqualifizierenden ERP-System	147
Modul Projektmanagement.....	150
Modul Ausbildereignungsschein.....	153
Modul International Management	155

Modul Spezielle Fragen der Unternehmensführung.....	157
Modul 31 Mentoring/Studienstandsgespräch.....	160
Modul 32 Auslandsstudiensemester.....	162
Modul 33 Praxissemester	164
Modul 34 Thesis und Kolloquium.....	166

Studienverlaufsplan BA Betriebswirtschaft

Module und Modulprüfungen, Leistungspunkte nach dem European Credit Transfer System (ECTS-Punkte), Zeitpunkte der Modulprüfungen

Überfachgruppe	Modul	Prüfungsnummer	Modulbezeichnung	Art	ECTS	Semester (SWS / ECTS)															
						1		2		3		4		5		6		7			
						SWS	ECTS	SWS	ECTS	SWS	ECTS	SWS	ECTS	SWS	ECTS	SWS	ECTS	SWS	ECTS		
1	BWL-Funktionen	90013	Einführung in die Wirtschaftswissenschaften	Pf	5																
			Einführung in die Betriebswirtschaftslehre*			2	2,5														
			Einführung in die Volkswirtschaftslehre*			2	2,5														
		90023	Personal und Organisation	Pf	5																
			Personal			2	2,5														
			Organisation			2	2,5														
		90033	Management Tools	Pf	5																
			Planspiel Basics*,****					2	2,5												
90041	Supply Chain Management	Pf	5					4	5												
	Quantitatives Management mit Excel*					2	2,5														
90051	Marketing	Pf	5							4	5										
90061	Management Projects*, **, ****	Pf	5							4	5										
90071	Grundlagen des strategischen Managements*, **	Pf	3										2	3							
90081	Planspiel Advanced*, **, ****	Pf	2														2	2			
2	Finanz- u. Rechnungswesen / Steuern	90114	Rechnungswesen I	Pf	7																
			Buchhaltung*			2	2														
			Jahresabschluss I			2	2,5														
			Kosten-, Erlös- u. Ergebnisrechnung I			2	2,5														
		90123	Rechnungswesen II	Pf	5																
			Jahresabschluss II					2	2,5												
			Kosten-, Erlös- u. Ergebnisrechnung II					2	2,5												
		90133	Grundzüge - Investition, Finanzierung und Steuern	Pf	5																
Investition und Finanzierung I								2	2,5												
90143	Investition, Finanzierung und Steuern	Pf	5																		
	Investition und Finanzierung II																				
3	Quantitative Grundlagen	90211	Wirtschaftsmathematik	Pf	5	4	5														
		90221	Statistik	Pf	6			4	6												
		90231	Wirtschaftsinformatik I	Pf	5					4	5										
		90241	Wirtschaftsinformatik II ***	Wpf	5									4	5 ***						
		90251	Fortgeschrittene Statistik/Operations Research***	Wpf	5									4	5 ***						

Auslandstudien- oder Praxissemester

4	Rahmenbedingungen der Betriebswirtschaftslehre	17	90311	Wirtschaftstheorie	Pf	5								4	5					
		18	90321	Wirtschaftspolitik	Pf	5														
		19	90330	Recht	Pf	5														
				90331			Vertragsmanagement I	2	2,5											
			90332	Vertragsmanagement II					2	2,5										
		20	90341	Recht und Ethik*	Pf	2								2	2					
		21	90350	Englisch I	Pf	5														
				90351			Englisch A	2	2,5											
	90352	Englisch B					2	2,5												
22	90361	Englisch II	Pf	3								2	3							
23	90371	Englisch III*,**	Pf	2																
5	Business Skills and Competencies	24	90410	Business Skills and Competencies I*	Pf	6,5														
				90411			Kommunizieren, Recherchieren, Präsentieren*	2	2,5											
				90412			Wissenschaftliches Arbeiten*			1	1									
		90415	Business Communication, Intercultural Competencies, Selfmarketing*			2	3													
25	90423	Business Skills and Competencies II*,**	Pf	3																
		Thesis schreiben*										1	1,5							
	Bewerbertraining*													1	1,5					
6	Wahlpflichtmodule	26	90510	Wahlpflichtmodul I	Wpf	10														
		27	90520	Wahlpflichtmodul II	Wpf	10														
		28	90530	Wahlpflichtmodul III	Wpf	10														
		29	90540	Wahlpflichtmodul IV	Wpf	10														
		30	90550	Wahlpflichtmodul V	Wpf	10										6	10			
7	Mentoring	31	90600	Mentoring/Studienstandsgespräch****	Pf	1		0,5		0,5										
8	Auslands-/Praxissemester	32	90610	Auslandsstudiensemester (inkl. Bericht)*****											29,5					
		33	90620/1	Praxissemester (inkl. Bericht)*****		29,5										29,5				
9	Thesis und Kolloquium	34	103	Thesis und Kolloquium		15										15				
Summe						210,0	24,0	30,0	23,0	30,5	24,0	30,0		29,5	22,0	30,0	18,0	30,0	10,0	30,0

* Ausnahme nach §15 Abs 1 Satz 3 und 4

** Zulassungsvoraussetzungen siehe § 14 Abs. 1 Satz 9 - 12)

*** Der Studierende wählt zwischen Wirtschaftsinformatik II und Fortgeschrittene Statistik/Operations Research, keine Kompensationsmöglichkeit.

****In den Veranstaltungen ist jeweils ein Teilnahmenachweis gem. § 14 Abs. 1 Satz 6 zu erbringen..

***** Der Studierende wählt alternativ das Auslandsstudien- oder das Praxissemester. Zulassungsvoraussetzung sind jeweils mindestens 40 Leistungspunkte. Des Weiteren müssen die Teilnahmenachweise an den Veranstaltungen des Moduls „Mentoring/Studienstandsgespräch“ erbracht sein (§ 19a Abs. 3 bzw. § 19b Abs. 3).

Legende

Pf = Pflichtmodul

Ü = Übung

Wpf = Wahlpflichtmodul

B = Blockveranstaltung

Sv = Seminaristische Veranstaltung

K = Kompaktveranstaltung

P = Projekt

S = Seminar

Wahlpflichtmodule; Leistungspunkte nach dem European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS); besondere Zulassungsvoraussetzungen zu den Modulprüfungen

Regeln für die Wahl der Wahlpflichtmodule im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft:

Jede/jeder Studierende wählt insgesamt fünf verschiedene Wahlpflichtmodule aus dem Wahlpflichtmodulkatalog:

Wahlpflichtmodule aufgelistet nach Intensivierungsbereichen	Besondere Zulassungsvoraussetzungen gem. § 14 Abs. 1 Satz 15	Prüfungs-nr.	CP	Angebots-rhythmus*
Wahlpflichtmodul Arbeitsrechtsmanagement	Modul 19 muss bestanden sein	90780	10	WS
Wahlpflichtmodul Ausbildereignungsschein	Modul 19 muss bestanden sein; WPM „Arbeitsrechtmanagement“ und/oder „Human Resource Management“ muss bestanden sein	90803	10	WS/SS
Wahlpflichtmodul Beschaffung und Produktion	Modul 4 muss bestanden sein	90751	10	WS/SS
Wahlpflichtmodul Controlling	Module 9 und 10 müssen bestanden sein	90701	10	WS/SS
Wahlpflichtmodul Corporate Finance	Modul 11 muss bestanden sein	90721	10	WS/SS
Wahlpflichtmodul Digitalisierung und Innovation	Modul 15 muss bestanden sein	90782	10	WS
Wahlpflichtmodul Human Resource Management	Modul 2 muss bestanden sein	90742	10	WS/SS
Wahlpflichtmodul International Management (englischsprachig)	Module 1, 2 und 3 müssen bestanden sein	90804	10	WS
Wahlpflichtmodul Internationale Rechnungslegung	Modul 9 muss bestanden sein	90711	10	WS
Wahlpflichtmodul Internationale Wirtschaftsbeziehungen	Modul 1 muss bestanden sein	90784	10	WS
Wahlpflichtmodul Internes Rechnungswesen / Kostenmanagement	Module 9 und 10 müssen bestanden sein	90702	10	SS
Wahlpflichtmodul Investments	Modul 11 muss bestanden sein	90722	10	WS/SS
Wahlpflichtmodul Konzernabschluss und JA-Analyse	Modul 9 muss bestanden sein	90712	10	SS
Wahlpflichtmodul Logistikmanagement	Modul 4 muss bestanden sein	90752	10	WS/SS
Wahlpflichtmodul Marktwirtschaftliches Unternehmensumfeld	Modul 1 muss bestanden sein	90783	10	SS
Wahlpflichtmodul Ökonometrie	Module 13 und 14 müssen bestanden sein	90781	10	SS
Wahlpflichtmodul Operatives Marketingmanagement	Modul 5 muss bestanden sein	90732	10	WS/SS
Wahlpflichtmodul Projektmanagement (englischsprachig)	keine	90802	10	SS
Wahlpflichtmodul Qualitätsmanagement	Module 4 und 14 müssen bestanden sein	90785	10	WS

Wahlpflichtmodul Spezielle Fragen der Unternehmensführung	Modul 2 muss bestanden sein	90805	10	WS/SS
Wahlpflichtmodul Steuerbilanzpolitik und anwendungsorientierte Unternehmensbesteuerung	Modul 11 muss bestanden sein	90761	10	WS
Wahlpflichtmodul Steuerplanung im Unternehmen	Modul 11 muss bestanden sein	90762	10	SS
Wahlpflichtmodul Strategisches Marketingmanagement	Modul 5 muss bestanden sein	90731	10	WS/SS
Wahlpflichtmodul Unternehmensführung/ Strategisches Management	Modul 2 muss bestanden sein	90741	10	WS/SS
Wahlpflichtmodul Vorbereitung auf die Zertifizierung in einem berufsqualifizierten ERP System	Modul 15 muss bestanden sein	90801	10	SS
"Aktuelles Thema"	Wird durch Aushänge bekannt gegeben	90800	10	WS/SS
*Änderungen vorbehalten				

Intensivierungsbereiche

Bei der Wahl entsprechender Module besteht weiterhin die Möglichkeit, einen Schwerpunkt (als sogenannte Intensivierung) zu wählen. Zu jedem Schwerpunkt gehören zwei Module. Sind beide Module aus einem Intensivierungsbereich absolviert worden, wird dies auf dem Abschlusszeugnis vermerkt. Es besteht keine Pflicht zwei Module aus einem Intensivierungsbereich zu wählen. Die Wahl entsprechender Module aus dem Katalog der **Wahlpflichtmodule** nach den Kombinationsmöglichkeiten der **nachfolgenden Tabelle** ermöglicht den Studierenden eine Intensivierung, die im Zeugnis ausgewiesen wird. Die Intensivierungsbereiche setzen sich aus folgenden Wahlpflichtmodulen zusammen:

Intensivierungsbereich	Wahlpflichtmodul 1	Wahlpflichtmodul 2
Kostenmanagement und Controlling	Wahlpflichtmodul Internes Rechnungswesen / Kostenmanagement	Wahlpflichtmodul Controlling
Externes Rechnungswesen	Wahlpflichtmodul Internationale Rechnungslegung	Wahlpflichtmodul Konzernabschluss und JA-Analyse
Finanzwirtschaft	Wahlpflichtmodul Investments	Wahlpflichtmodul Corporate Finance
Marketing	Wahlpflichtmodul Operatives Marketingmanagement	Wahlpflichtmodul Strategisches Marketingmanagement
Unternehmensführung	Wahlpflichtmodul Unternehmensführung/Strategisches Management	Wahlpflichtmodul Spezielle Fragen der Unternehmensführung oder Wahlpflichtmodul International Management (englischsprachig)
Supply Chain Management	Wahlpflichtmodul Beschaffung und Produktion	Wahlpflichtmodul Logistikmanagement
Unternehmensbesteuerung	Wahlpflichtmodul Steuerbilanzpolitik und anwendungsorientierte Unternehmensbesteuerung	Wahlpflichtmodul Steuerplanung im Unternehmen
Human Resource Management	Wahlpflichtmodul Human Resource Management	Wahlpflichtmodul Ausbildereignungsschein
Arbeitsrecht	Wahlpflichtmodul Arbeitsrechtsmanagement	Wahlpflichtmodul Ausbildereignungsschein
Volkswirtschaftslehre	Wahlpflichtmodul Marktwirtschaftliches Unternehmensumfeld oder Wahlpflichtmodul Ökonometrie	Wahlpflichtmodul Internationale Wirtschaftsbeziehungen
Wirtschaftsinformatik	Wahlpflichtmodul Digitalisierung und Innovation	Wahlpflichtmodul Vorbereitung auf die Zertifizierung in einem berufsqualifizierten ERP System
Projektmanagement	Wahlpflichtmodul Projektmanagement (englischsprachig)	Wahlpflichtmodul Management Projects II

Übersicht nach Semestern

Das 1. Semester

Modul	Inhalt	Bereich	SWS	ECTS	Besondere Lern-/Lehrform
1	Einführung in die Wirtschaftswissenschaften (BWL, VWL)	BWL-Funktionen	4	5	
2	Personal und Organisation	BWL-Funktionen	4	5	
9	Rechnungswesen I (Buchhaltung, Jahresabschluss I, Kosten-, Erlös- und Ergebnisrechnung I)	Finanz- und Rechnungswesen/Steuern	6	7	Buchhaltung (Kompakt 1)
13	Wirtschaftsmathematik	Quantitative Grundlagen	4	5	
19	Recht (Vertragsmanagement I)	Rahmenbedingungen der BWL	2	2,5	
21	Englisch I (Englisch A)	Rahmenbedingungen der BWL	2	2,5	
24	Business Skills and Competencies I (1. Teil: a) (a: Kommunizieren, Präsentieren, Recherchieren)	Business Skills & Competencies	2	2,5	Plenum und Trainings in kleinen Gruppen (Block 2)
31	Mentoring/Studienstandsgespräch	Mentoring		0,5	Betreuung des individuellen Studierenden durch Mentoren

Das 2. Semester

Modul	Inhalt	Bereich	SWS	ECTS	Besondere Lern-/Lehrform
3	Management Tools (Planspiel Basic, Quantitatives Management mit Excel)	BWL-Funktionen	4	5	Planspiel Basic (Block 1); Quantitatives Management mit Excel (Kompakt)
4	Supply Chain Management	BWL-Funktionen	4	5	
10	Rechnungswesen II (Jahresabschluss II, Kosten-, Erlös- und Ergebnisrechnung II)	Finanz- und Rechnungswesen/Steuern	4	5	
14	Statistik	Quantitative Grundlagen	4	6	
19	Recht (Vertragsmanagement II)	Rahmenbedingungen der BWL	2	2,5	
21	Englisch I (Englisch B)	Rahmenbedingungen der BWL	2	2,5	
24	Business Skills and Competencies I (2. Teil b+c) (b: Wissenschaftliches Arbeiten; c: Business Communication, Intercultural Competencies, Selfmarketing)	Business Skills and Competencies	3	4	Plenum und Trainings in kleinen Gruppen; Wissenschaftliches Arbeiten (Block 1). Business Communication, Intercultural Competencies, Selfmarketing (Kompakt)
31	Mentoring/Studienstandsgespräch	Mentoring		0,5	Betreuung des individuellen Studierenden durch Lehrende

Das 3. Semester

Modul	Inhalt	Bereich	SWS	ECTS	Besondere Lern-/Lehrform
5	Marketing	BWL-Funktionen	4	5	
6	Management Projects	BWL-Funktionen	4	5	Kick-Off (Block 1), Projektzeit (Kompakt 1), Präsentationstage (Block 2)
11	Grundzüge - Investition, Finanzierung und Steuern	Finanz- und rechnungswe- sen/Steuern	4	5	
15	Wirtschaftsinformatik I	Quantitative Grundlagen	4	5	
17	Wirtschaftstheorie	Rahmenbedingun- gen der BWL	4	5	
20	Recht und Ethik	Rahmenbedingun- gen der BWL	2	2	
22	Englisch II	Rahmenbedingun- gen der BWL	2	3	(Kompakt 2)

Das 4. Semester

Modul	Inhalt	Bereich	SWS	ECTS	Besondere Lern-/ Lehrform
32 A	Auslandsstudiensemester	Auslandsstudien- semes- ter/Praxissemester		20	
32 B	Auslandserfahrungsbericht			9,5	
33 A	Praxissemester im In- oder Ausland	Auslandsstudien- semes- ter/Praxissemester		20	
33 B	Praxissemesterbericht	Auslandsstudien- semes- ter/Praxissemester		9,5	

Das 5. Semester

Modul	Inhalt	Bereich	SWS	ECTS	Besondere Lern-/Lehrform
7	Grundlagen des strategischen Ma- nagements	BWL-Funktionen	2	3	
12	Investition, Finanzierung und Steu- ern (Investition und Finanzierung II, Steuern II)	Finanz- und Rech- nungswe- sen/Steuern	4	5	
16 A	Wirtschaftsinformatik II oder	Quantitative Grundlagen	4	5	
16 B	Operations Research	Quantitative Grundlagen	4	5	
16 C	Fortgeschrittene Statistik	Quantitative Grundlagen	4	5	
18	Wirtschaftspolitik	Rahmenbedingun- gen der BWL	4	5	
23	Englisch III	Rahmenbedingun- gen der BWL	2	2	

26	Wahlpflichtmodul I	Wahlpflichtmodule	6	10	
----	--------------------	-------------------	---	----	--

Das 6. Semester

Modul	Inhalt	Bereich	SWS	ECTS	Besondere Lern-/Lehrform
27	Wahlpflichtmodul II	Wahlpflichtmodule	6	10	
28	Wahlpflichtmodul III	Wahlpflichtmodule	6	10	
29	Wahlpflichtmodul IV	Wahlpflichtmodule	6	10	

Das 7. Semester

Modul	Inhalt	Bereich	SWS	ECTS	Besondere Lern-/Lehrform
8	Planspiel Advanced	BWL-Funktionen	2	2	
25	Business Skills and Competencies II (Thesis schreiben, Bewerbungstraining)	Business Skills & Competencies	2	3	Plenum und Trainings in kleinen Gruppen (Block 1)
30	Wahlpflichtmodul V	Wahlpflichtmodule	6	10	
34	Thesis + Kolloquium			15	

Modul 1 Einführung in die Wirtschaftswissenschaften					
Kenn- nummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90013	150 h	5	1. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Veranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Grup- pengröße	
	a. Einführung in die Betriebswirtschaftslehre b. Einführung in die Volkswirtschaftslehre	4 SWS / 60 h	90 h	60 - 75 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	a. Einführung in die Betriebswirtschaftslehre				
	<u>Fachkompetenz:</u>				
	Die Studierenden entwickeln ein systematisches, theoretisch- und praxisorientiertes Verständnis für die Problemstellung der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre. Es wird ihnen bewusst, dass es sich um eine Thematik handelt, die sich durch vielfältige und einschneidende Veränderungen, auch im internationalen Rahmen immer komplexer gestaltet. Sie lernen das allgemein anerkannte und praktisch verwertbare Grundlagenwissen der modernen Betriebswirtschaftslehre zu beherrschen und anzuwenden.				
	<u>Methodenkompetenz:</u>				
	Die Studierenden erarbeiten klassische betriebswirtschaftliche Modelle und Ansätze moderner Theorien und sind befähigt, diese auf ihre praktische Anwendbarkeit zu testen. Sie sind in der Lage, diese Erkenntnisse für weiterführende spezielle und funktionale Betriebswirtschaftslehren und für die Querschnittsfunktionslehre Unternehmensführung einzusetzen.				
	<u>Schlüsselkompetenz:</u>				
	Die Studierenden werden sich grundlegender betriebswirtschaftlicher, aber auch gesamtgesellschaftlicher Aspekte mit internationalem Bezug bewusst, können diese reflektieren und kommunizieren und in der Auseinandersetzung mit den Lerninhalten weiterführender Veranstaltungen vertiefen.				
	b. Einführung in die Volkswirtschaftslehre				
	Die Studierenden kennen die der Wirtschaft zugrundeliegenden Sachverhalte und die prinzipiellen Möglichkeiten, mit Knappheitssituationen „zurechtzukommen“. Sie sind mit den Prinzipien und Problemen von Arbeitsteilung und Tausch vertraut und verfügen über Grundkenntnisse über Wirtschaftsordnungen. Sie kennen wichtige wirtschaftliche Kenngrößen und können diese anwenden.				
	Die Studierenden sind in der Lage die Stufen und Ebenen der Wirtschaftswissenschaft zu unterscheiden und das Typische der wirtschaftswissenschaftlichen Modellbildung zu verstehen.				

<p>3</p>	<p>Inhalte</p> <p>a. Einführung in die Betriebswirtschaftslehre</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundfragen der BWL <ul style="list-style-type: none"> • BWL als Wissenschaft • Gliederung der BWL • Geschichtliche Entwicklung und Basiskonzeptionen der BWL • Neue Institutionenökonomik • Grundlagen des Wirtschaftens • Träger der Wirtschaft • Konstitutive Entscheidungen <ul style="list-style-type: none"> • Standortwahl • Wahl der Rechtsform • Unternehmensverbindungen • Betriebswirtschaftliche Zielkonzeptionen, GuV und Bilanz als Visitenkarte des Unternehmens • Betrieblicher Leistungserstellungs- und verwertungsprozess • Personalwirtschaft und Finanzwirtschaft • Internationale Aspekte der Betriebswirtschaftslehre <p>b. Einführung in die Volkswirtschaftslehre</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wirtschaftliche Grundsachverhalte • Ansätze zur Lösung des Knappheitsproblems • Arbeitsteilung und Tausch • Wirtschaftssysteme / Wirtschaftsordnungen • Wirtschaftswissenschaft und ihre Methoden • Wirtschaftskreislauf und Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung • Wichtige Kenngrößen
<p>4</p>	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristische Vorlesung mit Anwendungs- und Fallbeispielen</p>
<p>5</p>	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: keine</p>

6	Prüfungsformen Klausur (100 %) (90 Minuten)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur.
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Nein
9	Stellenwert der Note für die Endnote $2,43 \% (5/164,5) \times 0,8$
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Vollmer Prof. Dr. Brüggelambert Prof. Dr. Camphausen Prof. Dr. Hofnagel Prof. Dr. Kortmann Prof. Dr. Quarg
11	Sonstige Informationen Literatur: a. Einführung in die Betriebswirtschaftslehre Albach, H.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Wiesbaden 2001 Jung, H.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München, Wien 2010 Schierenbeck, H.: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, München 2008 Thommen, J.-P. / Achleitner, A.-K.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht, Wiesbaden 2009 Töpfer, A.: Betriebswirtschaftslehre, Anwendungs- und prozessorientierte Grundlagen, Berlin, Heidelberg, New York 2007 Vahs, D. / Schäfer-Kunz, J.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Stuttgart 2007 Vollmer, T.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, in: Camphausen (Hrsg.), Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, S. 1-110, München 2008 Wöhe, G. / Döring, U.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München 2008

b. Einführung in die Volkswirtschaftslehre

Kortmann, W.: Grundlagen der Wirtschaftswissenschaft; Skriptum Nr. 96299/4

Baßeler et al., U.: Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft, Schäffer-Poeschel

Gruber, U., Kleber, M.: Grundlagen der Volkswirtschaftslehre, Vahlen.

Mankiw, N.G.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Schäffer-Poeschel

Modul 2 Personal und Organisation					
Kenn- nummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90023	150 h	5	1. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Veranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Grup- pengröße	
	a. Personal b. Organisation	4 SWS / 60 h	90 h	60 - 75 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	a. Personal				
	Die Studierenden kennen die Ziele der Personalwirtschaft. Sie sind mit den Kernfunktionen der praktischen Personalarbeit in deutschen Unternehmen vertraut und haben ein Verständnis für den Zusammenhang von praktischen Herausforderungen und den integrativen Einsatz der einzelnen personalwirtschaftlichen Instrumente entwickelt.				
	Die Studierenden können Abläufe des Kompetenzmanagements planen, kennzahlen- gestützte Verfahren der Personalbedarfsrechnung anwenden, einfache Arbeitszeitmodelle in Einsatzmodelle integrieren, Arbeitszeugnisse analysieren und spezifische Entgeltziele mit geeigneten Entgeltkomponenten verbinden.				
	b. Organisation				
	Die Studierenden lernen die Grundlagen der organisatorischen Gestaltung von Unternehmen kennen. Sie sind in der Lage, organisatorische Problemlagen unter Berücksichtigung der maßgeblichen Ziele zu analysieren und – unter Verwendung der vorhandenen organisationstheoretischen Wissensbasis – eine situationsgerechte Lösung zu entwerfen; zudem können sie die wesentlichen Aufgaben im Rahmen ihrer Umsetzung bearbeiten. Die Studierenden berücksichtigen in diesem Zusammenhang, dass organisatorische Entscheidungen im Unternehmen weitere Bezüge (z.B. kulturelle und informationstechnologische Gegebenheiten) zu beachten haben.				
3	Inhalte				
	a. Personal				
	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das HRM • HRM als Teil der betriebswirtschaftlichen Aktivitäten im Unternehmen, interne und externe Umwelt • Kompetenzmanagement, HR-Kapazitätsplanung, Personalbeschaffung, Personalabbau und Entgeltgestaltung als Kernaufgaben der Personalarbeit • Aktuelle personalwirtschaftliche Programme (Z.B. zu den Themen Change Management, Restrukturierung, Demografischer Wandel, Diversity, Beruf und Familie 				

	<p>b. Organisation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestaltung der Organisation als Aufgabe der Unternehmensführung • Organisationsbegriffe/-verständnisse • Übersicht über organisatorische Entscheidungen/Gestaltungsmöglichkeiten • Organisatorische Ziele und Bewertungskriterien • Ausgewählte organisationstheoretische Ansätze (z.B. situativer Ansatz, Konsistenztheorie, Resource dependence-Ansatz) • Organisation und das Verhalten von Gruppen und Individuen • Aufbauorganisatorische Entscheidungen (auf Gesamtunternehmens-, Bereichs- und Funktionsebene) • Ablauf- und Prozessorganisation • „Fit“ zwischen Organisation, Kultur und Strategie • Reorganisation als Aufgabe und Instrument des Change Management • Organisation der Organisation
4	<p>Lehrformen</p> <p>a. Personal</p> <p>Hoher Anteil eigenständiger Informationserschließung in Verbindung mit Skript und digitaler HRM-Bibliothek. Erstellung von Ausarbeitungen auf der Basis des Veranstaltungsskriptes und Kurzpräsentationen. Seminaristische Vorlesung und Gruppenarbeiten</p> <p>b. Organisation</p> <p>Seminaristische Vorlesung unterstützt durch Powerpointpräsentation, Overheadprojektor und Tafel. Vertiefung des Vorlesungsstoffes durch Praxisbeispiele und Fallstudien.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (100 %) (90 Minuten)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Nein</p>

9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>2,43 % $(5/164,5) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Jorzik</p> <p>Prof. Dr. Camphausen</p> <p>Prof. Dr. Faix</p> <p>Prof. Dr. Hofnagel</p> <p>Prof. Dr. Koch</p> <p>Prof. Dr. Quarg</p> <p>Prof. Dr. Vollmer</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur:</p> <p>a. Personal</p> <p>Eisele, D./Doyé, T.: Praxisorientierte Personalwirtschaftslehre, 7. Aufl., Kohlhammer 2010</p> <p>Holtbrügge, D.: Personalmanagement, 3. Aufl., Springer 2007</p> <p>Jorzik, H.:HRM: Instrumentelle Grundlagen und aktuelle Praxiskonzepte, Skript 2008</p> <p>Lindner-Lohmann u.a.: Personalmanagement, Physika / Springer 2008</p> <p>Scherm, E./ Süß, S.: Personalmanagement, Vahlen 2010</p> <p>b. Organisation</p> <p>Faix, A.: Gestaltung der Marketing-Organisation im Zeichen der Marktorientierung, in: Kairos, Berichte des Instituts für Angewandte Managementforschung, 2007, Nr. 1, S. 3 – 23</p> <p>Faix, A.: Gestaltung marktorientierter Reorganisationen, in: Kairos, Berichte des Instituts für Angewandte Managementforschung, 2009, Nr. 1, S. 6 – 51.</p> <p>Frese, E.: Grundlagen der Organisation, Wiesbaden 2005</p> <p>Jung, R. H. / Bruck, J. / Quarg, S.: Allgemeine Managementlehre, Berlin 2011</p> <p>Porter, M. E.: Wettbewerbsstrategien, Frankfurt 2008</p> <p>Porter, M. E.: Wettbewerbsvorteile, Frankfurt 2010</p> <p>Vahs, D.: Organisation, Stuttgart 2007</p> <p>Wolf, J.: Organisation, Management, Unternehmensführung, Wiesbaden 2008.</p>

Modul 3 Management Tools					
Kenn- nummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90033	150 h	5	2. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Veranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Grup- pengröße	
	a. Planspiel Basic b. Quantitatives Ma- nagement mit Excel	4 SWS / 60h	90 h	20 - 30 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p>a. Planspiel Basic</p> <p>Lernziele sind das Erwerben von unternehmerischem Denken, Planen und Handeln. Die Studierenden müssen als Vorstand eines Unternehmens für ihre Entscheidungen und die Ergebnisse Rechenschaft ablegen. Der hierfür notwendige Umgang mit Informationen und deren Nutzung zur Entscheidungsfindung, auch unter Zeitdruck, wird hierbei trainiert. Darüber hinaus fördert das Planspiel die Teamarbeit in einer Gruppe.</p> <p>Die Studierenden erwerben Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • im Erkennen gesamtunternehmerischer Zusammenhänge • in der Anwendung betriebswirtschaftlicher Grundlagen und Denkweisen • im Erreichen vorgegebener Ziele durch Umsetzen von Plänen in Entscheidungen und gewinnen Erkenntnisse zur Transparenz für die Folgen von Entscheidungen. <p>b. Quantitatives Management mit Excel</p> <p><u>Fachkompetenz:</u></p> <p>Das Tabellenkalkulationsprogramm Microsoft Excel besitzt in der Angewandten Betriebswirtschaftslehre aufgrund seiner zahlreichen Optionen zur Erfassung, Darstellung und Auswertung von Datentabellen einen exponierten Stellenwert. Vor diesem Hintergrund erwerben die Studierenden sowohl elementare als auch fortgeschrittene Techniken betriebswirtschaftlicher Excel-Anwendungen.</p> <p>Die Studierenden können betriebswirtschaftliche Daten in Excel-Tabellen erfassen, strukturieren, sortieren, filtern, grafisch präsentieren und mit Hilfe ausgewählter Kalkulationsformeln und Tabellenfunktionen auswerten. Ferner besitzen die Studierenden hinreichende Kenntnisse hinsichtlich der Excel-Programmsteuerung (z.B. Einstellungen des sog. Menübandes) sowie der Verwaltung von Excel-Arbeitsblättern (z.B. Gestaltung des Druckseiten-Layouts). Das breite Spektrum der erlernten Excel-Anwendungen in der Betriebswirtschaftslehre bildet ein umfangreiches Wissensfundament, auf welches Studierende zurückgreifen können, um eine fachliche Verzahnung mit den Lehrinhalten der betriebswirtschaftlichen Funktionen, des Finanz- und Rechnungswesens sowie der Wahl-</p>				

	<p>pflichtmodule herbeizuführen.</p> <p><u>Methodenkompetenz:</u></p> <p>Studierende sind befähigt, die vielfältigen Methoden des Quantitativen Managements zu systematisieren, diese sachgerecht anzuwenden und durch den Excel-Einsatz effizient zu unterstützen. Sie sind insbesondere imstande, die grundlegenden Problemlösungsmethoden der Unternehmensführung, des Rechnungswesens, der funktionellen Betriebswirtschaftslehre (z.B. Beschaffungs-, Produktions-, Finanz- und Marketingpolitik) sowie der Mathematik und Statistik in Excel-Kalkulationstabellen darzustellen und in speziellen Entscheidungsprozessen des Managements einzusetzen.</p> <p><u>Schlüsselkompetenz:</u></p> <p>Studierende bearbeiten ausgewählte Fallstudien der Unternehmenspraxis in Teilnehmergruppen und vertiefen im Rahmen von Gruppendiskussionen und Ergebnispräsentationen ihre sozio-kulturellen und kommunikativen Fähigkeiten. Die Excel-Beispiele und -Übungen sind didaktisch solcherart angelegt, dass die Studierenden fachlich leicht nachvollziehbare betriebswirtschaftliche Excel-Anwendungen erarbeiten und zügig lösen können. Ferner werden die Studierenden durch unterstützende Lernmaterialien an das selbstgesteuerte Lernen herangeführt. Schließlich wird ein effizientes Zeitmanagement auf der Grundlage von zeitlichen Lösungsvorgaben erlernt.</p>
<p>3</p>	<p>Inhalte</p> <p>a. Planspiel Basic</p> <p>Unternehmensführung ist das Teilgebiet der Betriebswirtschaftslehre, das sich mit Steuerungsfragen und -funktionen beschäftigt. Die Veranstaltung orientiert sich am funktional-prozessualen Ansatz der Unternehmensführung, der ganz allgemein auf alle Handlungen abzielt, die zur erfolgreichen Steuerung eines Unternehmens erforderlich sind, unabhängig davon, auf welcher Führungsebene sie anfallen. Hierzu gehören Aufgaben der Zielsetzung, Planung, Organisation, Implementierung und Kontrolle.</p> <p>Im Mittelpunkt der Veranstaltung steht der Aspekt, wie in den Unternehmen Planungs- und Problemlösungsaufgaben in Angriff genommen und realisiert werden. Systematisches, erfolgreiches Lösen komplexer Probleme und Aufgabenstellungen erfordert die Kenntnis geeigneter Arbeits- und Planungstechniken. In der Veranstaltung werden anspruchsvolle Arbeits- und Planungstechniken zusammenfassend dargestellt und durch einen unmittelbaren Anwendungsbezug im Planspiel verdeutlicht. Trainiert wird das systematische Durchdenken und Festlegen von Zielen, Verhaltensweisen und Maßnahmen zur Gestaltung der Zukunft von Unternehmen.</p> <p>b. Quantitatives Management mit Excel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elementare Techniken der Excel-Tabellenkalkulation (Programmsteuerung, Datenmanagement, Tabellengestaltung, –bearbeitung, -gliederung, -

	<p>verknüpfung; Pivot-Tabellen; Datenbank-Tabellen)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlegende Methoden der Excel-Datenanalyse (Entwicklung von einfachen und verschachtelten Kalkulations-Formeln, Formelüberwachung, Auswahl und Einsatz von Funktionen, Erstellung von Standard-Diagrammen, Gestaltung spezieller Diagrammtypen) • Grundzüge der Verwaltung von Excel-Arbeitsblättern (z.B. Arbeitsfenster-Ansichten, Druck und Seitenlayout, Arbeitsmappenschutz, Excel im Office-Verbund) • Excel-Anwendungen im Rechnungswesen (z.B. Kostenarten- und Kostenstellenrechnung, Kostenträgerkalkulation, Handels-Kalkulation, Perioden-Erfolgsrechnung, Abweichungsanalyse, Bilanz-Kennzahlen) • Excel-Anwendungen in der Unternehmensführung (z.B. GAP-Analyse, Stärken-Schwächen- Profile, Portfolio-Methoden, Break-Even-Analyse, Produktlebenszyklus von Innovationsprojekten, Investitionsrechnungen, Controlling-Kennzahlen) • Excel-Anwendungen in der funktionellen Betriebswirtschaftslehre (z.B. Bestellmengen-, Losgrößen-, Produktionsprogramm-, Personalbestands-, Werbebudgetierungs-, Liquiditätsplanung) • Excel-Anwendungen in der Mathematik/Statistik/Unternehmensforschung (z.B. Zinsrechnung, Währungsrechnung, Häufigkeitstabellierung, statistische Maßzahlen, Kreuztabellierung, Korrelationen, Zeitreihenanalyse, Zielwert-Optimierungen)
4	<p>Lehrformen</p> <p>a. Planspiel Basics: Planspiel</p> <p>b. Quantitatives Management mit Excel: Demonstrationsbeispiele, Übungen am Rechner mit Excel® 2010</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>a. Planspiel Basics: Verschiedene Prüfungsmodul sind möglich wie bspw. Eingangstest zu den Teilnehmerunterlagen, quantitative und qualitative Bewertung des Planspiels über mehrere Perioden sowie eine schriftliche Abschlussprüfung</p> <p>b. Quantitatives Management mit Excel: Die Leistungsbewertung findet zum einen semesterbegleitend als Teampräsentation (15%) sowie semesterabschließend als Klausur am Rechner (60 Minuten) (35%) statt.</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>a. Planspiel Basics: Ständige Teilnahme an einzelnen Planspielperioden Aktive Teilnahme an Gruppenentscheidungen</p>

	b. Quantitatives Management mit Excel: Bestandene Prüfung (Notengewichtung: Präsentation: 30%; Klausur: 70%)
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) nein
9	Stellenwert der Note für die Endnote 2,43 % $(5/164,5) \times 0,8$
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Hofnagel Prof. Dr. Quarg Prof. Dr. Vollmer Dipl.-Inform. (FH) Broer
11	Sonstige Informationen Literatur: a. Planspiel Basic Teilnehmerhandbuch zum Planspiel TOPSIM Basics oder General Management in der jeweiligen aktuellen Spielversion der Fa. Tata Interactive Systems, Tübingen. b. Quantitatives Management mit Excel: Albright, S., Winston, W., Zappe, Ch. (2009): Data Analysis & Decision Making with Microsoft Excel, Mason, Ohio. Baum, H.-G., Coenenberg, A., Günther, T. (2007): Strategisches Controlling, 4. Auflage, Stuttgart. Bea, F., Haas, J. (2009): Strategisches Management, 5. Auflage, Stuttgart. Bea, F., Dichtl, E., Schweitzer, M. (2006) : Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Band 3: Leistungsprozesse, 9. Auflage, Stuttgart. Benker, H. (2007): Wirtschaftsmathematik mit Excel, Wiesbaden. Broer, J. (2011): Elementare Excel-Techniken. Eine Einführung, Studienmanuskript, Dortmund. Coenenberg, A., Fischer, Th., Günther, Th. (2007): Kostenrechnung und Kostenanalyse, 6. Auflage, Stuttgart. Fahnenstich, K., Haselier, R. (2010): Office Home and Business 2010. Das Handbuch, Microsoft Press, München. Fischer, P., Kowalski, S., Wissmeier, U. (2005): Die bestenTools für Marketing und Vertrieb. Professionelle Excel- Lösungen für kleine und mittelständische Unternehmen, Stuttgart. Friedl, B. (2010): Kostenrechnung, 2. Auflage, München. Gießen, S.; Nakanishi, H. (2010 a): Excel 2010 - Praxisbuch, Poing 2010.

- Gießen, S.; Nakanishi, H. (2010 b): Excel 2010. Formeln und Funktionen, Poing.
- Harvey, G. (2010): Excel 2010 für Dummies, Weinheim.
- Heimrath, H. (2010): Excel-Tools für das Controlling, Microsoft Press, Unterschleißheim.
- Jeschke, E., Pfeifer, E., Reinke, H., Unverhau, S., Fienitz, B., Bock, J. (2011): Microsoft Excel – Formeln und Funktionen, 2. Auflage, Microsoft Press., Unterschleißheim.
- Jung, H. (2010): Controlling, 2. Auflage, München.
- Känel, von, S. (2008): Kostenrechnung und Controlling. Grundlagen, Anwendungen, Excel-Tools, Bern, Stuttgart u.a.
- Klein, M. (2009): Controlling mit Excel, München.
- Levine, D., Stephan, D., Krehbiel, T., Berensen, L. (2011): Statistics For Managers Using Microsoft Excel, 6th Edition, Upper Saddle River.
- Matthäus, W., Schulze, J. (2008): Statistik mit Excel. 3. Auflage, Wiesbaden.
- Müller, W. (2010): Multivariate Statistik mit Excel-Add-Ins, Forschungspapier, Dortmund.
- Müller, W. (2010): Marketingaccounting mit Excel, Forschungspapier, Dortmund.
- Müller, W. (2011): Quantitatives Management mit Excel 2010, Studienmanuskript, Dortmund.
- Powell, S.; Baker, K. (2007): Management Science. The Art of Modeling with Spreadsheets, 2nd Edition, Hoboken.
- Preißner, A. (2010): Praxiswissen Controlling – Grundlagen, Werkzeuge, Anwendungen, 6. Auflage, München.
- Radke, H.-D. (2009): Microsoft Excel im Business, München.
- Render, B., Stair, R., Hanna, M. (2009): Quantitative Analysis for Management, 10th Edition, Upper Saddle River.
- Schels, I. (2010 a): Excel 2010. Zahlen kalkulieren, analysieren und präsentieren, München.
- Schels, I. (2010 b): Excel Formeln und Funktionen, 2. Auflage, Markt + Technik, München.
- Schels, I., Seidel, U. (2010): Das große Excel-Handbuch für Controller, München.
- Schmuller, J. (2005): Statistik mit Excel für Dummies, Weinheim.
- Schulze, P. (2007): Beschreibende Statistik, 6. Auflage, München.
- Schwenk, J., Schuster, H., Schiecke, D., Pfeifer, E. (2010): Microsoft Office. Excel 2010 – Das Handbuch, Unterschleißheim.
- Trommsdorff, V., Steinhoff, F. (2007): Innovationsmarketing, München.
- Winston, W. (2010): Excel 2010. Data Analysis and Business Modeling, Redmond.

Modul 4 Supply Chain Management					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90041	150 h	5	2. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Veranstaltung Supply Chain Management	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Grup- pengröße 35-40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden kennen die Grundbegriffe der betrieblichen Güterwirtschaft und der SCM-Elemente Beschaffung, Produktion, Distribution sowie der Logistik und Kreislaufwirtschaft, können sie einordnen und an Beispielen erläutern.</p> <p>Sie verstehen die Konzepte der integrativen Logistik und des SCM als unternehmensübergreifende, optimierende Querschnittsfunktionen und üben prozessorientiertes Denken.</p> <p>Sie können ausgewählte Lösungsansätze und Methoden insbesondere aus den Bereichen: Bedarfsermittlung, Beschaffung, Logistik und Produktion anhand von Aufgabenblättern üben und (auch in neuem Kontext) anwenden.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Güter, Bedarf und Materialflüsse • Produkte und Prozesse • Logistiksysteme • Beschaffung • Produktion • Distribution und Lieferbeziehungen • Kreislaufwirtschaft • SCM-Konzept 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristischer Unterricht, d.h. Powerpoint-unterstützte dialogorientierte Vorlesung mit Übungen (Methodeneinübung, Aufgabenblätter, Feedback) und praktischen Beispielen (Video etc.).</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: Modul „Mathematik“ sollte absolviert sein. Das Modul „Statistik“ sollte parallel gehört werden.</p>				

6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (100 %) (60 Minuten)</p> <p>(Aufgaben entsprechend Übungsblättern, „Begriffe und Beispiele“, TEST-Fragen)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Das Modul wird in modifizierter Form auch in anderen Studiengängen angeboten.</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>$2,43 \% (5/164,5) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Eichler</p> <p>Prof. Dr. Faix</p> <p>Prof. Dr. Tysiak</p> <p>Prof. Dr. Thorn</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Unterlagen: Skript (Powerpoint) und mehrere Übungsblätter</p> <p>Literatur:</p> <p>Eichler, Bernd: Supply Chain Management, in : Camphausen, Bernd (Hrsg.), Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, S. 355 – 428, München (Oldenbourg) 2008</p> <p>Kummer, Sebastian; Oskar Grün, Werner Jammerneegg: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik, 2.Aufl., München (Pearson Studium)2009</p> <p>Werner, Hartmut: Supply Chain Management, Wiesbaden (Gabler) 2007</p> <p>Zäpfel, Günther: Grundzüge des Produktions- und Logistikmanagement, München / Wien (Oldenbourg) 2000</p>

Modul 5 Marketing					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90051	150 h	5	3. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Veranstaltung Marketing	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Grup- pengröße 60 - 75 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p><u>Fachkompetenz:</u></p> <p>Die Studierenden kennen unterschiedliche Verständnisse des Marketingbegriffs, die grundlegenden Denkweisen und Entwicklungsphasen der Marketingkonzeption, die zentralen Entscheidungstatbestände (Ziele, Strategien, Instrumente) des Marketing, die institutionellen Besonderheiten des Konsumgüter-, Investitionsgüter- und des Dienstleistungsmarketings sowie die aktuellen Entwicklungen in der Marketingpraxis. Sie können wesentliche Problemstellungen der Marktbearbeitung formulieren, relevante Handlungsoptionen herausarbeiten und zielgerichtete Marktentscheidungen treffen.</p> <p><u>Methodenkompetenz:</u></p> <p>Studierende verfügen über einen fundierten Überblick über die vielfältigen Analyse-, Planungs-, Kontroll- und Entscheidungsmethoden des Marketings und sind damit vertraut, diese bei der Lösung von Marketingentscheidungen anzuwenden. Sie sind befähigt, mit Hilfe von elementaren Excel-Techniken (Tabellen, Formeln, Funktionen, Diagramme) den Methodeneinsatz im Marketing zu unterstützen.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Die Veranstaltung behandelt die grundlegenden Aufgabenbereiche und Handlungsoptionen der betrieblichen Marketingkonzeption:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entscheidungsfeld des Marketing (Begriff, Entwicklungsphasen, Aufgabenbereiche des Marketing) • Grundprinzipien der Marktbearbeitung (Produkt-, Produktions-, Verkaufs-, Marketingorientierung) • Marktobjekt des Marketing (Struktur, Marktteilnehmer, Dynamik von Absatzmärkten) • Marktinstrumente des Marketing (Angebots-, Preis-, Distributions-, Kommunikationspolitik) • Marketing-Management (Ziele, Organisation, Informationsbedarf, Entscheidungsprozess) • Methoden des Marketing (Datengewinnungs-, Analyse-, Planungs-, Entscheidungsmethoden) 				

	<ul style="list-style-type: none"> • Best Marketing Practices (Fallstudien zu erfolgreichen betrieblichen Marketingkonzeptionen)
4	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristische Vorlesung (Skript), Übungen (verständnisorientierte Wiederholung, Vertiefung und Vernetzung des Lehrstoffes), Mini-Fallstudien (anwendungsorientierte Analyse aktueller Marketingkonzepte mittels multimedialer Recherchen seitens Studierender), mdl. und schriftl. Präsentation / Diskussion von Übungen / Fallstudien, Excel-Anwendungen zur Bearbeitung von Übungen, Diskussion von Musterlösungen exemplarischer Marketingklausuren.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine.</p> <p>Inhaltlich: Teilnahme an der Veranstaltung „Statistik“.</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (100%) (60 Minuten)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>2,43 % $(5/164,5) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Müller</p> <p>Prof. Dr. Kamenz</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur:</p> <p>Becker, J.: Das Marketingkonzept, 4. Aufl., München (Beck)2010</p> <p>Bruhn, M.: Marketing. Grundlagen für Studium und Praxis, 3. Aufl., Wiesbaden (Gabler)2010</p> <p>Esch, F., Herrmann, A., Sattler, H.: Marketing, 2. Aufl., München (Vahlen)2007</p> <p>Homburg, Ch., Krohmer, H.: Marketingmanagement, 3. Aufl., Wiesbaden (Gabler)2009</p> <p>Kreutzer, R.: Praxisorientiertes Marketing, 2. Aufl., Wiesbaden (Gabler)2009</p> <p>Meffert, H.; Burmann, C.; Kirchgeorg, M.: Marketing, 10 Aufl., Wiesbaden (Gabler)2008</p> <p>Müller, W.: Marketing-Glossar – Grundkonzepte des Marketing, Dortmund 2010</p>

Müller, W.: Elementare Excel-Techniken. Anwendungen im Marketing, Dortmund 2010
Scharf, A.; Schubert, B.; Hehn, P.: Marketing, 4. Aufl., Stuttgart (Schäffer-Poeschel)2009
Steffenhagen, H.: Marketing, 6. Aufl., Köln (Kohlhammer)2008
Walsh, G.; Klee, A.; Kilian, T.: Marketing, Heidelberg (Springer)2009

Modul 6 Management Projects					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90061	150 h	5	3. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Veranstaltung Management Projects	Kontaktzeit 4 SWS / 30 h	Selbststudium 120 h (inkl. Teamtreffen)	geplante Grup- pengröße 5 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden können das in den ersten beiden Semestern erlernte Wissen an einem selbstgewählten Beispiel einer Unternehmensgründung umsetzen; die dafür noch ergänzend notwendigen Informationen können sie sich durch selbständig weiterführende Lernprozesse beschaffen. Die Studierenden haben für ihren späteren Beruf ein integriertes Verständnis und Problembewusstsein der wesentlichen betriebswirtschaftlichen Zusammenhänge erworben; sie können es erfolgreich für wechselnde betriebliche Problemstellungen anwenden. Die Studierenden können effektiv und effizient in Gruppen arbeiten; dazu gehört auch die Übernahme von Verantwortung im Team. Sie beherrschen effiziente Arbeitstechniken, um betriebswirtschaftliche Projekte erfolgreich - auch unter Zeitdruck - steuern und organisieren zu können.</p>				
3	<p>Inhalte (Ablaufprozess)</p> <p>Angewandte Projektarbeit (Teamprozesse/Zeitmanagement):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konzeption einer Unternehmensgründungsidee und anschließende Erstellung eines ca. 20 – 30 Seiten umfassenden Businessplans in einem vorgegebenen Zeitrahmen (9 Wochen). • Businessplanerläuterung durch Anwendung des betriebswirtschaftlichen Wissens in den Schwerpunkte: Marketing, Personal, Jahresabschluss. • Dokumentation des internen und externen Kommunikationsprozesses der Projektarbeit durch Agenden und Protokolle. • Öffentliche Präsentation der Geschäftsidee und zentraler Bestandteile des Businessplans im Rahmen einer Präsentationsveranstaltung. 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Coaching von projektbezogenen Teamprozessen, ergänzende Beratung durch Fachexperten, Unterstützung der Teamentwicklung durch Tutoren, organisatorische Abwicklung über die ILIAS-Lernplattform und ein Projektbüro</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Siehe BPO § 14 (1) <u>Teilnahmenachweis:</u> Für die Zulassung zur Modulprüfung wird ein Teilnahmenachweis vorausgesetzt. Dieser Nachweis wird durch einen elektronisch abzulegenden Test, der</p>				

	<p>vor dem Kick-Off stattfindet, nachgewiesen.</p> <p>Inhaltlich: die Module der Semester 1 und 2 sollten absolviert sein.</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Bewertung Gruppenprozess und Business Communication inkl. Abschlusspräsentation (60%), Bewertung der fachbezogenen Projektteile im Abschlussbericht (jeweils 40%)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Erfolgreicher Abschluss der Management Projects in der jeweiligen 5er-Gruppe (vgl. Prüfungsformen) inklusive Anwesenheit während der gesamten abschließenden Präsentationstage</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>2,43 % $(5/164,5) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Mittmann Prof. Dr. Kracke Prof. Dr. Jorzik Prof. Dr. Klinkenberg Prof. Dr. Beck Prof. Dr. Beenken Dr. Günther</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Siehe www.managementprojekte.de und „Projekthandbuch Management Projects“</p>

Modul 7 Grundlagen des strategischen Managements					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90071	90 h	3	5. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Veranstaltung Grundlagen des strategischen Managements	Kontaktzeit 2 SWS / 30 h	Selbststudium 60 h	geplante Gruppengröße 35 - 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden verfügen über ein grundlegendes 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 von Strategien darlegen und mit Blick auf die Praxis erkennen sowie Entscheidungsprozesse zur Strategiefindung in Unternehmen ableiten.</p> <p><u>Fachkompetenz:</u></p> <p>Die Studierenden verstehen die Komplexität sich ändernder Märkte, erkennen die sich für Unternehmen daraus resultierenden Chancen und Bedrohungen und leiten Handlungsstrategien für die Unternehmen aus den unternehmenseigenen Stärken und Schwächen ab.</p> <p><u>Methodenkompetenz:</u></p> <p>Die Studierenden setzen betriebswirtschaftliche Instrumente und Techniken ein, um Unternehmensgesamt- und Geschäftsbereichsstrategien zu entwickeln, zu formulieren und umzusetzen.</p> <p><u>Schlüsselkompetenz:</u></p> <p>Die Studierenden können sich in der internationalen und globalen Vernetzung der Märkte, Konsumenten und Unternehmen fachlich adäquat in Strategie- und Wertediskussionen positionieren.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Die Lehrveranstaltung verfolgt das Ziel, hinreichend realistisch und praxisbezogen die Sachverhalte zu den Grundlagen des Strategischen Managements in seiner allgemeinen Form wiederzugeben. Entsprechend diesem Verständnis hat der Strategieentwicklungsprozess vier unterscheidbare Phasen, die Gegenstand der Lehrveranstaltung sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Phase der Zielbildung, in der, aufbauend auf der Unternehmensphilosophie und -politik, strategische Zielsetzungen entwickelt werden • die Phase der strategischen Analyse, in der Unternehmens- und Umweltanaly- 				

	<p>se sowie Prognose und Frühaufklärung thematisiert werden</p> <p>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.</p> <p>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, kleineren Fallstudien und anderen aktuellen Bezügen angereichert. Um den Lernprozess zu erleichtern, finden sich in den begleitenden Lehrmaterialien Übungen, Diskussionsfragen sowie Literaturhinweise für ein vertiefendes Literaturstudium.</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>Fragend-entwickelnder Unterricht mit zahlreichen Fall- und Übungsbeispielen; seminaristischer Unterricht</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Mindestens drei der nachfolgenden Module müssen bestanden sein: Einführung in die Wirtschaftswissenschaften, Personal und Organisation, Management Tools und/oder Supply Chain Management.</p> <p>Inhaltlich: Modul 24 sollte absolviert sein</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (100 %) (90 Minuten)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>1,46 % $(3/164,5) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof Dr. Quarg</p> <p>Prof Dr. Camphausen</p> <p>Prof. Dr. Hofnagel</p> <p>Prof. Dr. Vollmer</p>

11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur:</p> <p>Jung, R.; Bruck, J.; Quarg, S.: Allgemeine Managementlehre, 4. Auflage, Berlin 2010</p> <p>Camphausen, B.: Strategisches Management, Oldenbourg 2007</p> <p>Bea, F. X.; Haas, J.: Strategisches Management, 5., neu bearb. Aufl., Stuttgart 2009</p> <p>Hahn, D.: Konzepte strategischer Führung, in: Zeitschrift für Betriebswirtschaft 68. Jg. (1998) 6, S. 563-579</p> <p>Marcharzina, K.; Wolf, J.: Unternehmensführung – Das internationale Managementwissen, Wiesbaden 2010</p> <p>Müller-Stewens, G.; Lechner, C.: Strategisches Management, 3., akt. Aufl., Stuttgart 2005</p> <p>Schmid, S.; Kutschker, M.: Zentrale Grundbegriffe des Strategischen Managements, in: WISU 31. Jg. (2002) 10, S 1238-1248</p> <p>Schreyögg, G.: Strategisches Management - Entwicklungstendenzen und Zukunftsperspektiven, in: Die Unternehmung 53. Jg. (1999) 6, S. 387-407</p> <p>Simon, H.: Strategie-Notstand, In: Manager Magazin 30. Jg. (2000) 7, S.113-114</p> <p>Schreyögg, G.; Koch, J.: Grundlagen des Managements – Basiswissen für Studium und Praxis, Wiesbaden 2010</p> <p>Steinmann, H.; Schreyögg, G.: Management: Grundlagen der Unternehmensführung. Konzepte, Funktionen, Fallstudien, 6. Auflage, Wiesbaden 2005</p> <p>Welge, M.; Al-Laham, A.: Strategisches Management. Grundlagen – Prozess – Implementierung, 5. Auflage, Wiesbaden 2008</p>
-----------	--

Modul 8 Planspiel Advanced					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90081	60 h	2	7. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Veranstaltung Planspiel Advanced	Kontaktzeit 2 SWS / 30 h	Selbststudium 30 h	geplante Grup- pengröße 20 – 25 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Lernziele sind das Erwerben von unternehmerischem Denken, Planen und Handeln. Die Studierenden müssen als Vorstand eines Unternehmens für ihre Entscheidungen und die Ergebnisse Rechenschaft ablegen. Der hierfür notwendige Umgang mit Informationen und deren Nutzung zur Entscheidungsfindung, auch unter Zeitdruck, wird hierbei trainiert. Darüber hinaus fördert das Planspiel die Teamarbeit in einer Gruppe. Die Studierenden erwerben Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • im Hinblick auf das Wesentliche und Ganze bei der Führung eines Unternehmens • im Umgang mit komplexen Entscheidungssituationen unter Unsicherheit • bei der Umsetzung betriebswirtschaftlichen Zahlenmaterials in praxisbezogene Erkenntnisse • bei der Festlegung von Zielen und Strategien und ihrer Umsetzung in einem ökonomisch-ökologischen Umfeld • im Einsatz von Instrumenten der Kosten- und Erfolgsrechnung und der Produktkalkulation • in der Anwendung der Grundlagen des Marketings und • im bereichsübergreifendem Denken und Handeln innerhalb eines Unternehmens. 				
3	<p>Inhalte</p> <p>Als Vorstandsmitglieder der Copyfax AG führen die Studierenden ein Unternehmen der kopiergeräteherstellenden Branche im Wettbewerb. Das Planspiel simuliert bis zu 8 Geschäftsjahre im Leben eines Unternehmens. Jedes der im Spiel simulierten Unternehmen hat eine Reihe von typischen unternehmerischen Entscheidungen zu treffen.</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Planspiel mit integrierten Gruppenarbeiten</p> <p>Planspiele simulieren abstrahiert, aber dennoch realitätsnah, Gesamtabläufe und Zielkonflikte in einem Unternehmen. Als interaktive Lehr- und Lernmethode ermöglichen Planspiele schnelles, risikoloses und nachhaltiges Sammeln von praxisbezogenen Erfahrungen nach der Maxime „Learning business by doing business“.</p>				

5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Es müssen mindestens 140 ECTS erreicht worden sein.</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Abschlusspräsentation (15-30 Minuten)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Erfolgreiche Abschlusspräsentation Ständige Teilnahme an einzelnen Planspielperioden Aktive Teilnahme an Gruppenentscheidungen</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>$0,97 \% (2/164,5) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Quarg Prof. Dr. Camphausen Prof. Dr. Dr. Hofnagel Prof. Dr. Vollmer</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Teilnehmerhandbuch zum Planspiel TOPSIM General Management II in der jeweiligen aktuellen Spielversion der Fa. Tata Interactive Systems, Tübingen</p>

Modul 9 Rechnungswesen I					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
r 90114	210 h	7	1. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Veranstaltungen a. Buchhaltung b. Jahresabschluss I c. Kosten, Erlös- u. Ergebnisrechnung	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 120 h	geplante Gruppengröße 60 - 75 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>a. Buchhaltung</p> <p><u>Fachkompetenz:</u> Die Studierenden erkennen die wesentlichen Auswirkungen von Geschäftsvorfällen auf die externe Unternehmensrechnung. Für eine bessere betriebswirtschaftliche Analyse soll insbesondere das Verständnis der Erfolgswirksamkeit/Erfolgsneutralität von Geschäftsvorfällen innerhalb der Buchhaltung geschult werden. Zudem soll die Veranstaltung die Grundlagen der Kosten und Erlösrechnung (interne Unternehmensrechnung) aufgrund des Datenflusses zwischen externer- und interner Unternehmensrechnung verdeutlichen und zur externen Unternehmensrechnung abgrenzen.</p> <p><u>Methodenkompetenz:</u> Die Veranstaltung soll die Studierenden zur Anwendung der grundlegenden Techniken der doppelten Buchführung - als System der externen Unternehmensrechnung - befähigen. Daneben sollen sie in die Lage versetzt werden, beispielhafte einfache Kalkulationen innerhalb der Kostenrechnung nachzuvollziehen.</p> <p>b. Jahresabschluss</p> <p><u>Fachkompetenz:</u> Die Studierenden besitzen die Grundkenntnisse der handelsrechtlichen Rechnungslegung und damit zusammenhängende Grundlagen des steuerrechtlichen Jahresabschlusses.</p> <p><u>Methodenkompetenz:</u> Die Studierenden können einfache Probleme der Jahresabschlusserstellung auf Basis des HGB lösen.</p>				

	<p>c. Kosten, Erlös- u.- Ergebnisrechnung</p> <p><u>Fachkompetenz:</u></p> <p>Die Studierenden kennen die abrechnungsbezogene Abbildung von Werteflüssen innerhalb eines Unternehmens durch Kosten, Erlöse und Ergebnisse, um die erfolgsbezogenen Vorgänge im Unternehmen zu strukturieren und zu analysieren. Sie verstehen innerhalb der Kostenrechnung Kostenarten, Kostenstellen und Kostenträger und können auch deren Zusammenhänge erkennen und verdeutlichen.</p> <p><u>Methodenkompetenz:</u></p> <p>Die Studierenden besitzen die Fähigkeit, abrechnungskostenrechnerische Aufgabenstellungen allgemein zu erkennen und zu deuten. Sie sind ferner 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 zu erläutern.</p> <p><u>Schlüsselkompetenz:</u></p> <p>Die Studierenden können in der traditionellen Kostenrechnung mit den zutreffenden kostenrechnerischen Fachausdrücken der Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung mit anderen Beteiligten kommunizieren.</p>
<p>3</p>	<p>Inhalte</p> <p>a. Buchhaltung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Buchhaltung als Bestandteil des betrieblichen Rechnungswesens • Technik der doppelten Buchführung (Erfolgswirksame Buchungen / Erfolgsneutrale Buchungen) • Buchung laufender Geschäftsvorfälle (Warenverkehr / Zahlungsverkehr / Produktionsprozess / Materialverbräuche / Bestandsveränderungen) • Buchungen zum Jahresabschluss (Abschreibungen und Zuschreibungen / Rückstellungen / Rechnungsabgrenzungsposten / Kontenabschluss) • Grundlagen der Kostenrechnung/internen Unternehmensrechnung (Kostenarten-, Kostenstellen-, Kostenträger- und Ergebnisrechnung) <p>b. Jahresabschluss</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definition und Bestandteile eines Jahresabschlusses • Rechtliche Grundlagen • Allgemeine Bestimmungen • Grundlagen des Bilanzansatzes • Grundlagen der Bewertung

	<p>c. Kosten, Erlös- u. Ergebnisrechnung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in Grundsachverhalte der Kostenrechnung • Kostenartenrechnung • Kostenstellenrechnung • Kalkulationsrechnung • Betriebsergebnisrechnung
4	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristische Veranstaltung mit anwendungsorientierten Übungseinheiten.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: a. Buchhaltung: keine</p> <p>c. Jahresabschluss: die Veranstaltung Buchhaltung sollte parallel gehört werden.</p> <p>d. Kosten, Erlös- u. Ergebnisrechnung: die Veranstaltung Einführung in die Betriebswirtschaftslehre sollte parallel gehört werden.</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (100 %) (135 Minuten)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Klausuren</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>keine</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>$3,41 \% (7/164,5) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende/r</p> <p>Prof. Dr. Beck</p> <p>Prof. Dr. Breidenbach</p> <p>Prof. Dr. Jandt</p> <p>Prof. Dr. Kißler</p> <p>Prof. Dr. Klinkenberg</p> <p>Prof. Dr. Löhr</p>

11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>a. Buchhaltung</p> <p>Deitermann, M.; Schmolke, S.; Rückwart, W.: Industrielles Rechnungswesen IKR, 38. Auflage, 2009.</p> <p>Döring, U.; Buchholz, R.: Buchhaltung und Jahresabschluss, 11. Auflage, 2009.</p> <p>b. Jahresabschluss</p> <p>Breidenbach, K.: Jahresabschluss, 2. Aufl., München (Oldenbourg)2009</p> <p>Coenenberg, A. G.; Haller, A.; Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 21. Aufl., Stuttgart (Schäffer-Poeschel)2009</p> <p>Coenenberg, A. G.; Haller, A.; Schultze, W.:Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Aufgaben und Lösungen, 13. Aufl., Stuttgart (Schäffer-Poeschel)2009</p> <p>c. Kosten, Erlös- u. Ergebnisrechnung</p> <p>Friedl, B.: Kostenrechnung. Grundlagen, Teilrechnungen und Systeme der Kostenrechnung, 2. Aufl., München, Wien 2010, Verlag Oldenbourg</p> <p>Friedl, G.; Hofmann, C.; Pedell, B.: Kostenrechnung. Eine entscheidungsorientierte Einführung, München 2010.</p> <p>Jandt, J.: Rechnungswesen, in: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, hrsg. von Bernd Camphausen, 2. Aufl., München 2011, III Rechnungswesen, S. 183 – 269, dabei S. 185 – 197 und insb. S. 222 – 253, Verlag Oldenbourg</p> <p>Jandt, J.: Trainingsfälle Kostenrechnung, 2. Aufl., Herne, Berlin 2006, Verlag NWB</p> <p>Jórasz, W.: Kosten- und Leistungsrechnung. Lehrbuch mit Aufgaben und Lösungen, 5. Aufl., Stuttgart 2009, Verlag Schäffer-Poeschel</p>
-----------	--

Modul 10 Rechnungswesen II					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90123	150 h	5	2. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Veranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Grup- pengröße	
	a. Jahresabschluss II b. Kosten, Erlös- u. Er- gebnisrechnung II	4 SWS / 60 h	90 h	35 - 40 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p>a. Jahresabschluss II</p> <p><u>Fachkompetenz:</u> Die Studierenden besitzen erweiterte Grundkenntnisse der handelsrechtlichen Rechnungslegung und damit zusammenhängende Grundlagen des steuerrechtlichen Jahresabschlusses. Die Studierenden kennen die Bedeutung des handelsrechtlichen Jahresabschlusses als Informationsinstrument eines Unternehmens ebenso wie seine Schwächen und Gestaltungsmöglichkeiten.</p> <p><u>Methodenkompetenz:</u> Die Studierenden können einfache Probleme der Jahresabschlusserstellung auf Basis des HGB lösen. Sie können einem Einzelabschluss auf Basis des HGB Informationen über die wirtschaftliche Lage des berichtenden Unternehmens entnehmen.</p> <p>b. Kosten, Erlös- u. Ergebnisrechnung II</p> <p><u>Fachkompetenz:</u> Die Studierenden kennen die dispositionsbezogene Abbildung von Werteflüssen innerhalb eines Unternehmens durch Kosten, Erlöse und Ergebnisse, um die erfolgsbezogenen Vorgänge im Unternehmen zu strukturieren und zu analysieren. Sie verstehen innerhalb der Kostenrechnung Teilkosten, Deckungsbeiträge und Plankosten und können auch deren Zusammenhänge erkennen und verdeutlichen.</p> <p><u>Methodenkompetenz:</u> Die Studierenden besitzen die Fähigkeit, dispositionskostenrechnerische Aufgabenstellungen allgemein zu erkennen und zu deuten. Sie sind ferner in der Lage, konkrete Rechnungen für wichtige betriebliche Anwendungssituationen in der Kostenrechnung, wie z. B. Kostenabhängigkeiten und Kostenentwicklungen, Kostenauflösungen, ein- und mehrstufige Deckungsbeitragsrechnungen, Break-even-Analysen, Plankostenrechnungen, durchzuführen und in den Rechnungselementen zu erläutern.</p>				

	<p><u>Schlüsselkompetenz:</u></p> <p>Die Studierenden können in der entscheidungsorientierten Kostenrechnung mit den zutreffenden kostenrechnerischen Fachausdrücken der Teilkosten-, Deckungsbeitrags- und Plankostenrechnung mit anderen Beteiligten kommunizieren.</p>
3	<p>Inhalte</p> <p>a. Jahresabschluss II</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Gliederung der Bilanz • Besondere Probleme bei der Bilanzierung des Vermögens • Besondere Probleme bei der Bilanzierung des Kapitals • Die Gewinn- und Verlustrechnung nach dem Gesamtkosten- und nach dem Umsatzkostenverfahren • Der Anhang • Der Lagebericht • Prüfung und Offenlegung <p>b. Kosten, Erlös- u. Ergebnisrechnung II</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Kostenrechnungsdifferenzierung • Teilkostenrechnung • Deckungsbeitragsrechnung • Break-even-Rechnung • Plankostenrechnung
4	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristische Vorlesung und anwendungsorientierte Übungseinheiten</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: die Module Rechnungswesen I sowie Einführung in die Wirtschaftswissenschaften sollten absolviert sein.</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (100 %) (90 Minuten)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur</p>

8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>2,43 % $(5/164,5) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Beck</p> <p>Prof. Dr. Breidenbach</p> <p>Prof. Dr. Jandt</p> <p>Prof. Dr. Kißler</p> <p>Prof. Dr. Klinkenberg</p> <p>Prof. Dr. Löhr</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur:</p> <p>a. Jahresabschluss II</p> <p>Breidenbach, K.: Jahresabschluss, 2. Aufl., München (Oldenbourg)2009</p> <p>Coenenberg, A. G.; Haller, A.; Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 21. Aufl., Stuttgart (Schäffer-Poeschel)2009</p> <p>Coenenberg, A. G.; Haller, A.; Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Aufgaben und Lösungen, 13. Aufl., Stuttgart (Schäffer-Poeschel)2009</p> <p>b. Kosten, Erlös- u. Ergebnisrechnung</p> <p>Friedl, B.: Kostenrechnung. Grundlagen, Teilrechnungen und Systeme der Kostenrechnung, 2. Aufl., München, Wien 2010, Verlag Oldenbourg</p> <p>Friedl, G.; Hofmann, C.; Pedell, B.: Kostenrechnung. Eine entscheidungsorientierte Einführung, München 2010.</p> <p>Jandt, J.: Rechnungswesen, in: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, hrsg. von Bernd Camphausen, 2. Aufl., München 2011, III Rechnungswesen, S. 183 – 269, dabei S. 185 – 197 und insb. S. 222 – 253, Verlag Oldenbourg</p> <p>Jandt, J.: Trainingsfälle Kostenrechnung, 2. Aufl., Herne, Berlin 2006, Verlag NWB</p> <p>Jórasz, W.: Kosten- und Leistungsrechnung. Lehrbuch mit Aufgaben und Lösungen, 5. Aufl., Stuttgart 2009, Verlag Schäffer-Poeschel</p>

Modul 11 Grundzüge - Investition, Finanzierung und Steuern					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90133	150 h	5	3. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Veranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Grup- pengröße	
	a. Investition und Fi- nanzierung I b. Steuern I	4 SWS / 60 h	90 h	50 - 60 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p><u>Fachkompetenz:</u></p> <p>Die Studierenden sollen praxisorientiert allgemeine Kenntnisse in den Bereichen Investition, Finanzierung und Steuern erlangen. Insbesondere zählen hierzu Grundkenntnisse der Investitions- und Finanzierungsentscheidungen von Unternehmen (Capital Budgeting) und die Grundzüge des deutschen Steuersystems sowie die wichtigsten Steuerarten.</p> <p><u>Methodenkompetenz:</u></p> <p>Die Studierenden können Besteuerungswirkungen erkennen und unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten beurteilen, sowie die Verfahren der Investitionsrechnung auf praxisrelevante Entscheidungsprobleme unter Einbeziehung der Finanzierungserfordernisse anwenden.</p>				
3	Inhalte				
	<p>a. Investition und Finanzierung I</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Fragestellungen der betrieblichen Finanzwirtschaft • Finanzplanung und Innenfinanzierung • Investitionsrechnung bei Sicherheit unter Einbeziehung von Ertragsteuern <p>b. Steuern I</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffe der Besteuerung • Nationale und internationale Grundregeln zur Steuerpflicht von natürlichen und juristischen Personen • Personen-, Sach-, Verkehrs- und Verbrauchsteuern • Besteuerung von Einzelunternehmen, Personen- und Kapitalgesellschaften 				
4	Lehrformen				
	Seminaristische Vorlesung und anwendungsorientierte Übungseinheiten				

5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: Module Recht, Rechnungswesen I und Mathematik sollten absolviert sein.</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (100 %) (90 Minuten)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>2,43 (5/164,5) x 0,8</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Levin</p> <p>Prof. Dr. Löhr</p> <p>Prof. Dr. Oesterwinter</p> <p>Prof. Dr. Eggers</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur:</p> <p>a. Investition und Finanzierung</p> <p>Hillier, D. u.a. : Corporate Finance, First European Edition, New York (McGraw-Hill 2010</p> <p>Kruschwitz, L.: Investitionsrechnung, 12. Aufl., München / Wien (Oldenbourg)2009</p> <p>Zantow, R. : Finanzwirtschaft der Unternehmung, 2. Aufl., München u.a. (Pearson Studium)2008</p> <p>b. Steuern</p> <p>Steuergesetze nach neuestem Rechtsstand</p> <p>Steuerrichtlinien nach neuestem Rechtsstand</p> <p>Wirtschaftsgesetze nach neuestem Rechtsstand</p> <p>Weitere und aktuelle steuerliche Literaturhinweise erfolgen in der Veranstaltung</p>

Modul 12 Investition, Finanzierung und Steuern					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90143	150 h	5	5. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Veranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Grup- pengröße	
	a. Investition und Finan- zierung II b. Steuern II	4 SWS / 60 h	90 h	50 - 60 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p><u>Fachkompetenz:</u></p> <p>Die Studierenden sollen praxisorientiert vertiefende Kenntnisse in den Bereichen Investition, Finanzierung und Steuern erlangen. Hierzuzählen insbesondere Detailwissen im Bereich der Einkommen- und Gewerbesteuer, Verfahren der Entscheidungsrechnung bei Unsicherheit sowie Kenntnisse über Außenfinanzierungsmöglichkeiten von Unternehmen.</p> <p><u>Methodenkompetenz:</u></p> <p>Die Studierenden können Besteuerungswirkungen im Bereich der Einkommen- und Gewerbesteuer erkennen und unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten beurteilen. Die Studierenden beherrschen die Investitionsrechenverfahren bei Unsicherheiten und kennen die Möglichkeiten der externen Eigen-, Fremd- und Mezzanine-Finanzierung und können diese in konkreten Finanzierungserfordernissen beurteilen.</p>				
3	Inhalte				
	<p>a. Investition und Finanzierung II</p> <ul style="list-style-type: none"> • Investitionsrechenverfahren bei Ungewissheit und Risiko • Außenfinanzierungsmöglichkeiten börsenfähiger und nicht-börsenfähiger Unternehmen • Aspekte der Gestaltung der Kapitalstruktur von Unternehmen <p>b. Steuern II</p> <ul style="list-style-type: none"> • Steuerliche Gewinnermittlungsmethoden • Sonderaspekte der Einkommensteuer • Sonderaspekte der Gewerbesteuer 				
4	Lehrformen				
	Seminaristische Vorlesung und anwendungsorientierte Übungseinheiten.				

5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: Modul Grundzüge Investition, Finanzierung und Steuern sollte absolviert sein.</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (100 %) (90 Minuten)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>2,43 % $(5/164,5) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Oesterwinter</p> <p>Prof. Dr. Löhr</p> <p>Prof. Dr. Levin</p> <p>Prof. Dr. Eggers</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur:</p> <p>a. Investition und Finanzierung II</p> <p>Hillier, D. u.a. : Corporate Finance, First European Edition, New York (McGraw-Hill)2010</p> <p>Kruschwitz, L.: Investitionsrechnung, 12. Aufl., München / Wien (Oldenbourg)2009</p> <p>Zantow, R.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, 2. Aufl., München u.a. (Pearson Studium)2008</p> <p>b. Steuern I</p> <p>Steuergesetze nach neuestem Rechtsstand</p> <p>Steuerrichtlinien nach neuestem Rechtsstand</p> <p>Wirtschaftsgesetze nach neuestem Rechtsstand</p> <p>Weitere und aktuelle steuerliche Literaturhinweise erfolgen in der Veranstaltung</p>

Modul 13 Wirtschaftsmathematik					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90211	150 h	5	1. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Veranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	a. Lineare Algebra b. Finanzmathematik	4 SWS / 60 h	90 h	50 - 60 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p>a. Lineare Algebra:</p> <p>Die Studierenden sollen die grundlegenden Methoden der Linearen Algebra auf betriebswirtschaftliche Fragestellungen anwenden können. Insbesondere können sie dabei Matrizen in den Wirtschaftswissenschaften konkret als Tabellen, Dateien, Gleichungssysteme etc. interpretieren. Weiterhin beherrschen die Studierenden die Grundrechenarten mit Matrizen und können praxisnahe Probleme in der Sprache der Matrizenalgebra formulieren und lösen. Ferner können sie lineare Gleichungssysteme aufstellen und lösen.</p> <p>b. Finanzmathematik:</p> <p>Die Studierenden beherrschen das grundlegende quantitative Instrumentarium für die Bewertung zukünftiger und vergangener Cashflows. Sie kennen damit den grundlegenden quantitativen Methodenapparat, der bei betriebswirtschaftlichen Fragestellungen z.B. in der Finanzierungs- und Investitionsrechnung regelmäßig zur Anwendung kommt. Darüber hinaus sind sie in der Lage, entsprechende Problemstellungen mathematisch zu formulieren und einer quantitativen Lösung zuzuführen.</p>				
3	Inhalte				
	<p>a. Lineare Algebra</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beispiele/Anwendungsbezüge von Matrizen/Vektoren in der Betriebswirtschaft <ul style="list-style-type: none"> – Materialverflechtungsmatrizen in der Produktion – Transportmatrizen in der Logistik – Übergangsmatrizen in der Marktforschung • Rechnen mit Matrizen/Vektoren <ul style="list-style-type: none"> - Addition/Subtraktion - Skalarmultiplikation - Multiplikation - Skalarprodukt - Inverse • Lösen linearer Gleichungssysteme <ul style="list-style-type: none"> - quadratische lineare Gleichungssysteme - lineare Gleichungssysteme mit beliebiger Anzahl von Variablen und Glei- 				

	<p>chungen</p> <ul style="list-style-type: none"> - unlösbare Gleichungssysteme - Gleichungssysteme mit unendlich vielen Lösungen <p>b. Finanzmathematik</p> <ul style="list-style-type: none"> • Basis-Zinsmodelle <ul style="list-style-type: none"> - lineare Verzinsung - Zinseszins, unterjährige und gemischte Verzinsung - stetige Verzinsung • Rentenrechnung <ul style="list-style-type: none"> - Bar-/Endwerte von vor- / nachschüssigen Renten - Grundaufgaben der Rentenrechnung - aufgeschobene / unterbrochene Renten, unterjährige Renten - ewige Renten • Tilgungsrechnung <ul style="list-style-type: none"> - Annuitäten- / Ratentilgung - Tilgungsplan • Renditerechnung <ul style="list-style-type: none"> - ein- / mehrperiodische Renditen - interne Zinssatzmethode - Realzinismethode
4	<p>Lehrformen</p> <p>Die Lehrveranstaltung wird als seminaristische Vorlesung durchgeführt.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (100 %) (90 Minuten)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Klausur</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>2,43 % $(5/164,5) \times 0,8$</p>

10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Bornhorn</p> <p>Prof. Dr. Radtke</p> <p>Prof. Dr. Tysiak</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur:</p> <p>Führer, C.: Kompakttraining Wirtschaftsmathematik, Ludwigshafen (Kiehl) 2008</p> <p>Ihrig, H.: Finanzmathematik: Intensivkurs, München (Oldenbourg) 2002</p> <p>Köhler, H.: Lineare Algebra, München, Wien (Hanser) 1998</p> <p>Peters, H.: Wirtschaftsmathematik, Stuttgart (Kohlhammer) 2009</p> <p>Schwarze, J.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler: Band 2: Differential- und Integralrechnung, Herne, Berlin (Neue Wirtschaftsbriefe) 2005</p> <p>Schwarze, J.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler: Band 3: Lineare Algebra Lineare Optimierung und Graphentheorie, Herne, Berlin (Neue Wirtschaftsbriefe) 2005</p> <p>Tietze, J.: Einführung in die Finanzmathematik, Wiesbaden (Vieweg) 2003</p>

Modul 14 Statistik					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90221	180 h	6	2. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Veranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	a. Beschreibende Statistik b. Schließende Statistik	4 SWS / 60 h	120 h	50 - 60 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p>Die Studierenden können für praktische Probleme aus den Wirtschaftswissenschaften die adäquaten statistischen Methoden auswählen und richtig anwenden. Über das reine Einsetzen in Formeln hinaus besitzen sie ein tieferes Verständnis der zugrundeliegenden mathematischen Methoden. Sie verstehen die wahrscheinlichkeitstheoretische Fundierung der Schließenden Statistik. Sie verstehen die grundlegenden Unterschiede aber auch die Gemeinsamkeiten von Beschreibender und Schließender Statistik. Die Studierenden kennen und verstehen die zahlreichen Anwendungsmöglichkeiten der Statistik / Wahrscheinlichkeitsrechnung in den Wirtschaftswissenschaften, insbesondere auf betriebswirtschaftliche Probleme.</p> <p>Im Rahmen der Lehrveranstaltung erwerben die Studierenden ein "Gefühl" für Zahlen, Daten und Größenordnungen, d.h. "quantitative Kompetenzen". So sind sie in der Lage, durch geeignete Verarbeitung und Verdichtung von Daten (ökonomisch) relevante Informationen und Erkenntnisse zu gewinnen. Darüber hinaus verfügen sie über Grundkenntnisse wahrscheinlichkeitstheoretischer Modellbildung und können sie auf einfache praktische Probleme der Wirtschaftswissenschaften anwenden.</p>				
3	Inhalte				
	<p>a. Beschreibende Statistik</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffe der Beschreibenden Statistik • Ablauf einer empirischen Untersuchung • Beschreibung einzelner Merkmale durch eindimensionale Häufigkeitsverteilungen • Beschreibung von mehreren gemeinsam erhobenen Merkmalen durch mehrdimensionale Häufigkeitsverteilungen • Beschreibung von eindimensionalen Häufigkeitsverteilungen durch Parameter (Lage-, Streuungsparameter, Konzentrationsmaßzahlen) • Beschreibung von zweidimensionalen Häufigkeitsverteilungen durch Parameter (bedingte Parameter, Kovarianz, Korrelationskoeffizient, statistische Unabhängigkeit) • Lineare Regressionsanalyse 				

	<ul style="list-style-type: none"> • Grundzüge der Zeitreihenanalyse • Einfache Prognosemethoden • Grundzüge der Indexlehre <p>b. Wahrscheinlichkeitsrechnung /Schließende Statistik</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kombinatorik • Laplace-Experimente, Grundlagen der Wahrscheinlichkeitsrechnung • Bedingte Wahrscheinlichkeiten, stochastische (Un-)abhängigkeit • Diskrete Zufallsvariablen und ihre Beschreibung durch Wahrscheinlichkeits- / Verteilungsfunktion • Stetige Zufallsvariablen und ihre Beschreibung durch Dichte- / Verteilungsfunktion • Maßzahlen zur Beschreibung von Zufallsvariablen (Erwartungswert, Varianz, Standardabweichung) • Wichtige diskrete und stetige Wahrscheinlichkeitsverteilungen, insbesondere Hypergeometrische Verteilung, Binomial-, Poisson- und Normalverteilung • Grundlagen der statistischen Schätz- und Testverfahren • Beziehungen zwischen den Grundbegriffen der Beschreibenden Statistik und der Wahrscheinlichkeitsrechnung / Schließenden Statistik
4	<p>Lehrformen</p> <p>Die Lehrveranstaltung wird als seminaristische Vorlesung durchgeführt.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (100 %) (120 Minuten)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Klausur</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>2,93 % $(6/164,5) \times 0,8$</p>

10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Bornhorn Prof. Dr. Mörchel Prof. Dr. Thorn
11	Sonstige Informationen Literatur: Dürr, W.; Mayer, H.: Wahrscheinlichkeitsrechnung und Schließende Statistik, 6. Aufl., München / Wien (Hanser)2008 Kobelt, H.; Steinhausen, D.: Wirtschaftsstatistik für Studium und Praxis, 7. Aufl., Stuttgart (Schäffer-Poeschel)2006 Laufner, W.: Beschreibende Statistik für Betriebswirte. Vorlesungsunterlagen, Dortmund 2010 Schira, J.: Statistische Methoden der VWL und BWL: Theorie und Praxis, 3. Aufl., München (Pearson)2009

Modul 15 Wirtschaftsinformatik I					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90231	150 h	5	3. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Veranstaltung Wirtschaftsinformatik I	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 60 - 75 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <p>Die Studierenden kennen die Kerngebiete der Wirtschaftsinformatik als Lehre von Entwurf, Entwicklung und Nutzung rechnergestützter Informations- und Kommunikationssysteme in Wirtschaft und Verwaltung. Sie haben Grundkenntnisse im Bereich der Informationsdarstellung in Rechnern, der Hardware, der Algorithmen, Datenbanksysteme sowie dem modularen Aufbau und der gebrauchstauglichen Konzeption betrieblicher Anwendungssoftware. Es ist Wissen über verschiedene Anwendungen der Wirtschaftsinformatik wie Querschnittssysteme, ERP-Systeme, Administrations- und Dispositionssysteme, Analytische Informationssysteme sowie E-Business/E-Commerce und unternehmensübergreifende Systeme vorhanden.</p> <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, Grundkonzepte zur Modellierung von Daten und Informationssystemen anzuwenden. Sie können Softwaresysteme konzeptionell einer Softwareklasse und damit den erwartbaren Funktionalitäten, Datenbeständen und Anwendungszusammenhängen zuordnen. Zudem verfügen sie über die Fähigkeit, anhand einer betrieblichen Aufgabenstellung ein geeignetes Informationssystem im Grobkonzept darzustellen.</p> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <p>Sie lernen in den Übungen, komplexe Sachverhalte sinnvoll zu strukturieren und ihre Lösungen argumentativ zu vertreten. Dies fördert die Kommunikationsfähigkeit und die Verwendung von Fachbegriffen.</p> <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <p>Anhand von Anwendungsbeispielen wenden die Studierenden ihr Wissen praktisch an und vertiefen damit ihre fachliche Kompetenz. Dabei lernen sie, betriebliche Fragestellungen im Detail zu beschreiben, diese zu analysieren und mit einer IT-gestützten Lösung zu verbinden.</p>				

<p>3</p>	<p>Inhalte</p> <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 • 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
<p>4</p>	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristische Vorlesung</p>
<p>5</p>	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
<p>6</p>	<p>Prüfungsformen</p> <p>Modulklausur (100%) (90 Min.)</p>
<p>7</p>	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Klausur</p>
<p>8</p>	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Nein</p>
<p>9</p>	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>2,43 % (5/164,5) x 0,8</p>

10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Graf Prof. Dr. Schmitz
11	Sonstige Informationen Literatur: Abts, D.; Mülder, W.: Grundkurs Wirtschaftsinformatik – Eine kompakte und praxisorientierte Einführung, 11. Aufl. Wiesbaden, 2017 Graf, H.-W.: Wirtschaftsinformatik I - Eine Einführung in die Wirtschaftsinformatik für Betriebswirte. EPUBLI-Verlag, 2018 Hansen, H. R.; Neumann, G.: Wirtschaftsinformatik 1 - Grundlagen und Anwendungen, 11. Auflage, Berlin/München/Boston, 2015 Lemke,C.; Brenner, W.: Einführung in die Wirtschaftsinformatik, Band 1: Verstehen des digitalen Zeitalters, Berlin/Heidelberg, 2015 Mertens, P.; Bodendorf, F.; König, W.; Picot, A.; Schumann, M.; Hess, T.: Grundzüge der Wirtschaftsinformatik, 12. Aufl., 2017 Thesmann, St.; Burkard, W.: Wirtschaftsinformatik für Dummies, 2. Aufl., Weinheim, 2019

Modul 16 A Wirtschaftsinformatik II					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90241	150 h	5	5. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Veranstaltung Wirtschaftsinformatik II	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 35 – 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <p>Die Studierenden kennen die Grundlagen und Einsatzgebiete betrieblicher Standardanwendungssoftware. Sie verfügen über fundiertes Wissen der Funktionen und Schnittstellen verschiedener am Markt verfügbarer Softwarelösungen. Dazu gehören betriebliche Softwareanwendungen im Bereich Enterprise Resource Planning, Customer Relationship Management, Supply Chain Management, Supplier Relationship Management, Product Lifecycle Management und Business Intelligence. Ergänzend erwerben die Studierenden Wissen über innovative IT-Instrumente im Kontext der Digitalisierung (z.B. Big Data Technologien). Zusätzlich erwerben Sie Grundkenntnisse im Bereich der Auswahl von betrieblicher Standardsoftware und der Planung und Durchführung von Softwareprojekten. Kenntnisse über verschiedene am Markt verfügbare Arten von Standardanwendungssoftware sind vorhanden.</p> <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <p>Die Studierenden können Chancen und Risiken bei der Einführung von Standardanwendungssoftware bewerten. Sie erwerben die Fähigkeit abhängig vom betrieblichen Bedarf eine geeignete betriebliche Standardanwendungssoftware auszuwählen. Sie entwickeln ein strukturiertes Vorgehen bei der Einführung einer Standardanwendungssoftware. Die Studierenden wenden ihr Wissen praktisch in Form von Übungsaufgaben an, die mit Hilfe einer etablierten betrieblichen Standardanwendungssoftware gelöst werden, und vertiefen somit ihr fachliches Wissen. Dabei lösen die Studierenden selbstständig anhand verschiedener Fallstudien Fragestellungen unter Zuhilfenahme mehrerer Module einer Standardanwendungssoftware.</p> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <p>Die Übungsaufgaben und Fallstudien sind als Gruppenarbeit angelegt und fördern so die Kommunikationsfähigkeit. Zudem werden die Lösungen vor der Gruppe präsentiert und damit die Präsentationsfertigkeiten verbessert.</p>				

	<p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <p>Die Studierenden lernen selbständiges Arbeiten, indem sie betriebliche Prozesse im Detail in einer Standardanwendungssoftware analysieren und darauf aufbauend eigenverantwortlich umsetzen.</p>
3	<p>Inhalte</p> <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) • Vorbereitung auf verschiedene Übungsaufgaben an einem SAP-System welches speziell für Online-Schulungen konzipiert ist • Auswahl von Standardsoftware • Planung und Durchführung von Softwareprojekten • Beispiele für verschiedene am Markt verfügbarer Arten von Standardanwendungssoftware • Praktische Fallstudien am PC mit Standardanwendungssoftware
4	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristische Vorlesung, Übung (Gruppenarbeiten am PC)</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: Das Modul Wirtschaftsinformatik I sollte absolviert sein</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (100 %) (xx Min.)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>bestandene Klausur</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>2,43 % $(5/164,5) \times 0,8$</p>

10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Schmitz
11	Sonstige Informationen Literatur: Abts, D.; Müller, W.: Grundkurs Wirtschaftsinformatik, Springer Vieweg, 9. Auflage 2017 Alpar, P.: Anwendungsorientierte Wirtschaftsinformatik, 8. Aufl., Wiesbaden 2016 Bange und Janoschek: Big Data Analytics, 2014 Müller, R. M., Lenz, H.-J.: Business Intelligence, 1. Aufl., Berlin/Heidelberg, Springer Vieweg, 2013 Schön, D. : Planung und Reporting – Grundlagen, Business Intelligence, Mobile BI und Big-Data-Analytics, Springer, 2016

Modul 16 B Operations Research					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90251	150 h	5	5. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Veranstaltung Operations Research	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 35 - 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Basierend auf den Lernergebnissen der Grundstudiums-Module „Wirtschaftsmathematik“ und „Wirtschaftsstatistik“ haben die Studierenden in diesem Modul die Möglichkeit ihre „quantitativen Kompetenzen“ zu erweitern und zu vertiefen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erweiterte Kenntnisse der mathematischen Modellbildung in der Betriebswirtschaftslehre und Volkswirtschaftslehre • Vertiefung der Methoden der Infinitesimalrechnung, Linearen Algebra und Finanzmathematik unter besonderer Berücksichtigung betriebswirtschaftlicher Problemstellungen • Erweiterte Kenntnisse der Wahrscheinlichkeitsrechnung und Schließenden Statistik, insbesondere der Schätz- und Testverfahren 				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Das Modul „Operations Research“ basiert auf dem Modul „Wirtschaftsmathematik“ aus dem Grundstudium und beinhaltet mathematische Methoden der Betriebswirtschaftslehre. <p>Quantitative Methoden Modul „Operations Research“: Ausgewählte Fragestellungen aus dem Themenkreis des Operations Research (Optimierung, Simulation etc.).</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>seminaristischer Unterricht, Fallstudien, Übungen</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: Module „Wirtschaftsmathematik“ und „Wirtschaftsstatistik“ sollten absolviert sein.</p>				
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (100%) (90 Minuten)</p>				

7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur sowie ggf. bestandene semesterbegleitende Tests
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote $2,43 \% (5/164,5) \times 0,8$
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Bornhorn Prof. Dr. Radtke Prof. Dr. Tysiak
11	Sonstige Informationen Literatur: Dürr, W.; Kleibohm, K.: Operations Research: Lineare Modelle und ihre Anwendungen, 3. Aufl., München/Wien (Hanser)1992 Dürr, W.; Mayer, H.: Wahrscheinlichkeitsrechnung und Schließende Statistik, 6. Aufl., München/Wien (Hanser)2008 Isenbart, F.; Münzner, H.: Lebensversicherungsmathematik für Praxis und Studium, 3. Aufl., Wiesbaden (Gabler)1994 Kobelt, H.; Steinhausen, D.: Wirtschaftsstatistik für Studium und Praxis, 7. Aufl., Stuttgart (Schäffer-Poeschel)2006 Mack, T.: Schadenversicherungsmathematik, . 2. Aufl., Karlsruhe (Verlag Versicherungswirtschaft)2002 Rathbauer, H.: Angewandte Simulation mit GPSS World für Windows, Berlin (Logos Verlag)2003 Schira, J.: Statistische Methoden der VWL und BWL: Theorie und Praxis, 3. Aufl., München (Pearson)2009

Modul 16 C Fortgeschrittene Statistik					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90261	150 h	5	5. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Veranstaltung Fortgeschrittene Statistik	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 35 - 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Basierend auf den Lernergebnissen der Grundstudiums-Module „Wirtschaftsmathematik“ und „Wirtschaftsstatistik“ haben die Studierenden in diesem Modul die Möglichkeit ihre „quantitativen Kompetenzen“ zu erweitern und zu vertiefen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erweiterte Kenntnisse der mathematischen Modellbildung in der Betriebswirtschaftslehre und Volkswirtschaftslehre • Vertiefung der Methoden der Infinitesimalrechnung, Linearen Algebra und Finanzmathematik unter besonderer Berücksichtigung betriebswirtschaftlicher Problemstellungen • Erweiterte Kenntnisse der Wahrscheinlichkeitsrechnung und Schließenden Statistik, insbesondere der Schätz- und Testverfahren 				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Das Modul „Fortgeschrittene Statistik“ basiert auf dem Modul „Wirtschaftsstatistik“ aus dem Grundstudium und beinhaltet die im Grundstudium nicht oder nur ansatzweise behandelten Methoden der Wahrscheinlichkeitsrechnung und Schließenden Statistik. <p>Quantitative Methoden Modul „Fortgeschrittene Statistik“: Ausgewählte Fragestellungen aus den Themenkreisen Schätz- und Testverfahren, Versicherungsmathematik, stochastische Finanzmathematik.</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>seminaristischer Unterricht, Fallstudien, Übungen</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: Module „Wirtschaftsmathematik“ und „Wirtschaftsstatistik“ sollten absolviert sein.</p>				
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (100%) (90 Minuten)</p>				

7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur sowie ggf. bestandene semesterbegleitende Tests
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote $2,43 \% (5/164,5) \times 0,8$
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Bornhorn Prof. Dr. Radtke Prof. Dr. Tysiak
11	Sonstige Informationen Literatur: Dürr, W.; Kleibohm, K.: Operations Research: Lineare Modelle und ihre Anwendungen, 3. Aufl., München/Wien (Hanser)1992 Dürr, W.; Mayer, H.: Wahrscheinlichkeitsrechnung und Schließende Statistik, 6. Aufl., München/Wien (Hanser)2008 Isenbart, F.; Münzner, H.: Lebensversicherungsmathematik für Praxis und Studium, 3. Aufl., Wiesbaden (Gabler)1994 Kobelt, H.; Steinhausen, D.: Wirtschaftsstatistik für Studium und Praxis, 7. Aufl., Stuttgart (Schäffer-Poeschel)2006 Mack, T.: Schadenversicherungsmathematik, . 2. Aufl., Karlsruhe (Verlag Versicherungswirtschaft)2002 Rathbauer, H.: Angewandte Simulation mit GPSS World für Windows, Berlin (Logos Verlag)2003 Schira, J.: Statistische Methoden der VWL und BWL: Theorie und Praxis, 3. Aufl., München (Pearson)2009

Modul 17 Wirtschaftstheorie					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90311	150 h	5	3. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Veranstaltung Wirtschaftstheorie	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 35 - 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden kennen den mikro- und den makroökonomischen Ansatz der Wirtschaftstheorie. Sie sind mit den elementaren mikro- und makroökonomischen Modellen vertraut und verfügen über vertiefte Kenntnisse in der Funktionsweise von Märkten. Mikro- und makroökonomische Argumentationsweisen und Analysemethoden können angewendet werden. Die Studierenden sind in der Lage, einfache mikro- und makroökonomische Sachverhalte in Modellen abzubilden und wissenschaftlich zu diskutieren.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Teil 1: Grundlagen der Mikroökonomik (2 SWS)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gegenstand der Wirtschaftstheorie und Einordnung in das System der Wirtschaftswissenschaft; Formale Methoden und Modelle • Güternachfrage der Haushalte • Güterangebot der Unternehmen; Produktion, Kosten, Optimierung • Preisbildung auf Märkten: Marktformen; Marktmechanismen; Wechselwirkung zwischen Märkten; Marktstörungen und -eingriffe • Angebotspolitik und Preisbildung im Monopol; Marktmacht <p>Teil 2: Grundlagen der Makroökonomik (2 SWS)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gegenstand, Messgrößen und Politikanspruch der Makroökonomik • Zur Langfristige Tendenz einer Volkswirtschaft <ul style="list-style-type: none"> • Angebot, Nachfrage und Gleichgewicht • Arbeitslosigkeit und Inflation im Modell flexibler Preise • Offene Volkswirtschaften im Modell flexibler Preise • Ursache und Wirkung von Instabilitäten <ul style="list-style-type: none"> • Angebot, Nachfrage und Instabilitäten • Geld- und Fiskalpolitik bei gegebenem Preisniveau • Offene Volkswirtschaften im Modell starrer Preise 				

4	Lehrformen Seminaristische Vorlesung mit Anwendungs- und Fallbeispielen
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausuren (100%) (90 Minuten)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) nein
9	Stellenwert der Note für die Endnote 2,43 % $(5/164,5) \times 0,8$
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Kortmann Prof. Dr. Brüggelambert Prof. Dr. Greiber
11	Sonstige Informationen <i>Literatur:</i> Teil 1: Grundlagen der Mikroökonomik Kortmann, W.: Mikroökonomik - Anwendungsbezogene Grundlagen; Physica. Kortmann, W.: Mikroökonomik - Methodik, Aufgaben, Begriffe; Oldenbourg Varian, H.: Grundzüge der Mikroökonomik; Oldenbourg Teil 2: Grundlagen der Makroökonomik Baßeler, U. / Heinrich, J. / Utecht, B.: Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft; Schäffer-Poeschel: München. Blanchard, O. / Illing, G.: Makroökonomie; Pearson. Clement, R. / Terlau, W. / Kiy, M.: Grundlagen der Angewandten Makroökonomie; Vahlen. Mankiw, N.G.: Makroökonomik; Schäffer / Poeschel.

Modul 18 Wirtschaftspolitik					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90321	150 h	5	5. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Veranstaltung Wirtschaftspolitik	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Grup- pengröße 35 - 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden kennen das binnen- bzw. volkswirtschaftliche Unternehmensumfeld, sowohl hinsichtlich der Institutionen und Wirkungszusammenhänge als auch der gesamtwirtschaftlichen Prozesse. Sie wenden wirtschaftstheoretische Modelle und Methoden der gesamtwirtschaftlichen Analyse an und erkennen die Bedeutung volkswirtschaftlicher Rahmenbedingungen für die Unternehmenspolitik. Die Studierenden können wirtschaftspolitische Diskussionen und Entscheidungen kritisch reflektieren und sind in der Lage, wirtschaftspolitische Maßnahmen hinsichtlich ihres Zustandekommens und ihrer Wirkungen abschätzen.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Teil 1: Wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen (2 SWS)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Volkswirtschaftliches Umfeld des Unternehmens; wirtschaftswissenschaftliche Einordnung des Themas • Soziale Marktwirtschaft • Gegenstand, Aufgaben, Träger und Teilbereiche der Wirtschaftspolitik • Theoretische Rechtfertigungen für Wirtschaftspolitik in der Marktwirtschaft; Grundzüge der Sozialpolitik • Erfordernisse rationaler Wirtschaftspolitik • Bedingtheit von Wirtschaftspolitik in der Demokratie; Grundzüge des politischen Systems in Deutschland und der Europäischen Union • Wirtschaftspolitik als Handlungsprozess: Arten, Einsatz und Wirkungen wirtschaftspolitischer Instrumente • Handlungsfelder der Wirtschaftspolitik und unternehmenspolitische Bezüge: Grundlagen der internationalen Wirtschaftspolitik, Strukturpolitik, Wettbewerbspolitik <p>Teil 2: Gesamtwirtschaftliche Prozesse (2 SWS)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dynamische Vorgänge im Bereich der Wirtschaft: Wachstum, Strukturwandel, Konjunkturschwankungen • Amtliche Statistik und Quellen wirtschaftsdynamischer Daten 				

	<ul style="list-style-type: none"> • Arten und Erscheinungsformen der Konjunktur • Messung und Vorhersage; Konjunkturforschung • Bestimmungsgründe, Erklärungsansätze und Wirkungen • Strukturwandel, Wachstum und Stagnation • Unternehmenspolitische Implikationen
4	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristische Vorlesung mit Anwendungs- und Fallbeispielen</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (100 %) (60 Minuten)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Zurzeit nicht</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>2,43 % $(5/164,5) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Kortmann</p> <p>Prof. Dr. Brüggelambert</p> <p>Prof. Dr. Greiber</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur</p> <p>Teil 1: Wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen (2 SWS)</p> <p>W. Kortmann: Vorlesungen zur Wirtschaftspolitik; Skriptum Nr. 00334/3</p> <p>W. Kortmann: Wirtschaftsordnung und Soziale Marktwirtschaft; Studien und Beiträge Nr. 08220/1</p> <p>J. Donges / A. Freytag: Allgemeine Wirtschaftspolitik; Lucius&Lucius</p> <p>B. Frey / G. Kirchgässner: Demokratische Wirtschaftspolitik; Vahlen</p> <p>W. Koch / C. Czogalla: Grundlagen und Probleme der Wirtschaftspolitik; Bachem</p>

<p>M. Fritsch et al.: Marktversagen und Wirtschaftspolitik; Vahlen</p> <p>Teil 2: Gesamtwirtschaftliche Prozesse (2 SWS)</p> <p>W. Kortmann: Konjunkturlehre; Skriptum Nr. 04061/2</p> <p>W. Kortmann: Konjunkturanalyse und -prognose in und für Unternehmen; FH-Dortmund, Ergebnisse aus Forschung und Entwicklung Nr. 18.</p> <p>G. Tichy: Konjunktur; Springer</p> <p>M. Mette: Strategisches Management im Konjunkturzyklus; DUV</p> <p>M. Willms: Strukturpolitik, in: Vahlens Kompendium der Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik, Band 2, 7. Aufl.</p>
--

Modul 19 Recht					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90330	150 h	5	1. u. 2. Sem.	Jedes Semester	2 Semester
1	Veranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
	a. Vertragsmanagement I b. Vertragsmanagement II		4 SWS / 60 h	90 h	35 - 40 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	Die Studierenden haben Kenntnisse des Vertragsmanagements (Fachkompetenz). Sie sind befähigt, mit Hilfe juristischer Methodik einfache juristische Sachverhalte zu lösen (Methodenkompetenz). Sie sind in der Lage, vertragsrechtliche Sachverhalte zu beurteilen und auf der Basis betriebswirtschaftlicher Anforderungen Gestaltungsempfehlungen für die vertragsrechtliche Praxis zu geben.				
3	Inhalte				
	<p>a. Vertragsmanagement I</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung von Verträgen im betriebswirtschaftlichen Zusammenhang • Grundlagen des Vertragsrechts am Beispiel des Kaufvertrags • Vertragsanbahnung • Vertragsschluss • ausgewählte Vertragsinhalte • Vertragsstörungen und Vertragsbeendigung <p>Die Fragestellungen werden unter Einschluss der Besonderheiten des kaufmännischen Rechtsverkehrs behandelt.</p> <p>b. Vertragsmanagement II</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vertragsrecht als strategisches Managementinstrument • Grundstrukturen des Unternehmensrechts • Arbeitsvertrag als Instrument der Unternehmensführung 				
4	Lehrformen				
	seminaristischer Unterricht, fallinduktives Lernen u.a.				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	Formal: keine				

	Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur (100 %) (60 Minuten)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur und ggf. der semesterbegleitenden Prüfungen
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) nein
9	Stellenwert der Note für die Endnote $2,43 \% (5/164,5) \times 0,8$
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Dr. Wolmerath
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur:</p> <p>Aktuelle Gesetzestexte</p> <p>a. Aktuelle Wirtschaftsgesetze, Vahlen</p> <p>b. Arbeitsgesetze, Beck-Texte im dtv</p> <p>a. Vertragsmanagement I</p> <p>c. Richter, Vertragsrecht, Vahlen 2009</p> <p>d. Aunert-Micus u.a., Wirtschaftsprivatrecht, 4. Auflage, Luchterhand 2010</p> <p>e. Tegen/Reul/Heidinger/Tersteegen, Unternehmensrecht, Vahlen 2009</p> <p>b. Vertragsmanagement II</p> <p>a. Klein-Blenkers, Rechtsformen der Unternehmen, C.F. Müller, 2009</p> <p>b. Saenger, Ingo, Gesellschaftsrecht, Vahlen, 2010</p> <p>c. Senne, Petra, Arbeitsrecht - Das Arbeitsverhältnis in der betrieblichen Praxis, 8. Auflage, 2011</p> <p>d. Däubler / Hjort / Hummel / Wolmerath, Arbeitsrecht, Individualarbeitsrecht mit kollektivrechtlichen Bezügen, Handkommentar, 1. Aufl., Nomos Verlag, Baden Baden 2008</p> <p>e. Bartscher / Huber: Praktische Personalwirtschaft, 2. Aufl., Wiesbaden 2007</p> <p>f. Däubler / Dorndorf / Bonin / Deinert: AGB-Kontrolle im Arbeitsrecht, Kommentar, 2. Aufl., Verlag Franz Vahlen, München 2008</p> <p>Weitere aktuelle Literaturhinweise in der Lehrveranstaltung!</p>

Modul 20 Recht und Ethik					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90341	60 h	2	3. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Modul Recht und Ethik	Kontaktzeit 2 SWS / 30 h	Selbststudium 30 h	geplante Grup- pengröße 35 - 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Recht und Ethik sind in der unternehmerischen Praxis interdisziplinär verknüpft. Qualifikationsziel ist die Fähigkeit zur Reflexion „richtigen Handelns“.</p> <p><u>Fachkompetenz:</u></p> <p>Die Studierenden kennen die Grundlagen der unserer Rechtsordnung zu Grunde liegenden Werteordnung.</p> <p><u>Methodenkompetenz:</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, rechtliche Prozesse im Betrieb ethisch zu beurteilen sowie diese Erkenntnisse für die Vertragsgestaltung nutzbar zu machen.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Ausgewählte Projektthemen, z. B.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Werteordnung des Grundgesetzes • Die Gleichstellung im Arbeitsleben • Arbeitnehmerüberlassung und Lohngerechtigkeit • Glaubensüberzeugung und Rechtsordnung • Vertragsgestaltung und Informationsasymmetrie • Das hanseatische Prinzip • Recht, Marketing und Ethik • Die Ethik des Insolvenzmanagements 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristischer Unterricht, Projektarbeiten, Gruppenarbeiten</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: Das Modul Recht sollte absolviert sein.</p>				

6	Prüfungsformen Präsentation einer Gruppenarbeit (100%)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Erfolgreiches Bestehen der Prüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote $0,97 \% (2/164,5) \times 0,8$
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Dr. Wolmerath
11	Sonstige Informationen Literatur: Bommarius, C.; Das Grundgesetz, Berlin 2009 Koller, P.: Theorie des Rechts, Wien, Köln, Weimar 1992 Negt, O.: Arbeit und Menschliche Würde, Göttingen 2008 Weitere Literaturempfehlungen in der Lehrveranstaltung abhängig von der Thematik.

Modul 21 Englisch I					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90350	150 h	5	1.u. 2. Sem.	Jedes Semester	2 Semester
1	Veranstaltungen a. Englisch A b. Englisch B	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Grup- pengröße 25 - 30 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>a. Englisch A</p> <p>Die Studierenden kennen grundlegende Konventionen und Stilelemente in der englischsprachigen Wirtschaftskommunikation und wenden diese angemessen an.</p> <p>Sie verfügen über ein grundlegendes grammatikalisches 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>Die Studierenden kennen ein Repertoire von Techniken für selbstgesteuertes Sprachenlernen und wenden dieses an.</p> <p>b. Englisch B</p> <p>Die Studierenden kennen grundlegende Konventionen und Stilelemente in der englischsprachigen Wirtschaftskommunikation und wenden diese angemessen an.</p> <p>Sie verfügen über ein grundlegendes grammatikalisches 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>Die Studierenden kennen ein Repertoire von Techniken für selbstgesteuertes Sprachenlernen und wenden dieses an.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>a. Englisch A</p> <p>In der Beschäftigung mit Themen und Fallstudien aus dem Bereich International Trade werden auf 3 Ebenen grundlegende sprachliche Kompetenzen ausgebaut:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Übung aus Ausbau der lexikalischen und grammatikalischen Grundlagen • Einführung und Übung von Strategien für praxisorientiertes Sprachhandeln, z.B. im Hinblick auf Interaktion und Leseverstehen unter Einbeziehung von Konventionen und wesentlichen Stilelementen 				

	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung und Übung im Umgang mit wirtschaftstypischen Kommunikationsformen wie Handelskorrespondenz und Dialogen <p>b. Englisch B</p> <p>In der Beschäftigung mit Themen aus dem Wirtschaftsbereich werden auf 2 Ebenen grundlegende sprachliche Kompetenzen ausgebaut:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Übung aus Ausbau der lexikalischen und grammatikalischen Grundlagen • Einführung und Übung von Strategien für praxisorientiertes Sprachhandeln, z.B. im Hinblick auf Kurzpräsentationen und das Abfassen von Bewerbungen unter Einbeziehung von Konventionen und wesentlichen Stilelementen
4	<p>Lehrformen</p> <p>Vortrag, fragend-entwickelndes Gespräch, Bearbeitung von Aufgaben</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich. Vorkenntnisse auf dem Niveau B1, entsprechend etwa 6-7 Jahren Schulenglisch</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (100 %) (45 Minuten)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>2,43 % $(5/164,5) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Dr. Jürke</p> <p>Kuhn</p> <p>Gerhardt</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>-</p>

Modul 22 Englisch II					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90361	90 h	3	3. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Veranstaltung Englisch II	Kontaktzeit 2 SWS / 30 h	Selbststudium 6 h	geplante Grup- pengröße 25 - 30 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden sind in der Lage in der englischen Sprache Fallstudien zu bearbeiten, Fachgespräche zu führen, kurze Präsentationen durchzuführen und kurze Texte zu wirtschaftlichen Themen zu verfassen. Sie können selbstständig wirtschaftsbezogene englischsprachige Videos analysieren.				
3	Inhalte Ausgewählte Videos, Fallstudien und wirtschaftsbezogene Texte werden studiert und in Gruppen- und Zweigesprächen besprochen. Anhand von Fragestellungen zu den behandelten Themen werden kurze Texte verfasst. Das Thema „Professional Presentations“ wird eingeleitet. In Teams werden kurze Präsentationen durchgeführt.				
4	Lehrformen Vortrag, fragend-entwickelndes Gespräch, Dialoge, Besprechung von häufig gemachten Fehlern. Learning by doing: Durchführung von Präsentationen in Teams anhand eigener Recherchen, Erteilung von Feedback durch Studierende und Dozent				
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Modul Englisch I sollte absolviert sein				
6	Prüfungsformen Semesterbegleitende Präsentation (50%) und 30-minütige semesterabschließende Klausur (50%)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung				
8	Verwendung des Moduls Nein				

9	Stellenwert der Note für die Endnote 1,46 % $(3/164,5) \times 0,8$
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Drs. de Jongste Florian Gerhardt
11	Sonstige Informationen -

Modul 23 Englisch III					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90371	60 h	2	5. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Veranstaltung Englisch I	Kontaktzeit 2 SWS / 30 h	Selbststudium 30 h	geplante Grup- pengröße 25 - 30 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage in der englischen Sprache ein effektives Meeting durchzuführen, einem Meeting vorzusitzen, ein Protokoll und „action plan“ zu erstellen, und eine konstruktive und offene Arbeitsatmosphäre zu kreieren und zu gewährleisten. Sie sind in der Lage die zu besprechenden Probleme zu analysieren und selbstständig Lösungen zu suchen. Außerdem ist ihnen der besondere Charakter internationaler Meetings bewusst.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Das Thema „Meetings and Culture“ wird eingeleitet. Der besondere Charakter interkultureller Meetings und die Anwendung englisch / amerikanischer Meetingkonventionen als Kompromisslösung werden erläutert. Dann erfolgen die Diskursanalyse eines Meetingskriptes und Übungen in Konversationsstrategien. Die Aufgaben der/s Vorsitzenden werden besprochen.</p> <p>Folgende Fähigkeiten werden insbesondere eingeübt: Meeting eröffnen, Protokoll genehmigen, Tagesordnung ansprechen und ihr folgen, Vorschläge formulieren, konstruktiv auf die Vorschläge Anderer reagieren, mit sprachlichen Defiziten bei sich selbst und bei anderen umgehen, sich selber einbringen und andere Teilnehmer in das Meeting einbeziehen, Meeting abschließen. In Rollenspielen wird die Anwendung der besprochenen Strategien und Konventionen geübt.</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Vortrag, fragend-entwickelndes Gespräch (Einführung), Learning by doing: Durchführung von Meetings in Teams anhand erteilter Tagesordnungen und Hintergrundinformationen, Erteilung von Feedback durch Studierende und Dozent</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Das Modul Englisch I muss bestanden sein</p> <p>Inhaltlich. Das Modul Englisch II sollte absolviert sein</p>				

6	Prüfungsformen Klausur (100 %) (45 Minuten)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls nein
9	Stellenwert der Note für die Endnote $0,97 \% (2/164,5) \times 0,8$
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Drs. de Jongste
11	Sonstige Informationen -

Modul 24 Business Skills and Competencies I					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90410	195 h	6,5	1. und 2. Sem.	Jedes Semester	2 Semester
1	Veranstaltungen a. Kommunizieren, Prä- sentieren, Recher- chieren b. Wissenschaftliches Arbeiten c. Business Communi- cation, Intercultural Competencies, Self- marketing	Kontaktzeit 5 SWS / 75 h	Selbststudium 120 h (Blended Learn- ing- Unterstützung/ Lernplattform ILLI- AS)	geplante Grup- pengröße 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden kennen die für das Studium und die spätere Berufstätigkeit relevanten Kompetenzen und können sie im Kern gezielt abrufen.</p> <p>a. Kommunikation:</p> <p>Die Studierenden kennen die Grundzüge von Kommunikationsstrukturen (Sprache, Körpersprache) und die damit verbundenen Kommunikationsprobleme.</p> <p>Sie wissen um unterschiedliche Kommunikationsstile und beherrschen Grundformen professioneller Kommunikation/Gesprächsführung.</p> <p>aa. Präsentationstechniken:</p> <p>Die Studierenden kennen Aufbau und Struktur von Präsentationen / Vorträgen, können Präsentationsziele und darstellerische Mittel situationsbezogen festlegen und planen.</p> <p>Sie beherrschen mediale Grundregeln: Foliengestaltung, Medieneinsatz, Methodenvielfalt.</p> <p>Sie haben den Umgang mit Publikum geübt und Anfangsgründe eines individuellen (Kommunikations-)Stils entwickelt (Sprache, Dialekte und Akzent, Verhalten).</p> <p>Sie können mit persönlichen Hemmnissen (z.B. Lampenfieber, black out) umgehen und wirkungsvolle individuelle Arbeitsweisen dagegen entwickeln.</p> <p>aaa. Informations- und Medienkompetenz:</p> <p>Die Studierenden kennen die wichtigsten fachbezogenen Informationswege mittels neuer Medien, ihre Chancen und Risiken.</p> <p>Sie beherrschen wesentliche Beschaffungswege, Qualitätschecks und Auswertungsmöglichkeiten internetbasierter Informationen.</p> <p>Sie entwickeln aktiv ihre Kompetenzen für das Management und die Verteilung</p>				

	<p>fachbezogener Informationen in beruflichen Zusammenhängen.</p> <p>b. Wissenschaftliches Arbeiten:</p> <p>Die Studierenden kennen die Kriterien wissenschaftlichen Arbeitens und ihre Bedeutung sowie Grundtypen wissenschaftlicher Arbeitens.</p> <p>Sie beherrschen die formalen Grundstrukturen (Themenstellung, Gliederung, Zitierweise etc.) sowie technische Gestaltungsmöglichkeiten.</p> <p>Sie verfügen über ein methodisches Konzept wissenschaftlichen Arbeitens (Vorgehen).</p> <p>Sie können grundlegende wissenschaftliche Arbeitstechniken anwenden (Lesetechniken, Textarbeit, Planung).</p> <p>c. Business Communication:</p> <p>Die Studierenden kennen wichtige projektbezogene Planungserfordernisse und -tools.</p> <p>Die Studierenden kennen wichtige businessbezogene Kommunikationserfordernisse und -tools.</p> <p>Sie beherrschen die problemorientierte Planung und Anwendung dieser Tools für wichtige Aufgaben im beruflichen Alltag</p> <p>cc. Intercultural Competencies:</p> <p>Die Studierenden kennen Differenzen kultureller und gender-spezifischen Verhaltensweisen und können diese identifizieren.</p> <p>Sie kennen Parameter interkulturellen Verhaltens im geschäftlichen Umgang (Kommunikationsformen wie Begrüßung, Kleidung, Gesprächs- und Verhandlungstechniken u.ä.), können diese selbständig recherchieren und die Interaktion in ihnen einüben.</p> <p>Sie erkennen die eigene interkulturelle Kompetenz als Qualität.</p> <p>ccc. Selfmarketing:</p> <p>Die Studierenden kennen die Indikatoren eines guten Selfmarketings (u. a. Körpersprache, Business-Outfit, professionelles Verhalten und Auftreten, Networking) und entwickeln individuelle Darstellungsstrategien.</p> <p>Sie verfügen über ein individuelles Design ihrer mittel- / langfristigen Zielsetzung für den Arbeitsmarkt.</p> <p>Sie entwickeln grundlegende Methoden, ihr Selbstbewusstsein zu stärken und mit Schwächen umzugehen.</p>
	<p>Inhalte (Trainingsbausteine)</p> <p>a. Kommunizieren, Präsentieren, Recherchieren (1. Semester)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kommunikationstheorie • betriebliche Kommunikation • professionelle Gesprächsführung • Präsentationstechniken im Business

	<ul style="list-style-type: none"> • fachbezogenes Arbeiten mit dem Internet • Essentials moderner Medienkompetenz <p>b. Wissenschaftliches Arbeiten (2. Semester)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundtypen und Grundstrukturen wissenschaftlichen Arbeitens: • Herangehensweise (Themenfindung und –eingrenzung; Literaturrecherche; Gliederung; Zeitmanagement) • Formalia (Umgang mit Quellen, Zitierweise, Belegen, Schreibstil, Layout) • Wissenschaftliches Arbeiten mit Texten (Verstehen, Wiedergeben, Beurteilen, Bearbeiten) <p>c. Business Communication, Intercultural Competencies, Selfmarketing (2. Semester)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erscheinungsbild; Selbst- und Fremdbilder; „Marke ICH“; Performance-Strategien • Gender und Diversity; Dimensionen von Kultur und Identität; Ich und die Anderen; Umgang mit Regeln und Verunsicherung • Projektplan; To-Do-Listen; Performance Tracking; Meeting-Agendas und -protokolle; Projekt- und Businessberichte <p>Diese 3 Trainingsbausteine bereiten speziell auch auf das Auslandsstudium und das Praktikumssemester im In- oder Ausland vor (Modul 30 A und B).</p>
<p>4</p>	<p>Lehrformen</p> <p>Business Skills sind keine Vorlesungen, sondern Trainings. Allgemeine Inputs durch die Dozenten und Trainer finden im Plenum für alle Teilnehmer statt. Das Gros der Trainingsarbeit findet jedoch in Gruppen bis zu max. 30 Teilnehmern statt, die wiederum in kleinere Teams unterteilt werden. Hierbei fungiert der Dozent überwiegend als Coach für gruppenbezogene Selbstlernprozesse.</p> <p>Teile des Moduls finden mehrzünftig und in Blockform statt. Es arbeiten mehrere DozentInnen parallel mit den Studierenden.</p> <p>Die gesamte Organisation von Business Skills findet über die Lernplattform ILIAS statt.</p>
<p>5</p>	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: Keine</p>
<p>6</p>	<p>Prüfungsformen</p> <p>Alle Prüfungen zu diesem Modul finden ausschließlich semesterbegleitend statt. Die Form dieser Prüfungen legen die jeweiligen Trainer fest. Sie werden vom Prüfungsausschuss zum Beginn des Semesters bekannt gegeben.</p>

7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Details werden im Begleitmaterial zu den Lernangeboten (LIAS) geregelt.
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) nein
9	Stellenwert der Note für die Endnote $3,16 \% (6,5/164,5) \times 0,8$
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Koch Prof. Dr. Mittmann Dipl. Betw. Zett (Trainerin und Unternehmensberaterin) N.N
11	Sonstige Informationen Business Skills Begleitmaterialien

Modul 25 Business Skills and Competencies II					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90423	90 h	3	7. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Veranstaltungen a) Thesis schreiben b) Bewerbertraining	Kontaktzeit 2 SWS / 30 h	Selbststudium 60 h	geplante Grup- pengröße 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>a. Thesis schreiben:</p> <p>Die Studierenden kennen die inhaltlichen und formalen Anforderungen an die Thesis.</p> <p>Sie kennen die Vorgehensweise bei der Erstellung der Thesis und können die Phasen des Bearbeitungsprozesses festlegen und planen.</p> <p>Sie beherrschen die formale / stilistische Grundstruktur der Thesis. Sie wissen, wie diese mit einem modernen Textverarbeitungsprogramm realisiert wird.</p> <p>Sie können einen Gliederungs- und Planungsentwurf für ein / ihr Thesis-Thema entwickeln.</p> <p>b. Bewerbertraining:</p> <p>Die Studierenden können professionelle arbeitsmarktgerechte Bewerbungsunterlagen erstellen.</p> <p>Sie verfügen über individuelle strategische Berufs- und Bewerbungsziele (Karrierplanung) und eine objektive Einschätzung der Performance ihrer Person (Selbstprofilung).</p> <p>Sie sind im Stande, komplexe Arbeitsmarktanalysen vorzunehmen.</p> <p>Die Studierenden kennen die Abläufe von Rekrutierungsinstrumentarien (Vorstellungsgespräche, Assessment Center etc.) im In- und Ausland und können in diesen Strukturen selbständig und professionell agieren.</p>				
3	<p>Inhalte (Trainingsbausteine)</p> <p>a. Thesis schreiben</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundstruktur einer Thesis, Anforderungsprofil. Herangehenswege zur Erstellung • Phasen des Arbeitsprozesses mit Zeit- und Terminplanung • Themen- und Materialsuche • Formale und stilistische Gesichtspunkte, u. a. Aufbau / Gliederung, Layout, Schreibstil, Zitierweise, Quellenangabe (Vertiefung) 				

	<ul style="list-style-type: none"> • Erarbeitung von Thema, Titel, Gliederung, Arbeitsplan <p>b. Bewerbertraining</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bewerbungsverfahren im In- und Ausland • Erarbeitung eines individuellen Karriereplanes • Bewusstmachung der eigenen Stärken / des Nachholbedarfs • Arbeitsmarkt- / Stellenanzeigenanalyse • Erstellung einer individuellen Bewerbungsmappe einschl. Bewerbungsschreiben • Verhalten im Vorstellungsgespräch / Assessment Center
4	<p>Lehrformen</p> <p>Business Skills sind keine Vorlesungen, sondern Trainings. Allgemeine Inputs durch die Dozenten und Trainer finden im Plenum für alle Teilnehmer statt. Das Gros der Trainingsarbeit findet jedoch in Gruppen bis zu max. 30 Teilnehmern statt, die wiederum in kleinere Teams unterteilt werden. Hierbei fungiert der Dozent überwiegend als Coach für gruppenbezogene Selbstlernprozesse.</p> <p>Teile des Moduls finden mehrzünftig und in Blockform statt. Es arbeiten mehrere DozentInnen parallel mit den Studierenden.</p> <p>Die gesamte Organisation von Business Skills findet über die Lernplattform ILIAS statt.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Alle Prüfungen zu diesem Modul finden ausschließlich semesterbegleitend statt. Die Form dieser Prüfungen legen die jeweiligen Trainer fest. Sie werden vom Prüfungsausschuss zum Beginn des Semesters bekannt gegeben.</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Details regelt ein Business Skills Handbuch</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>1,46 % $(3/164,5) \times 0,8$</p>

10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Koch
11	Sonstige Informationen Business Skills Handbuch

Wahlpflichtmodulkatalog

Modul Controlling					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des An-gebots	Dauer
90701	300 h	10	5.-7 Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Controlling und Kosten- management	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Grup- pengröße 25 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Erweiterung der kaufmännischen Kompetenz um Kenntnisse im operativen und strate- gischen Controlling. Die Studierenden werden dabei schrittweise in die wesentlichen Wissensgrundlagen eingearbeitet. Für den BA Betriebswirtschaft ist die Controlling- Kompetenz aus folgender Hinsicht fachübergreifend unerlässlich: Die Controlling- Fachkompetenz hilft als Querschnittsfunktion bei fachspezifischen und fachübergrei- fenden Entscheidungsfindungen von den Funktionsbereichen bis hin zur Unterneh- mensführung. Die Studierenden wenden Controlling-Methodenkompetenz zur Lösung betriebswirtschaftlicher Fragestellungen an. Sie tragen bei zur Zielsetzung des Unter- nehmens und dessen strategischen u. operativen Ausrichtung sowie Umsetzung.</p> <p>Die Studierenden eignen sich fundierte Kenntnisse im Fachgebiet Controlling an. Sie erarbeiten dabei schrittweise die wesentlichen Wissensgrundlagen und Entschei- dungsfelder. Für den BA Betriebswirtschaft ist die Kompetenz aus folgender Hinsicht übergreifend unerlässlich: Die Querschnittsfunktion des Controllings sowie die Ab- grenzung zu anderen Gebieten der Betriebswirtschaft (Marketing, Einkauf, Produktion etc.) werden herausgearbeitet und die Studierenden erhalten umfassende Fachkennt- nisse und einen Methodenüberblick für die Unternehmenspraxis.</p> <p>Neben den Controllinginhalten sollen zudem Umsetzungskompetenzen mit Hilfe von in der Praxis gebräuchlichen DV-Instrumenten (relationale Datenbankmanagement- systeme und Tabellenkalkulationsprogramme) erlangt werden. Es erfolgt eine syste- matische Erarbeitung der Anwendungen und Methoden im Rahmen von PC-Übung und -Fallstudien unter Einbeziehung der Studierenden sowie einem ergänzenden Selbst- studium.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Operatives und strategisches Controlling (4SV)</p> <p>Aufbauend auf den Grundlagen des Rechnungswesen sowie der Investitions- und Fi- nanzrechnung werden folgende Teilbereiche des Controlling behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Controlling • Kennzahlensysteme inkl. Bilanz- und Finanzanalyse • Kosten- und Erfolgs-Controlling 				

	<ul style="list-style-type: none"> • Planungs- und Berichtssysteme • Moderne Instrumente im Kostenmanagement • Beschaffungs-Controlling • Produktions-Controlling • Strategisches Controlling sowie • weitere ausgewählte Controlling-Bereiche <p>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.</p> <p>DV-gestütztes Controlling (2Ü)</p> <p>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:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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	<p>Lehrformen</p> <p>Das Modul teilt sich in 2 Lehrveranstaltungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Operatives und strategisches Controlling (Seminaristischer Unterricht mit 4 SV) • DV-gestütztes Controlling (Übung 2Ü)
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Die Module Rechnungswesen I und II müssen bestanden sein</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (70 %) (60 Minuten); Präsentation/Ausarbeitung (30 %) (15 – 30 Minuten)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur sowie erfolgreiche Präsentation/Ausarbeitung in der Übung</p>

8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>4,88 % $(10/164,5) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Schön</p> <p>N.N.</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur:</p> <p>Coenenberg, A. G.; Baum; H.- G.: Strategisches Controlling, 4. Aufl., Stuttgart 2009</p> <p>Freidank, C.: Kostenrechnung, 8. Aufl., München, Wien 2008.</p> <p>Haberstock, L.: Kostenrechnung I., 13. Aufl., Wiesbaden 2008.</p> <p>Haberstock, L.: Kostenrechnung II., (Grenz-) Plankostenrechnung, 10. Aufl., Wiesbaden 2008.</p> <p>Hahn, D.: Planungs- und Kontrollrechnung - PuK - Controllingkonzepte, 6. Aufl., Wiesbaden 2001.</p> <p>Hinterhuber, H.: Strategische Unternehmensführung, Bd. 1: Strategisches Denken, 6. Aufl., Berlin, New-York 2004.</p> <p>Horváth, P.: Controlling, 11. Aufl. München 2009.</p> <p>Horváth, P.; Reichmann, T. (Hrsg.): Vahlens Großes Controlling-Lexikon, 2. Aufl., München 2002.</p> <p>Kilger, W.: Flexible Plankostenrechnung und Deckungsbeitragsrechnung, 10. vollst. überarb. u. erw. Auflage, Wiesbaden 1993.</p> <p>Reichmann, T.: Controlling mit Kennzahlen und Managementberichten - Grundlagen einer systemgestützten Controlling-Konzeption, 7. Aufl., München 2006.</p> <p>Weber, J.; Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, 12. Aufl., Stuttgart 2008.</p>

Modul Internes Rechnungswesen/Kostenmanagement					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90702	300 h	10	5.-7. Sem.	SoSe (jährlich)	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Controlling und Kostenmanagement	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p><u>Fachkompetenz:</u> Die Studierenden erkennen, dass Kostenmanagement auf die aktive und bewusste Gestaltung der Kosten- und Leistungsbeziehungen eines Unternehmens ausgerichtet ist. Sie sind sich dessen bewusst, dass das Kostenmanagement zentral in die Unternehmenssteuerung eingebunden ist. Des weiteren können sie sowohl Verfahren eines Kostenmanagement, die einer führungsorientierten Kostenrechnung entstammen, als auch Aktivitäten eines Kostenmanagement, die aus strategischen Verhaltensmustern erwachsen, unterscheiden, einordnen, analysieren und beurteilen.</p> <p><u>Methodenkompetenz:</u> Aus dem Verstehen der Zusammenhänge des Kostenmanagement entwickeln die Studierenden die Fähigkeit und die Fertigkeiten, Instrumente des Kostenmanagement sach- und fachgerecht einzusetzen. Insbesondere sind sie imstande, Rechnungen zur Unterstützung des Kostenmanagement kostenrechnungsgeneriert durchzuführen, z. B. eine differenzierte Kostenstellenkostenplanung, eine Bezugsgrößenkalkulation für Produkte, Deckungsbeitragsabweichungen und deren Zerlegung, Prozesskosten und Prozesskostensätze. Überdies können sie zudem strategisch orientierte Verfahren zum Kostenmanagement, z. B. Kostenbenchmarking, Anreizgestaltung durch Verrechnungspreise, erläutern und auf die Unternehmenssituation anpassen.</p> <p><u>Schlüsselkompetenz:</u> Die für ein effizientes Kostenmanagement erforderliche Artikulationsfähigkeit gegenüber anderen Beteiligten im Unternehmen ist erlangt. Betriebswirtschaftlich können die Studierenden über Kostenmanagementmaßnahmen schriftlich und mündlich adäquat und nachvollziehbar kommunizieren.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Das Modul Internes Rechnungswesen / Kostenmanagement besteht aus zwei Teilen: einer seminaristischen Veranstaltung mit vier SWS und einer Übungsveranstaltung mit zwei SWS.</p> <p>a) Ausgestaltung des Kostenmanagement (4 SWS)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundaussagen zum Kostenmanagement • Kostenplanung, Kostenkontrolle und Produktkalkulation in der flexib- 				

	<p>len Plankostenrechnung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Statische und dynamische mehrstufige Deckungsbeitragsrechnungen, allgemeine Architektur mehrstufiger Deckungsbeitragsrechnungen • Mehrprodukt-Break-even-Analysen und Deckungsbeitragsabweichungsrechnungen • Prozesskostenrechnung und Prozesskostenmanagement • Produktgeleitetes Kostenmanagement • Wettbewerbsgeleitetes Kostenmanagement • Organisationsgeleitetes Kostenmanagement <p>b) Anwendung des Kostenmanagement (2 SWS) Alternativ können als Übungsveranstaltung zum Einsatz kommen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Abbildung eines Geschäftsprozesses im SAP-Standardsystem ERP Central Component zum Betreiben eines Kostenmanagement. Dazu wird im Besonderen die SAP-Anwendungskomponente Investitionsmanagement (IM) herangezogen. Auf der Grundlage eines umfassenden Fallbeispiels werden die Schritte eines Investitionsmanagement von der Beantragung von Investitionen weiter über die Entscheidungsfindung, die Planung und Budgetierung sowie Abrechnung bis zur Aktivierung durchlaufen. Customizingeinstellungen, Stammdaten und Bewegungsdaten sowie Berichtsgenerierung werden im SAP-Standardsystem aufgebaut und umgesetzt. • Bearbeitung einer konkreten Fragestellung aus dem Kostenmanagement mit praxisbezogenen Implikationen. Die Fragestellung wird aus einem wechselnden Rahmengenbiet des Kostenmanagement formuliert (z. B. Kostenmanagement durch Outsourcing). Über die zu bearbeitende Themenstellung ist eine Hausarbeit zu erstellen und die bearbeitete Themenstellung im Plenum per Vortrag zu präsentieren.
4	<p>Lehrformen</p> <p>a) Ausgestaltung des Kostenmanagement (SV mit 4 SWS)</p> <p>Seminaristische Lehrveranstaltung unter interaktiver Einbeziehung der Studierenden. Entwicklung von theoretisch-pragmatischen Kostenmanagementinhalten mit integrierten anwendungsbezogenen Übungsfällen. Durcharbeiten von ergänzenden Literaturstellen als Teil des Selbststudiums.</p> <p>b) Umsetzung des Kostenmanagement (Ü mit 2 SWS)</p> <p>Eigenarbeit der Teilnehmer, Beteiligung im Plenum, Einzelpräsentation der vergebenen Themenstellungen.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Die Module Rechnungswesen I und II müssen bestanden sein</p> <p>Inhaltlich: keine</p>

6	Prüfungsformen Klausur 70 % (SV 4SWS) (60 Minuten) und Präsentation / Eigenarbeit 30 % (Ü 2SWS)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur sowie erfolgreicher Abschluss der Übung.
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Nein
9	Stellenwert der Note für die Endnote 4,88 % (10/164,5) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Jandt
11	Sonstige Informationen Coenenberg, A.G.; Fischer, T. M.; Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, 7. Aufl., Stuttgart 2009, Verlag Schäffer-Poeschel Franz, K.-P.; Kajüter, P. (Hrsg.): Kostenmanagement. Wertsteigerung durch systematische Kostensteuerung, 2. Aufl., Stuttgart 2002, Verlag Schäffer- Poeschel Friedl, B.: Kostenmanagement, Stuttgart 2009, Verlag Lucius & Lucius. Haberstock, L.: Kostenrechnung II. (Grenz-)Plankostenrechnung mit Fragen, Aufgaben und Lösungen. Bearbeitet von Volker Breithecker, 10. Aufl., Berlin 2008, Verlag Erich Schmidt Jandt, J.; Falk-Kalms, E.: Investitionsmanagement mit SAP®, Wiesbaden 2008, Verlag ViewegGWV Fachverlage Kajüter, P.: Proaktives Kostenmanagement. Konzeption und Realprofile, Wiesbaden 2000, Verlag DUV Kilger, W.; Pampel, J.; Vikas, K.: Flexible Plankostenrechnung und Deckungsbeitragsrechnung, 12. Aufl., Wiesbaden 2007, Verlag Gabler Michel, R.; Torspecken, H.-D.; Jandt, J.: Neuere Formen der Kostenrechnung mit Prozesskostenrechnung. Kostenrechnung 2, 5. Aufl., München, Wien 2004, Verlag Hanser Mussnig, W.r; Bleyer, M.; Giermaier, G.: Controlling für Führungskräfte. Analysieren – Bewerten – Entscheiden, Wien 2006, Verlag Linde

Modul Internationale Rechnungslegung					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90711	300 h	10	5.-7. Sem.	WS (jährlich)	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Externes Rechnungswesen	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Gruppengröße 45 Studierende	
2	<p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <p>Die Studierenden kennen die wesentlichen Inhalte der Rechnungslegung nach IFRS und die Unterschiede zu einer Rechnungslegung nach HGB. Sie kennen die beteiligten Organisationen und die historische Entwicklung. Sie besitzen ein Verständnis für den Einfluss der jeweiligen Rechnungslegungsnormen auf die Darstellung der wirtschaftlichen Lage eines Unternehmens. Die Studierenden kennen die Anforderungen internationaler Kapitalmärkte an die Unternehmenspublizität und aktuell diskutierte Fachthemen. Sie können diese in den Status-Quo der Internationalen Rechnungslegung einordnen.</p> <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <p>Die Studierenden können grundlegende und anspruchsvolle Probleme einer Rechnungslegung nach IFRS identifizieren. Sie können Lösungen anhand eines Originalstandards unter Anleitung entwickeln. Die Studierenden sind fähig, die Auswirkungen unterschiedlicher Bilanzansätze bei betrieblichen Sachverhalten – basierend auf IFRS sowie der Nutzung bilanzpolitischer Gestaltungsmöglichkeiten – zu ermitteln und zu deuten. Die Studierenden können einen Sachverhalt anhand von Fachliteratur selbständig erarbeiten und sowohl schriftlich als auch in einer Präsentation in angemessener Form darstellen und erläutern.</p> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <p>Die Studierenden sind fähig, bei der Diskussion bilanzpolitischer Sachverhalte und Fragestellungen der internationalen Rechnungslegung gegenüber Diskussionsteilnehmern überzeugend zu argumentieren. Dabei können Sie die Motivation von Entscheidungsträgern berücksichtigen, annehmen und einordnen.</p> <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <p>Die Studierenden können zur Beantwortung von Fragestellungen der Internationalen Rechnungslegung selbstständig geeignete Quellen auswählen und anwenden.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung internationaler Rechnungslegung für die Rechnungslegung in Deutschland 				

	<ul style="list-style-type: none"> • Organisation des IASB und des Due Process • Framework des IASB • Ausgewählte Fragen der Rechnungslegung nach IAS/IFRS <ul style="list-style-type: none"> • Gliederung von Bilanz und GuV • Immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens • Sachanlagen • Vorräte • Ertragsrealisierung • Finanzinstrumente • Leasing • Rückstellungen und Eventualverbindlichkeiten • Währungsumrechnung • Unternehmenssteuerung mit und Publizitätserfordernisse der IFRS
4	<p>Lehrformen</p> <p>seminaristischer Unterricht, Übung</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Das Modul Rechnungswesen I muss bestanden sein.</p> <p>Inhaltlich: Die Module Grundzüge Investition, Finanzierung und Steuern, Investition und Finanzierung und Steuern sowie Rechnungswesen II sollten absolviert sein.</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Hausarbeit einschl. Vortrag / Präsentation 35 % sowie Modulklausur 65 % (60 Minuten)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur und bestandene Hausarbeit einschl. Vortrag / Präsentation</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>4,88 % $(10/164,5) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Dr. Felix Wenger</p> <p>Prof. Dr. Marco Boehle</p>

11	Sonstige Informationen Literatur: Baetge/Kirsch/Thiele (2012): Bilanzen, 12. Auflage, Düsseldorf 2012. Buchholz (2014), Internationale Rechnungslegung, 11. Aufl., Berlin 2014. Coenenberg/Haller/Schultze (2012): Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 22. Auflage, Stuttgart 2012. Heuser/Theile (2009), IFRS Handbuch, 4. Aufl., Köln 2009. Kirsch (2013), Einführung in die internationale Rechnungslegung nach IFRS, 9. Aufl., Herne 2013. Pellens/Fülbier/Gassen/Sellhorn (2014), Internationale Rechnungslegung, 9. Aufl., Stuttgart 2014. Ruhnke/Simons (2018): Rechnungslegung nach IFRS und HGB, 4. Auflage, Stuttgart 2018.
-----------	---

Modul Konzernabschluss und JA-Analyse					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90712	300 h	10	5.-7. Sem.	SoSe (jährlich)	1 Semester
1	Intensivierungsbereich	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Externes Rechnungswesen	6 SWS / 90 h	210 h	25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p><u>Fachkompetenz:</u></p> <p>Die Studierenden kennen die Grundlagen der Konzernrechnungslegung nach HGB und nach IFRS. Hierzu gehören neben Konzernbilanz, -GuV und –anhang auch der Eigenkapitalpiegel, die Segmentberichterstattung und die Kapitalflussrechnung. Die Studierenden kennen das grundlegende Instrumentarium einer Jahresabschlussanalyse.</p> <p><u>Methodenkompetenz:</u></p> <p>Die Studierenden können grundsätzlich einen einfachen Konzernabschluss erstellen. Sie sind in der Lage, selbständig eine Unternehmensanalyse durchzuführen. Hierzu gehören neben der reinen Jahresabschlussanalyse auch Presse- und Internetrecherchen und die Auswertung der gesammelten Informationen. Die Studierenden sind in der Lage, das Ergebnis ihrer Analyse schriftlich und in Form einer Präsentation darzustellen.</p>				
3	Inhalte				
	<p><u>Konzernrechnungslegung:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen • Währungsumrechnung • Vollkonsolidierung <ul style="list-style-type: none"> • Kapitalkonsolidierung • Schuldenkonsolidierung • Zwischenergebniseliminierung • Aufwands- und Ertragskonsolidierung • Latente Steuern • Quotenkonsolidierung • Equity-Bewertung • Weitere Bestandteile des Konzernabschlusses <ul style="list-style-type: none"> • Eigenkapitalpiegel • Kapitalflussrechnung 				

	<ul style="list-style-type: none"> • Segmentberichterstattung <p><u>Jahresabschlussanalyse:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Ziele und Grenzen der Jahresabschlussanalyse • Analyse der Rahmenbedingungen und der Jahresabschlusspolitik • Kennzahlenanalyse <ul style="list-style-type: none"> • Finanzwirtschaftliche Jahresabschlussanalyse • Erfolgswirtschaftliche Jahresabschlussanalyse • Potenzialanalyse • Ansätze zur Verdichtung von Kennzahlen • Weitere Analyseschritte <ul style="list-style-type: none"> • Analyse der Segmentberichterstattung • Analyse der eingesetzten wertorientierten Steuerungskonzepte
4	<p>Lehrformen</p> <p>seminaristischer Unterricht, Übung</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Prüfungen in Modul Rechnungswesen I muss bestanden sein</p> <p>Inhaltlich: Modul Rechnungswesen II sollte absolviert sein. Kenntnisse aus dem Modul Internationale Rechnungslegung sind von Vorteil</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Modulklausur (70 %) (60 Minuten) sowie Durchführung einer Unternehmensanalyse einschl. Präsentation (30 %) (15-30 Minuten)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur sowie aussagekräftige Unternehmensanalyse einschl. Präsentation</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>4,88 % $(10/164,5) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Breidenbach</p> <p>Prof. Dr. Klinkenberg</p>

11	Sonstige Informationen Literatur: Baetge, J.; Kirsch, H.-J.; Thiele, S.: Konzernbilanzen, 8. Aufl., Düsseldorf (IDW)2009 Busse von Colbe, W.; Ordelheide, D.; Gebhardt, G.; Pellens, B.: Konzernabschlüsse, 9. Aufl., Wiesbaden (Gabler)2010 Gräfer, H.: Bilanzanalyse, 10. Aufl., Herne (nwb)2008 Schildbach, T.: Der Konzernabschluss nach HGB, IFRS und US-GAAP, München (Oldenbourg) 2008
-----------	--

Modul Corporate Finance					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90721	300 h	10	5.-7. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Finanzwirtschaft	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden sind mit den zentralen Fragestellungen eines wertorientierten Finanzmanagements von Unternehmen vertraut. Insbesondere können sie die kapitalmarkttheoretischen Modelle zur Bestimmung der Eigen- und Fremdkapitalkosten bei Risiko in konkreten Praxisfällen anwenden und verstehen die Wirkungszusammenhänge zwischen den Cost of Capital und dem Finanzierungsmix von Unternehmen. Ferner können sie Investitionsprojekte mit dem WACC-Verfahren und dem APV-Verfahren risikoadäquat im deutschen Steuersystem bewerten.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Core Principles in Finance • Risk and Return • Cost of Capital • Firm Value and Leverage • Project Valuation 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristische Vorlesungen und Seminar</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Modul Grundzüge Investition, Finanzierung und Steuern muss bestanden sein. Inhaltlich: Modul Investition, Finanzierung und Steuern sollte absolviert sein</p>				
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (50%) (60 Minuten) und semesterbegleitende Prüfung (50%)</p>				
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur sowie erfolgreiche Seminararbeit / Referat .</p>				
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Nein</p>				

9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>4,88 % $(10/164,5) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Schulte-Mattler</p> <p>Prof. Dr. Levin</p> <p>N.N.</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur:</p> <p>Brealey, R.A.; S.C. Myers; F. Allen:: Principles of Corporate Finance, 9. Edition, New York (McGraw-Hill)2008</p> <p>Hillier, D. u.a.:: Corporate Finance, First European Edition, New York (McGraw-Hill)2010</p>

Modul Investments					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90722	300 h	10	5.-7. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Finanzwirtschaft	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Grup- pengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden können ausgewählte Finanzierungstitel des Kapitalmarktes unter besonderer Berücksichtigung des Risikos bewerten. Die Studierenden beherrschen die Methoden der Portfoliooptimierung und können diese auf konkrete Investmentportfolien anwenden und Renditeprognosen mit dem CAPM erstellen. Die Studierenden kennen die Bedeutung und die Funktion des Terminmarktes und sind mit den Einsatzmöglichkeiten von Forwardkontrakten vertraut.				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Bewertung bei Risiko • Bond Valuation • Zinsstruktur und Terminzinssätze • Stock Valuation • Portfoliotheorie und CAPM • Derivate 				
4	Lehrformen Seminaristische Vorlesungen und Seminar.				
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Modul Grundzüge Investition, Finanzierung und Steuern muss bestanden sein. Inhaltlich: Modul Investition, Finanzierung und Steuern muss absolviert sein.				
6	Prüfungsformen Klausur (50%) (60 Minuten) und semesterbegleitende Prüfung (50%).				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur sowie erfolgreiche Seminararbeit / Referat.				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Nein				

9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>4,88 % $(10/164,5) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Levin</p> <p>Prof. Dr. Schulte-Mattler</p> <p>N.N.</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur:</p> <p>Brealey, R.A.; S.C. Myers; F. Allen: Principles of Corporate Finance, 9. Edition, New York (McGraw-Hill)2008</p> <p>Hillier, D. u.a. : Corporate Finance, First European Edition, New York (McGraw-Hill)2010</p> <p>Hull, J.C.: Optionen, Futures und andere Derivate, 7. Aufl., München u.a. (Pearson Studium)2009</p>

Modul Strategisches Marketingmanagement					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90731	300 h	10	5.-7. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Marketing	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p><u>Fachkompetenz:</u> Die Studierenden erweitern ihre im Modul Marketing erworbenen Grundkenntnisse um die spezifischen Aufgabenbereiche des Strategischen Marketings. Studierende kennen die Ziele, Marktstrategien, Methoden und Implementierungsprozesse der strategischen Marketingkonzeption. Sie können strategische Entscheidungsprobleme erfassen, strukturieren, analysieren und erklären. Sie können zieladäquate Marketingstrategien formulieren, bewerten, selektieren und implementieren. Sie verstehen das strategische Marktverhalten von Unternehmen im Kontext aktueller Entwicklungen von Absatzmärkten.</p> <p><u>Methodenkompetenz:</u> Studierende sind befähigt, die zahlreichen qualitativen und quantitativen Techniken zur strategischen Marketinganalyse, Marketingprognose, Planung und Kontrolle von Strategien zu systematisieren, diese sachgerecht anzuwenden und durch den Einsatz von spezieller Software (Excel, SPSS, xlstat, Winstat) effizient zu unterstützen. Sie sind ferner imstande, die grundlegenden Problemlösungstechniken funktionsübergreifender Lehrveranstaltungen der Wirtschaftsstatistik, der Unternehmensführung und des Rechnungswesens zu erfassen und in Entscheidungsprozessen des Marketings einzusetzen.</p> <p><u>Schlüsselkompetenz:</u> Studierende bearbeiten ausgewählte, aktuelle Fallstudien der Marketingpraxis in Teilnehmergruppen und vertiefen im Rahmen von Gruppendiskussionen und Ergebnispräsentationen ihre sozio-kulturellen und kommunikativen Fähigkeiten.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Die Veranstaltung behandelt die zentralen Entscheidungstatbestände des Strategischen Marketing:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konzeptionelle Grundlagen des Strategischen Marketing (Entscheidungsfeld, –prozess, Zielsystem) • Strategische Marketinganalyse (Informationsobjekte, qualitative / quantitative Analysemethoden) 				

	<ul style="list-style-type: none"> • Marketingprognosen (lokale, globale Zeitreihenmodelle, Saisonprognosen, Indikatormodelle) • Marktwahlstrategien (Auswahl, Bewertung, Erschließung nationaler / internationaler Absatzmärkte) • Marktdifferenzierungsstrategien (Abgrenzung, Bewertung, Bearbeitung von Käufersegmenten) • Wettbewerbsstrategien (Auswahl, Bewertung und Umsetzung marktorientierter Wettbewerbsvorteile) • Integriertes Marketing (Strategieprofile in speziellen Kontexten, z.B. Innovationsmanagement) • PC-basiertes Strategisches Marketing (Entscheidungen mittels Excel, ,xlstat, SPSS, Problem Solver)
4	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristische Vorlesung (Skript), Übungen (verständnisorientierte Wiederholung, Vertiefung und Vernetzung des Lehrstoffes), Mini-Fallstudien (anwendungsorientierte Analyse aktueller Marketingkonzepte mittels multimedialer Recherchen seitens Studierender), mdl. und schriftl. Präsentation / Diskussion von Übungen/Fallstudien, Software-Anwendungen zur Bearbeitung von Übungen, Diskussion von Musterlösungen exemplarischer Marketingklausuren, Vorträge von Unternehmensrepräsentanten („Best Marketing Practices-Unternehmen“)</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Prüfung in Modul Marketing muss bestanden sein.</p> <p>Inhaltlich: Modul Statistik sollte absolviert sein.</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (75%) (60 Minuten) + semesterbegleitende Übungen (25%)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur sowie erfolgreiche Teilnahme an Übungen</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Master-Studiengang Wirtschaftsinformatik</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>4,88 % $(10/164,5) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Müller</p> <p>Prof. Dr. Kamenz</p>

11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur:</p> <p>Aaker, D.: Strategic Management, 8th Edition, New York (Wiley)2007</p> <p>Anderson, D.; Sweeney, D.; Williams, T.; Martin, K.: An Introduction To Management Science. Quantitative Approaches to Decision Making, 12 th Edition, Hampshire (South-Western)2010</p> <p>Becker, J.: Marketing-Konzeption, 9. Aufl., München (Vahlen)2009</p> <p>Benkenstein, M.: Strategisches Marketing, 3. Aufl., Köln (Kohlhammer)2010</p> <p>Backhaus, K.; Schneider, H.: Strategisches Marketing, 2. Aufl., Stuttgart (Schäffer-Poeschel)2009</p> <p>Baum, H., Coenenberg, A.; Günter, T.: Strategisches Controlling, 4. Aufl., Stuttgart (Schäffer-Poeschel)2007</p> <p>Berndt, R.; Altobelli, C.; Sander, M.: Internationale Marketingpolitik, Berlin (Springer)2008</p> <p>Burns, A.; Bush, R.: Marketing Research. Using MS Excel Data Analysis, Upper Saddle River 2005</p> <p>Cravens, D.: Strategic Marketing, 9th Edition, Englewood Cliffs (Prentice Hall)2008</p> <p>Freter, H.: Markt- und Kundensegmentierung, 2. Aufl., Köln (Kohlhammer)2009</p> <p>Hinterhuber, H.; Matzler, K.(Hrsg.): Kundenorientierte Unternehmensführung, 6. Aufl., Wiesbaden (Gabler)2008</p> <p>Homburg, Ch.; Krohmer, H.: Marketingmanagement, 3. Aufl., Wiesbaden (Gabler)2009</p> <p>Hungenberg, H.: Strategisches Management in Unternehmen, 4. Aufl., Wiesbaden (Gabler)2008</p> <p>Meffert, H.; Burmann,C.; Kirchgeorg, M.: Marketing, 10 Aufl., Wiesbaden (Gabler)2008</p> <p>Meffert, J.; Klein, H.: DNS der Weltmarktführer, McKinsey & Comp., Wiesbaden (Gabler)2007</p> <p>Moutinho, L.; Southern, P.: Strategic Marketing Management, London (Oxford Press)2010</p> <p>Müller, W.: Multivariate Methoden im Marketing. Konzeptionen und Erfahrungsberichte aus der Marketingpraxis. Forschungspapier. Band 16 des Instituts für Angewandtes Markt-Management, Dortmund 2005</p> <p>Müller, W.: Geschäftsfeldplanung in: Handelsblatt (Hrsg.): Wirtschaftslexikon- Das Wissen der Betriebswirtschaftslehre, Band 4, Sp. 2076-2093, Stuttgart (Schäffer-Poeschel)2006</p> <p>Müller, W.: Multivariate Statistik mit Excel-Tools, Forschungsbericht, Dortmund 2010</p> <p>Tomczak, T., Kuss, A.: Marketingplanung, 6. Aufl., Wiesbaden (Gabler)2009</p> <p>Trommsdorf,V.; Steinhoff, F.: Innovationsmarketing, München (Vahlen)2007</p>
-----------	--

Modul Operatives Marketingmanagement					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90732	300 h	10	5.-7. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Marketing	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Grup- pengröße 25 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p><u>Fachkompetenz:</u> Die Studierenden erweitern ihre im Modul Marketing erworbenen Grundkenntnisse um die spezifischen Aufgabenbereiche des Operativen Marketings. Studierende kennen die Ziele, Marktinstrumente, Methoden und Implementierungsprozesse der operativen Marketingkonzeption. Sie können operative Entscheidungsprobleme erfassen, strukturieren, analysieren und erklären. Sie können zieladäquate Marketinginstrumente formulieren, bewerten, selektieren und implementieren. Sie verstehen das operative Marktverhalten von Unternehmen im Kontext aktueller Entwicklungen von Absatzmärkten.</p> <p><u>Methodenkompetenz:</u> Studierende sind befähigt, die zahlreichen qualitativen und quantitativen Techniken zur Formulierung, Bewertung, Auswahl und Kontrolle von Marketinginstrumenten zu systematisieren, diese sachgerecht anzuwenden und durch den Einsatz von spezieller Software (Excel, SPSS, xlstat, Winstat) effizient zu unterstützen. Sie sind ferner imstande, die grundlegenden Problemlösungstechniken funktionsübergreifender Lehrveranstaltungen der Wirtschaftsstatistik, der Unternehmensführung und des Rechnungswesens zu erfassen und in Entscheidungsprozessen des Marketings einzusetzen.</p> <p><u>Schlüsselkompetenz:</u> Studierende bearbeiten ausgewählte, aktuelle Fallstudien der Marketingpraxis in Teilnehmergruppen und vertiefen im Rahmen von Gruppendiskussionen und Ergebnispräsentationen ihre sozio-kulturellen und kommunikativen Fähigkeiten.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Die Veranstaltung behandelt die zentralen Entscheidungstatbestände des Operativen Marketing:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konzeptionelle Grundlagen des Operativen Marketing (Entscheidungsfeld, –prozess, Zielsystem) • Angebotspolitik (Ziele, Instrumente, Controlling der Produkt-, Service-, Programmpolitik) 				

	<ul style="list-style-type: none"> • Preispolitik (Ziele, statische/ dynamische/ mehrdimensionale Preismethodik, Preisimplementierung) • Distributionspolitik (Ziele, Absatzkanal-, Verkaufs-, Konditionenpolitik, Vertriebscontrolling) • Kommunikationspolitik (Ziele, Budgetierung, Instrumente, Medialselektion, Controlling) • Online-Marketing (Geschäftsmodelle, Online-Instrumente, Controlling)
4	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristische Vorlesung (Skript), Übungen (verständnisorientierte Wiederholung, Vertiefung und Vernetzung des Lehrstoffes), Mini-Fallstudien (anwendungsorientierte Analyse aktueller Marketingkonzepte mittels multimedialer Recherchen seitens Studierender), mdl. und schriftl. Präsentation / Diskussion von Übungen/Fallstudien, Software-Anwendungen zur Bearbeitung von Übungen, Diskussion von Musterlösungen exemplarischer Marketingklausuren, Vorträge von Unternehmensrepräsentanten („Best Marketing Practices-Unternehmen“)</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Prüfung in Modul Marketing muss bestanden sein.</p> <p>Inhaltlich: Modul Statistik sollte absolviert sein.</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (75%) (60 Minuten) + semesterbegleitende Übungen (25%)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur sowie erfolgreiche Teilnahme an Übungen</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>4,88 % $(10/164,5) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Müller</p> <p>Prof. Dr. Passon</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur:</p> <p>Albers, S.; Herrmann, A. (Hrsg.): Handbuch Produktmanagement, 3. Aufl., Wiesbaden (Gabler)2007</p> <p>Albers, S.; Krafft, M.: Vertriebsmanagement, Wiesbaden (Gabler)2009</p>

<p>Baumgarth, C.: Markenpolitik, 3. Aufl., Wiesbaden (Gabler)2008</p> <p>Bruhn, M.: Kommunikationspolitik, 4. Aufl., München (Vahlen)2009</p> <p>Bruhn, M.; Esch, F.; Langner, T. (Hrsg.): Handbuch Kommunikation, Wiesbaden (Gabler)2009</p> <p>Bruhn, M.; Hadwich, K.: Produkt- und Servicemanagement, Wiesbaden (Gabler)2006</p> <p>Diller,H.: Preispolitik, 4. Aufl.; Köln (Kohlhammer)2008</p> <p>Esch, F.: Moderne Markenführung, 4. Aufl., Wiesbaden (Gabler)2008</p> <p>Fließ, S.: Dienstleistungsmanagement, Wiesbaden (Gabler)2009</p> <p>Fritz, W. : Internet-Marketing und Electronic Commerce, 4. Aufl., Wiesbaden (Gabler)2010</p> <p>Haller, S.: Dienstleistungsmarketing, 4. Aufl., Wiesbaden (Gabler)2010</p> <p>Herrmann, A.; Huber, F.: Produktmanagement, Wiesbaden (Gabler)2009</p> <p>Homburg, Ch.; Krohmer, H.: Marketingmanagement, 3. Aufl., Wiesbaden (Gabler)2009</p> <p>Kollmann, T.: Online-Marketing, Stuttgart (Kohlhammer)2007</p> <p>Meffert, H.; Burmann,C.; Kirchgeorg, M.: Marketing, 10 Aufl., Wiesbaden (Gabler)2008</p> <p>Meffert, T.: Strategisches Preismanagement, Schriftenreihe zum Markt-Management, hrsg. von W. Müller, Frankfurt/M. (Peter Lang)2009</p> <p>Riesenbeck, H.; Perry, J. (Hrsg.): Marketing nach Maß. McKinsey Perspektiven, Heidelberg 2007</p> <p>Scharf, A.; Schubert, B.; Hehn, P.: Marketing, 4. Aufl., Stuttgart (Schäffer-Poeschel)2009</p> <p>Schweiger, G., Schrattenecker, G.: Werbung, 7. Aufl., Stuttgart (Gustav Fischer)2009</p> <p>Siems, F.: Preismanagement, München (Vahlen)2009</p> <p>Simon, H.; Fassnacht, M.: Preismanagement, 3. Aufl., Wiesbaden (Gabler)2009</p> <p>Winkelmann, P.: Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung, 4. Aufl., München (Oldenbourg)2008</p> <p>Zentes, J. (Hrsg.): Handbuch Handel, Wiesbaden (Gabler)2006</p>

Modul Unternehmensführung/Strategisches Management					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90741	300 h	10	5. -7. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Unternehmensführung	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Grup- pengröße 25 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>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 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>Fachkompetenz: Die Studierenden verstehen die Komplexität sich ändernder Märkte, erkennen die sich für Unternehmen daraus resultierenden Chancen und Bedrohungen und leiten Handlungsstrategien für die Unternehmen aus den unternehmenseigenen Stärken und Schwächen ab.</p> <p>Methodenkompetenz: Die Studierenden setzen betriebswirtschaftliche Instrumente und Techniken ein, um Unternehmensgesamt- und Geschäftsbereichsstrategien zu entwickeln, zu formulieren und umzusetzen.</p> <p>Schlüsselkompetenz: Die Studierenden können sich in der internationalen und globalen Vernetzung der Märkte, Konsumenten und Unternehmen fachlich adäquat in Strategie- und Wertediskussionen positionieren.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <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 auf dieser Basis sowohl Geschäftsführungs- (i.S.v. Top Management-) Aufgaben als auch besondere Führungssituationen zu erschließen. Der Lehrstoff reicht von</p> <ul style="list-style-type: none"> • der ethikgeleiteten Konzeption und Implementierung einer angemessenen Unternehmensverfassung, • der Kodifizierung eines Leitbilds und einer Führungskonzeption und deren Umsetzung in die Praxis, • über die Quantifizierung und Optimierung der nachhaltigen Wertschaffung als 				

	<p>übergeordnetem Leitmotiv des Führungshandelns,</p> <ul style="list-style-type: none"> • weiter über die jedenfalls im Organisationsmodell der AG gesetzlich zugewiesenen Geschäftsführungsaufgaben bis • zur Schaffung eines Governance-Systems und eines Risikomanagementsystems einschl. eines funktionsfähigen internen Überwachungssystems zur Sicherstellung der Compliance. <p>Darüber hinaus kommt externen Wachstumsstrategien im Rahmen der Unternehmensplanung eine immer bedeutendere Rolle in der Praxis zu. Missmanagement im Zusammenhang mit der Akquisition von Unternehmen kann die Schieflage eines gesamten Konzerns verursachen. Daher werden Grundsätze, Theorien, Konzepte und Anwendungsfragen der Unternehmensbewertung, Unternehmenskäufe wie -verkäufe (u.a. M&A-Strategien, Due diligence process) ebenfalls einführend behandelt.</p> <p>Im Ergebnis sollen die Studierenden modernes Führungshandeln in allen praxisrelevanten Facetten entsprechend dem aktuellem wissenschaftlichen Forschungsstand vermittelt bekommen.</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>seminaristischer Unterricht, Projekt- und Gruppenarbeiten, Planspiel situationsabhängig bei Bedarf</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Das Modul Personal und Organisation muss bestanden sein</p> <p>Inhaltlich: Die Module Einführung in die Wirtschaftswissenschaften, Grundlagen des Strategischen Managements und Planspiel Basic sollten bestanden sein.</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Die Prüfung setzt sich aus Gruppenarbeitsaufgaben, die die Anwesenheit während der Veranstaltungen grundsätzlich erfordern, und schriftlichen Prüfungsteilen zusammen. Die Gruppenarbeiten erfolgen in der Regel semesterbegleitend. Die prozentuale Aufteilung der Bewertung zwischen Gruppenarbeitsaufgaben und schriftlichen Prüfungsleistungen wird zu Beginn der Semesterveranstaltung vom Dozenten bekannt gegeben.</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene schriftliche Prüfung und erfolgreiche Gruppenarbeit mit anschließender Präsentation</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>4,88 % $(10/164,5) \times 0,8$</p>

10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Quarg</p> <p>Prof. Dr. Camphausen</p> <p>Prof. Dr. Hofnagel</p> <p>Prof. Dr. Vollmer</p> <p>N.N.</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur:</p> <p>Jung, R.; Bruck, J.; Quarg, S.: Allgemeine Managementlehre, 4. Auflage, Berlin 2010</p> <p>Camphausen, B.: Strategisches Management, Oldenbourg 2007</p> <p>Bea, F. X.; Haas, J.: Strategisches Management, 5., neu bearb. Aufl., Stuttgart 2009</p> <p>Hahn, D.: Konzepte strategischer Führung, in: Zeitschrift für Betriebswirtschaft 68. Jg. (1998) 6, S. 563-579</p> <p>Marcharzina, K.; Wolf, J.: Unternehmensführung – Das internationale Managementwissen, Wiesbaden 2010</p> <p>Müller-Stewens, G.; Lechner, C.: Strategisches Management. 3., akt. Aufl., Stuttgart 2005</p> <p>Schmid, S.; Kutschker, M.: Zentrale Grundbegriffe des Strategischen Managements, in: WISU 31. Jg. (2002) 10, S 1238-1248</p> <p>Schreyögg, G.: Strategisches Management - Entwicklungstendenzen und Zukunftsperspektiven, in: Die Unternehmung 53. Jg. (1999) 6, S. 387-407</p> <p>Simon, H.: Strategie-Notstand, in: Manager Magazin 30. Jg. (2000) 7, S.113-114</p> <p>Schreyögg, G.; Koch, J.: Grundlagen des Managements – Basiswissen für Studium und Praxis, Wiesbaden 2010</p> <p>Steinmann, H.; Schreyögg, G.: Management: Grundlagen der Unternehmensführung. Konzepte, Funktionen, Fallstudien; 6. Aufl., Wiesbaden 2005</p> <p>Welge, M.K.; Al-Laham, A.: Strategisches Management. Grundlagen – Prozess – Implementierung, 5. Aufl., Wiesbaden 2008</p>

Modul Human Resource Management					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90742	300 h	10	5.-7. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Human Resource Management	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	<p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <p>Die Studierenden kennen die relevanten Rahmenbedingungen und die aktuellen internen und externen praxisnahen Herausforderungen und Zielsetzungen im HRM. Die in der Praxis verbreiteten Lösungskonzepte zu personalwirtschaftlichen Kernaufgaben sind in ihren Grundzügen bekannt. Verfahrensschritte der personalwirtschaftlichen Querschnittsfunktionen zur Sicherung einer effizienten Personalarbeit können in ihrem Beitrag zur Steuerung von HRM zielsicher eingeschätzt und beurteilt werden. Die Kenntnisse für eine integrative Anwendung personalwirtschaftlicher Einzelmaßnahmen zwecks Umsetzung personalwirtschaftlicher Programme im betriebswirtschaftlichen Kontext sind vorhanden. Für die Praxis relevante ethische Fragen der Personalarbeit können differenziert berücksichtigt werden.</p> <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <p>Die Studierenden können die praxisnahen Kernaufgaben des HRM konzeptionell und prozessbezogen begleiten. Mikropolitische Strategien zum Management arbeitspolitischer Beziehungen können reflektiert, handlungsorientiert eingeordnet und teilweise mitgestaltet werden. Sie können darüber hinaus unternehmensangepasste Optionen zur Organisation der Personalarbeit mit entwickeln, die Ausbildung strategischer Personalkonzepte begleiten, wichtige Instrumente des angewandten Personalcontrollings konzipieren und einsetzen und den Aufbau eines personalwirtschaftlichen Anreizsystems in allen relevanten Phasen unterstützen.</p> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, komplexe personalwirtschaftliche Praxisthemen im betriebswirtschaftlichen Zusammenhang zu bearbeiten und zu beurteilen. Sie können gegenüber Fachexperten geeignete Lösungen argumentativ überzeugend vertreten und diskutieren. Sie entwickeln Teamkompetenzen, indem sie Teams in einer ergebnisorientierten Art führen und koordinieren.</p> <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <p>Im Zusammenhang mit ausgewählten Kernaufgaben wie Kompetenzmanagement und Entgeltgestaltung können die Studierenden selbstständig und situationsspezifisch</p>				

	Entwürfe und teilweise auch detailliertere Lösungen zu hier auftretenden praktischen Herausforderungen entwickeln und Implementationswege vorschlagen.
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Praxisfälle der Personalarbeit im Kontext der aktuellen internen und externen Umwelt von HRM • Grundlagen und personalwirtschaftliche Strategien zur Nutzung arbeitspolitischer Beziehungen (Partizipation, Betriebsräte, Unternehmensmitbestimmung, Gewerkschaften und Tarifverträge) • Organisation der Personalarbeit • Grundlagen der strategischen und operativen Personalarbeit • Angewandtes Personalcontrolling • Grundlagen der personalwirtschaftlichen Anreizgestaltung • Kompetenzmanagement/Talentmanagement (Maßnahmen, Inhalte, Planung und Durchführung) • Entgeltgestaltung (Arbeitsbewertung, variables Leistungsentgelt und materielle Beteiligung) • Aktuelle personalwirtschaftliche Programme zu ausgewählten Schwerpunkten (z. B. Internationales HRM, BGM, Diversity, Aging Workforce, Work Life Balance, Employer Branding usw.)
4	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristischer Unterricht, Einzel-, Partner- und Gruppenarbeiten, Selbststudium</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Das Modul Personal und Organisation muss bestanden sein.</p> <p>Inhaltlich: Die Module Management Projects und Business Skills and Competencies I sollten absolviert sein</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (60 Min., 70-100%) und/oder semesterbegleitende Prüfung, z. B. Referat/Präsentation mit schriftl. Ausarbeitung (0-30%)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur, bzw. bestandene studienbegleitende Prüfung und bestandene Modulklausur.</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>4,88 % (10/164,5) x 0,8</p>

10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. K. Papmeyer</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur</p> <p>Becker, M. (2013): Personalentwicklung. Bildung, Förderung und Organisationsentwicklung in Theorie und Praxis. 6. Aufl. Stuttgart: Schaeffer-Poeschel</p> <p>Berthel, J. / Becker, F. G. (2017): Personal-Management. Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit. Stuttgart: Schaeffer-Poeschel.</p> <p>Böhmer, N. / Schinnenburg, H. / Steinert, C. (2012): Fallstudien im Personalmanagement. Entscheidungen treffen, Konzepte entwickeln, Strategien aufbauen. München u.a.: Pearson.</p> <p>Holtbrügge, D. (2018): Personalmanagement. 7., überarb. und erw. Auflage. Berlin: Springer.</p> <p>Olfert, K. (2019): Personalwirtschaft. Kompendium. 17., akt. Auflage. Herne: NWB.</p> <p>Olfert, K. (2019): Personalwirtschaft. Kompakt-Training. 17., akt. Auflage. Herne: NWB.</p> <p>Rump, J. / Eilers, S. (2014): Lebensphasenorientierte Personalpolitik. Strategien, Konzepte und Praxisbeispiele zur Fachkräftesicherung. Heidelberg: Springer.</p> <p>Schwuchow, K. (2019): Internationales Personalmanagement. Freiburg, München, Stuttgart: Haufe.</p> <p>Stock-Homburg, R. / Groß, M. (2019): Personalmanagement. Theorien – Konzepte – Instrumente. 4., vollständig überarb. und erw. Auflage. Wiesbaden: Springer.</p>

Modul Beschaffung und Produktion					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90751	300 h	10	5.-7. Sem.	WS/SS	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Supply Chain Management	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Grup- pengröße 25 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>c. <u>Beschaffungsmanagement</u></p> <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1 Wissen</p> <p>Die Studierenden sollen die grundlegenden Aufgaben und Werkzeuge des Beschaffungsmanagements kennenlernen und anwenden können.</p> <p>2.1.2 Fertigkeiten</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage die wichtigsten Ansätze und Strategien des modernen praxisorientierten Beschaffungsmanagements zu benennen, zu erläutern und eigenständig anzuwenden. Sie können Aufgaben und Ziele der strategischen und der operativen Beschaffung unterscheiden und den Zusammenhang zwischen beiden aufzeigen. Sie sind in der Lage Normstrategien für die Beschaffung von Materialien zu nennen, zu erläutern sowie anzuwenden. Die Studierenden können Sourcing Strategien unterscheiden und diese für Materialgruppen unter Berücksichtigung der jeweiligen Vor- und Nachteile anwenden. Die Studierenden werden befähigt ausgewählte Beschaffungswerkzeuge, wie beispielsweise das Lieferantenmanagement, zu erläutern, zu bewerten und eigenständig zu anzuwenden.</p> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <p>Die Studierenden lernen praxisorientierte Aufgaben und Fallstudien in Gruppen in einem vorgegebenen Zeitrahmen kooperativ zu bearbeiten und Entscheidungen zu treffen. Sie können die Ergebnisse der Gruppe vor dem Plenum präsentieren und ihre individuellen Lösungen darlegen und im Vergleich mit anderen Lösungen bewerten. Neben der Verteidigung der eigenen Ansichten und Lösungen entwickeln die Studierenden auch Empathie für konträre Standpunkte.</p> <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage eigenständig Übungsaufgaben (Reproduktion, Transfer, etc.) aus den Bereichen des Beschaffungsmanagements zu lösen. Sie kön-</p>				

nen einerseits die theoretischen Inhalte anhand von praktischen Beispielen verdeutlichen. Andererseits können Sie für Aufgaben und Problemfälle aus der beruflichen Praxis eines Beschaffers aufgrund der theoretischen Fertigkeiten adäquate Lösungen finden und Handlungsempfehlungen ableiten.

Der Vorlesungsinhalt wird durch Übungsaufgaben und Fallstudien, die im Selbststudium zu erarbeiten sind, ergänzt und vertieft. Im Weiteren sind themenspezifisch Informationen und Hintergründe selbstständig zu recherchieren.

Die Studierenden können nach Abschluss eines Themas anhand von Lernkontrollen den eigenen Kenntnisstand reflektieren und mit den gesetzten Lernzielen vergleichen sowie ggf. notwendige Maßnahmen aktiv einleiten.

d. Produktionsmanagement

2.1 Fachkompetenz

2.1.1 Wissen

Die Studierenden kennen die grundlegenden Aufgaben, die im Rahmen des Produktionsmanagements zu lösen sind.

2.1.2 Fertigkeiten

Die Studierenden können verschiedene Aufgabenstellungen des operativen Produktionsmanagement mit konkretem Datenmaterial durch Berechnung bzw. Optimierung lösen. Sie sind in der Lage für unterschiedliche Organisationstypen der Produktion und verschiedene Fragestellungen das passende Verfahren zu erläutern. Darüber hinaus können die Studierenden Interdependenzen zwischen den verschiedenen Aufgaben des Produktionsmanagement erkennen und bewerten.

2.2 Personale Kompetenzen

2.2.1 Sozialkompetenz

Die Studierenden können in Kleingruppen praxisorientierte Aufgaben bearbeiten und die Ergebnisse in einem vorgegebenen Zeitrahmen herleiten und verteidigen.

2.2.2 Selbstständigkeit

Die Studierenden sind in der Lage eigenständig Übungsaufgaben im Bereich Produktionsmanagement zu lösen. Sie können einerseits Problemstellungen aus der Praxis analysieren, ein geeignetes Verfahren auswählen und anwenden sowie Handlungsempfehlungen herleiten. Andererseits können sie die theoretischen Inhalte anhand von praktischen Beispielen erläutern.

Der Vorlesungsinhalt wird durch Übungsaufgaben und Fallstudien, die im Selbststudium zu erarbeiten sind, ergänzt und vertieft.

e. Seminar

2.1 Fachkompetenz

2.1.1 Wissen

	<p>Die Studierenden entwickeln sich zu Experten eines Bausteines des Beschaffungs- oder Produktionsmanagements.</p> <p>2.1.2 Fertigkeiten</p> <p>Die Studierenden erarbeiten selbstständig ein ausgewähltes Thema entweder aus dem Themenumfeld der Beschaffung oder der Produktion und vertiefen ihre Kenntnisse in einem Teilbereich.</p> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage in einer Arbeitsgruppe in einem definierten Zeitrahmen eine wissenschaftliche Arbeit zu einem vorgegebenen Thema zu erstellen Sie sind in der Lage ein Gesamtthema sinnvoll in Subthemen zu unterteilen. Hierbei lernen Sie sich sowohl kooperativ in die Gruppe einzubringen als auch die Abgrenzung des eigenen Anteils an der Gesamtarbeit. So werden die Studierenden befähigt in Abstimmung mit anderen Studierenden eine abgeschlossene und stimmige Gesamtarbeit zu erarbeiten.</p> <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <p>Die Studierenden können eigenständig eine Fragestellung aus den oben genannten Themengebieten bearbeiten und diese in den Kontext einer Gesamtarbeit setzen.</p> <p>Sie gewinnen Erfahrungen im wissenschaftlichen Arbeiten im Hinblick auf die Strukturierung eines Themas, die Literaturrecherche sowie die inhaltlichen und formalen Anforderungen an eine Hausarbeit.</p>
<p>3</p>	<p>Inhalte</p> <p>a) Beschaffungsmanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen Beschaffungsmanagement <ul style="list-style-type: none"> ○ Grundbegriffe, Ziele und Bedeutung der Beschaffung ○ Materialportfolio • Beschaffungsrisiken • Strategische Gestaltung der Beschaffung <ul style="list-style-type: none"> ○ Entwicklung der Beschaffungsstrategie ○ Make-or-Buy Entscheidung ○ Sourcing-Strategien ○ Warengruppenstrategien • Beschaffungswerkzeuge <ul style="list-style-type: none"> ○ Lieferantenmanagement ○ Bündelung ○ Standardisierung ○ Ausschreibungen <p>b) Produktionsmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung/Abgrenzung/Einordnung der Thematik

	<ul style="list-style-type: none"> • Aufgaben des Produktionsmanagements • Produktionsprogrammplanung • Mengenplanung (Materialbedarfsermittlung, Losgrößenoptimierung ...) • Termin- und Kapazitätsplanung • Einzelfertigung: Projektplanung • Serienfertigung: Scheduling • Massenfertigung: Fließbandabgleich/-layout • Produktionssteuerung und -kontrolle • Integration der Aufgaben <p>c) Seminar</p> <p>Aktuelle Themen aus den Bereichen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beschaffungsmanagement • Produktionsmanagement
4	<p>Lehrformen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Powerpoint-unterstützte dialogorientierte Veranstaltungen mit praktischen Beispielen • Begleitende Pflichtlektüre von angegebenen Quellen sowie selbständige Recherchen zu aktuellen Themen und praktischen Problemen bzw. Anwendungen • Gruppenarbeit, moderierte Diskussion, „learning by doing“, • Selbständiges Erarbeiten eines Themas in Form einer Hausarbeit unter zeitlichen Restriktionen
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Modul Supply Chain Management muss bestanden sein.</p> <p>Inhaltlich: Module Mathematik, Statistik und Wirtschaftsinformatik I sollten absolviert sein.</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Semesterbegleitende Mitarbeit und Seminararbeit (Referat oder Hausarbeit) (38%) • Abschlussklausur (Modulklausur) (80 Minuten) (62%)
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur sowie erfolgreiche semesterbegleitende Seminarleistung</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Nein</p>

9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>4,88 % $(10/164,5) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Meinke</p> <p>Prof. Dr. Thorn</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur:</p> <p>a) Beschaffungsmanagement</p> <p>Appelfeller, Wieland.; Buchholz, Wolfgang (2011): Supplier Relationship Management - Strategie, Organisation und IT des modernen Beschaffungsmanagements, 2. Auflage, Wiesbaden 2011</p> <p>Büsch, Mario: Praxishandbuch Strategischer Einkauf – Methoden, Verfahren, Arbeitsblätter für professionelles Beschaffungsmanagement, 3. Auflage, Wiesbaden 2013</p> <p>Weigel Ulrich, Rücker, Marco: Praxisguide Strategischer Einkauf – Know-how, Tools und Techniken für den globalen Beschaffer, 2. Auflage, Wiesbaden 2015</p> <p>b) Produktionsmanagement</p> <p>Corsten, Hans; Gössinger, Ralf (2016): Produktionswirtschaft: Einführung in das industrielle Produktionsmanagement, 14., überarb. und erw. Auflage, München 2016.</p> <p>Fandel, Günter; Fistek, Allegra; Stütz, Sebastian (2010): Produktionsmanagement, 2., überarb. und erw. Auflage, Heidelberg u.a. 2010.</p> <p>Steven, Marion (2014): Produktionsmanagement, Stuttgart 2014.</p>

Modul Logistikmanagement					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90752	300 h	10	5.-7.- Sem.	WS/SS	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Supply Chain Management	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <p>Schwerpunkt der Veranstaltung ist die Einarbeitung der Studierenden in die modellbasierte Planung und Optimierung von Logistiksystemen mit dem Fokus auf distributionslogistische Fragestellungen.</p> <p>Die Studierenden verfügen über ein grundlegendes konzeptionelles Verständnis der betriebswirtschaftlichen Rahmenbedingungen der Distribution sowie der typischen Fragestellungen und deren Standard-Formulierungen in Optimierungsmodellen.</p> <p>Sie haben einen Überblick über die Kostenentstehung im Transport und können differenzieren, in welchen Fällen welche Art von Kostenbetrachtung relevant ist.</p> <p>Sie verfügen über einschlägiges Wissen zur Transportplanung, zur Tourenplanung und zur Standortoptimierung.</p> <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <p>Die Studierenden erlernen das Methodenwissen zur Erstellung und Lösung mathematischer Optimierungsmodelle für typische logistische Fragestellungen mit Hilfe von Standardtools der Tabellenkalkulation.</p> <p>Sie sind damit in Lage, komplexe Entscheidungsprozesse bei der Gestaltung industrieller Distributionssysteme sowie der Transportlogistik im Handelsbereich zu handhaben und diese einer methodischen Lösung zuzuführen.</p> <p>Sie sind in der Lage, neue Lösungen für die Gestaltung der betrieblichen Distribution zu konzipieren und deren unterschiedlichen Konsequenzen in Bezug auf Kosten und Service zu beurteilen.</p> <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <p>Die Studierenden entwickeln Teamkompetenzen, die durch die Fallstudienbearbeitung in Kleingruppen unterstützt werden. Die Studierenden können dabei Teams in einer ergebnisorientierten Art führen und koordinieren, sowie die Teamergebnisse in einem anspruchsvollen Umfeld präsentieren.</p>				

	<p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <p>Die Studierenden können operative Herausforderungen bei der Gestaltung von Distributionskonzepten reflektieren und unabhängig Projekte zur Gestaltung solcher Konzepte bearbeiten.</p>
3	<p>Inhalte</p> <p>1. Modellbasiertes Logistikmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Logistische Fragestellungen und deren Modellierung • Struktur des Transportmarktes • Kostenmodelle und Kostenentstehung im Transport • Auswirkung von Standortentscheidungen auf Transportprozesse • Modellbildung zur Optimierung von Transportproblemen • Tourenoptimierung • Standortoptimierung <p>2. Fallstudien zum Logistikmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • ABC-Analyse • Berechnung von Bestellparametern; Lageroptimierung • Produktionsplanung
4	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristischer Unterricht mit Übungen am PC und Projektarbeiten</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Das Modul Supply Chain Management muss bestanden sein.</p> <p>Inhaltlich: Die Module Management Tools und Wirtschaftsmathematik sollten absolviert sein; die Grundlagen des Arbeitens mit einem Tabellenkalkulationssystem werden vorausgesetzt.</p>
6	<p>Prüfungsformen:</p> <p>Klausur am Rechner (77 %) (100 Min.) und Bearbeitung einer Fallstudie als Hausarbeit (23%)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur sowie erfolgreiche Hausarbeit</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>4,88 % $(10/164,5) \times 0,8$</p>

<p>10</p>	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Graf</p> <p>Prof. Dr. Fischer</p>
<p>11</p>	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur:</p> <p>Bretzke, W.-R.: Logistische Netzwerke. 2. Aufl. s.l.: Springer-Verlag, 2010</p> <p>Domschke, W.: Logistik: Transport, R. Oldenbourg Verlag, München, Wien, 5. Auflage, 2007</p> <p>Domschke, W.: Logistik: Rundreisen und Touren, R. Oldenbourg Verlag, München, Wien, 5. Auflage, 2010</p> <p>Domschke, W. ; Drexl, A.: Logistik: Standorte, R. Oldenbourg Verlag, München, Wien, 4. Auflage, 1996</p> <p>Domschke, W.; Drexl, A.; Klein, R.; Scholl, A.; Voß, S.: Übungen und Fallbeispiele zum Operations Research. Springer-Verlag, Berlin Heidelberg, 8. Auflage 2015</p> <p>Feige, D.; Klaus, P. : Modellbasierte Entscheidungsunterstützung in der Logistik. Hamburg: DVV Media Group Dt. Verkehrs-Verl. (Edition Logistik, 10), 2008</p> <p>Vahrenkamp, R. (Hrsg.); Mattfeld, D.: Logistiknetzwerke: Modelle für Standortwahl und Tourenplanung. Springer Fachmedien Wiesbaden, 2. Auflage 2014</p> <p>Winkels, H.-M.: Modellbasiertes Logistikmanagement mit Excel, DVV Media Group, Hamburg, 2012</p> <p>Wittenbrink, P.: Transportmanagement. Kostenoptimierung, Green Logistics und Herausforderungen an der Schnittstelle Rampe. Springer Gabler-Verlag, Wiesbaden, 2. Auflage, 2014</p>

Modul Steuerbilanzpolitik und anwendungsorientierte Unternehmensbesteuerung					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90761	300 h	10	5.-7. Sem.	WS (jährlich)	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Unternehmens- besteuerung	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Grup- pengröße 25 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p><u>Fachkompetenz:</u> Die Studierenden sollen praxisorientierte Kenntnisse über die monetären Folgen alternativer bilanzpolitischer Entscheidungen und den Einfluss der Verkehrsteuern auf das unternehmerische Handeln erlangen sowie Jahresabschlüsse und Steuererklärungen mit Hilfe der DATEV-Software erstellen.</p> <p><u>Methodenkompetenz:</u> Die Studierenden können bilanzielle Handlungsalternativen unter Berücksichtigung steuerlicher Gesichtspunkte eigenständig konzipieren, selbständig verkehrsteuerliche Problemstellungen von Unternehmen lösen und die DATEV-Software anwenden.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bilanzierungs- und Bewertungswahlrechte • Umsatzsteuer • Grunderwerbsteuer • Finanzbuchhaltung, Erstellung eines Jahresabschlusses incl. Berechnung der Steuerrückstellungen sowie Erstellung von praxisadäquaten Steuererklärungen am PC 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristische Vorlesung und anwendungsorientierte Übungseinheiten</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Das Modul Grundzüge Investition, Finanzierung und Steuern muss bestanden sein</p> <p>Inhaltlich: Das Modul Investition, Finanzierung und Steuern soll absolviert sein</p>				
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (100%) (90 Minuten) und semesterbegleitende Teilprüfungen</p>				

7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur und ggf. semesterbegleitende Teilprüfungen</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>4,88 % $(10/164,5) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Oesterwinter</p> <p>Prof. Dr. Eggers</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur:</p> <p>Steuergesetze nach neuestem Rechtsstand</p> <p>Steuerrichtlinien nach neuestem Rechtsstand</p> <p>Wirtschaftsgesetze nach neuestem Rechtsstand</p> <p>Weitere und aktuelle Literaturhinweise erfolgen in der Veranstaltung</p>

Modul Steuerplanung im Unternehmen					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90762	300 h	10	5.-7. Sem.	SoSe (jährlich)	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Unternehmens- besteuerung	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Grup- pengröße 25 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p><u>Fachkompetenz:</u> Die Studierenden verstehen die Gesamtzusammenhänge der Unternehmensbesteuerung über die steuerartenbezogene Betrachtung hinaus.</p> <p><u>Methodenkompetenz:</u> Die Studierenden können den Einfluss der Besteuerung auf die unternehmerischen Funktionen und Entscheidungen erkennen und Gestaltungsansätze konzipieren (Steuerwirkungs- und Steuergestaltungslehre). Sie können entscheiden, ob und in welcher Weise die Besteuerung bei unternehmerischen Entscheidungen (z. B. bei der Rechtsformwahl) als Entscheidungsfaktor zu berücksichtigen ist.</p>				
3	<p>Inhalt</p> <ul style="list-style-type: none"> • Besteuerung von Personengesellschaften und Kapitalgesellschaften im Vergleich • Unternehmenskauf und -verkauf • Besteuerung gesellschaftsrechtlicher Mischformen • Besteuerung internationaler Sachverhalte • Aktuelle Fragen der Unternehmensbesteuerung 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristische Vorlesung und anwendungsorientierte Übungseinheiten, Seminar</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Das Modul Grundzüge Investition, Finanzierung und Steuern muss bestanden sein</p> <p>Inhaltlich: Das Modul Investition, Finanzierung und Steuern soll absolviert sein</p>				
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (100%) (60 Minuten) und ggf. semesterbegleitende Teilprüfungen</p>				

7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur sowie semesterbegleitende Leistungen
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) nein
9	Stellenwert der Note für die Endnote 4,88 % $(10/164,5) \times 0,8$
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Oesterwinter Prof. Dr. Eggers
11	Sonstige Informationen Literatur: Steuergesetze nach neuestem Rechtsstand Steuerrichtlinien nach neuestem Rechtsstand Wirtschaftsgesetze nach neuestem Rechtsstand Weitere und aktuelle Literaturhinweise erfolgen in der Veranstaltung

Modul Arbeitsrechtsmanagement					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90780	300 h	10	5.-7. Sem.	WS (jährlich)	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Arbeitsrecht	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Das Recht stellt in der unternehmerischen Praxis ein Managementinstrument dar. Diesem Qualifikationsziel ist die Lehrveranstaltung verpflichtet:</p> <p><u>Fachkompetenz:</u></p> <p>Die Teilnehmenden beherrschen das Individualarbeitsrecht, das Betriebsverfassungsrecht und das Tarifrecht. Sie sind in der Lage arbeitsrechtliche Prozesse im Betrieb zu verhandeln und zu gestalten und das Arbeitsrecht für die arbeitsrechtliche Vertragsgestaltung nutzbar zu machen. Sie kennen die Grundzüge des arbeitsgerichtlichen Verfahrens sowie der Mediation.</p> <p><u>Methodenkompetenz:</u></p> <p>Die Studierenden sind mit der juristischen Methodik vertraut.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Betriebsverfassungsrecht und Tarifrecht (2 SWS) Struktur der Betriebsverfassung, Grundlagen des formellen Betriebsverfassungsrechts, Mitbestimmung des Betriebsrats und ihre Verbindung zum Individualarbeitsrecht, Grundlagen des Tarifrechts • Vertiefung Arbeitsrecht (4 SWS) Projektarbeiten zu verschiedenen Themen des Arbeitsrechts, z.B. Arbeitsvertragsgestaltung, Arbeitszeitmanagement, Bestandsschutz, Gleichstellungsmanagement, Vergütungsmanagement, etc. 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristischer Unterricht, Projektarbeiten, Gruppenarbeiten, Fallstudien</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Das Modul Recht muss bestanden sein.</p> <p>Inhaltlich: Das Modul Recht und Ethik sollte absolviert sein.</p>				
6	<p>Prüfungsform</p> <p>Projektarbeit / Referat / Hausarbeit (50%), Klausur (50%)</p>				

7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Prüfungen
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Nein
9	Stellenwert der Note für die Endnote 4,88 % (10/164,5) x 0,8
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Dr. Wolmerath
11	Sonstige Informationen Literatur: Senne; Arbeitsrecht. Das Arbeitsverhältnis in der betrieblichen Praxis, 9. Auflage, 2014; ISBN 978-3-8006-4544-2 Däubler/Hjort/Schubert/Wolmerath (Hrsg.); Arbeitsrecht. Individualarbeitsrecht mit kollektivrechtlichen Bezügen; 3. Auflage, 2013; ISBN 978-3-8329-7543-2 Düwell (Hrsg.); Betriebsverfassungsgesetz; 4. Auflage, 2014; ISBN 978-3-8487-0358-6 Kempen/Zachert (Hrsg.); TVG – Tarifvertragsgesetz; 5. Auflage 2014; ISBN 978-3-7663-6157-8

Modul Ökonometrie					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90781	300 h	10	5.-7. Sem.	SoSe (jährlich)	1 Semester
1	Intensivierungsbereich	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	-	6 SWS / 90 h	210 h	25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	2.1 Fachkompetenz				
	2.1.1. Wissen				
	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden verfügen über ein breites und integriertes Wissen der multivariaten Analysemethoden/Ökonometrie einschl. der mathematischen Grundlagen und praktischen Anwendungen. Die Studierenden kennen für eine Vielzahl quantitativer, wirtschaftlicher Fragestellungen Modellansätze der multivariaten Statistik/Ökonometrie. Sie kennen geeignete multivariate/ökonometrische Analyseverfahren für quantitative, wirtschaftliche Fragestellungen und können diese praktisch anwenden. 				
	2.1.2. Fertigkeiten				
	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden beherrschen das fortgeschrittene quantitative Instrumentarium der multivariaten Analysemethoden/Ökonometrie. Sie können diesen Methodenapparat auf quantitative, wirtschaftliche Fragestellungen (z.B. Marktforschung) anwenden. Sie können die relevante Software (Excel, SPSS, R) zur Lösung solcher Probleme einsetzen. Sie sind in der Lage, die Ergebnisse in den entsprechenden wirtschaftlichen Kontext einzubetten. 				
	2.2 Personale Kompetenzen				
	2.2.1 Sozialkompetenz				
	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden entwickeln durch die gemeinsame Bearbeitung von Aufgaben und Fallstudien am PC Teamkompetenzen. Die Studierenden können ihre Lösungen in einer ergebnis- und anwendungsorientierten Art zielgruppenadäquat präsentieren. 				
	2.2.2 Selbstständigkeit				
	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden können mit komplexen Arbeits- und Studienkontexten selbstständig umgehen und diese anforderungsgerecht gestalten. Sie können eigenständig komplexe Sachverhalte in Gruppen- oder Einzelarbeit erschließen. 				

	<ul style="list-style-type: none"> Sie haben die Fähigkeit, die Relevanz statistischer Problemstellungen in einem wirtschaftlichen Kontext zu beurteilen und eigenständig Lösungskonzepte zu erarbeiten.
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> Multivariate Analysemethoden/Ökonometrie multivariate lineare Regressionsanalyse (auch mit dichotomen unabhängigen Variablen), logistische Regressionsanalyse, Varianzanalyse, Diskriminanzanalyse, Kontingenzanalyse (z.B. CHAID-Analyse), Clusteranalyse, Faktorenanalyse DV-Übungen zu den Multivariaten Analysemethoden/zur Ökonometrie Bearbeitung von Übungsaufgaben und Fallstudien am PC mit z.B. Excel, SPSS, R
4	<p>Lehrformen</p> <p>seminaristischer Unterricht, Projektarbeiten, Übungen am PC</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Die Module Mathematik und Statistik müssen bestanden sein</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Abschlussklausur über die Inhalte des gesamten Moduls (67 %) (60 Min.), Hausarbeit (33 %)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur sowie bestandene Hausarbeit</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>4,88 % $(10/164,5) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Bornhorn</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur:</p> <p>Auer, B.; Rottmann, H.: Statistik und Ökonometrie für Wirtschaftswissenschaftler, 3. Aufl., Heidelberg (Springer), 2014</p> <p>Backhaus, K.; Erichson, B.; Plinke, W.; Weiber, R.: Multivariate Analysemethoden, 13. Aufl., Heidelberg (Springer), 2010</p>

<p>Berenson, M. L.; Levine, D. M.; Krehbiel, T. C.: Basic Business Statistics, 13th edition, London (Pearson Education), 2014</p> <p>Bühl, A.: SPSS 23: Einführung in die moderne Datenanalyse, 15. Aufl., München (Pearson), 2016</p> <p>Field, A.; Miles, J.; Field, Z.: Discovering Statistics Using R, London (SAGE Publications), 2012</p> <p>Hellbrück, R.: Angewandte Statistik mit R, 3. Aufl., Wiesbaden (Springer Gabler), 2016</p> <p>Hochstädter, D.; Kaiser, U.: Varianz- und Kovarianzanalyse, Frankfurt a. M. (Verlag Harri Deutsch), 1988</p> <p>Kabacoff, R.: R in Action: Data Analysis and Graphics with R, 2nd edition, Shelter Island (Manning Publications), 2015</p> <p>Rudolf, M.; Müller, J.: Multivariate Verfahren, 2. Aufl., Göttingen (Hogrefe), 2012</p> <p>Steinhausen, D.; Langer K.: Clusteranalyse, Berlin (Walter de Gruyter), 1977</p>
--

Modul Digitalisierung und Innovation					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90782	300 h	10	4.-7. Sem.	SS	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Wirtschaftsinformatik	Kontaktzeit 6 SWS /90 h	Selbststudium 210 h	geplante Grup- pengröße 50 bzw. 25 (Übung) Studie- rende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>2.1 Fachkompetenz</p> <p>2.1.1. Wissen</p> <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. <p>2.1.2. Fertigkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können digitale Geschäftsmodelle und -prozesse kreieren bzw. modellieren. • Sie können die volks- und betriebswirtschaftlichen Auswirkungen von Innovation und Disruption umfangreich erläutern und Projektionen erstellen. 				

	<ul style="list-style-type: none"> • Studierende können Methoden zur Geschäftsmodell- und –prozessinnovation anwenden. • Sie können die Methode der Szenarioanalyse anwenden. <p>2.2 Personale Kompetenzen</p> <p>2.2.1 Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können Fachinhalte zu einem komplexen und anspruchsvollen Praxisumfeld im Team erarbeiten und präsentieren. <p>2.2.2 Selbstständigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden werden durch multimedial unterstützte Lernmaterialien an das selbstgesteuerte Lernen herangeführt. • Die Studierenden können sich anhand dedizierter Aufgabenstellungen eigenständig in einem fachlich komplexen und in der Praxis hoch relevanten System einarbeiten und vertieftes Wissen aneignen. • Kontrollfragen zum durchgenommenen Vorlesungsstoff unterstützen durch aktive Eigenarbeit das selbstgesteuerte Lernen.
<p>3</p>	<p>Inhalte</p> <p>Teil 1: Grundlagen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen zu Information und zur Digitalisierung • Grundlagen zu Innovation und betrieblichen Innovationsprozessen • Wiederholung von Grundlagen zur Geschäftsprozessmodellierung • Wiederholung von Grundlagen zur Geschäftsmodellierung <p>Teil 2: Die Digitale Ökonomie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Technologische Treiber der Digitalisierung • Ökonomische Auswirkungen der Digitalisierung • Evolution der Märkte im Bereiche der Marktprozesse, Marktteilnehmer und Marktgüter • Eigenschaften und Evolution digitaler Güter • Mikro- und makroökonomische Besonderheiten digitaler Märkte • Phasenmodelle der Digitalisierung der Märkte • Klassifizierung datenzentrischer Geschäftsmodelle <p>Teil 3: Ökonomische Einordnung digitaler Trendbegriffe</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modell zur Klassifizierung der Trendbegriffe • Industrie 4.0 • Big Data • Arbeit 4.0 • Wearables • In-Memory Computing • Internet of Things • Cloud Computing • Smart Home

	<ul style="list-style-type: none"> • Smart Grids • Quantified Self • Nano Technology • Artificial Intelligence, Deep Learning und Machine Learning • Crowd Economy • Sharing Economy • Augmented Reality and Virtual Reality • Everything as a Service • Einordnung und Bewertung von sozioökonomischen Rahmenbedingungen hinsichtlich Data Protection, Transparency, IT-Governance und IT-Security <p>Teil 4: Innovations- und Technologiemanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wertschöpfung durch Innovation • F&E-Management: Methoden und Tools • Innovation in Aufbau- und Ablauforganisation • Gesamt- und betriebswirtschaftliche Anreizsysteme für Innovation • Lebenszyklus und Muster des Innovationsprozesses • Kennzahlen zur Messung und Steuerung von Innovation
4	<p>Lehrformen</p> <p>seminaristischer Unterricht, Übungen</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Das Modul Wirtschaftsinformatik I muss bestanden sein</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (100 %) (90 Min.)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>keine</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>4,5 % (10/178) x 0,8</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Lutz Niehüser</p> <p>Dr. Lindenbeck</p>

11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur:</p> <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> <p>Shapiro, Carl/Varian, Hal R. (1999): Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy, Boston 1999.</p>
-----------	---

Modul Marktwirtschaftliches Unternehmensumfeld					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90783	300 h	10	5.-7. Sem.	SoSe (jährlich)	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Volkswirtschaftslehre	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden kennen das branchen- und marktwirtschaftliche Unternehmensumfeld, sowohl hinsichtlich der Bestimmungsfaktoren und Wirkungszusammenhänge als auch der wirtschaftlichen Prozesse. Sie sind mit grundlegenden Erkenntnissen der Industrieökonomik und der Marktentwicklungstheorie vertraut und verfügen über vertiefte Kenntnisse in der Markt-, Branchen- und Wettbewerbsanalyse. Entsprechende Analysemethoden können angewendet werden. Die Studierenden sind in der Lage, mit dem marktökonomischen Wissen unternehmenspolitische Entscheidungen zu unterstützen.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Teil 1: Markt- und Industrieökonomik (2 SWS)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Märkte, Industrien, Wettbewerb • Marktabgrenzung • Marktbarrieren • Empirische und theoretische Industrieökonomik: Marktstruktur - Marktverhalten – Marktergebnis • Analytische, prognostische und unternehmensstrategische Aspekte <p>Teil 2: Wettbewerb und Marktentwicklung (2 SWS)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wettbewerb: Erscheinungsformen, Theorie und Politik/Recht • Wettbewerbsbeschränkungen, Marktmacht, Unternehmenskonzentration • Marktentstehung und -entwicklung; Innovation und Diffusion; Heuß'sches Marktphasenkonzept/Marktzyklen • Analytische, prognostische und unternehmensstrategische Aspekte <p>Teil 3: Seminar Markt-, Branchen- u. Wettbewerbsanalysen (2 SWS)</p> <ul style="list-style-type: none"> • MBW-Analysemethoden • Praktische Hinweise zur Erstellung von Marktstudien • Empirische Analyse ausgewählter Märkte, Branchen und Wettbewerbssituationen 				

4	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristische Vorlesung mit Anwendungs- und Fallbeispielen sowie Seminar mit Referaten und Hausarbeiten</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Das Modul Einführung in die Wirtschaftswissenschaften muss bestanden sein</p> <p>Inhaltlich: Die Module Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik sollten absolviert sein</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur, Seminararbeit, Projektarbeit und/oder Referat</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur sowie bestandene Seminararbeit samt Referat in allen Modulteilern.</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>4,88 % $(10/164,5) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Kortmann</p> <p>Prof. Dr. Brüggelambert</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Teil 1: Markt- und Industrieökonomik</p> <p>W. Kortmann: Markt- und Industrieökonomik - Ein integrativer Ansatz für die Wirtschaftswissenschaft und Praxis; in: Wirtschaftswissenschaft - Anwendungsorientierte Forschung an der Schwelle des 21. Jahrhunderts; Decker</p> <p>W. Kortmann: Eine neue Methode für systematische Markt-, Branchen- und Wettbewerbsanalysen; Duncker & Humblot</p> <p>D.W. Carlton; J.M. Perloff: Industrial Organization; HarperCollins</p> <p>I. Böbel: Wettbewerb und Industriestruktur; Springer</p> <p>Teil 2: Wettbewerb und Marktentwicklung</p> <p>W. Kortmann: Grundzüge der Allgemeinen Wettbewerbstheorie; Skriptum Nr. 99349/2</p> <p>W. Kortmann: Diffusion, Marktentwicklung und Wettbewerb; Lang</p>

W. Kortmann: Eine neue Methode für systematische Markt-, Branchen- und Wettbewerbsanalysen; Duncker & Humblot

H. Berg: Wettbewerbspolitik; in: Vahlens Kompendium der Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik, Band 2, 7. Aufl.

E. Heuss: Allgemeine Markttheorie; Mohr

Teil 3: Seminar Markt-, Branchen- u. Wettbewerbsanalysen

W. Kortmann: Eine neue Methode für systematische Markt-, Branchen- und Wettbewerbsanalysen; Duncker & Humblot

Modul Internationale Wirtschaftsbeziehungen					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90784	300 h	10	5.-7. Sem.	WS (jährlich)	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Volkswirtschaftslehre	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p><u>Fachliche Kompetenzen:</u></p> <p>Die Studierenden erwerben grundlegende und für praxisrelevante Teilbereiche auch vertiefte Kenntnisse über die Funktionsweise internationaler Märkte. International agierende Unternehmen werden dabei als strategisch operierende Einheiten vor dem Hintergrund nationaler und internationaler Rahmenbedingungen begriffen. Den Studierenden sind die Vorzüge der internationalen Arbeitsteilung ebenso vertraut wie grundsätzlichen Wechselwirkungen zwischen Marktakteuren, dem politischen Willensbildungsprozess und der rechtlichen Ausgestaltung internationaler Märkte. In diesem Zusammenhang können sie mit den relevanten Sachverhalten umgehen, die mit Begriffen wie komparativer Vorteil, Skalenerträge, Importzölle, Exportsubventionen, Dumping, Zahlungsbilanz, Wechselkurse und Devisenmärkte, internationaler Kapitalmarkt, internationales Bankenwesen, Direktinvestitionen, Internalisierungsstrategien, Rent-Seeking, wirtschaftliche Integration, EU Wettbewerbs- und Kartellrecht verbunden sind. Die Studierenden sind in der Lage, entsprechende wirtschaftspolitische Diskussionen und Entscheidungen kritisch zu reflektieren. Weiterhin erkennen sie die Relevanz der Sachverhalte für die betriebliche Praxis und vermögen die gewonnenen Erkenntnisse in unternehmerische Entscheidungsprozesse einfließen zu lassen.</p> <p><u>Methodische Kompetenzen:</u></p> <p>Die Studierenden vermögen die Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens im Rahmen einer Seminararbeit anzuwenden und sind in der Lage, relevante Sachverhalte in der Form von Kurzpräsentationen prägnant darzustellen.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Modulteil 1: Theorie und Politik der internationalen Wirtschaft</p> <p>1. Wer handelt mit wem? Warum? Wieviel?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gravitationsmodell • Internationale Transaktionen und Zahlungsbilanzen • Entwicklung und Struktur der Weltwirtschaft - Globalisierung <p>2. Theorie und Politik des internationalen Handels</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arbeitsproduktivität und komparativer Vorteil • Standardmodell des Handels • Instrumente und politische Ökonomie der Handelspolitik • Entwicklungsländer 				

	<p>3. Makroökonomik offener Volkswirtschaften:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Geld, Zinssätze, Wechselkurse und Devisenmärkte • Offene Volkswirtschaften in der langen Frist • Offene Volkswirtschaften in der kurzen Frist <p>4. Internationale wirtschaftspolitische Organisationen und Regelwerke:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Institutionen der Außenhandelspolitik, Kapitalverkehrspolitik und der Währungsordnung • Relevanzwettbewerbs- und kartellrechtlicher Regelwerke <p>Modulteil 2: Internationale Finanzmärkte und multinationale Unternehmen</p> <p>1. Währungssysteme und Währungsrisiken:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wechselkurssysteme und Währungsräume • Determinanten von Devisenangebot und -nachfrage • Devisenmarkteffizienz und Währungsrisiken <p>2. Globaler Kapitalmarkt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Internationale Kapitalströme: Motive, Akteure und Instrumente • Internationales Bankensystem: Performance und Regulierungsansätze • Aspekte der internationalen Verschuldung <p>3. Direktinvestitionen und multinationale Unternehmen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Internationalisierungsstrategien • Internalisierungsstrategien • Wohlfahrtsanalyse multinationaler Unternehmen <p>Modulteil 3: Seminar IWB</p> <p>Im Seminarteil werden Fallstudien vorgestellt, erörtert und im Rahmen betreuter Ausarbeitungen von den Studierenden (individuell und / oder in Gruppen) analysiert. Die Ergebnisse der Analyse sollen in Seminararbeiten niedergelegt und im Rahmen einer Präsentation verteidigt werden. Basis der Analyse sollen die in den ersten zwei Modulteilten erworbenen Kompetenzen bilden. Als Fallstudien kommen beispielsweise in Betracht: Länderanalysen, Regionalanalysen, aktuelle wirtschaftspolitische Themen mit internationalem Hintergrund, Marktverhalten ausgewählter multinationaler Unternehmen u.ä. Neben inhaltlichen Komponenten gehen auch methodische Komponenten wie Technik des wissenschaftlichen Arbeitens, Umgang mit modernen Medien und Kommunikations- und Präsentationstechniken in die Bewertung ein.</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristische Vorlesung mit Anwendungs- und Fallbeispielen, Seminare</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Das Modul Einführung in die Wirtschaftswissenschaften muss bestanden sein</p> <p>Inhaltlich: Die Module Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik sollten absolviert sein</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur, Seminararbeit/Projektarbeit (inklusive Referat)</p>

7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur sowie bestandene Seminararbeit/Projektarbeit
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Zurzeit nicht
9	Stellenwert der Note für die Endnote 4,88 % $(10/164,5) \times 0,8$
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Brüggelambert Prof. Dr. Kortmann Prof. Dr. Greiber
11	Sonstige Informationen -

Modul Qualitätsmanagement					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90785	300 h	10	5.-7. Sem.	WS (jährlich)	1 Semester
1	Intensivierungsbereich	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	-	6 SWS / 90 h	210 h	25 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden kennen die grundlegenden Aufgaben des Qualitätsmanagements und üben dabei auch konkrete Verfahren, selbständiges Lernen, Gruppenarbeit und Präsentationen.</p> <p>A. Grundlagen des Qualitätsmanagements:</p> <p>Die Studierenden kennen die wichtigsten Ansätze, Strategien und Konzepte eines modernen Qualitätsmanagements und gewinnen einen Überblick über die wichtigsten Verfahren sowie die Konsequenzen für verschiedene betriebliche Bereiche.</p> <p>B. TQM und Integrierte Managementsysteme:</p> <p>Die Studierenden kennen vertiefend die Ideen und Ansätze eines Total Quality Management (TQM), der wichtigsten daran angelehnten Modelle (z.B. EFQM-Modell) und Wettbewerbe sowie die Auditierung und die Bedeutung und Grenzen der Zertifizierung nach ausgewählten Normen (z.B. ISO 9001). Sie erkennen, dass neben Qualitätsmanagementsystemen (QMS) noch weitere Managementsysteme in der Unternehmensführung wichtig sind und dass eine Integration dieser Systeme effektiv und effizient ist.</p> <p>C. Qualitätsmanagementmethoden</p> <p>Die Studierenden üben ausgewählte Methoden und Verfahren des Qualitätsmanagements an praktischen Beispielen, entwickeln sich zu Experten für eine Anwendung bzw. Methode des Qualitätsmanagements und vertiefen Ihre Kenntnisse in diesem Teilbereich durch Recherche und Aufbereitung von Informationen sowie selbständige Erarbeitung einer Präsentation. Sie gewinnen dabei Erfahrungen in der wiss. Arbeit und Präsentationstechnik, bilden also auch wichtige methodische Kompetenzen.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>A. Grundlagen des Qualitätsmanagements:</p> <p>Grundbegriffe und Einordnung QualitätsManagement (QM):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Qualitätsbegriffe • Fehler und Mangel • Zuverlässigkeit • Entwicklung QM 				

	<p>Gegenstände QM:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produktqualität und Teilqualitäten • Prozessqualität • QM-Systeme <p>QM im Produktzyklus:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produktfindung und -entwicklung • Marketing/Kundenbeziehung • Beschaffung/Lieferantenmanagement Produktion und Distribution After Sales/Nutzung Nach der Nutzung <p>B. TQM und Integrierte Managementsysteme:</p> <p>Total Quality Management (TQM):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kontinuierliche Verbesserungsprozesse • Qualitätswettbewerbe • EFQM-Modell • CAQ • Audits, Normen und Zertifizierung von QM-Systemen • Dokumentation von QM-Systemen • Total Productive Maintenance (TPM) • Notwendigkeit weiterer Managementsysteme (Beispiele, Normen usw.) <p>Integrierte Managementsysteme: Möglichkeiten und Grenzen</p> <p>C. Qualitätsmanagementmethoden:</p> <p>Übungen zu den wichtigsten Verfahren des QM, z.B.</p> <ul style="list-style-type: none"> • QFD • FMEA • Qualitätsprüfungen – Prozesskontrolle / spc • Japanische Managementtechniken <p>Referate und Vorträge zu ausgewählten Methoden und Anwendungen</p>
<p>4</p>	<p>Lehrformen</p> <p>Powerpoint-unterstützte dialogorientierte Veranstaltungen mit praktischen Beispielen. Begleitende Pflichtlektüre von angegebenen Quellen sowie selbständige Recherchen zu aktuellen Themen und praktischen Problemen bzw. Anwendungen.</p> <p>Gruppenarbeit, moderierte Diskussion, „learning by doing“, Selbständiges Erarbeiten von Referaten, Präsentation von Referaten und Gruppenergebnissen unter zeitlichen</p>

	<p>Restriktionen.</p> <p>Es ist geplant, QM-Manager aus Unternehmen zu Vorträgen einzuladen: Darstellung von betrieblichen QM-Systemen, TQM-Ansätzen und Integrierten Managementsystemen sowie speziellem Methodeneinsatz.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Module Supply Chain Management und Statistik müssen bestanden sein</p> <p>Inhaltlich: Module Marketing und Grundlagen des Strategischen Managements sollten absolviert sein</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>semesterbegleitende Mitarbeit und Seminararbeit (Referat, evtl. auch Hausarbeit) Abschlussklausur</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur (75%) sowie erfolgreiche semesterbegleitende Seminarleistung (25%)</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>4,88 % (10/164,5) x 0,8</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Eichler</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur:</p> <p>Ebel, B.: Qualitätsmanagement, Herne 2003</p> <p>Kamiske, G.F.; J.P. Brauer: Qualitätsmanagement von A-Z, 6.A., München 2008</p> <p>Kamiske, G.F.; Umbreit, G.: Qualitätsmanagement von A-Z, München 2008</p> <p>Linß, G.: Training Qualitätsmanagement, München 2007</p> <p>Masing: Handbuch Qualitätsmanagement (hrsg. V. Pfeifer / Schmitt), München 2007</p> <p>Schmitt, R.; T. Pfeifer: Qualitätsmanagement, 4.A., München 2010</p>

Modul Aktuelles Thema					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90800	300 h	10	5.-7. Sem.	WS/SoSe - Nach Genehmigung	1 Semester
1	Intensivierungsbereich	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	-	6 SWS / 90 h	210 h	20-30 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p>Hintergrund: Dieses Wahlpflichtmodul soll dem Dekanat ermöglichen, zu aktuellen Themen, die z.B. auf Gesetzesänderungen, Technologieentwicklungen oder wirtschaftlichen Situationen („Krise“) beruhen, spezielle und i.d.R. einmalige WPM-Angebote zu genehmigen. Solche flexiblen Angebote wurden von einigen Fachgruppen gewünscht und lassen sich auch Fachgruppenübergreifend denken (z.B. BWL+VWL oder BWL + Recht).</p> <p>Die Studierenden kennen den Kontext und die grundlegenden Theorien zu dem „aktuellen Thema“, entwickeln Lösungsmöglichkeiten für die „neuartige“ Problematik und üben dabei auch innovative Forschungsmethoden, selbständiges Lernen, Gruppenarbeit und Präsentationen.</p>				
3	Inhalte				
	<p>Die Inhalte und ihre Verteilung auf die drei Veranstaltungen sind von den anbietenden Dozenten rechtzeitig zu konkretisieren und in einer ankündigenden Modulbeschreibung bekannt zu machen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • A+B: 4SV • C: Seminar mit hohem Eigenarbeitsanteil der Studierenden (2S) 				
4	Lehrformen				
	<p>Powerpoint-unterstützte dialogorientierte Veranstaltungen mit praktischen Beispielen Begleitende Pflichtlektüre von angegebenen Quellen sowie selbständige Recherchen zu aktuellen Themen und praktischen Problemen bzw. Anwendungen.</p> <p>Gruppenarbeit, moderierte Diskussion, „learning by doing“, Selbständiges Erarbeiten von Referaten, Präsentation von Referaten und Gruppenergebnissen unter zeitlichen Restriktionen.</p> <p>Es ist empfehlenswert, externe Experten zu Vorträgen einzuladen oder als Lehrbeauftragte an den Veranstaltungen zu beteiligen.</p>				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	<p>Formal: Keine</p> <p>Inhaltlich: Sind jeweils von den Dozenten vorzugeben (z.B. ein WPM I oder II als</p>				

	Voraussetzung)
6	Prüfungsformen semesterbegleitende Mitarbeit und Seminararbeit (Referat oder Hausarbeit) Abschlussklausur
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulklausur (75%) sowie erfolgreiche semesterbegleitende Seminarleistung (25%)
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) nein
9	Stellenwert der Note für die Endnote $4,88 \% (10/164,5) \times 0,8$
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Dekanat des Fachbereichs (delegiert Modulauftrag im Einzelfall)
11	Sonstige Informationen Veranstaltung muss vom Dekanat genehmigt werden!

Modul Vorbereitung auf die Zertifizierung in einem berufsqualifizierenden ERP-System					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90801	300 h	10	5.-7. Sem.	SoSe - Nach Genehmigung	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Wirtschaftsinformatik	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p><u>Fachkompetenz:</u> Die Studierenden erwerben umfassendes, theoretisches und praktisches Wissen über verschiedene Möglichkeiten des Einsatzes von Standardanwendungssoftware. Dazu gehören Kenntnisse über diverse Standardsoftwareanwendungen in unterschiedlichen Funktionsbereichen und Unternehmensebenen. Kenntnisse über verschiedene am Markt verfügbare Arten von Standardanwendungssoftware und deren Zusammenwirken sind vorhanden.</p> <p><u>Methodenkompetenz:</u> Die Studierenden erwerben die Fähigkeit einen umfassenden Überblick über verschiedene Softwareprodukte im Bereich Standardanwendungssoftware zu bekommen und abhängig vom betrieblichen Bedarf eine geeignete Standardanwendungssoftware auszuwählen. Dabei lernen sie, betriebliche Prozesse im Detail in einer Standardanwendungssoftware zu beschreiben und umzusetzen. Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, abhängig vom betrieblichen Bedarf eine geeignete Standardanwendungssoftware einzusetzen und bedienen zu können. Das praktische Bearbeiten der in den Fallstudien präsentierten, integrierten Geschäftsprozessszenarien befähigt die Kursteilnehmer insbesondere, die Funktionsweisen eines ERP-Systems auf grundlegender Ebene derart zu verstehen, dass sie sich sehr schnell in das konkrete Umfeld eines ihnen fremden ERP-Systems einarbeiten können. Speziell verfügen die Kursteilnehmer nach Abschluss des Kurses über Kenntnisse und Fähigkeiten bzgl. des unmittelbaren Umgangs mit den Funktionsbereichen und bzgl. deren Integration innerhalb komplexer Geschäftsprozesse. Die Studierenden wenden ihr Wissen praktisch in Form von Übungsaufgaben, die mit Hilfe einer Standardanwendungssoftware gelöst werden, an und vertiefen damit ihr fachliches Wissen.</p> <p><u>Schlüsselkompetenz:</u> Die Studierenden lösen selbstständig anhand verschiedener Fallstudien Fragestellungen unter Zuhilfenahme mehrerer Module einer Standardanwendungssoftware. Die Übungsaufgaben und Fallstudien sind als Gruppenarbeit angelegt und fördern so die</p>				

	Kommunikationsfähigkeit. Zudem werden die Lösungen vor der Gruppe präsentiert und damit die Präsentationsfertigkeiten verbessert.
3	<p>Inhalte</p> <p>Lernziel: Erwerbung eines umfassenden, theoretischen und praktischen Wissens zum SAP® ERP-System. Dies betrifft insbesondere technische Aspekte, den organisatorischen Aufbau und die Integration einer Vielzahl von Geschäftsprozessen und Funktionsbereichen. Das praktische Bearbeiten der in den Fallstudien präsentierten, integrierten Geschäftsprozessszenarien befähigt die Kursteilnehmer insbesondere die Funktionsweisen des SAP ERP-Systems auf grundlegender Ebene derart zu verstehen, dass sie sich sehr schnell in das konkrete Umfeld eines ihnen fremden ERP-Systems einarbeiten können. Speziell verfügen die Kursteilnehmer nach Abschluss des Kurses über Kenntnisse und Fähigkeiten bzgl. des unmittelbaren Umgangs mit den folgenden Funktionsbereichen und bzgl. deren Integration innerhalb komplexer Geschäftsprozesse:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beschaffung • Materialplanung • Life-Cycle-Management • Fertigungssteuerung • Bestandsführung und Lagerverwaltung • Kundenauftragsmanagement • Enterprise Asset Management • Program- und Projektmanagement • Human Capital Management • Financial Accounting • Management Accounting • Business Intelligence • Strategic Enterprise Management
4	<p>Lehrformen</p> <p>seminaristischer Unterricht, Übung am System</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Modul Wirtschaftsinformatik I muss bestanden sein</p> <p>Inhaltlich: Modul Wirtschaftsinformatik II sollte absolviert sein</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (100 %)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>bestandene Klausur</p>

8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) nein
9	Stellenwert der Note für die Endnote 4,88 % $(10/164,5) \times 0,8$
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Schmitz
11	Sonstige Informationen Kooperation mit der FH Niederrhein für die gegebenen Zertifizierungsvoraussetzungen angestrebt Literatur: Benz, J.; Höflinger, M.: Logistikprozesse mit SAP®: Eine anwendungsbezogene Einführung - Mit durchgehendem Fallbeispiel, Wiesbaden 2008 Egger, N.; Fiechter, J.-M. R.; Kramer, S.; Sawicki, R.P; Straub, P.; Weber, S.: SAP Business Intelligence, Wiesbaden 2006 Frick, D.; Gadatsch, a; Schäfer-Külz, U: Grundkurs SAP® ERP: Geschäftsprozessorientierte Einführung mit durchgehendem Fallbeispiel, Wiesbaden 2007

Modul Projektmanagement					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90802	300 h	10	5.-7. Sem.	SoSe - Nach Genehmigung	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Projektmanagement	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden können die Charakteristika eines Projektes erläutern (Einmaligkeit, Ziel, zeitlich befristet, eigene Organisationform, mit Risiken behaftet, etc.) und können Projekte von wiederkehrenden und dauerhaft angelegten Aufgaben abgrenzen. Sie können typische Beispiele für erfolgreiche und weniger erfolgreiche Projekte erläutern (Oeresundbrücke, Tacomabrücke, Airbus A380, Flughafen Berlin-Brandenburg, Projekte aus dem eigenen Umfeld, ...).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können eine Projektaufgabe beschreiben (project chart). • Die Studierenden sind in der Lage, die Stakeholder eines Projektes zu ermitteln und ihren Einfluss auf das Projekt erfassen. • Die Studierenden sind in der Lage, die Erfolgsfaktoren eines Projektes zu ermitteln. • Die Studierenden können aus der Projektaufgabe einen strukturierten Projektplan ableiten, mit den einzelnen Aktivitäten, die zu erledigen sind (Projektstrukturplan, PSP / work breakdown structure, WBS) • Die Studierenden können die Aktivitäten durch Vorgänger- / Nachfolgerbeziehungen in eine logische Reihenfolge bringen (Sequencing) • Die Studierenden können den Aktivitäten die erforderlichen Ressourcen zuordnen. • Die Studierenden können die Zeit ermitteln, die für die Erledigung einer Aktivität bei den zugeordneten Ressourcen benötigt wird. • Die Studierenden können aus dem Projektstrukturplan, der logischen Reihenfolge der Aktivitäten und dem Zeitbedarf für die Aktivitäten einen Netzplan erstellen, den kritischen Pfad ermitteln und die Projektdauer bestimmen. • Die Studierenden können die Bedeutung des kritischen Pfades erläutern und können aufzeigen, wie man die Gesamtlaufzeit eines Projektes steuern kann, wenn man die Aktivitäten auf dem kritischen Pfad beschleunigt oder verlangsamt. • Die Studierenden sind in der Lage, aus dem Projektplan, dem Netzplan und dem geplanten Ressourceneinsatz einen Kostenplan für das Projekt abzuleiten. Kostenansätze für den Einsatz Ressourcen ergeben sich dabei aus Erfahrungswerten und Vorgaben. • Die Studierenden sind in der Lage, aus dem Projektplan und dem Netzplan Checklisten zur Projektverfolgung abzuleiten – und nach dem Projektstart anzuwenden. 				

	<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden sind in der Lage, den Projektplan, den Netzplan und Ressourceneinsatzplan mit Standardsoftware zu erstellen (MS-Project). • Die Studierenden sind in der Lage, Standardsoftware zur Projektverfolgung einzusetzen. • Die Studierenden sind in der Lage, eine Projektgruppe aufzubauen und Rollen und Verantwortlichkeiten der Mitglieder der Projektgruppe und anderer Stakeholder zu definieren. • Die Studierenden sind in der Lage, ein Informations- und Kommunikationssystem für ein Projekt zu konzipieren, das alle Mitglieder der Projektgruppe und andere Stakeholder rechtzeitig mit den erforderlichen Informationen versorgt. Sie können Implementierungskonzepte skizzieren.
3	<p>Inhalte</p> <p>Die Lehrveranstaltung Projektmanagement bildet zusammen mit der Lehrveranstaltung Organisations- und Managementmethoden das Modul Betriebswirtschaftliche Grundlagen 2.</p> <p>Projektmanagement Standards von ISO, DIN, GPM, IPMA, PMI, ... werden berücksichtigt und auszugsweise angewandt.</p> <p>Standardsoftware wird zur Unterstützung der Lehrveranstaltung und zur Abwicklung von Fallstudien eingesetzt (MS-Project, ...).</p> <p>Gliederung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundzüge von Projekten und Beispiele • Projektaufgabe und Projektplanung • Stakeholderanalyse • Projektverfolgung • Risikomanagement in Projekten • Phasenkonzepte
4	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristischer Unterricht, Projektarbeiten, Gruppenarbeiten</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Bestandene Modulklausur am Ende des Semesters (50%) sowie qualifizierte Beiträge während des Semesters (50%)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulklausur am Ende des Semesters (50%) sowie qualifizierte Beiträge während des Semesters (50%)</p>

8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote 4,88 % $(10/164,5) \times 0,8$
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Dechange Prof. Dr. Wetekamp
11	Sonstige Informationen Literatur: Schelle, H.; Ottmann, R.; Pfeifer, A.: Projektmanager, GPM, 2005 Kerzner, H.: Projektmanagement, 2. deutsche Auflage, 2008 Kerzner, H.: Project Management, 10. englische Ausgabe, 2009 Burghardt, M.: Projektmanagement, Siemens, 8. Auflage, 2008 PMI: Project Management Body of Knowledge (PMBOK), 4. Auflage, 2008- GPM: Projektmanagement Journal Homepage der Lehrveranstaltung / E-learning Plattform ILIAS mit Studienmaterial (Skripte, Präsentationen, Standards, Internetquellen, case studies, ...)

Modul Ausbildereignungsschein					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90803	300 h	10	5.-7. Sem.	Je Semester	1 Semester
1	Intensivierungsbereich HRM , Arbeitsrecht	Kontaktzeit 8 SWS / 120 h	Selbststudium 180 h	geplante Gruppengröße Max. 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden erwerben entsprechend der Ausbilder-Eignungsverordnung (AEVO) vom 21. Januar 2009 (BGBl. I 2009, S.88) die berufs- und arbeitspädagogischen Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten, um die Berufsausbildung im dualen System als verantwortlicher Ausbilder durchzuführen.				
3	Inhalte Die Inhalte entsprechen den in § 2 AEVO genannten vier Handlungsfeldern: <ol style="list-style-type: none"> 1. Ausbildungsvoraussetzungen prüfen und Ausbildung planen 2. Ausbildung vorbereiten und bei der Einstellung von Auszubildenden mitwirken 3. Ausbildung durchführen 4. Ausbildung abschließen. Ergänzend gilt der Rahmenplan für die Ausbildung der Ausbilder und Ausbilderinnen vom 25. Juni 2009 (http://www.bibb.de/dokumente/pdf/empfehlung_135_rahmenplan_aevo.pdf).				
4	Lehrformen seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeiten, Fallstudien, Fallbearbeitungen u.a.				
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Das Modul Recht muss bestanden sein. Das Modul Human Resource Management oder das Modul Arbeitsrechtsmanagement muss bestanden sein. Inhaltlich: Die Wahlpflichtmodule Human Resource Management und / oder Arbeitsrechtsmanagement muss absolviert sein.				
6	Prüfungsformen Klausur, mündliche Unterweisung und mündliche Prüfung				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten 1. Teilnahme an folgenden Lehrveranstaltungen mit Anwesenheitspflicht: <ul style="list-style-type: none"> • 5-tägige Blockveranstaltung (4SWS) 				

	<ul style="list-style-type: none"> • wöchentliche Lehrveranstaltung (4 SWS) <p>2. zwei Klausuren im Umfang von je 1½ Stunden als Abschluss der jeweiligen Lehrveranstaltung</p> <p>3. eine Unterweisung, in der eine betriebliche Ausbildungseinheit schriftlich und mündlich darzustellen ist. An die Unterweisung schließt sich eine abschließende mündliche Prüfung an.</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>4,88 % $(10/164,5) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>NN.</p> <p>Markus Anger</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Diese Veranstaltung wird in Kooperation mit der IHK Dortmund durchgeführt. Die Studierenden erhalten nach bestandener Prüfung eine Bescheinigung der IHK Dortmund gem. § 6 Abs.3 AEVO. Hierfür wird eine einmalige Gebühr von derzeit rund 26,- € fällig, die die IHK Dortmund für die Bearbeitung direkt in Rechnung stellt.</p>

Modul International Management					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90804	300 h	10	5.-7. Sem.	WS - Nach Genehmigung	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Unternehmensführung	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden verfügen über ein konzeptionelles Verständnis des Internationalen Managements und der Globalisierung. Sie sind in der Lage die Wirkungszusammenhänge von internationalen und globalen Geschäften, Märkten und Unternehmen zu erkennen. Die Studierenden können die unterschiedlichen Formen internationaler Strategien darlegen und mit Blick auf die Praxis erkennen sowie Entscheidungsprozesse für den Aufbau und die Verbesserung des internationalen Managements ableiten.</p> <p><u>Fachkompetenz:</u></p> <p>Die Studierenden verstehen die Komplexität sich ändernder Märkte und Regionen, erkennen die sich für Unternehmen daraus resultierenden Chancen und Risiken und leiten Handlungsstrategien für die Unternehmen daraus ab.</p> <p><u>Methodenkompetenz:</u></p> <p>Die Studierenden setzen betriebswirtschaftliche Instrumente und Techniken ein, um Handlungsstrategien im internationalen Geschäft zu finden, zu entwickeln, zu formulieren und umzusetzen.</p> <p><u>Schlüsselkompetenz:</u></p> <p>Die Studierenden können sich in der internationalen und globalen Vernetzung der Märkte, Konsumenten und Unternehmen fachlich adäquat in Strategie- und Wertediskussionen positionieren.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung der Internationalisierung • Theoretische Grundlagen der Internationalisierung und Globalisierung (Begriffsverständnis, Motive, Internationalisierungsgrad u. a.) • Internationalisierung der Wirtschaft (Historische Entwicklung, Entwicklungstendenzen, Globalisierung der Wirtschaft, Supra- und internationale Interessengruppen) • Strategien des international tätiger Unternehmen • Managementkonzepte international tätiger Unternehmen • Organisationsstrukturen internationaler Unternehmen 				

4	Lehrformen z.B. seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeiten mit anschließender Präsentation, Fallstudien u. ä.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Die Module Einführung in die Wirtschaftswissenschaften, Personal und Organisation sowie Planspiel Basic müssen bestanden sein. Inhaltlich: Das Modul Grundlagen des Strategischen Managements sollte bestanden sein.
6	Prüfungsformen 50% semesterbegleitendes Planspiel und 50% schriftliche Prüfung
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene schriftliche Prüfung sowie erfolgreiche Gruppenarbeit mit entsprechender Gruppenpräsentation während der Lehrveranstaltung International Management
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) -
9	Stellenwert der Note für die Endnote $4,88\% (10/164,5) \times 0,8$
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Ausländische Gastprofessur Prof. Dr. Camphausen Prof. Dr. Hofnagel Prof. Dr. Quarg Prof. Dr. Büchler
11	Sonstige Informationen (Literaturempfehlungen) Camphausen, B.: Strategisches Management, Stuttgart 2007 Holtbrügge, D.; Welge, M.: Internationales Management, Stuttgart 2010 Jung, R.; Bruck, J.; Quarg, S.: Allgemeine Managementlehre, Berlin 2010 Kutschker, M; Gürtler, M.: Internationales Management, Oldenbourg 2010 Marcharzina, K.; Wolf, J.: Unternehmensführung – Das internationale Managementwissen, Wiesbaden 2010

Modul Spezielle Fragen der Unternehmensführung					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90805	300 h	10	5.-7. Sem.	WS / SoSe Nach Genehmigung	1 Semester
1	Intensivierungsbereich Unternehmensführung	Kontaktzeit 6 SWS / 90 h	Selbststudium 210 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Studierende sollen unter Einsatz der bereits vermittelten Kenntnisse der Grundlagenfächer in der Lage sein, Spezialgebiete der Unternehmensführung darzustellen, entsprechende Fallbeispiele aus der Praxis zu strukturieren und letztlich auch zu einer Handlungsempfehlung weiter zu entwickeln.</p> <p>Studierende sind in der Lage betriebswirtschaftliche Fragestellungen von ausgewählten Spezialgebieten der Unternehmensführung (M&A, Existenzgründung, Innovationsmanagement u. a.) strukturiert und unter Einsatz spezifischer Methoden und Instrumente zu bearbeiten, wobei zum Ende hin insbesondere die qualifizierte Handlungsempfehlung bzgl. anwendungs- und praxisorientierter Fragestellungen steht.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Spezialgebiete der Unternehmensführung sollen unter Einsatz der bereits vorhandenen Fähigkeiten des strategischen Denkens und Handelns vertiefend thematisiert und praxisorientiert diskutiert sowie mit Blick auf die Ableitung von Handlungsempfehlungen bearbeitet werden.</p> <p>Gegenwärtig gibt es eine nahezu unüberschaubare Anzahl an Methoden und Konzepten sowie theoretischen Sichtweisen und Erkenntnissen zur Unternehmensführung. Diese gilt es, in ein Ordnungsraster zu bringen und hinsichtlich spezifischer Themengebiete der Unternehmensführung einzusetzen.</p> <p>Mit dem Fokus auf die anwendungs- und praxisorientierten Aspekte der Lehre werden jeweils in sich geschlossene Themen des strategischen Managements in verschiedenen Veranstaltungen angeboten. Mögliche Spezialgebiete bzw. Spezielle Fragen der Unternehmensführung werden sein</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mergers & Acquisitions (M&A), • Existenzgründung • Innovationsmanagement • o. ä. <p>In jeder dieser Veranstaltungen werden jeweils komplexe betriebswirtschaftliche Spezialgebiete im Rahmen einer seminaristischen Vorlesung mit praktischen Übungsanteilen unter Einbeziehung jeweils aktueller Managementfragen thematisiert, diskutiert und durch die Studierenden in Form von Gruppenarbeiten diskutiert, ausgearbeitet</p>				

	<p>und abschließend die Ergebnisse präsentiert.</p> <p>Sowohl die fachlichen Kompetenzen der Studierenden bzgl. der Unternehmensführung und ausgewählten Spezialgebieten werden qualifiziert ausgebaut als auch die Sozial- und Schlüsselkompetenzen, die durch vorgesehene Gruppenarbeit, Gruppenpräsentationen und/oder Rollenspielen (in Form von Podiumsdiskussionen) trainiert werden.</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>z.B. seminaristischer Unterricht, Fallstudien, Gruppenarbeiten mit anschließender Präsentation</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Das Modul Personal und Organisation muss bestanden sein</p> <p>Inhaltlich: Die Module Einführung in die Wirtschaftswissenschaften, Grundlagen des Strategischen Managements und Planspiel Basic sollten bestanden sein.</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Die Prüfung setzt sich aus Gruppenarbeitsaufgaben, die die Anwesenheit während der Veranstaltungen grundsätzlich erfordern, und schriftlichen Prüfungsteilen zusammen. Die Gruppenarbeiten erfolgen in der Regel semesterbegleitend. Die prozentuale Aufteilung der Bewertung zwischen Gruppenarbeitsaufgaben und schriftlichen Prüfungsleistungen wird zu Beginn der Semesterveranstaltung vom Dozenten bekannt gegeben.</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene schriftliche Prüfung und erfolgreiche Gruppenarbeit mit anschließender Präsentation</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>nein</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>4,88 % $(10/164,5) \times 0,8$</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Camphausen</p> <p>Prof. Dr. Hofnagel</p> <p>Prof. Dr. Quarg</p> <p>Prof. Dr. Vollmer</p> <p>N.N.</p>

11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen werden in Anlehnung an das jeweilige Spezialgebiet der Lehrveranstaltung zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.
-----------	--

Modul 31 Mentoring/Studienstandsgespräch					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90650	30 h	1	1. & 2. Sem.	Siehe Studiensem.	2 Semester
1	Modul Mentoring	Kontaktzeit 1 SWS / 15 h	Selbststudium 15 h (Vor- und Nachbe- reitung der Mee- tings)	geplante Grup- pengröße abhängig vom Betreuungs- schlüssel für je- den Dozenten	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden kennen die Rolle eines Mentees, und lernen die eigenen Fähigkeiten besser kennen und kritisch reflektieren. Durch konkrete Hilfestellungen für die Planung und Organisation ihres Studiums seitens der Mentoren entwickeln die Studierenden Mut zur eigenen Karriere und gehen diese zielstrebig an. Die Studierenden beherrschen eine adäquate Vor- und Nachbereitung von Meetings mit ihrem Mentor/Mentorin.				
3	Inhalte (Workflow) <ul style="list-style-type: none"> • Jeder/m Studierenden wird zu Beginn seines Studiums für das Mentoring eine wissenschaftliche Mitarbeiterin / ein wissenschaftlicher Mitarbeiter als Mentorin / Mentor zugeteilt. • Jeder/m Studierenden wird im 2. Semester für das Studienstandsgespräch eine Dozentin / ein Dozent als Mentorin / Mentor zugeteilt. • Die jeweilige Mentorin / der jeweilige Mentor, vereinbart mit ihren/seinen Mentees Beratungsmeetings. • Die Mentees reichen ihrer Mentorin / ihrem Mentor rechtzeitig vor den Meetings aussagefähige Agenden über die gewünschten Gesprächsinhalte und den in ILIAS bereitgestellten Erfassungsbogen ein. • Für jedes Meeting fertigen die Mentees im Anschluss an das Gespräch eine Zielvereinbarung an. • Mentoring und Studienstandsgespräch unterstützen des Weiteren bei der Planung des Auslandsstudien- bzw. Praxissemesters. 				
4	Lehrformen (Meetings) Die Betreuung durch die Mentorin/den Mentor findet je nach Bedarf in Gruppen- oder Einzel-Meetings mit dem bzw. der Mentee statt. Für die Organisation (Planung, Durchführung) des Mentoring kann die Lernplattform ILIAS benutzt werden.				

5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>keine</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Vorbereitung der Meetings durch Agenden, Anwesenheit in den Meetings, Anfertigung von Zielvereinbarungen.</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>B.A. International Business</p> <p>B.A. International Business Management</p> <p>B.Sc. Finance, Accounting, Controlling, Taxes</p> <p>B.Sc. Betriebswirtschaftliche Logistik</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>-</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Wissenschaftliche Mitarbeiterinnen / wissenschaftliche Mitarbeiter Alle Dozentinnen und Dozenten des Fachbereichs</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>keine</p>

Modul 32 Auslandsstudiensemester					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90610	870 h	29,5	frühestens ab dem 4. Sem.	Jedes Semester	1 Semester; mindestens 12 Wochen
1	Modul Studium im Ausland	Kontaktzeit X SWS / Y h	Selbststudium Y h	geplante Grup- pengröße Einzelstudium	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden werten durch ein Auslandsstudium ihre Ausbildung erheblich auf; sie erhöhen ihre späteren Chancen auf dem Arbeitsmarkt. Sie können das Studium im Ausland als karriereentscheidendes Projekt fundiert vorbereiten, die dazu angebotenen Beratungshilfen gezielt nutzen und überwiegend selbstgesteuert durchführen. Durch das Auslandsstudium sind sie insbesondere in der Lage, die an der Hochschule gelernten Fähigkeiten und Techniken vor dem Hintergrund fremder Arbeits-, Organisations- und Kulturzusammenhänge und neuer Lehr- und Lernmethoden zu bereichern und kritisch zu reflektieren. Die Studierenden kennen globalisierte Berufsfelder ihrer Fächer. Sie verfügen über die nötige interkulturelle Kompetenz und Toleranz in und mit multinational gemischten Arbeitsteams. Durch das Auslandsstudium sind die Studierenden in der Lage, die karriereorientierte Wahl ihrer Vertiefungsfächer ab dem 5. Semester als Basis ihrer späteren Berufsorientierung professionell zu planen.</p>				
3	<p>Inhalte (Workflow)</p> <p>Die Suche nach einem Studienplatz im Ausland (i.d.R. im 4. Semester) beginnt ab dem 1. Semester.</p> <p>Die zuständige beratende und organisierende Einheit ist das International Office am Fachbereich Wirtschaft der Fachhochschule Dortmund.</p> <p>Das Auslandsstudium ist Pflichtthema des Mentoring (Modul 31) ab dem 1. Semester.</p> <p>Im Rahmen der Business Skills I im 2. Semester (Modul 24) muss für die Projektplanung wie auch für eine rasche Entscheidungsfindung (Praktikum oder Auslandssemester) ein fundierter Projektplan vorgelegt werden.</p> <p>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.</p> <p>Welche äquivalenten Kurse und Veranstaltungen gewählt werden können, entscheidet das International Office des Fachbereichs Wirtschaft.</p> <p>Nach Beendigung des Auslandsstudiums (i.d.R. nach dem 4. Semester) ist neben der Bescheinigung der auswärtigen Hochschule dem Büro für internationale Beziehungen</p>				

	des Fachbereichs Wirtschaft ein Erfahrungsbericht vorzulegen.
4	Lehrformen -
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Zum Auslandsstudiensemester wird zugelassen, wer gemäß § 19 a BPO 40 Leistungspunkte erlangt hat. Durch Teilnahmenachweise muss die erfolgreiche Teilnahme des Moduls „Mentoring/Studienstandsgespräch“ des 1. und 2. Semesters nachgewiesen werden. Über den Antrag auf Zulassung entscheidet der Prüfungsausschuss. Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen 20 ECTS Lehrveranstaltungen, 9,5 ECTS Erfahrungsbericht
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Siehe „Ordnung über das Auslandsstudiensemester“
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) nein
9	Stellenwert der Note für die Endnote -
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Katrin Löhr
11	Sonstige Informationen Näheres regelt die „Ordnung über das Auslandsstudiensemester“. Das International Office des Fachbereichs Wirtschaft stellt alle erforderlichen Unterlagen sowie Leitfäden etc. über die Lernplattform ILIAS zur Verfügung.

Modul 33 Praxissemester					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
90620/ 90621	870 h	29,5	frühestens ab dem 4. Sem.	Jedes Semester	1 Semester; mindestens 20 Wochen
1	Modul Praktikum im In- oder Ausland	Kontaktzeit X SWS / Y h	Selbststudium Y h	geplante Grup- pengröße Einzelpraktikum	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden werden durch ein Praktikum ihre Ausbildung erheblich auf; sie erhöhen ihre späteren Chancen auf dem Arbeitsmarkt. Sie können ein Praktikum im In- oder Ausland als karriereentscheidendes Projekt fundiert vorbereiten, die dazu angebotenen Beratungshilfen gezielt nutzen und überwiegend selbstgesteuert durchführen. Nach dem Praktikum sind sie insbesondere in der Lage, die an der Hochschule gelernten Fähigkeiten und Techniken vor dem Hintergrund eines spezifischen Arbeitsfeldes fundierter anzuwenden. Umgekehrt verfügen sie über ein breiteres Verständnis eines spezifischen Berufsfeldes, durch das sie ihren weiteren Studienweg, insbesondere aber auch die karriereorientierte Wahl ihrer Vertiefungsfächer ab dem 5. Semester professioneller planen können. Die Studierenden erhöhen diese Nutzeffekte durch ein Praktikum im Ausland. Hier sind sie insbesondere in der Lage, in unsicheren Situationen und in fremden Arbeits-, Organisations- und Kulturzusammenhängen unabhängig zu arbeiten und eigene Entscheidungen zu treffen.</p>				
3	<p>Inhalte (Workflow)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Suche nach einem Praktikumsplatz (i.d.R. im 4. Semester) beginnt ab dem 1. Semester. • Die zuständige beratende und organisierende Einheit ist das Praxisbüro des Fachbereichs Wirtschaft. • Das Praktikum ist Pflichtthema des Mentoring (Modul 31) ab dem 1. Semester. • Im Rahmen der Business Skills I im 2. Semester (Modul 24) muss für die Projektplanung wie auch für eine rasche Entscheidungsfindung (Praktikum oder Auslandssemester) ein fundierter Projektplan vorgelegt werden. • Als Tätigkeitsbereiche für das Praktikum kommen alle betrieblichen Aufgaben in Betracht, bei denen der Studierende ein Projekt weitgehend selbständig löst oder abgrenzbar zu seiner Lösung beiträgt. <p>Nach Beendigung des Praktikums (i.d.R. nach dem 4. Semester) ist ein Bericht abzugeben, der vom Praxisbüro und dem/der Mentor/in begutachtet wird.</p>				

4	Lehrformen (Meetings) -
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Zum Praxissemester wird zugelassen, wer gemäß § 19b BPO 40 Leistungspunkte erlangt hat. Durch Teilnahmenachweise muss die erfolgreiche Teilnahme des Moduls „Mentoring/Studienstandsgespräch“ des 1. und 2. Semesters nachgewiesen werden. Über den Antrag auf Zulassung entscheidet der Prüfungsausschuss. Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen 20 ECTS Lehrveranstaltungen, 9,5 ECTS Bericht
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Siehe „Ordnung über das Praxissemester“
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) nein
9	Stellenwert der Note für die Endnote -
10	Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Kißler
11	Sonstige Informationen Näheres regelt die „Ordnung über das Praxissemester“. Das Praxisbüro des Fachbereichs Wirtschaft stellt alle erforderlichen Unterlagen sowie Leitfäden etc. über die Lernplattform ILIAS zur Verfügung.

Modul 34 Thesis und Kolloquium					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
102 / 101	450 h	15	7. Sem.	Jedes Semester	1 Semester
1	Modul Thesis und Kolloquium	Kontaktzeit 8 h	Selbststudium 442 h	geplante Grup- pengröße -	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>a. Thesis</p> <p>Der oder die Studierende ist in der Lage, innerhalb der vorgegebenen Frist ein abgegrenztes ökonomisches Problem aus seinem oder ihrem Fachgebiet selbständig und nach wissenschaftlichen und fachpraktischen Methoden in den fachlichen Einzelheiten sowie den fachübergreifenden Zusammenhängen eigenständig zu bearbeiten.</p> <p>Die Thesis dient dem Nachweis zur Befähigung zur wissenschaftlichen Arbeit. Der oder die Studierende schult dementsprechend insbesondere seine Fähigkeiten im Bereich der Informationsbeschaffung, -systematisierung und -bewertung sowie die Fähigkeit zur Problemlösung unter Zeitdruck. Des Weiteren werden die Regeln guter wissenschaftlicher Arbeit verinnerlicht und angewendet und die logische Argumentationsfähigkeit gestärkt.</p> <p>b. Kolloquium</p> <p>Der oder die Studierende ist in der Lage das Thema seiner Abschlussarbeit in einer Fachdiskussion inhaltlich und methodisch zu verteidigen. Außerdem ist sie oder er dazu befähigt, die Abschlussarbeit in Kurzform verständlich aufzubereiten und zu präsentieren. Dabei werden insbesondere die Kommunikations- sowie Präsentationsfähigkeiten geschult sowie die Fähigkeit zur Strukturierung und Komplexitätsreduktion.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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	<p>Lehrformen</p> <p>Selbstständiges Erarbeiten einer ökonomischen Problemstellung unter der Betreuung</p>				

	eines Dozenten/ einer Dozentin.
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Siehe Bachelorprüfungsordnung § 21 BPO.</p> <p>Inhaltlich: Die Module Business Skills and Competencies I u. II sollten absolviert sein.</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Thesis sowie dazugehöriges Kolloquium</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestehen der Thesis und des Kolloquiums (siehe Bachelorprüfungsordnung).</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Keine</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>20 %</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Jeweiliger Betreuer</p>
11	Sonstige Informationen