



Modulbeschreibungen Betriebswirtschaft (B.A.)

Stand: 29. Januar 2020

Inhalt

Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	1
PM 1.1 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	1
PM 1.2 Grundlagen Marketing.....	2
PM 1.3 Grundlagen Logistik.....	3
PM 1.4 Grundlagen Unternehmensführung	4
PM 1.5 Grundlagen Personal.....	5
PM 1.6 Projektmanagement und Digitalisierung.....	6
Finanzmanagement	7
PM 2.1 Finanzierung	7
PM 2.2 Investition	8
Rechnungswesen & Controlling	9
PM 3.1 Externes Rechnungswesen	9
PM 3.2 Internes Rechnungswesen.....	10
PM 3.3 Grundlagen Steuern.....	11
PM 3.4 Grundlagen Controlling.....	12
PM 3.5 Bilanzanalyse.....	14
Volkswirtschaftslehre.....	15
PM 4.1 Volkswirtschaftslehre I	15
PM 4.2 Volkswirtschaftslehre II	16
PM 4.3 Volkswirtschaftslehre III.....	17
Wirtschaftsrecht	18
PM 5.1 Wirtschaftsrecht.....	18
IT	19
PM 6.1 Wirtschaftsinformatik	19
PM 6.2 Grundlagen SAP	20
PM 7.1 Mathematik I.....	21
PM 7.2 Mathematik II	22
PM 7.3 Statistik	23
PM 7.4 Operations Research.....	24
Methodenkompetenz	25
PM 8.1 Wissenschaftliches Arbeiten	25
PM 8.2 Rhetorik & Präsentationstechniken	27
Vernetzung.....	28
PM 9.1 Interdisziplinäres Modul.....	28

PM 9.2 Unternehmenssimulation.....	30
Kompetenzfeld Controlling.....	31
WM 10.1.1 Finanz-, IT- und Prozess-Controlling	31
WM 10.1.2 Risiko-Controlling, Value Controlling und Kennzahlensysteme.....	33
WM 10.1.3 Fallstudie Controlling.....	35
Kompetenzfeld Finanzmanagement	36
WM 10.2.1 Mittelstandsfinanzierung.....	36
WM 10.2.2 Finanzdienstleistungen	37
WM 10.2.3 Fallstudie Finanzmanagement in KMU	38
Kompetenzfeld Strategisches Marketingmanagement.....	40
WM 10.3.1 Strategisches Marketing/Konzeptorientiertes Marketingprojekt	40
WM 10.3.2 Brandmanagement.....	41
WM 10.3.3 Fallstudie Marketing.....	43
Kompetenzfeld Operatives Marketingmanagement.....	44
WM 10.4.1 Konsumentenverhalten/Marktforschung.....	44
WM 10.4.2 Medien- und Kommunikationsmanagement	46
WM 10.4.3 Online-Marketing.....	47
Kompetenzfeld Logistikmanagement.....	48
WM 10.5.1 Logistik-Konzepte	48
WM 10.5.2 Betriebliche Logistik	49
WM 10.5.3 Fallstudie SAP-gestütztes Logistikmanagement	50
International Trade (Specialization).....	51
WM 10.6.1 Wholesale and International Trade	51
WM 10.6.2 Supply Chain Management.....	52
WM 10.6.3 Trade Controlling	53
Kompetenzfeld Personal und Organisation	54
WM 10.7.1 Personalführung	54
WM 10.7.2 Change Management.....	55
WM 10.7.3 Fallstudie Personal	56
Kompetenzfeld Steuern und Consulting	57
WM 10.8.1 Grundlagen der Unternehmensberatung	57
WM 10.8.2 Unternehmensbesteuerung	58
WM 10.8.3 Fallstudie Unternehmensbesteuerung	59
Kompetenzfeld Tourismusmanagement.....	60
WM 10.9.1 Tourismusmanagement.....	60
WM 10.9.2 Destinationsmanagement.....	62

Kompetenzfeld Tourismusmanagement.....	63
WM 10.9.3 Fallstudie Tourismusmanagement.....	63
Tourism & Management (Specialization).....	64
WM 10.9.4 Case Studies in Tourism Management	64
Kompetenzfeld Eventmanagement	65
WM 10.10.1 Eventmanagement	65
WM 10.10.2 Public Relations	66
WM 10.10.3 Fallstudie Eventmanagement.....	67
International Management (Specialization)	68
WM 10.11.1 International Human Resource and Diversity Management	68
WM 10.11.2 International Finance and Accounting.....	69
WM 10.11.3 International Group Controlling.....	71
Kompetenzfeld Immobilienmanagement.....	72
WM 10.12.1 Einführung in das Immobilienmanagement.....	72
WM 10.12.2 Immobilienrecht	73
WM 10.12.3 Immobilienprojektentwicklung.....	74
Kompetenzfeld Immobilienplanung.....	75
WM 10.13.1 Immobilienbewertung und Wirtschaftlichkeitsanalyse	75
WM 10.13.2 Immobilieninvestition und -finanzierung	76
WM 10.13.3 Fallstudie Immobilienmanagement	77
Kompetenzfeld Wirtschaftsprivatrecht.....	78
WM 10.14.1 Grundlagen des Rechts.....	78
WM 10.14.2 Wirtschaftsprivatrecht.....	79
WM 10.14.3 Fallstudien Rechtswissenschaft und Schuldrecht	80
Kompetenzfeld Arbeitsrecht und Vertragsmanagement	81
WM 10.15.1 Arbeitsrecht.....	81
WM 10.15.2 Vertragsverhandlung und -gestaltung	82
WM 10.15.3 Fallstudien Arbeitsrecht und Vertragsmanagement.....	83
Kompetenzfeld Wirtschaftspsychologie	84
WM 10.16.1 Grundlagen der Wirtschaftspsychologie.....	84
WM 10.16.2 Innerbetriebliche Wirtschaftspsychologie	85
WM 10.16.3 Fallstudie Werbe- und Verkaufspsychologie.....	86
Kompetenzfeld Gesundheitsmanagement	88
WM 10.17.1 Grundlagen des Gesundheitsmanagements	88
WM 10.17.2 Krankenhausmanagement	89
WM 10.17.3 Management von Medizinischen Versorgungszentren	90

Kompetenzfeld Pflegemanagement.....	92
WM 10.18.1 Grundlagen des Pflegemanagements.....	92
WM 10.18.2 Finanzierung & Abrechnung von Pflege.....	93
WM 10.18.3 Fallstudie Pflegemanagement	94
Praxissemester	95
PM 11.1 Praktikum.....	95
PM 11.2 Praktikumsarbeit.....	96
Abschlussarbeit	97
PM 12.1 Bachelor-Thesis	97
PM 12.2 Kolloquium.....	98

Modulgruppe	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	
Name des Moduls	PM 1.1 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Gegenstand und Methoden der Betriebswirtschaftslehre und gesamtwirtschaftliche Einordnung von Unternehmen - Konstitutive Entscheidungen (Rechtsform, Standort, Unternehmenszusammenschluss, Liquidation) - Grundfragen der Ablauf- und Aufbauorganisation von Unternehmen in der klassischen und digitalen Wirtschaft - Grundbegriffe der Planung, Entscheidung und Kontrolle 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden gewinnen einen Überblick über die unterschiedlichen Blickwinkel und möglichen Schwerpunkte der theoretischen Auseinandersetzung mit einem Unternehmen. Sie wissen, was Unternehmen bzw. Organisationen sind, wie sie sich verhalten und in welchen Formen sie organisiert sind. Die Studierenden sind mit den grundlegenden Problemstellungen und Perspektiven der Betriebswirtschaftslehre vertraut. Sie besitzen die Kompetenz, Schlussfolgerungen und Vorschläge zu Managemententscheidungen zu begründen und zu vertreten.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: keine	
Verwendbarkeit	Anrechenbar in den Bachelor-Studiengängen Betriebswirtschaft (B.A.), Sicherheitsmanagement (B.A.) und Soziale Arbeit (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	1. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	1. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur ¹	<ul style="list-style-type: none"> - Vahs, D./Schäfer-Kunz, J.: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre. - Wöhe, G./Döring, U.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. - Wöhe, G./Kaiser, H./Döring, U.: Übungsbuch zur Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Markus Peskes	

¹ Alle Literaturangaben in diesem Modulhandbuch beziehen sich auf die jeweils neueste Auflage. Weitere Informationen können den aktuellen Studienmaterialien entnommen werden.

Modulgruppe	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	
Name des Moduls	PM 1.2 Grundlagen Marketing	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Allgemeine Grundlagen des Marketings und (digitale) Umwelt - Informationsbezogene Perspektive: Grundlagen der Marktforschung - Grundlagen der Produktpolitik - Grundlagen der Preispolitik - Grundlagen der Kommunikationspolitik - Grundlagen der Distributions- & Vertriebspolitik - Grundlagen des Dienstleistungs- & Handelsmarketings - Grundlagen des internationalen Marketings 	
Qualifikationsziel	<p>Die Studierenden lernen die Grundlagen des Marketings kennen und verstehen und wenden die Instrumente des Marketings, wie z. B. wissenschaftliche fundierte Marketing-Mix-Konzepte, auf einfache Praxisbeispiele an. Dabei sind sie in der Lage, die sich durch die Digitalisierung verändernden Umweltbedingungen und Anforderungen für das Marketing zu verstehen und auf die erlernten Konzepte zu übertragen. In der vorlesungsbegleitenden Case Study werden ihre Präsentationsfähigkeiten gestärkt und sie lernen Aufgaben als Team zu bewältigen.</p>	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: keine	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	1. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	2. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Bormann, I./Hurth, J.: Hersteller- und Handelsmarketing. - Kotler, P./Keller, K. L./Opresnik, M. O.: Marketing-Management. Konzepte, Instrumente, Unternehmensfallstudien. <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Stephan Bormann	

Modulgruppe	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	
Name des Moduls	PM 1.3 Grundlagen Logistik	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Geschichte und Definitionsansätze der Logistik - Grundlagen der Beschaffung und klassischer Beschaffungsprozesse - Aufgaben der Materialwirtschaft - Optimierung der Bestell- & Lagerpolitik - Klassifikation von Produktionsprozessen - Prozessanalyse & Produktionsplanung - Grundlagen des Supply Chain Management - Beschaffungs- & Produktionslogistik - Logistikkennzahlen - City-Logistik - Digitale Transformation der Logistik 	
Qualifikationsziel	<p>Den Studierenden soll ein Überblick über die Logistik und ihre große Bedeutung für die Sicherung des Unternehmensfortbestands gegeben werden. Auf dieser Grundlage sollen Kenntnisse über wichtige Entscheidungsprobleme und Lösungsverfahren der Beschaffung, Produktionsplanung und -steuerung sowie Logistik vermittelt werden.</p> <p>Die Studierenden begreifen so die Logistik als zentrales Element der Wertschöpfungskette und erlangen einen Gesamtüberblick über die Relevanz eines prozessorientierten Logistikkonzeptes einschließlich klassischer Logistikkennzahlen. Zudem erfahren sie die Veränderungsszenarien der digitalen Transformation der Logistik.</p>	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: keine	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	3. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	2. Semester
Leistungspunkte	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Chopra, S./Meindl, P.: Supply Chain Management. - Eßig, M./Hofmann, E./Stölzle, W.: Supply Chain Management. - Kummer, S. (Hrsg.)/Grün, O./Jammernegg, W.: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik. <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Sven Hermann	

Modulgruppe	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	
Name des Moduls	PM 1.4 Grundlagen Unternehmensführung	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Einführung in die Unternehmensführung: Grundlagen und Funktion - Führungsebenen, Führungsprozess, Integriertes Führungssystem, Managementrollen - Überblick Personalmanagement - Grundlagen des Managementprozesses - Strategisches und operatives Management - Unternehmensziele, Zielbeziehungen und Corporate Governance - Aktuelle Konzepte in der Unternehmensführung 	
Qualifikationsziel	<p>Verständnis für die Planung, Realisierung und Kontrolle von operativen Managementaufgaben zu schaffen durch Vermittlung der Ziele, Aufgaben und Herausforderungen des betriebswirtschaftlichen Managementprozesses.</p> <p>Die Studierenden erhalten grundlegendes Wissen über die Führung von Unternehmen und von Organisationen. Sie erwerben Kenntnisse, wie Managementfunktionen zur Analyse und Bearbeitung von Entscheidungsbereichen in der Unternehmensführung anzuwenden sind. Darüber hinaus erhalten sie die Befähigung die erlernten Managementfunktionen auf konkrete Problemstellungen in der Unternehmenspraxis anzuwenden.</p> <p>Des Weiteren sollen die Studierenden, neben der Wissensverbreiterung und -vertiefung, auf dem Gebiet der Unternehmensführung auch Anwendungs-kompetenzen durch Fall- und Aufgabenbearbeitung erlangen.</p>	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls PM 1.1 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	2. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	2. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit und Präsentation	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Macharzina, K./Wolf, J.: Unternehmensführung. Das internationale Managementwissen; Konzepte – Methoden – Praxis. 	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Stephan Bormann	

Modulgruppe	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	
Name des Moduls	PM 1.5 Grundlagen Personal	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Zielsysteme , Berufs- und Menschenbilder des Human Resource Management (HRM) als strategische Managementfunktion - Organisation des Personalwesens - HR-Instrumente zur Gestaltung personalwirtschaftlicher Themenfelder - Personelle Leistungsbereitstellung (Personalbedarfsplanung, Personalbeschaffung, zielgruppenspezifisches Personalmarketing, Personaleinsatz, Personalentwicklung und Personalfreisetzung) - Personalbeurteilung - Personalfreisetzung - Leistungserhalt und -förderung (Motivation im Arbeitsprozess und Personalführung) - Veränderte Rahmenbedingungen für das und Trends im HRM 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden erhalten einen Überblick über grundlegende Aufgaben des Personalmanagements (Human Resource Management – HRM) in Unternehmen. Sie lernen die relevanten personalwirtschaftlichen Spannungsfelder kennen und werden in die Lage versetzt, Fragestellungen der Personalpolitik eines Unternehmens zu erkennen und Problemfelder eigenständig zu lösen.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: keine	
Verwendbarkeit	Ausschließlich anrechenbar im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	2. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	3. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Becker, M.: Personalentwicklung. - Dannhäuser, R.: Praxishandbuch Social Media Recruiting. - Jetter, W.: Effiziente Personalauswahl. - Jung, H.: Personalwirtschaft. - Schuler, H.: Psychologische Personalauswahl. - Staehle, W./Conrad, P./Sydow, J.: Management. - Trost, A.: Employer Branding: Arbeitgeber positionieren und präsentieren. <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Harriet Kleiminger	

Modulgruppe	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	
Name des Moduls	PM 1.6 Projektmanagement und Digitalisierung	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Ziele, Zweck und Bausteine des Projektmanagements - Anwendungsgebiete - Projektorganisation, Projektführung und Projektcontrolling - Multiprojektmanagement - Erkennen der ökonomischen Dimension der Digitalisierung - Einfluss der Digitalisierung auf Projekte und Projektmanagement - Erfolgsfaktoren 	
Qualifikationsziel	<p>Die Studierenden kennen die grundsätzliche Konzeption des Projektmanagements und sind in der Lage eigenverantwortlich Projekte zu konzipieren und durchzuführen.</p> <p>Die Bedeutung digitaler Technik wie Blockchain, Industry 4.0 oder Machine Learning für insbesondere innovative Projekte kann von den Studierenden grundlegend eingeschätzt werden.</p>	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	<p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 1.1 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre“ wird empfohlen.</p>	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	7. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit und Präsentation	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Boy, J./Dudek, C./Kuschel, S.: Projektmanagement. - Braehmer, .: Projektmanagement für kleine und mittlere Unternehmen. - Nausner,P.: Projektmanagement. - Burghardt, M.: Projektmanagement: Leitfaden für Planung, Überwachung und Steuerung von Projekten. - Litke, H.-D.: Projektmanagement. Methoden, Techniken, Verhaltensweisen. - Neugebauer, R.: Digitalisierung. Schlüsseltechnologien für Wirtschaft und Gesellschaft. - Fend, L.: Digitalisierung in Industrie-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen. <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Jürgen Sorgenfrei	

Modulgruppe	Finanzmanagement	
Name des Moduls	PM 2.1 Finanzierung	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen der Finanzierung - Kapitalbedarf und Kapitalbedarfsermittlung (einschließlich Finanzplanung) - Außen- und Innenfinanzierung - Besondere Formen der Finanzierung 	
Qualifikationsziel	<p>Die Studierenden erhalten einen umfangreichen Einblick in die wichtigsten Instrumente und Entscheidungsalternativen der Unternehmensfinanzierung. Sie erlangen das notwendige methodische Wissen zur Beurteilung von Finanzierungsprojekten, kennen die unterschiedlichen Formen von Finanzinstrumenten einschließlich der Möglichkeiten, die sich aus der Blockchain-Technologie ergeben. Sie sind vertraut mit dem Kapitalmarkt und dem unternehmensbezogenem Finanzmanagement. Dadurch sind die Studierenden befähigt, mit Hilfe der klassischen und modernen Finanzierungsinstrumente sachgerecht und selbständig Möglichkeiten zur Deckung des Kapitalbedarfs im Unternehmen zu beurteilen, zu konzipieren und zu vertreten.</p>	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: keine	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	2. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	3. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Berk, J./DeMarzo, P.: Grundlagen der Finanzwirtschaft: Analyse, Entscheidung und Umsetzung. - Brealy, R. E./Myers, S. C./Marcus, A. J.: Fundamentals of Corporate Finance. - Grill, W./Perczynski, H.: Wirtschaftslehre des Kreditwesens. - Kruschwitz, L./Husmann, S.: Finanzierung und Investition. - Perriodon, L./Steiner, M./Rathgeber, A.: Finanzwirtschaft der Unternehmen. - Wöhe, G. et al.: Grundzüge der Unternehmensfinanzierung <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Carl Heinz Daube	

Modulgruppe	Finanzmanagement	
Name des Moduls	PM 2.2 Investition	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Grundverständnis der Investition - Einordnung der Investitionsplanung in die Finanzwirtschaft der Unternehmung, Aufgaben und Zusammenhänge zwischen der Planung von Investitionen und Finanzierung - Einordnung der Investitionsrechnung in das betriebliche Planungssystem - Statistische Verfahren der Investitionsrechnung - Dynamische Verfahren - Reaktionen auf Kritik an traditionellen Verfahren der Investitionsrechnung 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden lernen Zusammenhänge zwischen Investitionen und Finanzierung kennen und können diese Wechselwirkungen eigenständig beurteilen. Sie kennen die Zusammenhänge zwischen der Investitionsrechnung und anderen Unternehmensrechnungen und sind für mögliche Fehlerquellen sensibilisiert.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: keine	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	4. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	4. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Becker, P.: Investition und Finanzierung: Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft. 8. Auflage, 2018. - Dörsam: Grundlagen der Investitionsrechnung – anschaulich dargestellt. 6. Auflage, 2007. - Pape: Grundlagen der Finanzierung und Investition: Mit Fallbeispielen und Übungen. 3. Auflage, 2015. <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Marco Becker	

Modulgruppe	Rechnungswesen & Controlling	
Name des Moduls	PM 3.1 Externes Rechnungswesen	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen der Finanzbuchhaltung - Grundbegriffe des externen Rechnungswesens - Buchung von Geschäftsvorfällen - Jahresabschluss - Bilanzierungsansätze - Grundlagen der Bilanzpolitik 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden beherrschen die Grundbegriffe des Rechnungswesens. Sie verstehen das Prinzip der doppelten Buchführung und sind in der Lage, grundlegende betriebliche Geschäftsvorfälle darzustellen und einen Jahresabschluss anzufertigen. Sie kennen Bestandteile und Aussagegehalt eines handelsrechtlichen Jahresabschlusses und die Grundsätze ordnungsgemäßer Bilanzierung. Sie sind zudem befähigt, eine Beurteilung der Unternehmenssituation vorzunehmen.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: keine	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	1. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	1. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Baetge, J./Kirsch, H.-J./Thiele, S.: Bilanzen. - Baetge, J./Kirsch, H.-J./Thiele, S.: Übungsbuch Bilanzen und Bilanzanalyse. - Döring, U./Buchholz, R.: Buchhaltung und Jahresabschluss: Mit Aufgaben und Lösungen. - Meyer, C.: Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht. <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Claudia Leimkühler	

Modulgruppe	Rechnungswesen & Controlling	
Name des Moduls	PM 3.2 Internes Rechnungswesen	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Aufgaben, Struktur und begriffliche Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung - Aufbau einer entscheidungsorientierten Kostenrechnung zur Kostenerfassung und Kostenverrechnung - Kostenrechnungssysteme in Abhängigkeit von der Art der erforderlichen Kosteninformationen (Vollkosten- versus Teilkostenrechnung und Ist- versus Plankostenrechnung) - Ausgewählte Verfahren der Leistungsrechnung - Grundlagen der Prozesskostenrechnung (Activity based costing) 	
Qualifikationsziel	<p>Die Studierenden beherrschen die Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung und wissen um die Bedeutung der Kosten zur Bestimmung marktfähiger Preise. Auch kennen sie die Aufgaben und Bedeutung der Kosten- und Leistungsrechnung für eine effektive und effiziente Unternehmensführung. Sie beherrschen wichtige Kostenbegriffe sowie ausgewählte Verfahren der Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung und können abhängig vom Entscheidungsproblem entscheidungsrelevante Kosten kalkulieren. Sie beherrschen die unterschiedlichen Kostenrechnungssysteme und sind in der Lage verschiedene Kostenrechnungssysteme zur Lösung betrieblicher Entscheidungsprobleme sachgerecht anzuwenden.</p>	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	<p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 3.1 Externes Rechnungswesen“ wird empfohlen.</p>	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	2. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	2. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Friedl, G./Hofmann, C./Pedell, B.: Kostenrechnung. - Mumm, M.: Kosten- und Leistungsrechnung. - Jórasz, W.: Kosten- und Leistungsrechnung. <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Markus Peskes	

Modulgruppe	Rechnungswesen & Controlling	
Name des Moduls	PM 3.3 Grundlagen Steuern	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen der Steuerlehre - Überblick über die verschiedenen Arten von Steuern: Einkommensteuer & Körperschaftsteuer, Umsatzsteuer, Erbschaft- und Schenkungsteuer, Gewerbesteuer und Grundsteuer 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden erhalten Kenntnisse der Grundprinzipien der verschiedenen Steuerarten und deren Aufbau. Weiter lernen sie die Bedeutung und die Auswirkungen des Transparenz- und Trennungsprinzips. Zudem werden die Studierenden in der Lage sein, die Steuerbelastung von Unternehmen in Abhängigkeit von der Rechtsform zu bestimmen. Die Studierenden befinden sich in der Lage, einfache Sachverhalte anhand einschlägiger Steuergesetze herzuleiten.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: keine	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	3. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	4. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Thomas Schmallowsky	

Modulgruppe	Rechnungswesen & Controlling	
Name des Moduls	PM 3.4 Grundlagen Controlling	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Controllingsystem im Unternehmen: Grundverständnis, Ziele und Philosophien des Controllings - Institutioneller Controllingbegriff und Einbindung des Controllings in die Unternehmensorganisation - Aufgaben des Controllings in Bezug auf das Planungs- und Kontrollsystem: Grundlagen operativen und strategischen Controllings - Instrumente des Controllings und ihre Einsatzfelder - Teilgebiete des Controllings - Ausgewählte Methoden des strategischen Controllings - Ausgewählte Methoden des operativen Controllings (u. a. moderne und klassische Budgetierungsverfahren, Grundlagen des Finanz- und Liquiditätscontrollings) - Grundzüge von Kennzahlen und Kennzahlensystemen (insb.: Ursache-Wirkungs-Mechanismus von Kennzahlen) - Grundlagen des Prozesscontrollings - Grundzüge einer Due Diligence 	
Qualifikationsziel	<p>Die Studierenden kennen die Aufgaben und wesentlichen Grundlagen des betrieblichen Controllings, basierend auf dem Controllingsystem im Unternehmen. Sie verstehen die Koordination der Unternehmensführung-Teilsysteme als wichtige Controllingaufgabe und sind in der Lage, mit typischen betrieblichen Controllingproblemen strukturiert und methodisch richtig umzugehen. Sie können operative und strategische Entscheidungen im Unternehmen im Rahmen der Planung und Kontrolle nachvollziehen und begleiten. Sie sind mit den wesentlichen Methoden des operativen und strategischen Controllings vertraut. Die Studierenden sind für Schnittstellenkonflikte zwischen betrieblichen Funktionen sensibilisiert und erkennen die Vermittlungsaufgabe des Controllings und sie haben einen Überblick über die diversen Teilgebiete des Controllings. Weiterhin haben sich die Studierenden mit den Grundzügen des Prozesscontrollings und der Methodik einer Due Diligence beschäftigt.</p>	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung der Module „PM 3.1 Externes Rechnungswesen“ und „PM 3.2 Internes Rechnungswesen“ wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Ausschließlich anrechenbar im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	3. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	4. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	

Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Horváth, Péter/Gleich, Ronald/Seiter, Misha: Controlling. - Lachnit, L./Müller, S.: Unternehmenscontrolling. Managementunterstützung bei Erfolgs-, Finanz-, Risiko- und Erfolgspotenzialsteuerung. - Weber, J./Schäffer, U.: Einführung in das Controlling. <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Marco Becker

Modulgruppe	Rechnungswesen & Controlling	
Name des Moduls	PM 3.5 Bilanzanalyse	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Gestaltungsmöglichkeiten im Rahmen der Bilanzierung (Bilanzpolitik) - Analyse der wirtschaftlichen Lage eines Unternehmens auf Basis der externen Rechnungslegung (Bilanzanalyse) - Finanz- und Erfolgswirtschaftliche Analysen - Gesamturteilsbildung auf Basis von Kennzahlensystemen 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden erhalten einen umfangreichen Einblick in den Bereich der Bilanzanalyse und der Bilanzpolitik und werden mit den Gestaltungsmöglichkeiten von Jahresabschlüssen vertraut gemacht. Sie kennen gängige bilanz-politische Wahlrechte und können deren Wirkung auf Jahresabschlüsse beurteilen. Darüber hinaus sind sie befähigt, selbständig die wirtschaftliche Lage eines Unternehmens zu beurteilen.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung der Module „PM 3.1 Externes Rechnungswesen“ und „PM 3.2 Internes Rechnungswesen“ wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	7. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Gräfer, H.: Bilanzanalyse. - Küting, P./Weber, C.-P.: Bilanzanalyse. - Lachnit, L./Müller, S.: Bilanzanalyse. <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Claudia Leimkühler	

Modulgruppe	Volkswirtschaftslehre	
Name des Moduls	PM 4.1 Volkswirtschaftslehre I	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Mikroökonomie - Funktion von Märkten - Haushalts- und Unternehmenstheorien - Nachfrage von Gütern auf Konsumentenseite - Angebotsstruktur von Unternehmen in verschiedenen Marktformen - Marktversagen - Staatliche Eingriffe auf einzelwirtschaftlicher Ebene 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden kennen die Grundzüge der Mikroökonomie im Bereich der Volkswirtschaftslehre. Ziel der Veranstaltung ist es, die Studierenden mit den methodischen Grundlagen der Mikroökonomie vertraut zu machen. In der Veranstaltung werden die grundlegenden Konzepte der Haushalts- und Unternehmenstheorien vorgestellt, die Funktionsweise von Märkten wird erörtert und es erfolgt eine erste Einführung in wohlfahrtsökonomische Fragen.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: keine	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	2. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	3. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Mankiw, N. G./Taylor M. P.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. - Pindyck, R. S./Rubinfeld, D. L.: Mikroökonomie. <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Annette Olbrisch-Ziegler	

Modulgruppe	Volkswirtschaftslehre	
Name des Moduls	PM 4.2 Volkswirtschaftslehre II	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Makroökonomie - Messung volkswirtschaftlicher Größen - Arbeitsmärkte, Einkommenserzielung und -verteilung - Produktivität und Wachstum, konjunkturelle Schwankungen - Geld und Inflation - Staatliche Eingriffe auf gesamtwirtschaftlicher Ebene 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden kennen die Grundsätze des makroökonomischen Denkens. Sie können diese anwenden, um die Wirkung verschiedener wirtschaftspolitischer Maßnahmen zu analysieren und zu beurteilen, welche Wirkungen gesellschaftlich wünschenswert sind. Sie können ihr Wissen über die Theorie und Empirie der Makroökonomik nutzen, um zu aktuellen makroökonomischen Themen fachlich fundiert Stellung zu nehmen. Weiterhin sind sie in der Lage, Vorschläge zur Verbesserung der gesamtwirtschaftlichen Situation zu formulieren.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 4.1 Volkswirtschaftslehre I“ wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	3. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Burda, M. C./Wyplosz, C.: Makroökonomie – Eine europäische Perspektive. - Clement, R./Terlau, W./Kiy, M.: Angewandte Makroökonomie – Makroökonomie, Wirtschaftspolitik und nachhaltige Entwicklung mit Fallbeispielen, - Mankiw, N. G./Taylor, M. P.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Annette Olbrisch-Ziegler	

Modulgruppe	Volkswirtschaftslehre	
Name des Moduls	PM 4.3 Volkswirtschaftslehre III	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Europäische Wirtschaftspolitik - Aktuelle wirtschaftspolitische Probleme und Lösungsansätze in Deutschland und Europa - Europäische Integration und deren Bedeutung für die deutsche Wirtschaft und Wirtschaftspolitik - Integration Deutschlands und Europa in die Weltwirtschaft 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden kennen die grundlegenden ökonomischen Wirkungen der Integration und der Internationalisierung. Sie erkennen die Bedeutung der europäischen Integration sowie der Internationalisierung für ein Unternehmen, für die deutsche Wirtschaft sowie für die nationale Wirtschaftspolitik. Sie sind in der Lage, den weiteren Prozess der europäischen Integration eigenständig und kritisch zu analysieren. Die Studierenden eignen sich strukturiertes, globales Denken an und können wissenschaftlich fundierte, gesellschaftspolitisch und wirtschaftsethisch verantwortungsvolle Positionen entwickeln und diese argumentativ vertreten.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung der Module „PM 4.1 Volkswirtschaftslehre I“ und „PM 4.2 Volkswirtschaftslehre II“ wird empfohlen.	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	7. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Brasche, U.: Europäische Integration: Wirtschaft, Euro-Krise, Erweiterung und Perspektiven. - Eibner, W.: Internationale wirtschaftliche Integration: Ausgewählte Internationale Organisationen und die Europäische Union. <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Annette Olbrisch-Ziegler	

Modulgruppe	Wirtschaftsrecht	
Name des Moduls	PM 5.1 Wirtschaftsrecht	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Legal Landscape - Einstieg in Verträge - Schieflagen bei Verträgen und Konsequenzen - Sachenrecht - Absicherungsmöglichkeiten - Ausgewählte Verträge - Weitere wichtige Vertragstypen - Streitigkeiten - Untergang von Firmen/Personen - Wrap Up 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden überblicken die Grundstrukturen des deutschen Wirtschaftsrechts. Sie erkennen typische, mit der unternehmerischen Tätigkeit verbundene rechtliche Probleme und Risiken. Gemeinsam mit juristisch ausgebildetem Personal sind die Studierenden befähigt, derartige Probleme zu lösen. Die Fähigkeit zur offensiven Bewältigung juristischer Fragen – unter Nutzung externen Wissens – wird besonders gefördert.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: keine	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	1. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	1. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Lange, K. W.: Basiswissen Ziviles Wirtschaftsrecht. Ein Lehrbuch für Wissenschaftler. <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Thomas Schmallowsky	

Modulgruppe	IT	
Name des Moduls	PM 6.1 Wirtschaftsinformatik	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Einführung in die Hard- und Software - Betriebssysteme - Einsatzbereiche der IT im betrieblichen Umfeld - Anforderungsanalyse für Software - Wirtschaftlichkeitsanalyse im Bereich IT - Grundlagen und Einsatzszenarien der Digitalisierung 	
Qualifikationsziel	<p>Ziel der Veranstaltung ist es, den Studierenden grundlegende Kenntnisse im Bereich der Wirtschaftsinformatik zu vermitteln. Die Studierenden haben Grundkenntnisse in den Bereichen Hard- und Software und kennen die Einsatzmöglichkeiten der Informationssysteme in Unternehmen. Sie sind in der Lage, die Einsatzfähigkeit und den Nutzen betriebswirtschaftlich relevanter Software zu beurteilen und entsprechend zu handeln und den Einsatz kostenseitig abzuwägen. Sie können die technischen und organisatorischen Grundlagen der Digitalisierung wiedergeben und Auswirkungen in ihrem betrieblichen Umfeld identifizieren. Als Entscheider in einem Unternehmen wissen sie, welchen Beitrag die Informationssysteme zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit, Effizienz und Rentabilität von Unternehmen beitragen.</p>	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: keine	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	3. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	3. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Hansen, H. R. et al.: Wirtschaftsinformatik. - Heinrich, L. H./Heinzl, A./Riedl, R.: Wirtschaftsinformatik: Einführung und Grundlegung. - Laudon, K. C./Laudon J. P./Schoder, D.: Wirtschaftsinformatik: Eine Einführung. - Mertens, P. et al.: Grundzüge der Wirtschaftsinformatik. <p>Siehe außerdem Literaturliste auf der eLearning-Plattform der NBS</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Harald Dobernig	

Modulgruppe	IT	
Name des Moduls	PM 6.2 Grundlagen SAP	
Inhalt	Praxisorientierte Fallstudien unter Einsatz einer ERP-Softwareumgebung unter vorrangiger Nutzung des SAP ERP-Systems	
Qualifikationsziel	Die Studierenden erlernen die Programmphilosophie von komplexen ERP-Systemen. Sie verstehen die Notwendigkeit solche Systeme zur Unternehmenssteuerung einzusetzen. Die Studierenden können zur Lösung von einfach strukturierten Praxisproblemen ausgewählte ERP-Systeme einsetzen. Sie kennen die Herausforderungen, die mit der digitalen Transformation für ERP-Systeme einhergehen. Die Arbeit an den Fallstudien befähigt die Studierenden, zusätzlich die Praxisrelevanz der erarbeiteten Lösungen zu erkennen.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht unter Verwendung der Methode „Fallstudie“) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: keine	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	4. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	7. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> – Frick, D. et al.: Grundkurs SAP ERP. – Grammer, P. A.: Der ERP-Kompass – ERP-Projekte zum Erfolg führen. – Gronau, N.: Enterprise Resource Planning: Architektur, Funktionen und Management von ERP-Systemen: Architektur, Funktionen und Management von ERP-Systemen. – Hansen, H. R./Neumann, G.: Wirtschaftsinformatik 1 – Grundlagen und Anwendungen. – Körsgen, F.: SAP ERP Arbeitsbuch. – Laudon, K. C./Laudon J. P./Schoder, D.: Wirtschaftsinformatik – Eine Einführung. – Mertens, P.: Integrierte Informationsverarbeitung 1 – Operative Systeme in der Industrie. – Mertens, P./Meier, M. C.: Integrierte Informationsverarbeitung 2 – Planungs- und Kontrollsysteme in der Industrie. <p>Siehe außerdem Literaturliste auf der eLearning-Plattform der NBS</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Harald Dobernig	

Modulgruppe	Quantitative Methoden	
Name des Moduls	PM 7.1 Mathematik I	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen der linearen Algebra - Lösbarkeit von linearen Gleichungssystemen - Lineare Optimierung - Simplex-Algorithmus 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden sollen grundlegende Methoden der linearen Algebra sowie der betriebswirtschaftlichen Anwendungen kennenlernen und umsetzen können. Insbesondere diskutieren sie hierbei verschiedene Algorithmen zur Lösung von linearen Gleichungssystemen und erlernen das Konzept der linearen Optimierung. Die Lösung von solchen Optimierungsproblemen spielt dabei eine zentrale Rolle.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: keine	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	1. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	1. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Eichholz, W./Vilkner, E.: Taschenbuch der Wirtschaftsmathematik. - Schwarze: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Band 3: Lineare Algebra, Lineare Optimierung und Graphentheorie. <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Katrin Schmallowsky	

Modulgruppe	Quantitative Methoden	
Name des Moduls	PM 7.2 Mathematik II	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Mengen, Funktionen, Ableitungen gewöhnlicher Funktionen, Elastizität, Newton-Verfahren - Fehlerrechnung, Elastizität, Extremwerte, Methode der kleinsten Fehlerquadrate 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden verfügen über ein Wissen und Können, das ihnen erlaubt, Problemlösungen aus der beruflichen Tätigkeit und Argumente für Entscheidungsfindungen in ihrem Fachgebiet zu erarbeiten und weiterzuentwickeln. Es werden analytische Methoden vorgestellt und ausführlich erläutert. An typischen Beispielen aus der Wirtschaft werden mögliche Anwendungen demonstriert und Bewertungen der Lösungen vorgenommen. Das umfangreiche Angebot von Mathematiksoftware wird in die Bearbeitung von Lösungsvarianten einbezogen. Bekannte Lösungsverfahren werden mit bereitstehender Standardsoftware ausprobiert.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 7.1 Mathematik I“ wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	2. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	3. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Eichholz, W./Vilkner, E.: Taschenbuch der Wirtschaftsmathematik, Hanser Verlag. - Larek, E.: Analytische Methoden in der Wirtschaft. - Luderer, B. u. a.: Mathematische Formeln für Wirtschaftswissenschaftler. - Luderer, B./Würker, U. : Einstieg in die Wirtschaftsmathematik. - Luderer, B./Paape, C./Würker, U.: Arbeits- und Übungsbuch Wirtschaftsmathematik. Schmallowsky, K.: Analysis verstehen für Wirtschaftswissenschaftler. <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Katrin Schmallowsky	

Modulgruppe	Quantitative Methoden	
Name des Moduls	PM 7.3 Statistik	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Beschreibung eindimensionaler Daten - Lage-, Streuungs- und Konzentrationsmaße - Indexrechnung - Techniken und Maßzahlen zur Assoziationsanalyse, Korrelationsanalyse und Regressionsrechnung - Zeitreihenanalyse, Methoden zur Trendermittlung 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, grundlegende Methoden der deskriptiven Statistik adäquat anzuwenden und die erhaltenen Ergebnisse korrekt zu interpretieren. Dabei soll auch ein kritisches Verständnis bezüglich der Leistungsfähigkeit und der Grenzen der verwendeten statistischen Methodik geweckt werden.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung der Module „PM 7.1 Mathematik I“ und „PM 7.2 Mathematik II“ wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	3. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	4. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Bamberg, G./Baur, F./Krapp, M.: Statistik. Eine Einführung für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler. - Eichholz, W./Vilkner, E.: Taschenbuch der Wirtschaftsmathematik. - Schwarze, J.: Grundlagen der Statistik, Band 1: Beschreibende Verfahren. <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr.-Ing. Uwe Här	

Modulgruppe	Quantitative Methoden	
Name des Moduls	PM 7.4 Operations Research	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen des Operations Research, Modellierung und Optimierung - Lineare Optimierung inklusive Sonderfälle (Transport, Rundreisen) - Nichtlineare Optimierung (Lagerhaltungsproblem) - Stochastische Systeme (Wartesysteme) - Mehrkriterielle Entscheidungen 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden lernen das Erkennen und Beschreiben von Entscheidungssituationen. Sie festigen ihre Fertigkeiten in der Formulierung von Sachverhalten als mathematische Probleme (Formalisierung). Sie erkennen klassische analytische Modelle. Sie erkennen die Bedeutung des Operations Research als wichtigstes Instrument als Vorbereitung von Entscheidungen in Unternehmen. Sie sind damit in der Lage, über Übungsaufgaben hinaus komplexere Projekte zu bearbeiten und dabei geeignete mathematische Methoden zur Lösung von Aufgaben auszuwählen und zu nutzen.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung der Module „PM 7.1 Mathematik I“ und „PM 7.2 Mathematik II“ wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	7. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Domschke, W./Drexl, A./Klein, R./Scholl, A.: Einführung in Operations Research. - Domschke, W./Drexl, A./Klein, R./Scholl, A.: Übungen und Fallbeispiele zum Operations Research. - Eichholz, W./Vilkner, E.: Taschenbuch der Wirtschaftsmathematik. - Sauer, M.: Operations Research kompakt. - Werners, B.: Grundlagen des Operations Research. - Zimmermann, H.-J.: Operations Research. Methoden und Modelle. Für Wirtschaftsingenieure, Betriebswirte, Informatiker. <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr.-Ing. Uwe Här	

Modulgruppe	Methodenkompetenz	
Name des Moduls	PM 8.1 Wissenschaftliches Arbeiten	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Grundsätze wissenschaftlichen Arbeitens - Recherchetechniken (Bibliothekskataloge, Onlinerecherche, Speichern, Ordnen und Bearbeiten mittels digitaler Literaturverwaltungssysteme) - Die Bedeutung empirischer Untersuchungen für wissenschaftliche Arbeiten - Wissenschaftliches Arbeiten im digitalen Zeitalter - Methoden zur Anfertigung einer wissenschaftlichen Arbeit - Rhetorik & Präsentationstechniken - Präsentation von Arbeitsergebnissen 	
Qualifikationsziel	<p>Die Studierenden kennen die Grundsätze wissenschaftlicher Arbeit bezüglich der Dokumentation und Nachvollziehbarkeit wissenschaftlicher Arbeiten. Sie beherrschen die Verfahren der Recherche und empirischer Untersuchungen. Sie sind in der Lage, eigenständig wissenschaftliche Arbeiten nach akademischen Anforderungen anzufertigen.</p> <p>Die Studierenden haben einen Überblick über rhetorische Grundlagen und Präsentationstechniken. Sie sind in der Lage, Arbeitsergebnisse aufzubereiten und frei zu präsentieren.</p>	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: keine	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	1. Semester Wichtig: Dieses Modul ist bis zum Ende des zweiten Semesters erfolgreich zu absolvieren. Kann dies nicht erfolgreich nachgewiesen werden, kann der Zugang zu Modulen, die mit einer Hausarbeit abschließen, verwehrt werden.
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	1. Semester Wichtig: Dieses Modul ist bis zum Ende des zweiten Semesters erfolgreich zu absolvieren. Kann dies nicht erfolgreich nachgewiesen werden, kann der Zugang zu Modulen, die mit einer Hausarbeit abschließen, verwehrt werden.
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit und Präsentation	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Blazert, H./Schröder, M./Schäfer, C.: Wissenschaftliches Arbeiten. Ethik, Inhalt & Form wissenschaftlicher Arbeiten, Handwerkszeug, 	

	<p>Quellen, Projektmanagement, Präsentation.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Disterer, G.: Studienarbeiten schreiben: Seminar-, Bachelor-, Master- und Diplomarbeiten in den Wirtschaftswissenschaften. - Sticket-Wolf, C./Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken: erfolgreich Studieren – gewusst wie! <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Achim Wortmann

Modulgruppe	Methodenkompetenz	
Name des Moduls	PM 8.2 Rhetorik & Präsentationstechniken	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Vertiefung Rhetorik - Präsentationstechniken - Medieneinsatz - Vortragskonzeption - Freie Rede - Debattenkultur 	
Qualifikationsziel	<p>Am Ende des Seminars sind die Studierenden in der Lage, frei zu präsentieren. Sie haben einen Überblick über einschlägige Präsentationsmethoden gewonnen und können diese sinnvoll anwenden. Darüber hinaus kennen sie die Regeln der Rhetorik und können einen Vortrag so gestalten und strukturieren, dass das Interesse der Zuhörer geweckt und die jeweiligen Inhalte nachhaltig und verständlich vermittelt werden.</p> <p>Die Studierenden kennen ferner die Grundlagen der Debattierkultur und sind in der Lage, Debatten zu einfachen wissenschaftlichen Themen zu führen.</p>	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 8.1 Wissenschaftliches Arbeiten“ wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	4. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Präsentation	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Renz, K.-C.: Das 1x1 der Präsentation: Für Schule, Studium und Beruf. - Röhner, J./Schütz, A.: Psychologie der Kommunikation. <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Larissa Krex-Brinkmann	

Modulgruppe	Vernetzung	
Name des Moduls	PM 9.1 Interdisziplinäres Modul	
Inhalt	<p>In diesem Modul werden disziplinübergreifende Inhalte vermittelt, die nicht direkt aus dem eigenen Studiengang kommen. Je nach Studienschwerpunkten und Studienziel der Studierenden können sie Module aus dem Angebot aller anderen Studiengänge außer demjenigen wählen, in welchen sie immatrikuliert sind, wobei das gewählte Modul mindestens einen Umfang von 5 ECTS haben muss. Die Veranstaltung bietet somit Lerninhalte, die Horizont- oder Orientierungswissen vermitteln. Bei der Vermittlung von Horizontwissen werden die Studierenden beispielsweise mit den Grundlagen anderer, fachfremder Wissenschaften vertraut gemacht; sie lernen Denkweisen und „Kulturen“ der fachfremden Disziplinen kennen. Bei der Vermittlung von Orientierungswissen steigern die Studierenden ihr Reflexionsniveau, indem sie sich exemplarisch mit gesellschaftsrelevanten Themen auseinandersetzen.</p>	
Qualifikationsziel	<p>Durch den Blick über den eigenen „fachlichen Tellerrand“ können die Studierenden personale, soziale und neue Kompetenzen entwickeln. Das interdisziplinäre Modul soll die Studierenden im Sinne eines „Studium Generale“ auf die Berufswelt mit vorbereiten. Es dient der Ergänzung zum eigentlichen Studium.</p> <p>Durch die Vermittlung von Horizontwissen wird die eingeschränkte Perspektive des Fachstudiums erweitert. Dadurch lernen die Studierenden, das im Fachstudium erworbene Wissen in einem komplexen Zusammenhang einzuordnen und in Relation zu den anderen Wissenschaften zu sehen.</p> <p>Durch die Auseinandersetzung mit unterschiedlichen Fachfragen erwerben die Studierenden die Kompetenz, kritisch zu reflektieren und sich schnell in fachfremde Zusammenhänge einarbeiten zu können. Daraus folgt auch die gesteigerte Partizipationsfähigkeit der Studierenden als allgemein gebildeter Teil der Gesellschaft.</p>	
Lehr- & Lernform	Vgl. hierzu Darstellung des ausgewählten Moduls aus dem jeweiligen Studiengang	
Voraussetzung für die Teilnahme	<p>Formal: Das Modul ist aus einem anderen als dem eigenen Studienbereich zu wählen.</p> <p>Inhaltlich: keine</p>	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Vollzeitstudium	Angebotsturnus	Jedes Semester
	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	4. Semester
Teilzeitstudium	Angebotsturnus	Jedes Semester
	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Siehe Modulbeschreibung des ausgewählten Moduls	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	

Literatur	Siehe Literaturangaben aus dem ausgewählten Modul
Modulverantwortlich	Jeweiliger Modulverantwortlicher des gewählten Moduls

Modulgruppe	Vernetzung	
Name des Moduls	PM 9.2 Unternehmenssimulation	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Führen eines Industrieunternehmens (als Team) im Wettbewerb - Operative, taktische und strategische Unternehmensplanung - Treffen von Entscheidungen in den Bereichen Marketing, Produktion, Logistik und Finanzierung - Ergebnisanalyse, Aufbau eines Controllingystems - Optimierung von Teilbereichen mit Instrumenten des OR - Aufbau einer Excel-basierten integrierten Unternehmensplanung - Dokumentation der Quartalsplanung und Quartalsanalysen - Erstellung eines Geschäftsberichts 	
Qualifikationsziel	<p>Die Studierenden vernetzen die in den bisherigen betriebswirtschaftlichen Modulen vermittelten Inhalte zu einem ganzheitlichen Unternehmensführungskonzept. Sie erstellen selbständig Tools zur integrierten Unternehmensplanung (beispielsweise auf MS-Excel). Die Entscheidungen zur Unternehmensführung sind in kleinen Gruppen (max. 5 Teilnehmer) zu treffen. Durch eine Aufgabenverteilung im Team und das Abstimmen interdependenter Entscheidungen wird Teamfähigkeit und Kommunikationsfähigkeit gefördert.</p> <p>Durch das Agieren im Wettbewerb wird die Fähigkeit zum unternehmerischen Denken und Handeln besonders gefördert.</p>	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung aller bis zu diesem Zeitpunkt angebotenen Module wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	7. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	8. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Projektarbeit	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Böttcher, T.: LUDUS. Ergebnisrechnung: 3 Produkte auf 4 Märkten. - Böttcher, T.: LUDUS, Entscheidungsfeld (Eigenfertigung). <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Harald Dobernicg	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Controlling	
Name des Moduls	WM 10.1.1 Finanz-, IT- und Prozess-Controlling	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Kostenmanagement zur Entscheidungsunterstützung (u. a. Target Costing, Lifecycle Costing, Cost Benchmarking) - Umsatz-, Kosten- und Erfolgsplanung - Statische Verfahren des Finanzcontrollings (u. a. Vermögens- und Kapitalanalyse, Liquiditätsstatusrechnungen) - Dynamische Verfahren des Finanzcontrollings (u. a. kurz-, mittel- und langfristige Finanzplanung, Finanzkontrolle, Rating) - Integriertes Erfolgs-, Bilanz- und Finanzplanungssystem - Grundlagen des IT-Controllings - Koordinationspotenzial und -bedarf der Informationsverarbeitung im Rahmen des IT-Controllings - Umsetzung eines Management-Informationssystems (MIS) - Grundzüge zu Datenbankanbindungen, Datenbankabfragen und Data Warehouse - Umgang mit Big Data - Grundlagen des Prozess-Controllings - Grundzüge der Prozessmodellierung (EPK oder BPMN 2.0) als Grundlage für die Entwicklung von Prozesskennzahlen usw. - Kostensenkungspotenziale durch Prozessanalyse und Business Process Reengineering (BPR) - Prozessorientierung und prozessorientierte Management-Systeme (u. a. Lean Management) 	
Qualifikationsziel	<p>Basierend auf dem Modul Grundlagen Controlling erhalten die Studierenden einen vertiefenden Einblick in das Finanz-, IT- und Prozess-Controlling als spezifische Einsatzfelder des Controllings sowohl in operativer als auch strategischer Hinsicht. Darüber hinaus sind sie befähigt, selbständig die verschiedenen Verfahren des Finanzcontrollings zu beurteilen und zielgerichtet einzusetzen. Sie machen sich weiterhin mit dem Thema „Controlling und Informationssysteme“ mit entsprechenden Koordinationspotenzialen und -bedarfen als Teil des IT-Controllings ist ihnen vertraut. In diesem Zusammenhang lernen sie den grundsätzlichen Umgang mit Datenbanken sowie Big Data im Kontext von Data Warehouses kennen. Im Bereich Prozess-Controlling lernen die Studierenden die Bedeutung der Prozessorientierung sowie prozessorientierte Management-Systeme kennen. Sie werden befähigt, Prozesse mit dem Standard BPMN 2.0 oder EPK zu dokumentierten sowie Prozessen und Prozessanalysen mit dem Ziel der Kostensenkung durchzuführen.</p>	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	<p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: Die Ableistung der Module „PM 3.1 Externes Rechnungswesen“, „PM 3.2 Internes Rechnungswesen“ und „PM 3.4 Grundlagen Controlling“ wird empfohlen.</p>	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	4. Semester

Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Horvarth, P./Gleich, R./Seiter, M.: Controlling. - Lachnit, L./Müller, S.: Unternehmenscontrolling. Managementunterstützung bei Erfolgs-, Finanz-, Risiko- und Erfolgspotenzialsteuerung. <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Marco Becker	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Controlling	
Name des Moduls	WM 10.1.2 Risiko-Controlling, Value Controlling und Kennzahlensysteme	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen des Risikocontrollings - Basiskonzept eines Risikomanagementsystems - Module des Risikocontrollings und Methoden der Risikosteuerung - Moderne Risikomanagementsysteme als Reaktion auf globale Finanzkrisen - Grundlagen des Erfolgspotenzial-Controllings - Überblick über die verschiedenen Instrumente im Rahmen des strategischen Controllings - Ansätze des wertorientierten Controllings - Notwendigkeit von Controlling-Kennzahlensystemen - Klassische Kennzahlensysteme (u. a. Dupont, RL-Schema, Rentabilitäts-Liquiditäts-Kennzahlensystem) - Balanced Scorecard - Fallstudie „Einführung Kennzahlensystem“ 	
Qualifikationsziel	<p>Die Studierenden kennen die große Bedeutung und die spezifischen Möglichkeiten des Controllings zur frühzeitigen Identifikation und Ursachenermittlung strategischer Unternehmensrisiken. Sie sind vertraut mit den Instrumenten des Risikocontrollings und strategischen Risikomanagements aus der Perspektive einer wertorientierten und strategisch ausgerichteten Unternehmensführung. Die Studierenden haben einen detaillierten Überblick über die wesentlichen Ansätze wertorientierter Unternehmenssteuerung. Sie wissen um die Notwendigkeit zur Versorgung der Unternehmensführung mit entscheidungsrelevanten Informationen, idealerweise verdichtet in einem Management-Cockpit. Sie können die Brauchbarkeit der von Theorie und Praxis entwickelten Kennzahlensysteme sowie der Balanced Scorecard beurteilen und kommunizieren. Darüber hinaus werden sie anhand eines Praxisbeispiels zur Kennzahleneinführung befähigt, ein derartiges Projekt im Unternehmen selbständig und nachhaltig zu begleiten.</p>	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	<p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: Die Ableistung der Module „PM 3.1 Externes Rechnungswesen“, „PM 3.2 Internes Rechnungswesen“ und „PM 3.4 Grundlagen Controlling“ wird empfohlen.</p>	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur	

Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Borchers, S.: Beteiligungscontrolling in der Management-Holding: Ein integratives Konzept. - Hoffjan, A.: Internationales Controlling. - Horvarth, P./Gleich, R./Seiter, M.: Controlling. - Lachnit, L./Müller, S.: Unternehmenscontrolling. Managementunterstützung bei Erfolgs-, Finanz-, Risiko- und Erfolgspotenzialsteuerung. <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Marco Becker

Modulgruppe	Kompetenzfeld Controlling	
Name des Moduls	WM 10.1.3 Fallstudie Controlling	
Inhalt	Durchführung von praxisbezogenen Fallstudien mit übergreifendem Charakter, in denen Sachverhalte und Instrumente des operativen und strategischen Controllings im konkreten Anwendungsfall wieder aufgegriffen werden. Methodisch sollten dabei insbesondere CTR-Fallstudien (Compact Teaching Reality) und Harvard-Fallstudien zum Einsatz kommen.	
Qualifikationsziel	Die Studierenden wenden ihr, in den vorherigen Semestern erworbenes, Wissen und ihre Kenntnisse und Fähigkeiten in Projektgruppen/Teams auf ausgewählte praktische bzw. praxisbezogene Aufgabenstellungen an. Sie finden fundierte Lösungen für schnittstellenübergreifende Aufgabenstellungen und entwickeln Lösungsvorschläge bei auftretenden Zielkonflikten zwischen verschiedenen betroffenen Bereichen. Sie sind in der Lage, die Leistungsfähigkeit des von ihnen entwickelten Lösungsansatzes selbständig vor dem Hintergrund der vom Unternehmen verfolgten Zielsetzungen und Rahmenbedingungen zu bewerten.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht)/Exkursion und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung der Module „PM 3.1 Externes Rechnungswesen“, „PM 3.2 Internes Rechnungswesen“ und „PM 3.4 Grundlagen Controlling“ sowie der ersten beiden Module des Kompetenzfeldes wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	7. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit und Präsentation	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> – Becker, M.: Fallstudien zur Betriebswirtschaftslehre – Band 1: Compact Teaching Reality: CTR-Business-Cases. – Becker, M.: Fallstudien zur Betriebswirtschaftslehre – Band 2: Compact Teaching Reality: CTR-Business-Cases. – Becker, M.: Fallstudien zur Betriebswirtschaftslehre – Band 3: Compact Teaching Reality: CTR-Business-Cases. – Becker, M.: Fallstudien zur Betriebswirtschaftslehre – Band 4: 12 CTR-Fallstudien zur allgemeinen Betriebswirtschaftslehre. <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Marco Becker	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Finanzmanagement	
Name des Moduls	WM 10.2.1 Mittelstandsfinanzierung	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Analyse mittelständischer Finanzierungsalternativen und Schlussfolgerungen zu Finanzierungsentscheidungen - Aktuelle Formen und Tendenzen der Mittelstandsfinanzierung - Ableitung praktischer Finanzierungsmodelle 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden erkennen den tiefgreifenden Wandel der Finanzierung von Mittelstandsunternehmen einschließlich der Bedeutung der Digitalisierung. Sie erwerben anwendungsorientierte Kenntnisse darüber welche zur Kreditfinanzierung alternativen Finanzierungsformen existieren. Sie sind in der Lage diese Alternativen in die Praxis umzusetzen und kennen die dafür notwendigen Finanzierungswege. Die Studierenden sind in der Lage, situationsgerechte Finanzierungsalternativen nach innen und außen argumentativ zu vertreten.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht)/Exkursion und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 2.1 Finanzierung“ wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	4. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Stiefl, J.: Finanzmanagement unter besonderer Berücksichtigung von kleinen und mittelständischen Unternehmen. - Keuper, F.: Finanzmanagement – Aufgaben und Lösungen. - Goeke, M.: Praxishandbuch Mittelstandsfinanzierung. Mit Leasing, Factoring & Co. unternehmerische Potenziale ausschöpfen. - Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A.: Finanzwirtschaft der Unternehmen. - Prätzsch, J./Schikorra, U./Ludwig, E.: Finanzmanagement, Lehr- und Praxisbuch für Investition, Finanzierung und Finanzcontrolling. <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Carl Heinz Daube	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Finanzmanagement	
Name des Moduls	WM 10.2.2 Finanzdienstleistungen	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Überblick und Grundbegriffe - Bewertung börsennotierter Finanztitel festverzinsliche Wertpapiere/Aktien/Derivate - Analyse internationaler Finanz- und Kapitalmärkte - Portfoliomanagement (Modell der Portfolio-Selection/CAPM/Asset Allocation/Fallstudie) 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden kennen die Breite der Finanzdienstleistungsunternehmen und deren (börsennotierte) Anlageprodukte. Sie erkennen die Wirkungsmechanismen und Abhängigkeiten der internationalen Finanz- und Kapitalmärkte und sind so in der Lage, deren aktuelle Situation fundiert einzuschätzen und Rückschlüsse auf deren weitere Entwicklung zu ziehen. Auf der Grundlage der vorgenommenen Rendite-Risiko-Bewertung börsennotierter Wertpapiere können sie zudem optimale Finanzportfolios generieren und ihre Ergebnisse plausibel vertreten.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) / Exkursion und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 2.1 Finanzierung“ wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Berk, J./DeMarzo, P.: Grundlagen der Finanzwirtschaft: Analyse, Entscheidung und Umsetzung. - Brealey, R. E./Myers, S. C./Marcus, A. J.: Fundamentals of Corporate Finance. - Hull, J. C.: Optionen, Futures und andere Derivate. - Hull, J. C.: Risikomanagement: Banken, Versicherungen und andere Finanzinstitutionen. - Kruschwitz, L./Husmann, S.: Finanzierung und Investition. - Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A.: Finanzwirtschaft der Unternehmen. - Sperber, H.: Finanzmärkte. <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Carl Heinz Daube	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Finanzmanagement	
Name des Moduls	WM 10.2.3 Fallstudie Finanzmanagement in KMU	
Inhalt	Konzepte zur strategischen Entwicklung von Unternehmen <ul style="list-style-type: none"> - Entscheidungsebenen, Instrumente und Ergebnisse der Businessplanung – GuV-Planung und Bilanzplanung (Fallbeispiel) - Tool box des Finanzmanagements auf den Entscheidungsebenen - Finanzplanung – komplexes Fallbeispiel 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden sind mit den anerkannten und praktisch anwendbaren Methoden und Instrumenten des Finanzmanagements und der Finanzplanung vertraut. Sie werden befähigt, auf der Grundlage fundierter Unternehmenskonzepte und eingeordnet in die Businessplanung die Methoden und Instrumente des Finanzmanagements auf der dispositiven, operativen und strategischen Entscheidungsebene differenziert und praxisorientiert anzuwenden. Die Studierenden kennen die inneren Zusammenhänge des Zustandekommens der Finanzplanungsergebnisse und sind in der Lage, diese kritisch zu bewerten und adäquate Managemententscheidungen abzuleiten sowie gegenüber internen und externen Partnern fundiert zu vertreten. Außerdem kennen sie den zunehmenden Einfluss der Digitalisierung.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht)/Exkursion und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 2.1 Finanzierung“ sowie der ersten beiden Module des Kompetenzfeldes wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang „Betriebswirtschaft (B.A.)“	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	7. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit und Präsentation	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Stiefl, J.: Finanzmanagement unter besonderer Berücksichtigung von kleinen und mittelständischen Unternehmen. - Keuper, F.: Finanzmanagement – Aufgaben und Lösungen. - Goeke, M.: Praxishandbuch Mittelstandsfinanzierung: Mit Leasing, Factoring & Co. unternehmerische Potenziale ausschöpfen. - Perriodon, L./Steiner, M./Rathgeber, A.: Finanzwirtschaft der Unternehmen. - Prätzsch, J./Schikorra, U./Ludwig, E.: Finanzmanagement, Lehr- und Praxisbuch für Investition, Finanzierung und Finanzcontrolling. 	

	Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Carl Heinz Daube

Modulgruppe	Kompetenzfeld Strategisches Marketingmanagement	
Name des Moduls	WM 10.3.1 Strategisches Marketing/Konzeptorientiertes Marketingprojekt	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen des strategischen Marketings - Grundlagen der Marketingplanung - Bedeutung von Zielen, deren Formulierung und Bezug zum Unternehmen - Ziele, Inhalte und Spezifika der strategischen Planung - Konzepte und Analysemethoden - Entwicklung einer Internet-Marketingstrategie <ul style="list-style-type: none"> o Unternehmenskultur und Internet-Marketing o Grundlagen Internet-Marketing o Internet-Marketing-Strategie - Anwendung strategischer Marketingkonzeptionen auf ein konkretes Projekt 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden kennen und verstehen das Instrumentarium der strategischen Marketingplanung. Sie kennen dessen Bedeutung für die Unternehmensführung und können die strategische Marketingplanung in der Praxis mit Erfolg anzuwenden. Sie können wissenschaftlich fundierte Marketing-Strategie-Konzepte entwickeln und diese argumentativ vertreten. Sie können spezielle Managementfähigkeiten und -fertigkeiten auf dem Gebiet des Marketingmanagements anwenden. Sie werden dazu befähigt, sinnvolle Vorschläge zur Lösung von praktischen Problemstellungen im Bereich des Marketings und Vertriebs selbständig und teamorientiert zu entwickeln, zu präsentieren und zu argumentieren.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 1.2 Grundlagen Marketing“ wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	4. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Bormann, I./Hurth, J.: Hersteller- und Handelsmarketing. <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Stephan Bormann	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Strategisches Marketingmanagement	
Name des Moduls	WM 10.3.2 Brandmanagement	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen Brandmanagement, Wissenschaftliche Markenführung <ul style="list-style-type: none"> o Theorien der Marke o Identitätserforschung und Analyse o Entwicklung von Markenidentitäten o Entwicklung von Markenpositionierungen o Corporate Identity, Corporate Image, Corporate Design - Grundlagen der Markensoziologie <ul style="list-style-type: none"> o Bündnissoziologie, Gestaltsoziologie o Systemtheorie der Marke - Markengeleitete Kunden- und Mitarbeiterführung <ul style="list-style-type: none"> o Behavioural Branding o Employer Branding 	
Qualifikationsziel	<p>Die Studierenden kennen betriebswirtschaftlich-markensoziologische Methoden zur Führung und Steuerung von Marken in hochkompetitiven Verdrängungsmärkten. Sie kennen die gängigen identitätsbasierten Markenführungskonzepte und Markenpositionierungstheorien und können diese auf reale Fragestellungen in der unternehmerischen Praxis differenziert anwenden. Durch die Schwerpunktsetzung im Bereich der Markensoziologie kennen die Studierenden die wissenschaftlichen Gesetzmäßigkeiten der Zielgruppenverdichtung bzw. -schwächung und können den wirtschaftlichen Erfolg oder Misserfolg von Markenstrategien/Werbekampagnen anhand soziologischer Parameter abschätzen. Ferner kennen sie zentrale Steuerungsgrößen des Brandmanagements und können Methoden zu deren Beeinflussung fallorientiert sinnvoll auswählen, um damit ein positives Leistungsbild bei Ziel- und Bezugsgruppen aufzubauen und zu verankern (u. a. für das Werbe-, Kommunikations-, Preis- und Distributionsmanagement). Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls unterschiedliche Markenstrategie- und Branding-Prozesse wissenschaftlich beurteilen.</p>	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls PM 1.2 Grundlagen Marketing sowie des ersten Moduls des Kompetenzfeldes wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	

Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Stephan Bormann

Modulgruppe	Kompetenzfeld Strategisches Marketingmanagement	
Name des Moduls	WM 10.3.3 Fallstudie Marketing	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Durchführung von praxisbezogenen Fallstudien mit übergreifendem Charakter - Aufgreifen von Problemstellungen aus dem Bereich des strategischen und/oder operativen Marketings - Anwendung von Instrumenten des strategischen und/oder operativen Marketings bzw. Vertriebs 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden können ihr in den vorherigen Semestern erworbenes Wissen und ihre darüber hinausgehenden Kenntnisse in Arbeitsgruppen/ Teams auf ausgewählte praktische bzw. praxisbezogene Aufgabenstellungen anwenden. Sie kennen wissenschaftlich fundierte Lösungen für praktische schnittstellenübergreifende Aufgabenstellungen, wählen diese passend zur Problemstellung aus und entwickeln konkrete Lösungsvorschläge bei auftretenden Zielkonflikten zwischen verschiedenen betroffenen Bereichen. Sie können die Leistungsfähigkeit des von ihnen entwickelten Lösungsansatzes selbständig vor dem Hintergrund der vom Unternehmen verfolgten Zielsetzungen und Rahmenbedingungen bewerten.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 1.2 Grundlagen Marketing“ sowie der ersten beiden Module des Kompetenzfeldes wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	7. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit und Präsentation	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Bormann, I./Hurth, J.: Hersteller- und Handelsmarketing. <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Stephan Bormann	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Operatives Marketingmanagement	
Name des Moduls	WM 10.4.1 Konsumentenverhalten/Marktforschung	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Konsumentenverhalten <ul style="list-style-type: none"> o problemorientierte Vertiefung in die Denk- und Entscheidungsprozesse von Käufern und Konsumenten o methodische Kompetenzen zur Analyse des Konsumentenverhaltens o Erklärung der Kaufentscheidungen o Exkurs: Der digitale Konsument – veränderte Konsumentenwelten und ihre Implikationen für das Marketing - Marktforschung <ul style="list-style-type: none"> o Grundlagen der Marktforschung o Methoden und Instrumente zur Erforschung des Marktes <ul style="list-style-type: none"> ▪ Quantitative Erhebungsmethoden ▪ Qualitative Erhebungsmethoden - Anwendung an konkreten Praxisbeispielen, dabei Erörterung spezifischer Aspekte 	
Qualifikationsziel	<p>Die Studierenden können darlegen, wodurch Märkte charakterisiert werden, welche Arten von Märkten es gibt und wie Märkte abgegrenzt werden können. Sie wissen, was unter dem Begriff „Konsumentenverhaltensforschung“ verstanden wird, und kennen die wichtigsten Fragestellungen dieses Forschungsgebietes. Sie kennen die grundlegenden Einflussfaktoren des Konsumentenverhaltens, können diese erläutern und in den Kontext des Konsumentenverhaltens einordnen. Sie können die Gestaltungsprozesse für das Marketing auf jeder Stufe der Informationsverarbeitung des Konsumenten erläutern. Sie kennen die Teilprozesse zur Erklärung der Kaufentscheidung sowie die zugrunde liegenden Theorien und können das Kaufverhalten organisationaler Kunden erläutern und auf die Praxis anwenden. Sie verstehen die Bedeutung von Geschäftsbeziehungen im Kaufverhalten organisationaler Kunden und können entsprechende Konsequenzen daraus ziehen.</p> <p>Die Studenten kennen und verstehen das Instrumentarium der Marktforschung. Sie sehen dessen Bedeutung im Rahmen der Unternehmensführung, sowohl auf operativer als auch auf strategischer Ebene. Die Studierenden trainieren an praktischen Fällen die vermittelten theoretischen Wissens- und Erkenntnisgewinne. Die Studierenden eignen sich strukturiertes Denken hinsichtlich der Anforderungen der Marktforschung an. Die Studierenden sind befähigt, eigene Marktforschungsprojekte in der Praxis mit Erfolg durchzuführen, die Ergebnisse zu interpretieren und argumentativ zu vertreten.</p>	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls PM 1.2 Grundlagen Marketing wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	4. Semester

Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Jochen Basting	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Operatives Marketingmanagement	
Name des Moduls	WM 10.4.2 Medien- und Kommunikationsmanagement	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen Kommunikationsmanagement/Public Relations - Kundenkommunikation <ul style="list-style-type: none"> o Customer Relations Management o Kampagnenmanagement - Unternehmenskommunikation - (Wirtschafts-) Journalismus - Grundlagen Medienmanagement - Medienkonzeption - Medienrechte - Medienproduktion print/online 	
Qualifikationsziel	<p>Die Studierenden können aus der Kommunikationsperspektive interne und externe Stakeholder eines Unternehmens identifizieren. Sie können zielgruppenspezifische Botschaften formulieren und diese auf jeweils geeigneten Wegen kommunizieren. Durch Planung, Durchführung und Kontrolle der Kommunikationsbeziehungen stellen sie sicher, dass die kommunizierten Botschaften ein einheitliches Bild ergeben und so die strategisch gewünschte Corporate Identity in geeigneter Weise unterstützt wird.</p> <p>Die Studierenden können fallweise geeignete Online- und Printmedien für die Kommunikation der gewünschten Botschaften in einem konkreten Unternehmensumfeld auswählen. Dies bezieht sich sowohl auf die Nutzung von Medien innerhalb des Unternehmens als auch deren Einsatz im Rahmen des Marketings. Sie beherrschen die Grundsätze für die Konzeption dieser Medien.</p>	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 1.2 Grundlagen Marketing“ sowie des ersten Moduls des Kompetenzfeldes wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Jochen Basting	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Operatives Marketingmanagement	
Name des Moduls	WM 10.4.3 Online-Marketing	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Online-Marketing-Plan - Schlüsselkonzepte des Online-Marketings - Online-Marketing: Einführung und Praxis <ul style="list-style-type: none"> o Webkonzeption und Webgestaltung o Suchmaschinenwerbung (SEA) o Suchmaschinenoptimierung (SEO) o Display Advertising o Social-Media-Marketing <ul style="list-style-type: none"> ▪ Formen und Einsatz von Sozialen Medien ▪ Virales Marketing ▪ Umgang mit Kritik in Sozialen Medien 	
Qualifikationsziel	<p>Die Studierenden können einen Online-Marketing-Plan aus der Internet-Marketing-Strategie des Unternehmens entwickeln. Sie kennen Schlüsselkonzepte des Online-Marketings und können diese auf konkrete Problemstellungen der Websitekonzeption und der Webgestaltung anwenden. Sie kennen ein handelsübliches Content-Management-System und können in einer bestehenden Websitestruktur Inhalte anpassen und Verfahren zur Suchmaschinenoptimierung durchführen. Sie können Inhalte für Suchmaschinenwerbung, Display Advertising und Social Media konzeptionell ableiten und inhaltlich gestalten. Die Studierenden können aus dem Online-Marketing-konzept geeignete Soziale Medien ableiten und beispielhaft Inhalte für ein soziales Medium erstellen. Sie kennen Verfahren des viralen Marketings und können mit Kritik in sozialen Medien zielführend umgehen.</p>	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 1.2 Grundlagen Marketing“ sowie der ersten beiden Module des Kompetenzfeldes wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	7. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit und Präsentation	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Bormann, I./Hurth, J.: Hersteller- und Handelsmarketing. <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Jochen Basting	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Logistikmanagement	
Name des Moduls	WM 10.5.1 Logistik-Konzepte	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Definition und Sichtweisen der Logistik <ul style="list-style-type: none"> o funktionsorientierte Logistik o prozessorientierte Logistik o Supply Chain Management o Digitale Transformation der Logistik 	
Qualifikationsziel	<p>Die Studierenden kennen die verschiedenen Sichtweisen der Logistik und die damit verbundenen begrifflichen Differenzierungen. Sie sind sowohl mit den klassischen Logistikfunktionen wie Lagerhaltung, Transport und Umschlag als auch mit einer prozessorientierten Sichtweise der Logistik vertraut. Sie erkennen, dass sich eine weitere Verbesserung der Wertschöpfungskette im Unternehmen nur über die Schnittstellen zu den Lieferanten und zu den Kunden erreichen lässt (Supply Chain Management). Vor diesem Hintergrund sind sie in der Lage, die jeweilige Entwicklungsstufe in Unternehmen zu analysieren und über deren logistische Nachholpotenziale zu diskutieren. Weiterhin ist es ihnen möglich die Auswirkungen neuer Technologien und digitaler Trends wie Internet of Things, Augmented Reality und additive Fertigung (3D-Druck) auf die Logistik grundlegend bewerten zu können.</p>	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 1.3 Grundlagen Logistik“ wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	4. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Chopra, S./Meindl, P.: Supply Chain Management. - Eßig, M./Hofmann, E./Stölzle, W.: Supply Chain Management. - Kummer, S. (Hrsg.)/Grün, O./Jammernegg, W.: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik. <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Sven Hermann	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Logistikmanagement	
Name des Moduls	WM 10.5.2 Betriebliche Logistik	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Überblick über die Problemfelder der betrieblichen Logistik - Planungsmethoden der Logistik - Planungs- und Analysesoftware SAP/Business Warehouse - Fallstudien zur Beschaffungs-, Produktions- und Distributionslogistik sowie zu digitalen Geschäftsmodellen in der Logistik 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden kennen die klassischen Problemfelder der betriebswirtschaftlichen Logistik zur Nachfrage-, Kapazitäts- und Bedarfsplanung. Sie sind mit adäquaten (auch quantitativen) Planungsinstrumenten vertraut und in der Lage, das SAP-Software-Tool „Business Warehouse“ zur Lösung komplexer Fallstudien einzusetzen. Die Studierenden erarbeiten dabei selbständig Lösungen zu Logistikproblemen entlang der betrieblichen Wertschöpfungskette und neuen digitalen Geschäftsmodellen und können ihre Ergebnisse auch plausibel vertreten.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 1.3 Grundlagen Logistik“ wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Eßig, M./Hofmann, E./Stölzle, W.: Supply Chain Management. - Kappauf, J./Koch, M./Lauterbach, B.: Logistik mit SAP. - Kummer, S. (Hrsg.)/Grün, O./Jammernegg, W.: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik. <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Sven Hermann	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Logistikmanagement	
Name des Moduls	WM 10.5.3 Fallstudie SAP-gestütztes Logistikmanagement	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Handlungsfelder des Logistikmanagements - Analyse und Planung von Geschäftsprozessen - Methoden der Geschäftsprozessmodellierung (insb. EPK) - Optimierung von Logistikprozessen - Customizing des SAP-Systems - Logistik-Controlling 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden kennen die Handlungsfelder des Logistikmanagements und die Vorteile einer prozessorientierten Organisation. Sie sind vertraut mit den Zielen und den Methoden der Geschäftsprozessmodellierung und in der Lage, Logistikprozesse zu analysieren und zu optimieren. Dabei setzen Sie ereignisgesteuerte Prozessketten als Modellierungswerkzeug ein. Anhand einer Fallstudie wird im SAP-System ein Customizing durchgeführt. Damit erarbeiten die Studierenden den gesamten Ablauf von der Analyse bis zur Umsetzung der optimierten Logistikprozesse.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 1.3 Grundlagen Logistik“ und „PM 6.2 Grundlagen SAP“ wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	7. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit und Präsentation	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Eßig, M./Hofmann, E./Stölzle, W.: Supply Chain Management. - Kappauf, J./Koch, M./Lauterbach, B.: Logistik mit SAP. - Kummer, S. (Hrsg.)/Grün, O./Jammernegg, W.: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik. <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Sven Hermann	

Module Group	International Trade (Specialization)	
Name of Module	WM 10.6.1 Wholesale and International Trade	
Content	<ul style="list-style-type: none"> - Basics of wholesale and the internationalisation of trade - Retail formats in wholesale and foreign trade - Strategies of market development, market entry and pricing - Business and market potential - Planning and international use of marketing mix instruments - Organisation and controlling of international retailers 	
Qualification Objective	Students have comprehensive knowledge about the relevant aspects of wholesale and foreign trade activities. They know the occurring economic and political risks in the areas of transport, price formation and foreign exchange rates. They understand the international credit business. They can handle the marketing mix instruments in wholesale and foreign trade. The students understand wholesale as an interface for manufacturers in national and international trading. The specifics of the European Union and the European integration process in trade are made comprehensible to the students through practical examples.	
Form of Teaching and Studying	Face-to-face teaching event (seminar-based tuition) and self-study	
Requirements for Participation	Formal: none Content-related: Successful prior completion of module "PM 1.2 Basics of Marketing" is recommended, but not mandatory. Sufficient English skills are necessary!	
Applicability	Only for the bachelor program Betriebswirtschaft (B.A.)	
Duration	1 term	
On offer	Every term	
Full-Time Program	Workload	150 hours: 64 hours attendance, 86 hours self-study
	When	4 th term
Part-Time Program	Workload	150 hours: 48 hours attendance, 102 hours self-study
	When	5 th term or 6 th term
Credit Points (ECTS)	5	
Examination	Written examination (120 minutes)	
Number of Participants	No limit	
Literature	See list of literature in the current study materials	
Tutor	Prof. Dr. Stephan Bormann	

Module Group	International Trade (Specialization)	
Name of module	WM 10.6.2 Supply Chain Management	
Content	<ul style="list-style-type: none"> - Logistics as a starting point of Supply Chain Management - Integration Approaches in the Supply Chain - Global Sourcing Strategies and Processes - Globalisation of the Supply Chain in coffee, tea and cocoa trade - Enterprise Resource Planning Systems and Enabling Technologies - Organisation of Partnerships in the Supply Chain - Digital Transformation of Logistics 	
Qualification Objective	Students know the relevance of Supply Chain Management and Enterprise Resource Planning (ERP) systems in trade. They are able to see the connections between application-oriented questions of Enabling Technologies and the application of ERP systems in trade. Students understand that global Supply Chain Management connects interested parties and suppliers worldwide and discuss how digital transformation will change supply chains in the future.	
Form of Teaching and Studying	Face-to-face teaching event (seminar-based tuition) and self-study	
Requirements for Participation	Formal: none. Content-related: Successful prior completion of module "PM 1.3 Basics of Logistics" is recommended, but not mandatory. Sufficient English skills are necessary!	
Applicability	Only for the bachelor program Betriebswirtschaft (B.A.)	
Duration	1 term	
On offer	Every term	
Full-Time Program	Workload	150 hours: 64 hours attendance, 86 hours self-study
	When	5 th term
Part-Time Program	Workload	150 hours: 48 hours attendance, 102 hours self-study
	When	5 th term or 6 th term
Credit Points (ECTS)	5	
Examination	Written examination (120 minutes)	
Number of participants	No limit	
Literature	<ul style="list-style-type: none"> - Christopher, M.: Logistics and Supply Chain Management. - Mangan, J./Lalwani, C. L.: Global Logistics and Supply Chain Management. - Sumar, S.: The Supply Chain Revolution. <p>See list of literature in the current study materials</p>	
Tutor	Prof. Dr. Sven Hermann	

Module Group	International Trade (Specialization)	
Name of Module	WM 10.6.3 Trade Controlling	
Content	<ul style="list-style-type: none"> - Specifics in controlling of retailers - Controlling of business divisions, functional areas and processes - Instruments of operational trade controlling (activity-based costing, benchmarking, etc.) and instruments of strategic trade controlling (BSC, portfolio analysis, life-cycle model, etc.) - Ratio Analysis (quantitative and qualitative operating figures) - Concepts for article-based cost application - IT-supported trade information systems (Data Warehouse, enterprise resource planning systems) - Eco-Controlling - Current case-studies 	
Qualification Objective	Students get to know trade-specific instruments and operating figures and apply them to case studies. They are able to support trade management in administration with expressive data. They understand the goals, necessities and specifics of trade controlling and can utilise instruments of an information system suitable for controlling.	
Form of Teaching and Studying	Face-to-face teaching event (seminar-based tuition) and self-study	
Requirements for Participation	Formal: none. Content-related: Successful prior completion of module "PM 3.4 Basics of Controlling" is recommended, but not mandatory. Sufficient English skills are necessary!	
Applicability	Only for the bachelor program Betriebswirtschaft (B.A.)	
Duration	1 term	
On offer	Every term	
Full-Time Program	Workload	150 hours: 64 hours attendance, 86 hours self-study
	When	7 th term
Part-Time Program	Workload	150 hours: 48 hours attendance, 102 hours self-study
	When	5 th term or 6 th term
Credit Points (ECTS)	5	
Examination	Essay and presentation	
Number of Participants	No limit	
Literature	See list of literature in the current study materials	
Tutor	Prof. Dr. Marco Becker	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Personal und Organisation	
Name des Moduls	WM 10.7.1 Personalführung	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Funktionen und Wirkung von Führung zwischen Macht und Vertrauen - Führungstheorien und Führungsstile - Führungsinstrumente - Messung der Führungseignung und Führungsqualität - Situationsgerechte Führung von Personen und Teams: lokal und im internationalen Kontext - Führung als unternehmerische Aufgabe: der psychologische Vertrag - Inhalts- und Prozesstheorien der Motivation - Einfluss des Wertewandels auf die Motivation - Phänomen „Groupthink“ 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden erhalten einen Überblick über wesentliche Aspekte der Personalführung und werden in die Lage versetzt, fachliche und disziplinarische Führungsaufgaben zu übernehmen. Die Studierenden sind sich der besonderen Verantwortung der Führungskräfte im Spannungsfeld zwischen den ökonomischen Zielen des Unternehmens und den individuellen Zielen der Mitarbeiter im Unternehmen bewusst und verfügen über die notwendige Kompetenz, als Führungskräfte situationsgerecht zu handeln.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung der Module „PM 1.4 Grundlagen Unternehmensführung“ und „PM 1.5 Grundlagen Personal“ wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	4. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Staehle, W. /Conrad, P./Sydow, J.: Management. - Von Rosenstiel, L. /Regnet, E. /Domsch, M. E.: Führung von Mitarbeitern. - Weibler, J.: Personalführung. <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Harriet Kleiminger	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Personal und Organisation	
Name des Moduls	WM 10.7.2 Change Management	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Organisatorische Gestaltungskonzepte - Veränderung von Organisationen - Ermittlung und Implementierung geeigneter operativer Maßnahmen im Veränderungsprozess - Vorbereitung von Organisationstechniken und Instrumenten für kontinuierlichen Unternehmenswandel - Spezifische Ansätze der Organisationsentwicklung - Anpassen der Unternehmensstrukturen an veränderte Strategien - Umgang mit unterschiedlichen Unternehmenskulturen - Umgang mit Widerständen gegen Veränderung - Projektmanagement in Veränderungsprozessen - Wissensmanagement und die lernende Organisation 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden kennen die Wirkungszusammenhänge unternehmerischer Entscheidungen in einem sich verändernden Umfeld und sind in der Lage, adäquate Veränderungsmaßnahmen zu ermitteln und zu initiieren. Sie kennen die personellen Implikationen der Veränderungsmaßnahmen und sind in der Lage, diese, im Rahmen der Veränderungsprozesse, in einem Unternehmen antizipativ zu beurteilen und als operative Handlungs- und Entscheidungsgrundlage situationsgerecht zu berücksichtigen.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung der Module PM 1.4 Grundlagen Unternehmensführung und PM 1.5 Grundlagen Personal wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Doppler, K./Lauterburg, C.: Change Management. - Kotter, J. P.: Leading Change. - Lauer, T.: Change Management. - Schiersmann, C./Thiel, H.-U.: Organisationsentwicklung. <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Harriet Kleiminger	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Personal und Organisation	
Name des Moduls	WM 10.7.3 Fallstudie Personal	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Heranführen an das Lernen mit Fallstudien - Fallstudien zu typischen Personalfunktionen aus den Bereichen Personalauswahl und -entwicklung, Personalreduzierung und -freisetzung, Personalplanung - Situationsgerechte Anwendung von Zielvereinbarungen, Führungskonzepten und operativen Führungswerkzeugen - Situationsgerechte Anwendung relevanter Maßnahmen des Veränderungsmanagements - Bewertung und Beurteilung der Wirkungen der Führungsansätze in realen Unternehmenssituationen - Internationale Fälle 	
Qualifikationsziel	<p>Die Studierenden sind in der Lage die in den vorangegangenen Modulen des Kompetenzfeldes Personalmanagement erarbeiteten Methoden der Führung und des Veränderungsmanagements und deren Dringlichkeit im Unternehmenskontext anhand aktueller personeller Fragestellungen zu identifizieren und in Fallstudien auf reale Unternehmenssituationen erfolgreich anzuwenden. Sie eignen sich Führungskompetenz an und sind in der Lage, diese auch in volatilen Unternehmenssituationen und unter Berücksichtigung teils divergierender Interessen im Unternehmen erfolgreich einzusetzen.</p> <p>Neben der Entwicklung übergreifenden Denkens und von Problemlösekompetenz stärkt die Fallstudienbearbeitung darüber hinaus die Schlüsselqualifikationen Präsentationssicherheit und Kommunikationsfähigkeit. Im Rahmen der Kleingruppenarbeit wird zudem die Teamfähigkeit der Teilnehmer geschult und weiter ausgebildet.</p>	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung der Module „PM 1.4 Grundlagen Unternehmensführung“ und „PM 1.5 Grundlagen Personal“ sowie der ersten beiden Module des Kompetenzfeldes wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	7. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit und Präsentation	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Harriet Kleiminger	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Steuern und Consulting	
Name des Moduls	WM 10.8.1 Grundlagen der Unternehmensberatung	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Internes und externes betriebswirtschaftliches Consulting - Akteure im Beratungsprozess - Ablauf von Beratungsprojekten - Projektplanung, -organisation und -umsetzung - Wesentliche Verfahren und Methoden des Consulting - Ausgewählte Beratungsfelder 	
Qualifikationsziel	<p>In diesem Modul werden die Studierenden mit den wesentlichen Grundlagen des Management Consultings vertraut gemacht. Aufbauend auf den Modulen der ersten drei Semester werden die Studierenden mit einer spezifischen fallstudienorientierten Didaktik darauf vorbereitet, unternehmensinterne oder -externe Beratungsprojekte zu planen, zu koordinieren, zu steuern und die Projektergebnisse zu implementieren. Sie kennen die wesentlichen Consulting-Methoden, wissen um mögliche Konflikte in Projektteams und im Projektumfeld.</p> <p>Den Studierenden wird nach Besuch des Moduls auch deutlich, welche Rolle ein interner oder externer Consultant in einem Projekt spielen kann und sollte. Sie sind in der Lage, die Ergebnisse von Beratungsprojekten kritisch zu reflektieren und ggf. Schlussfolgerungen für Folgeprojekte abzuleiten. Sie kennen die klassischen Akteure im Beratungsprozess und kennen die wesentlichen Beratungsfelder.</p>	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Module „PM 3.1“ bis „PM 3.4“ wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	4. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit und Präsentation	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Markus Peskes	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Steuern und Consulting	
Name des Moduls	WM 10.8.2 Unternehmensbesteuerung	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Unternehmenssteuerrecht - Verfahrensrecht (Abgabenordnung) - Materielles Steuerrecht 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden verfügen über vertiefte steuerrechtliche Kenntnisse zum Unternehmenssteuerrecht. Sie sind in der Lage, die steuerlichen Konsequenzen mittelschwerer Sachverhalte, anhand der einschlägigen Steuergesetze, herzuleiten.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 3.3 Grundlagen Steuern“ wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Thomas Schmallowsky	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Steuern und Consulting	
Name des Moduls	WM 10.8.3 Fallstudie Unternehmensbesteuerung	
Inhalt	Komplexe Fallstudien zur Unternehmensbesteuerung und zum betriebswirtschaftlichen externen und internen Consulting	
Qualifikationsziel	Praxisnahe Anwendung und Vertiefung des, in den Modulen Grundlagen der Unternehmensberatung und Unternehmensbesteuerung, erworbenen Wissens. Erwerb von Fähigkeiten zur Lösung betriebswirtschaftlicher und steuerlicher Problemstellungen in Form von Fallstudien.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 3.3 Grundlagen Steuern“ sowie „WM 10.8.2 Unternehmensbesteuerung“ wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	7. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit und Präsentation	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Thomas Schmallowsky	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Tourismusmanagement	
Name des Moduls	WM 10.9.1 Tourismusmanagement	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Das System Tourismus - Entwicklung des Tourismus - Boomfaktoren des Tourismus - Wirtschaftliche Bedeutung und Effekte des Tourismus - Die touristische Nachfrage <ul style="list-style-type: none"> o Einflussfaktoren o Typologisierung o Reiseentscheidung o Struktur der Nachfrage - Das touristische Angebot <ul style="list-style-type: none"> o Einflussfaktoren o Trends o Struktur des Angebots - Touristische Märkte <ul style="list-style-type: none"> o Touristische Destinationen o Kreuzfahrtmarkt o Reiseveranstaltermarkt o Reisemittlermarkt o Beherbergungsmarkt o Touristisches Transportwesen o Luftverkehrsmarkt - Tourismuskritik und nachhaltiger Tourismus - Digitalisierung als Querschnittsthema - Marketing von Tourismusdienstleistungen <ul style="list-style-type: none"> o Marktforschung o Zielgruppenanalyse auf dem Tourismusmarkt o Vermarktung von Reisen o Markenbildung o Marketing-Mix 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden erhalten einen Überblick über die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus. Sie kennen die wichtigsten touristischen Märkte, Akteure und Strukturen des Tourismus und entwickeln ein Problembewusstsein für Fragen der Nachhaltigkeit in diesem Wirtschaftszweig. Grundlagen des Tourismusmanagements und Tourismusmarketings werden sowohl theoretisch als auch anhand praktischer Problemstellungen vermittelt. Die theoretischen Grundlagen werden regelmäßig in Gruppenübungen vertieft.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 1.2 Grundlagen Marketing“ wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	4. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium,

		102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Freyer, W.: Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. Freyer, W.: Tourismus-Marketing: Marktorientiertes Management im Mikro- und Makrobereich der Tourismuswirtschaft. - Schulz, A. et al.: Grundlagen des Tourismus: Lehrbuch in 5 Modulen. <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Nele von Bergner	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Tourismusmanagement	
Name des Moduls	WM 10.9.2 Destinationsmanagement	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen des Destinationsmanagements - Tourismusorganisation - Strategisches Destinationsmanagement - Operatives Destinationsmanagement - Aktuelle Trends und Herausforderungen für Destinationen - Marketingstrategien für Destinationen - Digitalisierung als Querschnittsthema 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden erhalten Einblicke in die Grundlagen des Destinationsmanagements. Sie verstehen den Aufbau und die Abläufe der Tourismusorganisation in Destinationen sowie strategische Entscheidungen des Destinationsmanagements. Sie begreifen aktuelle Trends und Herausforderungen für Destinationen und wie sich Marketingstrategien daraus ableiten lassen. Sie wissen um die wichtigen Handlungsfelder des operativen Destinationsmanagements.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 1.2 Grundlagen Marketing“ und „WM 10.9.1 Tourismusmanagement“ wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Bieger, T./Beritelli, P.: Management von Destinationen. - Eisenstein, B.: Grundlagen des Destinationsmanagements. - Steinecke, A./Herntrei, M.: Destinationsmanagement. <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Nele von Bergner	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Tourismusmanagement	
Name des Moduls	WM 10.9.3 Fallstudie Tourismusmanagement	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Lernen durch die Bearbeitung von Fallstudien im Themenfeld „Tourismusmanagement“ - Anwendung ausgewählter Strategien zur Lösung von Fallstudien - Vertiefung von Grundlagen der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre bei der Bearbeitung der Fallstudien, u. a. in den Bereichen „Personalmanagement“, „Strategische Unternehmensplanung“, „Krisenmanagement“, „Marketing/Kommunikation“ und „Vertrieb“ 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden lernen durch die Arbeit an einer Fallstudie, effizient zu entscheiden und zu führen. Sie entwickeln Management-Qualitäten für die Tourismusbranche.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „WM 10.9.1 Tourismusmanagement“ und „WM 10.9.2 Destinationsmanagement“ wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	7. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. oder 6. Semester
Leistungspunkte(ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit und Präsentation	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Becker, M. /von Bergner, N. M.: Fallstudien zur Betriebswirtschaftslehre – Band 5: CTR-Fallstudien zum Tourismusmanagement. - Ellet, W.: Das Fallstudien-Handbuch der Harvard Business School Press: Business-Cases entwickeln und erfolgreich auswerten. <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Nele von Bergner	

Module Group	Tourism & Management (Specialization)	
Name of Module	WM 10.9.4 Case Studies in Tourism Management	
Content	<ul style="list-style-type: none"> - Learning by working on case studies in the field of tourism management - Using selected strategies to solve case studies - Deepening the basics of general business administration in the handling of case studies, i.a. in the areas of human resources, strategic corporate planning, crisis management, marketing/communication and sales 	
Qualification Objective	<ul style="list-style-type: none"> - Learning by solving case studies - Efficient decision-making and leadership - Development of management qualities 	
Form of Teaching and Studying	Face-to-face teaching event (seminar-based tuition) and self-study	
Registration Conditions	Formal: none Content-related: The completion of the modules "WM 10.9.1 Tourism Management" and "WM 10.9.2 Destination Management" is recommended. Sufficient English skills are necessary!	
Applicability	Only for the bachelor program Betriebswirtschaft (B.A.)	
Duration	1 term	
On offer	Every term	
Full-Time Program	Workload	150 hours: 64 hours attendance, 86 hours self-study
	When	4 th term
Part-Time Program	Workload	150 hours: 48 hours attendance, 102 hours self-study
	When	5 th term or 6 th term
Credit Points (ECTS)	5	
Examination	Written assignment and presentation	
Number of Participants	No limit	
Literature	Check bibliography handed out during the term	
Tutor	Prof. Dr. Nele von Bergner	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Eventmanagement	
Name des Moduls	WM 10.10.1 Eventmanagement	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen des Eventmanagement - Systematisierung der Eventarten - Vom Briefing zum Eventkonzept - Sponsoring und Finanzmanagement von Events - Personalmanagement von Events - Eventumsetzung - Risikomanagement - Rahmenbedingungen von Events - Nachbereitung und Evaluierung von Events - Events im Kontext von Verantwortung und Nachhaltigkeit 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden erhalten über einen Einblick in die Eventwirtschaft, ihre gesamtwirtschaftliche Bedeutung, deren Entwicklungsbedingungen und Einflussfaktoren. Sie kennen die Struktur und die Organisationsformen dieses Wirtschaftszweiges. Darüber hinaus analysieren sie Risiken bei der Eventorganisation und lernen es, selbständig ein Eventkonzept zu verfassen. Die theoretischen Grundlagen werden regelmäßig in Gruppenübungen vertieft.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 1.2 Grundlagen Marketing“ wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	4. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte(ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit und Präsentation	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Holzbauer, U. et al.: Eventmanagement: Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen. - Jäger, D.: Grundwissen Eventmanagement. - Kiel, H.-J./Bäuchl, R. G.: Eventmanagement: Konzeption, Organisation, Erfolgskontrolle. <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Nele von Bergner	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Eventmanagement	
Name des Moduls	WM 10.10.2 Public Relations	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen zu Public Relations - Prozesse und Aufgaben der Public Relations - Aktuelle Entwicklungen und Rahmenbedingungen - Konzeptentwicklung - Bezugsgruppenkontext - Interne Kommunikation - Sponsoring - Presse- und Medienarbeit - Wirkung von Massenmedien - Wahrnehmungspsychologie - Bewerbung von Events und Veranstaltungen 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden verfügen über einen Einblick in den Bereich „Public Relations“. Sie wissen um die Wichtigkeit der Kommunikation in internen Organisationsprozessen und die Akquisition und Organisation von Sponsoren. Darüber hinaus kennen sie die Wirkung von Massenmedien und können die gelernten Inhalte auf die Bewerbung und Vermarktung von Events und Veranstaltungen anwenden.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 1.2 Grundlagen Marketing“ wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Bruhn, M.: Kommunikationspolitik. Systematischer Einsatz für Kommunikation im Unternehmen. - Hoffjann, O.: Public Relations. - Röttger, U. et al.: Grundlagen der Public Relations: Eine kommunikationswissenschaftliche Einführung (Studienbücher zur Kommunikations- und Medienwissenschaft). <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Nele von Bergner	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Eventmanagement	
Name des Moduls	WM 10.10.3 Fallstudie Eventmanagement	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Bearbeitung von Fallstudien im Themenfeld „Eventmanagement“ - Anwendung ausgewählter Strategien zur Lösung von Fallstudien - Vertiefung von Grundlagen der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre bei der Bearbeitung der Fallstudien, u. a. in den Bereichen Personalmanagement, Strategische Unternehmensplanung, Krisenmanagement, Marketing/Kommunikation und Vertrieb 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden lernen durch die Arbeit an Fallstudien, effizient zu entscheiden und zu führen. Sie entwickeln Management-Qualitäten für die Eventbranche.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 1.2 Grundlagen Marketing“ sowie der ersten beiden Module des Kompetenzfeldes wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	7. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit und Präsentation	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Becker, M./von Bergner, N. M.: Fallstudien zur Betriebswirtschaftslehre – Band 6: CTR-Fallstudien zum Eventmanagement. - Ellet, W.: Das Fallstudien-Handbuch der Harvard Business School Press: Business-Cases entwickeln und erfolgreich auswerten. <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Nele von Bergner	

Module Group	International Management (Specialization)	
Name of Module	WM 10.11.1 International Human Resource and Diversity Management	
Content	<ul style="list-style-type: none"> - International HRM <ul style="list-style-type: none"> o Formative fields for the achievement of corporate objectives o Planning, deciding, performing and controlling international personnel management activities o Management of internationally active employees - Diversity Management <ul style="list-style-type: none"> o Diversity Management as a business management strategy o Fields of action in Diversity Management o Introduction and optimization of Diversity Management system o Intercultural management as an element of Diversity Management 	
Qualification Objective	Students know the formative fields of international personnel management and are able to select, apply and monitor appropriate measures in order to continuously provide internationally operative enterprises with suitable personnel. Students recognise diversity as an enterprise resource, are aware of the opportunities and risks of heterogeneity within enterprises in any international context and can use this as a basis to develop an enterprise-specific Diversity Management System. They are able to measure the success of implemented Diversity Management concepts and can optimise existing structures with a view to goal-orientation. In this context, students are able to take account of the challenges arising from special cultural aspects.	
Form of Teaching and Studying	Face-to-face teaching event (seminar-based tuition) and self-study	
Registration Conditions	Formal: none Content-related: It is recommended that registrants have already completed the modules "PM 1.4 Fundamentals of business management" and "PM 1.5 Fundamentals of personnel management" Sufficient English skills are necessary!	
Applicability	Only for the bachelor program Betriebswirtschaft (B.A.)	
Duration	1 term	
On offer	Every term	
Full-Time Program	Workload	150 hours: 64 hours attendance, 86 hours self-study
	When	4 th term
Part-Time Program	Workload	150 hours: 48 hours attendance, 102 hours self-study
	When	5 th term or 6 th term
Credit Points (ECTS)	5	
Examination	Essay and Presentation	
Number of Participants	No limit	
Literature	<ul style="list-style-type: none"> - Festing, M. et al.: Internationales Personalmanagement. - Franken, S.: Personal: Diversity Management. 	
Tutor	Prof. Dr. Harriet Kleiminger	

Module Group	International Management (Specialization)	
Name of Module	WM 10.11.2 International Finance and Accounting	
Content	<ul style="list-style-type: none"> - International Finance Management <ul style="list-style-type: none"> o Parameters of international finance management o Foreign exchange markets and currency market products o International tax law o Risk management o Financial management of internationally active enterprises, cash management - International financial reporting <ul style="list-style-type: none"> o United States Generally Accepted Accounting Principles o International Accounting Standards o International Financial Reporting Standards 	
Qualification Objective	<p>Students are familiar with the special features related to the procurement, management and application of capital in internationally active enterprises. They know the basic terminology and fundamental concepts of international tax law and are able to use these as the basis for deriving fiscal options. They can assess currency risks and political risks, and can select and deploy suitable hedging instruments. They know the special features of financial and cash flow management within internationally active corporate groups and how these are reflected in consolidated financial statements. Students know the material differences between international financial reporting regulations and those provided for in the German Commercial Code ("HGB"). They are familiar with US-GAAP, IAS and IFRS and can apply these to practical examples. Students can prepare an international consolidated financial statement. Students are able to evaluate an international consolidated financial statement, through which they can appropriately assess the net assets, financial position and results of operations of the enterprise, as well as prepare key indicators for the balance sheet.</p>	
Form of Teaching and Studying	Face-to-face teaching event (seminar-based tuition) and self-study	
Registration Conditions	Formal: none Content-related: It is recommended that registrants have already completed the modules "PM 2.1 Financing" and "PM 3.1 External financial reporting" as well as the first module of the competency field. Sufficient English skills are necessary!	
Applicability	Only for the bachelor program Betriebswirtschaft (B.A.)	
Duration	1 term	
On offer	Every term	
Full-Time Program	Workload	150 hours: 64 hours attendance, 86 hours self-study
	When	5th term
Part-Time Program	Workload	150 hours: 48 hours attendance, 102 hours self-study
	When	5 th term or 6 th term
Credit Points (ECTS)	5	
Examination	Written examination (120 minutes)	
Number of Participants	No limit	

Literature	<ul style="list-style-type: none">- Küting, K./Weber, C.-P.: Der Konzernabschluss: Praxis der Konzernrechnungslegung nach HGB und IFRS.- Baetge, J./Kirsch, H.-J./Thiele, .: Konzernbilanzen.- Bösch, M.: Internationales Finanzmanagement.- Pellens, B. et al.: Internationale Rechnungslegung.
Tutor	Prof. Dr. Carl Heinz Daube

Module Group	International Management (Specialization)	
Name of Module	WM 10.11.3 International Group Controlling	
Content	<ul style="list-style-type: none"> - Concept, objectives and remit of international controlling - International comparative controlling - Disruptive factors and how these are handled within international controlling - International tax planning and transfer prices - Fundamentals of value-based management of subsidiaries - International reporting - International financial reporting as a controlling data basis - Organization of international consolidation controlling 	
Qualification Objective	<p>Students understand International Corporate Group Controlling as a resource for the standardized control of an international enterprise. They are familiar with the special challenges such as cultural divergences or exchange-rate volatilities, which can arise from operating within an international context. They can design a controlling system in an internationally active enterprise appropriate to the internal and external enterprise influences on international business management, and take value-orientated control concepts while doing so.</p>	
Form of Teaching and Studying	Face-to-face teaching event (seminar-based tuition) and self-study	
Registration Conditions	<p>Formal: none</p> <p>Content-related: It is recommended that registrants have already completed the modules "PM 3.2 Internal Accounting" and "PM 3.4 Fundamentals of controlling" as well as the first two modules of the competency field.</p> <p>Sufficient English skills are necessary!</p>	
Applicability	Only for the bachelor program Betriebswirtschaft (B.A.)	
Duration	1 term	
On offer	Every term	
Full-Time Program	Workload	150 hours: 64 hours attendance, 86 hours self-study
	When	7th term
Part-Time Program	Workload	150 hours: 48 hours attendance, 102 hours self-study
	When	5 th term or 6 th term
Credit Points (ECTS)	5	
Examination	Written examination (120 minutes)	
Number of Participants	No limit	
Literature	- Hoffjan, A.: Internationales Controlling.	
Tutor	Prof. Dr. Marco Becker	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Immobilienmanagement	
Name des Moduls	WM 10.12.1 Einführung in das Immobilienmanagement	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Einordnung und Ziele des Immobilienmanagements - Rahmenbedingungen des Immobilieneigentums und -managements (Eigentumsrechte, Grundbuch, Kataster, Erwerb) - Immobilie als Wertschöpfungsobjekt (Überblick Immobilieninvestition und Immobilienprojektentwicklung) - Grundlagen des Investment und Asset Managements - Grundsätzliche Aufgaben der Immobilienverwaltung - Besonderheiten des Managements bei den verschiedenen Nutzungsarten (Gewerbe, Wohnen und Spezialimmobilien) - Besonderheiten des Immobilienmarktes - Herausforderungen der Digitalisierung (bspw. PropTech, Big Data) 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden erkennen die grundlegenden Inhalte des Immobilienmanagements. Sie verstehen die Rahmenbedingungen, die diesem Wirtschaftszweig zugrunde liegen, und können eigenständig Ziele des Immobilienmanagements definieren. Sie kennen dabei die verschiedenen Facetten der Immobilienverwaltung in Bezug auf die unterschiedlichen Immobilienarten und sind mit dem Leistungsportfolio eines Immobilienmaklers vertraut.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Keine	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	4. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Gondring, H.: Immobilienwirtschaft. Handbuch für Studium und Praxis. - Gondring, H./Wagner, T.: Real Estate Asset Management. - Murfeld, E.: Spezielle Betriebswirtschaftslehre der Immobilienwirtschaft. - Schulte, K.-W./Bone-Winkel, S./Schäfers, W.: Immobilienökonomie: Betriebswirtschaftliche Grundlagen. <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Michael Becken	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Immobilienmanagement	
Name des Moduls	WM 10.12.2 Immobilienrecht	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Öffentliches Baurecht - Privates Baurecht, Vertrags- und Vergaberecht - Mietrecht, Maklerrecht - WEG-Recht - Grundstücks-/Nachbarschaftsrecht 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden kennen die verschiedenen für die Immobilienbranche relevanten Rechtsbereiche und können die rechtlichen Rahmenbedingungen in der Praxis anwenden. Grundlegende Rechtsnormen sind bekannt und stellen die Basis betriebswirtschaftlichen Handelns dar.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 5.1 Wirtschaftsrecht“ wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Gondring, H.: Immobilienwirtschaft. Handbuch für Studium und Praxis. - Kippes, S.: Professionelles Immobilienmarketing. - Murfeld, E.: Spezielle Betriebswirtschaftslehre der Immobilienwirtschaft. - Schulte, K.-W./Kühling, J./Servatius, W./Stellmann, F.: Immobilienökonomie II: Rechtliche Grundlagen. <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Michael Becken	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Immobilienmanagement	
Name des Moduls	WM 10.12.3 Immobilienprojektentwicklung	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Projektentwicklung als Wertschöpfungselement der Immobilienwirtschaft - Phasen der Projektentwicklung (Projektinitiierung, Projektkonzeption, Projektdurchführung) - Grundlegende Analysen (Standort- und Marktanalyse, Zielgruppenanalyse, SWOT-Analyse) - Projektplanung und Baurechtsschaffung als wesentliche Bausteine der Projektentwicklung - Wirtschaftlichkeit von Projekten - Projektbezogene Partner, Verträge und Genehmigungen - Vermarktung von Projekten - Digitale Modellierung von Projekten und Objekten (bspw. BIM, Virtual Reality, digitale Schnittstellen zu CAFM u. ä.) 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden haben einen vertieften Einblick in die Konzeption und die Durchführung von Projektentwicklungen. Sie unterscheiden verschiedene Strategien und Konzepte mit Hilfe typischer Planungs- und Analyseinstrumente und können diese in der Beurteilung und Optimierung von Immobilienprojekten anwenden.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 1.2 Grundlagen Marketing“ und „PM 5.1 Wirtschaftsrecht“ wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	7. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit und Präsentation	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Murfeld, E.: Spezielle Betriebswirtschaftslehre der Immobilienwirtschaft. <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Michael Becken	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Immobilienplanung	
Name des Moduls	WM 10.13.1 Immobilienbewertung und Wirtschaftlichkeitsanalyse	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Normierte Wertermittlung in Deutschland (ImmoWertV) - Internationale Verfahren der Wertermittlung (RICS, TEGoVA) - Investitionsrechnung für Immobilien (Methoden, Parameter) - Sonderthemen der Bewertung und Wirtschaftlichkeitsanalyse (Spezialfälle, Internationalisierung, Markttransparenz) Datenquellen, Datenbanken, Bewertungs- und Analyse-Software - 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden sind in der Lage, verschiedene Immobilien anhand der erlernten Kriterien im Hinblick auf Ausgangssituation, Bewertungszweck und äußeren Rahmenbedingungen zu bewerten. Dies erfolgt zum einen hinsichtlich des Marktwertes, zum anderen hinsichtlich der Wirtschaftlichkeit.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Keine	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	4. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Franke, H.-H./Rehkugler, H.: Immobilienmärkte und Immobilienbewertung. - Kleiber, W.: Verkehrswertermittlung von Grundstücken. - Mannek, W.: Profi-Handbuch Wertermittlung von Immobilien. - Murfeld, E.: Spezielle Betriebswirtschaftslehre der Immobilienwirtschaft. - Schmoll, F. gen. Eisenwerth: Basiswissen Immobilienwirtschaft. - Sommer, G./Kröll, R.: Lehrbuch zur Immobilienbewertung. <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Steffen Metzner	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Immobilienplanung	
Name des Moduls	WM 10.13.2 Immobilieninvestition und -finanzierung	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Immobilie als Investitions- und Kapitalanlageobjekt - Akquisitionsprozess (Due Diligence, Kaufvertrag, Durchführung) - Finanzierungsalternativen (Realkredit, Beteiligungen, Mezzanine) - Gestaltungsvarianten (Asset/Share Deal, Derivate) und Ergebnisoptimierung (Wirtschaftlichkeit, Risiken, Steuern) - Anlageprodukte und Strukturierung (Offener/Geschlossener Fonds, AG, REIT) Datenbanken, Analyse-Software, digitale Finanzierungsplattformen 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden kennen grundlegende Investitions- und Finanzierungsmöglichkeiten in der Immobilienwirtschaft und können auf dieser Basis Investitions- und Finanzpläne für Immobilienprojekte konzipieren. Sie erkennen die Auswirkungen verschiedener Investitions- und Finanzierungsalternativen.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 2.1 Finanzierung“ wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Goldring, H.: Risiko Immobilie: Methoden und Techniken der Risikomessung bei Immobilieninvestitionen. - Goldring, H.: Real Estate Investment Banking: Neue Finanzierungsformen bei Immobilieninvestitionen. - Murfeld, E.: Spezielle Betriebswirtschaftslehre der Immobilienwirtschaft. - Rottke, N./Thomas, M.: Immobilienwirtschaftslehre, Band I – Management. - Gondring, H. et. al: Real Estate Investment Banking. <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Steffen Metzner	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Immobilienplanung	
Name des Moduls	WM 10.13.3 Fallstudie Immobilienmanagement	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Fallstudien zum Immobilienmanagement - Anwendungsbereich Projektentwicklung, insb. Projektidentifizierung, Projektplanung und -durchführung - Anwendungsbereich Immobilieninvestition - Management von Immobilienportfolios - Implementierung und Nutzung innovativer Software-Tools 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden sind in der Lage, eine Projektentwicklung von der Konzeption über die Finanzkalkulation bis hin zur Vermarktung zu erstellen. Zudem sind die Studenten in der Lage, geeignete Immobilienobjekte zu Investitionszwecken zu identifizieren und einen etwaigen Ankauf zu prüfen. Sie berücksichtigen dabei die rechtlichen Rahmenbedingungen und aktuelle Entwicklungen und Trends in der Immobilienbranche.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung der ersten beiden Module des Kompetenzfeldes wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	7. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit und Präsentation	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Alda, W./Hirschner, J.: Projektentwicklung in der Immobilienwirtschaft: Grundlagen für die Praxis. - Kofner, S.: Investitionsrechnung für Immobilien. - Murfeld, E.: Spezielle Betriebswirtschaftslehre der Immobilienwirtschaft. <p>Siehe außerdem Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien</p>	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Michael Becken	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Wirtschaftsprivatrecht	
Name des Moduls	WM 10.14.1 Grundlagen des Rechts	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Arten der Rechtsnormen (insb. Anspruchsgrundlagen) - Regeln der Auslegung von Normen - Grundlagen juristisch-wissenschaftlichen Arbeitens - Juristischer Gutachtenstil in der Formulierung, Vertiefung - Kenntnis und sicherer Umgang mit der juristischen Gutachten-technik anhand ausgewählter Rechtsvorschriften aus dem Bereich des Gesellschaftsrechts 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden kennen und verstehen die Grundlagen des Rechts und sind in der Lage, komplexere Vorschriften rechtsrichtig auf entsprechende Sachverhalte unter sachgerechter Recherche in Literatur und Rechtsprechung anzuwenden. Die Studierenden eignen sich strukturiertes Denken in rechtlich spezifischen Zusammenhängen an und können wissenschaftlich fundierte Rechtslösungen entwickeln und diese argumentativ vertreten. Die Behandlung von Meinungsstreitigkeiten wird beherrscht. Die wissenschaftliche Berücksichtigung von Quellen (Literatur und Rechtsprechung) ist bekannt.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 5.1 Wirtschaftsrecht“ wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	4. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Thomas Schmallowsky	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Wirtschaftsprivatrecht	
Name des Moduls	WM 10.14.2 Wirtschaftsprivatrecht	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Grundsätze des Werk-, Miet-, Pacht- und Dienstvertragsverhältnisses - Besondere Vertragstypen - Eigentümer-Besitz-Verhältnis - Schadensrecht - Einführung Geschäftsführung ohne Auftrag - Vertiefung Deliktsrecht 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden sind befähigt, die Funktion von Verträge und außervertraglichen Ausgleichsmechanismen (Aufwendungs- und Schadensersatz sowie Bereicherungsausgleich) zu verstehen, die rechtlichen Regelungen auf praxisnahe Fälle anzuwenden, einfache Verträge zu analysieren und in ihren wirtschaftlichen Implikationen zu bewerten sowie in Bezug auf die behandelten Rechtsgebiete Kriterien für die interessengerechte Vertragsgestaltung zu entwickeln und juristisch zu argumentieren.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 5.1 Wirtschaftsrecht“ wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Thomas Schmallowsky	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Wirtschaftsprivatrecht	
Name des Moduls	WM 10.14.3 Fallstudien Rechtswissenschaft und Schuldrecht	
Inhalt	Einführung in die Techniken und Methoden zum Umgang mit komplexen und unklaren oder umstrittenen Sachverhalten. Die Studierenden üben anhand praxisnaher und komplexer Aktenauszüge.	
Qualifikationsziel	Erwerb der Fähigkeit, mit komplexen und unklaren Sachverhalten umgehen zu können.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 5.1 Wirtschaftsrecht“ sowie der ersten beiden Module des Kompetenzfeldes wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	7. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit und Präsentation	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Thomas Schmallowsky	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Arbeitsrecht und Vertragsmanagement	
Name des Moduls	WM 10.15.1 Arbeitsrecht	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Überblick über das Arbeitsrecht - Individualarbeitsrecht mit seinen Bezügen zum kollektiven Arbeitsrecht - Gegenstand sind insbesondere Anbahnung, Inhalt und Beendigung von Arbeitsverhältnissen sowie Grundstrukturen des kollektiven Arbeitsrechts 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden kennen und verstehen die Grundlagen des Arbeitsrechts und sind in der Lage, entsprechende Vorschriften rechtsrichtig auf typische Sachverhalte aus dem Bereich des Arbeitslebens anzuwenden. Die Studierenden eignen sich die grundlegenden Strukturen des Arbeitsrechts an und können wissenschaftlich fundierte Rechtslösungen entwickeln und diese argumentativ vertreten.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 5.1 Wirtschaftsrecht“ wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	4. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Thomas Schmallowsky	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Arbeitsrecht und Vertragsmanagement	
Name des Moduls	WM 10.15.2 Vertragsverhandlung und -gestaltung	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen der Gestaltung von wirtschaftsrelevanten Verträgen (Aufbau, Standardklauseln, Vertragssprache und Regeln des Vertragsmanagements) - Gestaltungsübungen für bestimmte Vertragstypen wie gewerbliche Miete, Franchising, Managementverträge, Gesellschaftsverträge etc. 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden kennen und verstehen die Technik zur Gestaltung und zum Entwurf von wirtschaftsrelevanten Verträgen. Sie sind in der Lage, logisch korrekte Vertragsentwürfe zu entwickeln, die Einzelfällen gerecht werden und zugleich auf eine unbestimmte Vielzahl ähnlicher Fälle interessengerecht angewendet werden können.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 5.1 Wirtschaftsrecht“ wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Thomas Schmallowsky	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Arbeitsrecht und Vertragsmanagement	
Name des Moduls	WM 10.15.3 Fallstudien Arbeitsrecht und Vertragsmanagement	
Inhalt	Komplexe juristische und betriebswirtschaftliche Aufgaben (z. B. Auswahl einer angemessenen Unternehmensform, Gründung einer GmbH) werden interdisziplinär in Teams bearbeitet. Problemstellungen werden juristisch und betriebswirtschaftlich begutachtet, interdisziplinär diskutiert und in konkrete Handlungsoptionen umgesetzt.	
Qualifikationsziel	Erwerb der Fähigkeit, in interdisziplinär arbeitenden Teams rechtliche und betriebswirtschaftliche Themen in einfacher, aber präziser Form zu präsentieren, Begründungen und Handlungsoptionen zu vertreten und Entscheidungsprozesse mitzugestalten.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „PM 5.1 Wirtschaftsrecht“ sowie der ersten beiden Module des Kompetenzfeldes wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	7. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit und Präsentation	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Thomas Schmallowsky	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Wirtschaftspsychologie	
Name des Moduls	WM 10.16.1 Grundlagen der Wirtschaftspsychologie	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Thematische Schwerpunkte bilden einerseits die Grundlagen der Allgemeinen Psychologie und Sozialpsychologie. - Zum anderen werden die Grundlagen der Wirtschaftspsychologie inklusive der Interkulturellen Psychologie vermittelt, indem es deren Gegenstand, Geschichte und Methoden thematisiert und einen Überblick über die Hauptgebiete der Wirtschaftspsychologie liefert (Arbeits-, Personal-, Organisations-, Markt-, Produkt-, Preis-, Werbe- und Konsumentenpsychologie). 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden verstehen psychologisch wichtige Zusammenhänge und kennen die verschiedenen Konzepte der Wirtschaftspsychologie. Sie sind in der Lage, die Bedeutung psychologisch begründeter Probleme im Rahmen des Arbeits- und Wirtschaftslebens zu erkennen. Ferner sind sie befähigt, die psychologischen Erklärungszusammenhänge für individuelles Arbeits- und Kaufverhalten zu liefern und relevante Aspekte des Wirtschaftslebens anhand gesicherter Theorie zu erkennen und spezifische Reaktionen zu erklären.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Keine	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	4. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Achim Wortmann	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Wirtschaftspsychologie	
Name des Moduls	WM 10.16.2 Innerbetriebliche Wirtschaftspsychologie	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Thematische Schwerpunkte bilden psychologische Komponenten in betrieblichen Prozessen (wie z. B. Arbeitsbelastung, Arbeitsgestaltung, Personalmanagement, Führung und innerbetriebliche Prozesse) sowie aktuelles, kritisch verdichtetes und wissenschaftlich gesichertes Wissen zu den Themenfeldern: <ul style="list-style-type: none"> o Gefühle, Konflikte in Teams o Power & Politics o Arbeitsrelevante Einstellungen o Externes und internes Personalmarketing o Unternehmenskultur, die Seele von Management und Unternehmen o Der Manager im Spannungsfeld zwischen Unternehmen und Öffentlichkeit o Managing Diversity und andere wirtschaftspsychologische Trends. 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden kennen die verschiedenen Konzepte der innerbetrieblichen Wirtschaftspsychologie und sind in der Lage, diese auf die Lösung von Praxisproblemen anzuwenden. Sie können anhand aktuellen und wissenschaftlich gesicherten Wissens Lösungen für ein aktuelles Problem der Personalarbeit in einem Unternehmen unter Heranziehung psychologischer Ansätze erarbeiten, können Konzepte und Instrumente des Leistungsmanagements, der Arbeitsmotivation, von Anreizsystemen und des Selbstmanagements zur Lösung von Praxisproblemen heranziehen und sind befähigt, mittels grund-legender methodischer Kompetenzen die wirtschaftspsychologischen Komponenten in betrieblichen Prozessen zu analysieren.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „WM 10.16.1 Grundlagen der Wirtschaftspsychologie“ wird empfohlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Achim Wortmann	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Wirtschaftspsychologie	
Name des Moduls	WM 10.16.3 Fallstudie Werbe- und Verkaufspsychologie	
Inhalt	<p>Komplexe Fallstudien zu individuellen Verhalten von Personen im Rahmen der Werbe- und Verkaufspsychologie:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Situationsgerechte Anwendung von Wissen über Kaufentscheidungen von Konsumenten - Situationsgerechte Anwendung von Persuasionsstrategien - Praktische Umsetzung emotionaler Werbung - Praktische Umsetzung in der psychologischen Marktforschung, von der Produktidee über die Produktentwicklung bis hin zur Produkteinführung - Realitätsnahe Anwendung von Markenmanagement - Situationsgerechte Anwendung von Reputations- und Imagemanagement - Fallbearbeitung zur Kundenzufriedenheit und Kundenbindung 	
Qualifikationsziel	<p>Die Studierenden sind in der Lage, das in den vorangegangenen Modulen erarbeitete Grundlagenwissen „Wirtschaftspsychologie“ und deren Dringlichkeit im Unternehmenskontext anhand aktueller und praxisrelevanter wirtschaftspsychologischer Fragestellungen zu identifizieren und in Fallstudien auf reale Situationen erfolgreich anzuwenden. Der Erwerb von Fähigkeiten zur Lösung werbe- und verkaufstechnischer Problemstellungen in Form von Fallstudien steht überdies im Mittelpunkt. Die Studierenden werden befähigt, praktische Problemstellungen im Bereich der Wirtschaftspsychologie selbständig und teamorientiert erfolgreich zu bewältigen, zu präsentieren und argumentativ zu vertreten. Neben der Entwicklung übergreifenden Denkens und von Problemlösekompetenz stärkt die Fallstudienbearbeitung darüber hinaus also auch die Schlüsselqualifikationen Präsentationssicherheit und Kommunikationsfähigkeit. Im Rahmen der Kleingruppenarbeit wird zudem die Teamfähigkeit der Teilnehmer geschult und weiter ausgebildet.</p>	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	<p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich: Die Ableistung des Moduls „WM 10.17.1 Grundlagen der Wirtschaftspsychologie“ wird empfohlen.</p>	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	7. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit und Präsentation	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Achim Wortmann
---------------------	--------------------------

Modulgruppe	Kompetenzfeld Gesundheitsmanagement	
Name des Moduls	WM 10.17.1 Grundlagen des Gesundheitsmanagements	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Einordnung: Was ist Gesundheit? - Ökonomie in der Medizin - Das deutsche Gesundheitswesen (Gesundheitliche Versorgung, Trägerschaften, Kostenentwicklung und Finanzierung, Prognosen der GKV-Einnahmen und -Ausgaben, rechtlicher Rahmen) - Das System der Kranken- und Pflegeversicherung in Deutschland (Gesetzliche Krankenversicherung, Private Krankenversicherung, Reformansätze im Krankenkassensystem) - Die ambulante Versorgung in Deutschland (Grundprinzipien, Versorgungsformen, Versorgungsmanagement) - Die stationäre Versorgung (Struktur der stationären Versorgung in Deutschland, Fallpauschalenabrechnung nach DRG, Qualitätsmanagement und Qualitätssicherung) - Zulassung, Verordnung, Sicherstellung einer ordnungsgemäßen Versorgung der Bevölkerung mit Arzneimitteln und apothekenpflichtigen Medizinprodukten 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden verstehen die Bedeutung des Gesundheitsmanagements in der modernen Gesellschaft. Sie kennen Finanzierungsprobleme und rechtliche Rahmenbedingungen im Gesundheitswesen, verstehen das System der verschiedenen Krankenversicherungsarten und haben einen fundierten Überblick über die verschiedenen Versorgungsmodelle in Deutschland.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: keine	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	4. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	N.N.	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Gesundheitsmanagement	
Name des Moduls	WM 10.17.2 Krankenhausmanagement	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Grundprinzipien und Merkmale der Krankenhausversorgung (wirtschaftliches Handeln und verstärkter Wettbewerb, Erwartungen, Prognosen und Entwicklungen im Krankenhaus) - Betreiberkategorisierung (Träger und Unternehmensformen, Rechtsformen von Krankenhäusern) - Finanzierungskategorisierung (Finanzierungskategorien, Betriebskostenfinanzierung, Investitionsfinanzierung) - Patientenbedürfnisse (Auswirkungen der demografischen Entwicklung, Selbstbestimmung, Einbindung in Entscheidungsprozesse, Patientensicherheit, Patientenrechte, Bedeutung von Angehörigen, Interkulturalität). - Medizintourismus - Herausforderungen des Personalmanagements (Personalgewinnung, Personalbindung, Personalcontrolling, Diversität) - Controlling & Business Development (Vergütung von Krankenhausleistungen, strategisches Krankenhausmanagement) 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden kennen die Merkmale und Besonderheiten des deutschen Krankenhausmarktes. Sie haben Kenntnis über Unterscheidungen von Krankenhauseinrichtungen und den verschiedenen Formen der Träger- und Finanzierungsmodelle. Sie sind darüber hinaus in der Lage, Wissen über Kerngeschäfte, Versorgungsaufträge, Risiken und Herausforderungen unterschiedlicher Formen anzuwenden. Die Studierenden haben lösungsorientiertes Handeln im Krankenhausalltag verinnerlicht und haben ein Gespür für Managemententscheidungen und deren Konsequenzen entwickelt.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: keine	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	N.N.	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Gesundheitsmanagement	
Name des Moduls	WM 10.17.3 Management von Medizinischen Versorgungszentren	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Facetten des ärztlichen Leistungsprogramms (GKV- & PKV-Leistungen, Spezialfälle) - Ambulante Vergütungsstrukturen (Finanzmanagement in Arztpraxen, Einnahmen aus GKV und PKV, sonstige Einnahmequellen) - Management und Optimierung des Leistungsprozesses (Unternehmensziele, Planung des Leistungsprozesses, Erstellung der Leistung, Kontrolle des Prozesses) - Organisation der Leistungserbringung (Organisationsformen und Organisation in der Arztpraxis, Delegation von ärztlichen Leistungen) - Organisation und Management von medizinischen Versorgungszentren (organisatorische Ausgestaltung, Prozess- und Veränderungsmanagement, Personalbedarfsermittlung und Personalkostenkalkulation, Mitarbeiterführung) 	
Qualifikationsziel	<p>Die Studierenden kennen die Definitionen bezüglich ärztlicher Leistungen und das strukturelle Umfeld, die verschiedenen Facetten und das konkrete Management der Leistungserstellung und der Organisation einer Arztpraxis. Sie haben ein tiefes Wissen über die Bausteine der ambulanten Vergütung und wie die Ebenen der Vorgaben von Abrechnungsmodellen bei der vertragsärztlichen Vergütung aufeinander aufbauen. Die Studierenden haben verinnerlicht, wodurch das Finanzmanagement einer Arztpraxis auf der Ausgaben- und der Einnahmenseite beeinflusst wird. Sie sind in der Lage, eine Liquiditätsplanung zu erstellen.</p> <p>Die Studierenden sind mit leitungs-, aufbau- und ablauforganisatorischen Fragestellungen eines medizinischen Versorgungszentrums vertraut und können den Personalbedarf und die entsprechenden Kosten ermitteln.</p>	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht)/Exkursion und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: keine	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	7. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Präsentation	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	

Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien
Modulverantwortlich	N.N.

Modulgruppe	Kompetenzfeld Pflegemanagement	
Name des Moduls	WM 10.18.1 Grundlagen des Pflegemanagements	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Was ist Pflege? Wer ist pflegebedürftig? Worauf zielt Pflege ab? - Kennzeichnung des Pflegesektors (ambulante Pflege, stationäre Versorgung in Krankenhäusern, Reha-Kliniken und Pflegeeinrichtungen, Behinderteneinrichtungen, Kurbetriebe, Patientenhotels, medizinische Versorgungszentren) - Betreiberkategorisierung (Bund, Länder, Kommunen, Einrichtungen der freien Wohlfahrtspflege, private Betreiber) - Finanzierungskategorisierung (Sozialversicherung, staatliche Finanzierung, freie Träger und Verbände, private Finanzierungsträger) - Rechtlicher Rahmen und Aufsichtsorgane (rechtliche Rahmenbedingungen, gesellschaftliches Umfeld, Rechtsformen, Aufsicht und Aufsichtsbehörden) - Folgen des demografischen Wandels für die Pflege (Zunahme von Pflegebedürftigen, ggf. mit Multimorbidität, Abnahme des Pflegepersonenpotenzials, kultursensible Pflege) - Instrumente und Maßnahmen der Qualitätsentwicklung und des Qualitätsmanagements (z. B. Gewaltprävention) 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden kennen die Merkmale und Besonderheiten des deutschen Pflegemarktes und die heutige Ist-Situation im ambulanten und stationären Sektor. Sie haben Kenntnis über Überschneidungen von Pflegeeinrichtungen und ambulanten Diensten und sind in der Lage, die verschiedenen Formen von Träger- und Finanzierungsmodellen zuzuordnen. Sie können Pflegedienstleistungen und Standards aus Sicht von Pflegebedürftigen, Pflegepersonal, Hilfskräften, pflegenden Angehörigen und der Versicherungsbranche betrachten und haben Wissen über Kerngeschäfte/Versorgungsaufträge sowie deren Risiken und Herausforderungen erlangt.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: keine	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	4. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Klausur (120 Minuten)	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	N.N.	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Pflegemanagement	
Name des Moduls	WM 10.18.2 Finanzierung & Abrechnung von Pflege	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Pflegefinanzierung (Überblick und Unterschiede zwischen ambulanter und stationärer Kranken-, Alten- und Heilerziehungspflege) - Finanzierungsarten und -ziele (Pflegeleistungen, Sozialversicherungen, private Versicherungen, Steuermittel, Anleihen und Kapitalmarkt) - Langfristige Finanzplanung - Abrechnungssysteme (Einzelabrechnung, Pflegesatz, Fallpauschale/DRG, Sonderentgelte, Zuzahlungen, Falleinstufung) - Kritik und gesellschaftspolitischer Ausblick 	
Qualifikationsziel	<p>Die Studierenden verstehen sowohl den öffentlichen Finanzierungsauftrag über Sozialversicherungs- und staatliche Mittel als auch die Rolle der privaten Versicherungen und von „Out-of-Pocket“-Zahlungen der Leistungsnehmer. Sie sind in der Lage, Unternehmensdaten zu analysieren, und können unter Anwendung der Techniken der Finanzanalyse verschiedene Aspekte der Unternehmensfinanzierung, wie z. B. der Liquidität, der Profitabilität und der Finanzierungsstruktur eines Unternehmens selbständig beurteilen. Sie beherrschen die Methoden der langfristigen Finanzplanung zur Generierung eines Geschäftsplanes und sind in der Lage, auf Basis der erlernten Zusammenhänge die Verknüpfung zwischen Wachstum und Finanzierungserfordernissen von Unternehmen und Einrichtungen auf dem Pflegesektor abzuleiten.</p> <p>Die Studierenden haben themenspezifische Kenntnisse über die Gründe der Einführung von Abrechnungsstandards, -systemen und -methoden und kennen Details, Stärken und Schwächen der verschiedenen Abrechnungssysteme. Sie sind in der Lage, grundsätzliche ökonomische Bewertungen der Abrechnungssysteme vor dem Hintergrund finanzieller und personeller Ressourcenverknappung und des sozio-demografischen Wandels durchführen zu können.</p>	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht) und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: keine	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Hausarbeit	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	N.N.	

Modulgruppe	Kompetenzfeld Pflegemanagement	
Name des Moduls	WM 10.18.3 Fallstudie Pflegemanagement	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Bearbeitung ausgewählter Management-Fragestellungen in Pflegebetrieben (Personalmanagement, Marketing, Controlling, Business Development, Umweltmanagement, Implementierung eines Fehlermanagementsystems und Umgang mit daraus verbundenen Herausforderungen) - Kritische Auseinandersetzung mit Zielsetzung, Konzept und Organisationstruktur von Pflegeeinrichtungen - Ethische Maßstäbe von Pflege, kritische Reflexion zu aktuellen gesellschaftlichen Entwicklungen in der Pflege, Organisation der pflegerischen Versorgung nach Marktprinzipien, praktische Sicherstellung von Rechten Pflegebedürftiger, Herausforderung des Prinzips des Generationenvertrags) 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden sind in der Lage, selbständig Managementaufgaben in Pflegeeinrichtungen zu übernehmen. Sie kennen die Erfordernisse und die gegenseitige Beeinflussung verschiedener Aufgabenbereiche auf das ganzheitliche Management einer Pflegeeinrichtung. Sie erkennen die unterschiedlichen Handlungsansprüche und haben lösungsorientiertes Handeln im Pflege- und Managementalltag verinnerlicht.	
Lehr- & Lernform	Präsenzveranstaltung (seminaristischer Unterricht)/Exkursion und Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Formal: keine Inhaltlich: keine	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 64 Stunden Präsenzstudium, 86 Stunden Selbststudium
	Studienlage	7. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	150 Stunden: 48 Stunden Präsenzstudium, 102 Stunden Selbststudium
	Studienlage	5. Semester oder 6. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	5	
Prüfungsleistung	Präsentation	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	N.N.	

Modulgruppe	Praxissemester	
Name des Moduls	PM 11.1 Praktikum	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Anwendung von betriebswirtschaftlichen Methoden in der Praxis - Mitwirkung bei der praktischen Umsetzung von entwickelten Konzeptionen 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden arbeiten im Rahmen ihrer Berufstätigkeit bzw. im Rahmen einer Praktikumstätigkeit selbständig oder in Zusammenarbeit mit Praktikern an betriebswirtschaftlichen Problemstellungen.	
Lehr- & Lernform	Praktikum	
Voraussetzung für die Teilnahme	Berufstätigkeit oder Praktikumstätigkeit	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	600 Stunden
	Studienlage	6. Semester
Teilzeitstudium	Im Teilzeitmodell ist kein Praktikum vorgesehen.	
Leistungspunkte (ECTS)	20	
Prüfungsleistung	Praktikumszeugnis	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	Literaturempfehlungen werden bei Bedarf bekanntgegeben.	
Modulverantwortlich	Möglichkeit zur Wahl eines professoralen Praktikumsbetreuers	

Modulgruppe	Praxissemester	
Name des Moduls	PM 11.2 Praktikumsarbeit	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Reflektion der praktischen Ausübung beruflicher Tätigkeitsfelder aus dem Praktikum auf eine theoretische Fragestellung aus der Betriebswirtschaftslehre 	
Qualifikationsziel	Die Studierenden haben ihre Kenntnisse der Methoden und Instrumente wissenschaftlichen Arbeitens vertieft und sind in der Lage, diese Kenntnisse systematisch anzuwenden und auf zunehmend komplexere Problemstellungen aus der Betriebswirtschaftslehre zu übertragen. Sie erschließen sich Wissen eigenständig und sind fähig, problemlösungsrelevante Informationen zu gewinnen, zu selektieren und zu verdichten. Aufgrund dieser Informationen sind sie in der Lage, wissenschaftlich angemessen Struktur und Sprache darzustellen.	
Lehr- & Lernform	Selbststudium	
Voraussetzung für die Teilnahme	Die Ableistung aller bis dahin vorgesehenen Module ist dringend zu empfehlen.	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	1 Semester	
Angebotsturnus	Jedes Semester	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	300 Stunden
	Studienlage	6. Semester
Teilzeitstudium	Im Teilzeitmodell ist kein Praktikum vorgesehen.	
Leistungspunkte (ECTS)	10	
Prüfungsleistung	Hausarbeit	
Zahl der zugelassenen Teilnehmer	Keine Teilnahmebeschränkung	
Literatur	Siehe Literaturliste in den aktuellen Studienmaterialien	
Modulverantwortlich	Möglichkeit zur Wahl eines professoralen Praktikumsbetreuers	

Modulgruppe	Abschlussarbeit	
Name des Moduls	PM 12.1 Bachelor-Thesis	
Inhalt	Es handelt sich um eine praxisbezogene theoretische Auseinandersetzung mit aktuellen Fragestellungen aus einem Teilgebiet des Bachelors Betriebswirtschaft. Die Bachelor-Thesis sollte inhaltlich anspruchsvoll, wissenschaftlich theoretisch fundiert und zugleich praxisbezogen ausgerichtet sein. Mit Hilfe der Analyse und Auswertung aktueller Erkenntnisse des Fachgebietes sollen die Studierenden auf der Basis ihres Wissens eigene Standpunkte aufstellen, Lösungsansätze entwickeln und diese in geeigneter Weise darstellen.	
Qualifikationsziel	Der Anspruch eines Bachelorstudiums ist es, neben der fachspezifischen Vermittlung von berufspraktischen Inhalten Studierende zur selbständigen wissenschaftlichen und interdisziplinären Recherche und Problemanalyse zu befähigen. Im Rahmen einer Bachelor-Thesis soll dokumentiert werden, dass die Studierenden in der Lage sind, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein fachspezifisches Problem selbständig mit dem im Studium erlernten Fach- und Methodenwissen nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten sowie einen Themenbereich vertieft analysieren und weiterentwickeln zu können und gewonnene Ergebnisse in die wissenschaftliche und fachpraktische Diskussion einzuordnen.	
Lehr- & Lernform	Bei der Bachelor-Thesis handelt es sich um die eigenständige, durch Beratung unterstützte, individuelle Verfassung einer wissenschaftlichen Abschlussarbeit.	
Voraussetzung für die Teilnahme	Nachweis von 180 ECTS-Punkten	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	Bearbeitungszeit: 12 Wochen	
Angebotsturnus	Die Anmeldung zur Bachelor-Thesis erfolgt innerhalb von 4 Wochen nach erfolgreichem Bestehen der letzten Modulprüfung.	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	360 Stunden Selbststudium
	Studienlage	7. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	360 Stunden Selbststudium
	Studienlage	8. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	12	
Literatur	Die zur Anfertigung einer Bachelor-Thesis benötigte Literatur ist von den Studierenden selbständig zu recherchieren und zu besorgen. Dabei sollte auf Angemessenheit, Relevanz und Aktualität sowie auf eine ausreichende Bandbreite geachtet werden, um Vergleichbarkeit und Repräsentativität zu gewährleisten.	

Modulgruppe	Abschlussarbeit	
Name des Moduls	PM 12.2 Kolloquium	
Inhalt	Wesentlicher Inhalt des Kolloquiums ist die mündliche Präsentation der Inhalte und Ergebnisse der vorangegangenen Bachelor-Thesis der Studierenden. Im Anschluss an die mündliche Präsentation erfolgt eine Diskussion über eventuelle Unklarheiten oder Schwachstellen der Thesis sowie über themenübergreifende, das Studium betreffende Inhalte.	
Qualifikationsziel	Die Bachelor-Thesis wird durch das Kolloquium ergänzt. Im Rahmen des Kolloquiums soll festgestellt werden, ob die Studierenden in der Lage sind, die Ergebnisse ihrer Bachelor-Thesis in überzeugender Weise und unter Berücksichtigung der fachlichen Grundlagen und interdisziplinären Zusammenhänge mündlich zu präsentieren und selbständig zu begründen sowie ggf. die Bedeutung für die Praxis mit einzubeziehen. Ebenso erhalten die Studierenden die Möglichkeit, auf eventuelle Unklarheiten und Schwachstellen ihrer Thesis einzugehen und diese richtigzustellen.	
Lehr- & Lernform	Das Kolloquium findet in Form einer hochschulöffentlichen Veranstaltung statt, sofern der/die Studierende nicht widerspricht bzw. das jeweilige Thema unter Ausschluss der Öffentlichkeit behandelt werden muss.	
Voraussetzung für die Teilnahme	Erfolgreiche Bachelor-Thesis und Ableistung aller Modulprüfungen	
Verwendbarkeit	Anrechenbar ausschließlich im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.)	
Dauer	30–45 Minuten	
Angebotsturnus	Die Bachelor-Thesis ist innerhalb von 4 Wochen zu bewerten; im Anschluss an die Bewertung wird der Studierende über den Termin für das Kolloquium in Kenntnis gesetzt	
Vollzeitstudium	Arbeitsaufwand	90 Stunden Selbststudium
	Studienlage	7. Semester
Teilzeitstudium	Arbeitsaufwand	90 Stunden Selbststudium
	Studienlage	8. Semester
Leistungspunkte (ECTS)	3	
Prüfungsleistung	Kolloquium: mündliche Präsentation und Verteidigung der Inhalte der Bachelor-Thesis	