

Modulbeschreibungen
Bachelor Studiengang Business Administration BBA verkürzt
ab Wintersemester 2020

Inhalt

Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken.....	4
Brückenkurs Mathematik.....	6
Brückenkurs Englisch.....	8
Brückenkurs IT.....	10
Quantitative Methoden.....	12
Veranstaltung: Mathe – Statistik - Entscheidungstheorie - Business Excellence.....	12
BWL Nivellierung.....	15
BWL Nivellierung.....	15
Recht.....	18
Wirtschaftsrecht 1: Einführung Privatrecht.....	18
VWL Nivellierung.....	20
Veranstaltung: VWL Nivellierung.....	20
Recht.....	22
Veranstaltung: Wirtschaftsrecht 2: Grundlagen des Vertrags-, Wirtschafts- und Arbeitsrechts.....	22
Wissenschaftliches Arbeiten II.....	24
Wissenschaftliches Arbeiten II inkl. Multivariate Analysen.....	24
Data Science.....	26
Veranstaltung: Data Science inkl. Lehrforschungsprojekt.....	26
Strategisches Management.....	28
Veranstaltung: Strategisches Management - Digitalisierung.....	28
Internationales Management.....	30
Veranstaltung: Internationales Management.....	30
Corporate Social Responsibility.....	32
Veranstaltung: Corporate Social Responsibility.....	32
Change Management in Organisationen und Projekten.....	34
Veranstaltung: Change Management in Organisationen und Projekten.....	34
Business Planning / Entrepreneurship.....	36
Veranstaltung: Business Planning / Entrepreneurship.....	36
Praxisbericht.....	38
Veranstaltung: Praxisbericht.....	38
Schwerpunkt Marketing.....	39
Veranstaltung: Marketing.....	39

Schwerpunkt Marketing	41
Veranstaltung: Vertrieb	41
Schwerpunkt Marketing	43
Veranstaltung: Quantitative Marktforschungsmethoden	43
Schwerpunkt Finance	45
Veranstaltung: Controlling	45
Schwerpunkt Finance	47
Veranstaltung: Finanzen	47
Schwerpunkt Finance	49
Veranstaltung: Wirtschaftsprüfung	49
Schwerpunkt Human Resources	51
Veranstaltung: Personal	51
Schwerpunkt Human Resources	53
Veranstaltung: Wirtschaftspsychologie	53
Schwerpunkt Human Resources	55
Veranstaltung: Arbeitsrecht	55
Schwerpunkt Industrie 4.0	57
Veranstaltung: Supply Chain Management	57
Schwerpunkt Industrie 4.0	59
Veranstaltung: Innovationsmanagement	59
Schwerpunkt Industrie 4.0	61
Veranstaltung: Dienstleistungsmanagement	61
Schwerpunktseminar	63
Veranstaltung: Schwerpunktseminar	63
Bachelor Thesis	64
Veranstaltung: Bachelor Thesis	64
Bachelor Thesis - Präsentation	66
Veranstaltung: Bachelor Thesis - Präsentation	66
Planspiel	68
Veranstaltung: Planspiel	68

Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken					
<i>Workload</i> 100h	<i>Credits</i> 4 ECTS	<i>Semester</i> 0	<i>Sprache</i> deutsch	<i>Praxisbericht</i> nein	<i>Dauer</i> 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext		Kontaktzeit 30 h	Selbststudium 50 h	Gruppengröße 35 Studierende
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Veranstaltung "Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken" ist in zwei gleichwertige Blöcke (jeweils 20h) aufgeteilt:</p> <p>Wissenschaftliches Arbeiten:</p> <p>Nach Abschluss dieses Teils ist der Student in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Inhalte und Vorgehensweisen des wissenschaftlichen Arbeitens zu verstehen, • den Prozess der wissenschaftlichen Erkenntnisgewinnung und des Forschens zu erkennen und umzusetzen • die Besonderheiten der Recherche (incl. Einweisung in die Bibliotheksnutzung) zu verstehen, fachspezifische Literatur zu erfassen, zu verwerten und aufzubereiten sowie für die eigenständige Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten zu verwenden • mithilfe des „akademischen Handwerkszeugs“ Referate, Hausarbeiten und Bachelorthesis zu erstellen • sich kritisch mit vorhandener Literatur auseinandersetzen sowie • ein akademisches Verständnis zur Lösung von Problemen und komplexen Fragestellungen zu entwickeln. <p>Lerntechniken:</p> <p>Nach erfolgreichem Besuch dieser Veranstaltung und entsprechendem Selbststudium sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Herausforderungen der Selbstmanagements zu benennen, • erlernte Techniken für ein erfolgreiches Selbstmanagement richtig einzusetzen, • persönliche Dynamiken zu analysieren, • Interaktionen und Beziehungen zu analysieren, • unterschiedliche Lösungsmöglichkeiten zu erwägen und zu nutzen, • eigene Schwächen und Stärken zu erkennen und zu nutzen sowie • die Relevanz von Interaktionen in der Gruppe zu erkennen. 				
3	<p>Inhalte</p> <p>Die Veranstaltung umfasst die Bereiche</p> <p>I. Teil - Wissenschaftliches Arbeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens und Forschens; • Grundlagen der Wissenschaftstheorie; • Aufbau und Durchführung von Forschungsarbeiten und Studien; • Vorgehen im Rahmen der Literaturrecherche sowohl zu Fachbüchern als auch zu wissenschaftlichen Studien; • Selbstständige Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten: Zweck einer wissenschaftlichen Arbeit, Formen wissenschaftlicher Arbeiten, Vorgehensweise zur Planung einer wissenschaftlichen Arbeit, Aufbau wissenschaftlicher Arbeiten, Erstellung empirischer Arbeiten (inkl. Aufbereitung und Dokumentation der empirischen Daten (Gesprächsprotokolle, Studien/Befragungen), formale Anforderungen an wissenschaftliche Arbeiten (Zitiertechniken, Layout usw.); was bedeutet "Eigenleistung"? <p>II. Teil - Lerntechniken:</p>				

	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Lernen Lernen - Lernbiologie</i> • <i>Selbstmanagement als erste Stufe der Führung - Herausforderungen; zu koordinierende Lebensfelder; Motivationstechniken</i> • <i>Persönlichkeitsprofil - Basisprofil als Landkarte zur Orientierung im Umgang mit sich selbst und anderen</i> • <i>Lern- und Problemlösungsmethoden</i> • <i>Prüfungsvorbereitung und Leistungsnachweise</i> • <i>Stress und Resilienz - Mit Anforderungen gekonnt umgehen - Bewältigungsstrategien</i>
4	<p>Lehrformen</p> <p><i>Quantitative Verbreiterung: Skript mit Links zu Lehrvideos, Audiospur zum Nachhören, Wissen</i></p> <p><i>Vertiefung: Übungen in den Vorlesungen – Arbeitsblätter mit Kurzpräsentationen</i></p> <p><i>Verständnis:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Austausch mit Kommilitonen und Dozenten in Arbeitsgruppen</i> • <i>Kollegiales Feedback zur Selbstreflektion</i>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p><i>Formal: keine</i></p> <p><i>Inhaltlich: keine</i></p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p><i>in beiden Teilbereichen eine Gruppenarbeit; nach Maßgabe des Dozenten möglicherweise auch eine Präsentationen. Die Gesamtnote als Mittelwert der beiden Teilnoten.</i></p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p><i>Durchgeführte Gruppenarbeiten / Präsentationen mit bestandenen Prüfungen</i></p>
8	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p><i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i></p>
9	<p>Modulbeauftragte/r und Lehrende</p> <p><i>Prof. Dr. Bicher-Otto / Prof. Dr. Keil / Prof. Dr. Engelhardt / Prof. Dr. Klingelhöfer</i></p>
10	<p>Verwendung in anderen Studiengängen</p> <p><i>BBIM, BBS, BCE, BBWL</i></p>
11	<p>Sonstige Informationen</p>
12	<p>Literatur</p> <p><i>Balzert.H./ Schröder, M./ Schäfer, C. 2011: Wissenschaftliches Arbeiten, Lehrbuch und Online-Kurs, 2. Auflage, w3L.</i></p> <p><i>Stickel Wolf, C. (2003) Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken; 3. Aufl., Wiesbaden.</i></p> <p><i>Scheld, G. A. (2007) Anleitung zur Anfertigung von Praktikums- Seminar und Diplomarbeiten sowie Bachelor- und Masterarbeiten; 7. Aufl., Büren</i></p> <p><i>Theisen, M. R. (2011). Wissenschaftliches Arbeiten, 15. Aufl., München</i></p> <p><i>Fassel, D. (2000), Working Ourselves to Death The High Cost of Workaholism and the Re-rewards of Recovery; August 2000.</i></p> <p><i>Ilmarinen, J./ Tempel, J.(2002). Arbeitsfähigkeit 2010 – was können wir tun, um gesund zu bleiben. Bonn.</i></p> <p><i>Jaggi, F. (2008): Burnout – praxisnah, Stuttgart.</i></p> <p><i>Jason, S. (2008) Selbstorganisation und Zeitmanagement, München</i></p> <p><i>Gay, F. (2010), Das Persolog Persönlichkeitsprofil, Remechingen: Gabal</i></p>

Brückenkurs Mathematik					
<i>Workload</i> 100h	<i>Credits</i>	<i>Semester</i> 0	<i>Sprache</i> deutsch	<i>Praxisbericht</i> nein	<i>Dauer</i> 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext		Kontaktzeit 30 h	Selbststudium 70 h	Gruppengröße 35 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Die Studierenden sind mit den Grundlagen der Mathematik vertraut, so dass sie in der Lage sind, den weiterführenden Vorlesungen im Fach Quantitative Methoden zu folgen.</i>				
3	Inhalte <i>Zahlenlehre, Mengenlehre, Summen und Produkte, Grundlagen der Arithmetik, Potenzen, Logarithmen, Gleichungen und Gleichungssysteme, Funktionen und deren Ableitungen, Optimierungsaufgaben</i>				
4	Lehrformen				
5	Teilnahmevoraussetzungen <i>Formal: keine</i> <i>Inhaltlich: keine</i>				
6	Prüfungsformen Teil der 150-minütigen Abschlussklausur im Modul Quantitative Methoden				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkte				
8	Stellenwert der Note für die Endnote				
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende <i>Prof. Dr. Ursula Bicher-Otto</i>				
10	Verwendung in anderen Studiengängen <i>BBWL</i>				
11	Sonstige Informationen				
12	Literatur <i>Arrenberg, J. (2017). Wirtschaftsmathematik für Bachelor, (4.Aufl.).</i> <i>Auer, B., Seitz, F. (2013). Grundkurs Wirtschaftsmathematik: Prüfungsrelevantes Wissen – Praxisnahe Aufgaben - Komplette Lösungswege, (4., überarb. Aufl.).</i> <i>Blankenburg, von, K. (2017). Mathematik in der BWL: Anwendungsorientiert und verständlich.</i> <i>Dörsam, P. . (2014). Mathematik - anschaulich dargestellt - für Studierende der Wirtschaftswissenschaften (16. Aufl.).</i> <i>Peters, H. (2012). Wirtschaftsmathematik, 4. Aufl. Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler,</i> <i>Schwarze, J. (2010). Elementare Grundlagen der Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler (8. Aufl.). Herne.</i> <i>Schwarze, J. (2015/2010). Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler Band 1 und 2 (verschiedene Aufl.). Herne.</i>				

	Sydsaeter, K. & Hammond, P. (2014). <i>Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler: Basiswissen mit Praxisbezug</i> (4. Aufl.).
--	---

Brückenkurs Englisch					
<i>Workload</i> 75 h	<i>Credits</i> 3	<i>Semester</i> 0	<i>Sprache</i> Englisch	<i>Praxisbericht</i> Nein	<i>Dauer</i> 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext		Kontaktzeit 22,5 h 0 h	Selbststudium 52,5 h	Gruppengröße 35 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>The students will acquire business and professional language and communication skills. This will enable them to take part in professional discussions, to moderate discussions and to prepare academic writing.</i>				
3	Inhalte <i>These skills which will be taught:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Discussion, argumentation and debate • Moderation • Academic Writing <i>The topics covered:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Current events 				
4	Lehrformen <i>Vorlesung (interaktiv)</i>				
5	Teilnahmevoraussetzungen <i>Formal: keine</i> <i>Inhaltlich: Englisch 1 und 2</i>				
6	Prüfungsformen <i>Online-Test, Präsentationen und Quizze</i>				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten <i>Bestehen aller Prüfungsformen</i>				
8	Stellenwert der Note für die Endnote <i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i>				
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende <i>Prof. Dr. Uschi Bicher-Otto, Robin Buck</i>				
10	Verwendung in anderen Studiengängen				
11	Sonstige Informationen				
12	Literatur <i>Gore, S. & Smith, D. G. (2010). English for Socializing and Smalltalk. Berlin.</i> <i>Grussendorf, M. (2007). English for Presentations. Berlin.</i> <i>Hughes, J. (2008). Success with BEC Vantage, Student's Book. Oxford.</i> <i>Murphy, R. (2005). English Grammar in Use. Cambridge.</i> <i>Smith, D. G. (2008). English for Telephoning. Berlin.</i> <i>Thomson, K. (2006). English for Meetings. Berlin.</i>				

Stevens, J. (2010). <i>Business Grammar no Problem. Berlin.</i>

Brückenkurs IT					
<i>Workload</i> 75 h	<i>Credits</i> 3	<i>Semester</i> 0	<i>Sprache</i> deutsch	<i>Praxisbericht</i> ja	<i>Dauer</i> 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Im Unternehmenskontext		Kontaktzeit 18 h	Selbststudium 57 h	Gruppengröße 35 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Der Teil IT for BA (40h) vermittelt den Studenten einen fundierten Einblick in die Anwendung der Informationstechnologie im betriebswirtschaftlichen Kontext. Es werden die Grundlagen und der Aufbau betriebswirtschaftlicher Standardsoftware vermittelt; die Studierenden lernen, die im ersten Teil erworbenen Kenntnisse mit Hilfe entsprechender Software umzusetzen. Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, betriebswirtschaftliche Standardsoftware aus strategischer und wirtschaftlicher Perspektive zu bewerten. Außerdem sind wesentliche Schritte der Einführung eines Informationsmanagements bekannt.				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Vernetzte Unternehmenswelt Informationssysteme, Wirtschaftsinformatik, ethische, soziale und politische Fragen • Informations- und kommunikationstechnische Infrastruktur Hardware, Software, Infrastrukturkomponenten, Daten, Kommunikationssysteme (Internet, WWW, Social Media) • Inner- und überbetriebliche Informationsverarbeitung Anwendungssysteme, integrierte Informationsverarbeitung, Electronic Commerce, Wissensmanagement, Entscheidungsunterstützung • Gestaltung und Management von Informationssystemen Informationsmanagement, Systementwicklung, IT-Sicherheit 				
4	Lehrformen Präsenzveranstaltung				
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine				
6	Prüfungsformen Klausur				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Klausur bestanden				
8	Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der CrPs				
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende Prof. Dr. Y. Lange-König, Prof. Dr. Karsten Oehler				
10	Verwendung in anderen Studiengängen				
11	Sonstige Informationen				

12	<p>Literatur</p> <p><i>Amberg M., Bodendorf F., Möslein K.: Wertschöpfung-orientierte Wirtschaftsinformatik Heidelberg 2011</i></p> <p><i>Hansen, H.R. & Neumann, G. (2005). Wirtschaftsinformatik 2 – Informationstechnik (9. Aufl.) Stuttgart.</i></p> <p><i>Laudon, K., Laudon J., Schoder D.: Wirtschaftsinformatik – eine Einführung, 3. Auflage, München 2016</i></p> <p><i>Lemke C., Brenner W., Kirchner K.: Einführung in die Wirtschaftsinformatik, Band 2 – Gestalten des digitalen Zeitalters, Berlin 2017</i></p> <p><i>Levine D.M. & Krehbiel T.K. & Berenson M.L. (2003). Business Statistics: A First Course and CD (3rd Ed.). Boston.</i></p> <p><i>Mertens P., Bodendorf F., König W., Schumann M., Hess T., Buxmann P.: Grundzüge der Wirtschaftsinformatik, 12. Aufl., Berlin 2017</i></p> <p><i>Stahlknecht, P. & Hasenkamp, U. (2004). Einführung in die Wirtschaftsinformatik (11. Aufl.). Berlin.</i></p> <p><i>Thome R., Winkelmann A.: Grundzüge der Wirtschaftsinformatik, Organisation und Informationsverarbeitung, Heidelberg 2015</i></p>
----	---

Quantitative Methoden					
Veranstaltung: Mathe – Statistik - Entscheidungstheorie - Business Excellence					
<i>Workload</i> 250 h	<i>Credits</i> 14	<i>Semester</i> 0	<i>Sprache</i> deutsch	<i>Praxisbericht</i> ja	<i>Dauer</i> 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) a Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext		Kontaktzeit 82,5 h 0	Selbststudium 167,5 h	Gruppengröße 35 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach erfolgreichem Besuch haben die Studierenden zum einen die für die Wirtschaftswissenschaft relevanten mathematischen Aspekte verstanden und können das besprochene Instrumentarium anwenden. Sie verstehen die Unterschiede zwischen deskriptiver und induktiver Statistik, können relevante Ansätze korrekt anwenden und die Ergebnisse kritisch beurteilen. Sie können anderen die Ergebnisse erläutern. Im Rahmen der Entscheidungstheorie und Operations Research können sie dargestellten Methoden anwenden und kritisch hinterfragen sowie auf kompliziertere Fragestellungen übertragen. Im Rahmen von Business Excellence setzen sich die Studierenden mit Six Sigma Projekten auseinander, sie lernen den Umgang mit Programmen wie bspw. SPSS und können diese dann zielorientiert in ihrem unternehmerischen Umfeld anwenden.				
3	Inhalte Der Teil Mathematik (20 h) umfasst: Funktionen mehrerer Variabler, partielle Differentiation, ökonomische Anwendungen Der Teil Statistik (40 h) umfasst: <ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffe, Mittelwerte, Streuung, • Zeitreihenanalysen und Prognose • Regressions- und Korrelationsanalysen • Wahrscheinlichkeiten, Wahrscheinlichkeitsverteilung sowie theoretische Verteilungen • Konfidenzintervalle Der Teil Entscheidungstheorie (30 h) umfasst folgende Inhalte: <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Entscheidungslehre • Präferenzrelationen und Nutzenfunktionen • Entscheidungsregeln bei einem Ziel und Sicherheit • Entscheidungsregeln unter Risiko oder Ungewissheit • Einführung in das Operations Research • Grundmodell der linearen Optimierung • Graphische Lösung einer LP-Problems • Simplex-Methode und Anwendungen Der Teil Business Excellence (20 h) umfasst: <ul style="list-style-type: none"> • Hypothesen- und Markttests in der Marktforschung • Auswertung mit SPSS • Prognose mit Hilfe der Exponentiellen Glättung • Multivariate Verfahren – Clusteranalyse • Data Mining • Qualitätsbegriff sowie Nutzen und Kosten Qualitätsmanagements • Risikoanalyse • Qualitätskennzahlen • Six Sigma - Einordnung, Grundlagen und Methoden 				

4	Lehrformen
5	Teilnahmevoraussetzungen <i>Formal: keine</i> <i>Inhaltlich: Brückenkurs Mathematik, Kenntnisse Statistik aus der Berufsschule</i>
6	Prüfungsformen <i>150minütige Klausur (inkl. Brückenkurs Mathematik)</i>
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten <i>Klausur bestanden</i>
8	Stellenwert der Note für die Endnote <i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i>
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende <i>Prof. Dr. Uschi Bicher-Otto / Prof. Dr. Yvonne Lange-König / Claudia Hiese / Dr. Marcell Peukert</i>
10	Verwendung in anderen Studiengängen
11	Sonstige Informationen
12	Literatur <i>Arrenberg, J. (2017). Wirtschaftsmathematik für Bachelor, (4.Aufl.).</i> <i>Auer, B., Seitz, F. (2013). Grundkurs Wirtschaftsmathematik: Prüfungsrelevantes Wissen – Praxisnahe Aufgaben - Komplette Lösungswege, (4., überarb. Aufl.).</i> <i>Blankenburg, von, K. (2017). Mathematik in der BWL: Anwendungsorientiert und verständlich.</i> <i>Dörsam, P. . (2014). Mathematik - anschaulich dargestellt - für Studierende der Wirtschaftswissenschaften (16. Aufl.).</i> <i>Peters, H. (2012). Wirtschaftsmathematik, 4. Aufl. Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler,</i> <i>Schwarze, J. (2010). Elementare Grundlagen der Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler (8. Aufl.).</i> <i>Herne.</i> <i>Schwarze, J. (2015/2010). Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler Band 1 und 2 (verschiedene Aufl.).</i> <i>Herne.</i> <i>Sydsaeter, K. & Hammond, P. (2014). Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler: Basiswissen mit Praxisbezug (4. Aufl.).</i> <i>Bühl, A.: SPSS 22 Einführung in die moderne Datenanalyse, 14. Aufl., 2014, Hallbergmoos.</i> <i>Schira, J.: Statistische Methoden der VWL und BWL: Theorie und Praxis, 5. Aufl., 2016, München.</i> <i>Schulze, P. M. & Porath, D.: Statistik mit Datenanalyse und ökonomischen Grundlagen, 7. Aufl., 2012, München.</i> <i>Bamberg, G., Coenenberg, A.G., Krapp, M. (2008): Betriebswirtschaftliche Entscheidungslehre (14. Aufl)</i> <i>Dörsam, P. (2013). Grundlagen der Entscheidungstheorie (6. Aufl.)</i> <i>Eisenführ, F., Weber, M. & Langer, T. (2010). Rationales Entscheiden (5. Aufl.)</i> <i>Domschke, W. & Drexl, A. (2015). Einführung in Operations Research (9. Aufl.)</i> <i>Nickel, S., Stein, O. & Waldmann, K.-H. (2014): Operations Research (2. Auflage) Springer-Gabler, Berlin</i>

Aczel, A.D. & Sounderpandian, J. (2002). Complete Business Statistics with CD and Business Statistics Center (5th Ed.). Boston.

Berenson, M.L. & Levine, D.M. & Krehbiel, T.K. (2002). Basic Business Statistics: Concepts and Applications (8th Ed.). Boston.

Levine D.M. & Krehbiel T.K. & Berenson M.L. (2003). Business Statistics: A First Course and CD (3rd Ed.). Boston.

Levine D.M. & Ramsey P.P. & Smidt R.K. (2001). Applied Statistics for Engineers and Scientists: Using Microsoft Excel & Minitab. Boston.

Mason R. & Lind A. & Marchal W. (1998). Statistical Techniques in Business and Economics (10th Ed.). Boston.

BWL Nivellierung					
BWL Nivellierung					
<i>Workload</i> 200 h	<i>Credits</i> 8	<i>Semester</i> 1	<i>Sprache</i> deutsch	<i>Praxisbericht</i> nein	<i>Dauer</i> 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext		Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 140 h	Gruppengröße 35 Studierende
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Das übergeordnete Lernziel der Veranstaltung besteht darin, die Studierenden aufbauend auf den Grundlagen, die sie in den Lernfeldern 1,2 (Einführung in die BWL), 10 (Marketing), 5 und 6 (Produktion und Kosten), 11 (Investition und Finanzierung) sowie 2,4,5,6,7,8,10 (Einblicke ins Controlling) während ihrer Ausbildung erarbeitet haben, in vertiefende Aspekte einzuarbeiten und Schnittmengen zwischen den Veranstaltungen aufzuzeigen.</p> <p>Marketing (15h): Nach Abschluss dieses Teilmoduls sollen Studierende Kenntnisse über operative Marketingaufgaben erlangt haben, die Bedeutung des Marketing für den betrieblichen Erfolg erkennen und in der Lage sein, Marketing-Mix-Instrumente anhand vorgegebener Problemstellungen konzeptionell darzustellen und eigenständig methodisch-theoretisch fundierte Lösungsvorschläge zu erarbeiten und anzuwenden.</p> <p>Produktion/Kosten/Materialwirtschaft (15h): Die Studierenden verstehen die in diesem Funktionsbereich jeweils zu lösenden Planungs- und Entscheidungsprobleme auf strategischer, taktischer und operativer Ebene und kennen die hierfür jeweils relevanten Beurteilungskriterien. Sie sind in der Lage, grundlegende Planungsverfahren in der Produktion zur Lösung der genannten Probleme anzuwenden und ihren Einsatz kritisch zu beurteilen.</p> <p>Investition und Finanzierung (15h): Nach Absolvierung dieses Moduls können Studierende Finanzpläne erstellen, die unternehmerischen Auswirkungen von Eigen- und Fremdfinanzierung analysieren und Finanzierungspläne für konkrete Ausgangssituationen sowie Zielfunktionen aufstellen und optimieren. Ebenso sind sie in der Lage, Investitionsentscheidungsprozesse zu planen sowie Investitionsrechenverfahren und in der Praxis gängige Bewertungsverfahren anzuwenden.</p> <p>Controlling (15h): Nach erfolgreichem Besuch der Veranstaltung haben die Teilnehmer ein grundlegendes Verständnis von der Funktion des Controlling, kennen die Teilnehmer die verschiedenen Ansatzpunkte des Controllings sowie deren Relevanz und sie sind befähigt mit Methoden der Unternehmenssteuerung betriebliche Situationen zu analysieren, zu bewerten und Lösungsalternativen zu erarbeiten.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Die Abschnitte dieser Lehrveranstaltung sind inhaltlich wie folgt gegliedert:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing: - Kaufverhaltenstheorie (Konsumenten; Business to Business), Einführung in Marktforschung sowie Strategische Dimension des Marketing • Produktion/Kosten/Materialwirtschaft: Produktionsfunktionen (insb. Leontief-Technologie und Gutenberg-Technologie), limitationale/substitutionale Faktoreinsatzverhältnisse, Fertigungstypen, Organisationstypen der Fertigung, Produktionsoptimierung und- kontrolle, Maschinenbelegungsplan mit Kapazitätsengpässen, Kostenfunktionen, Kostenverläufe, Anpassung an Schwankungen, Wahl der Fertigungstiefe, strategisch-taktische Beschaffungsplanung, Sourcing-Konzepte, Make-or-Buy-Entscheidungen, Kriterien und Methoden der Lieferantenauswahl, Vorgehensweise und Zwecksetzung der Materialklassifikation 				

	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Investition und Finanzierung: Dynamische Verfahren ohne / mit Gewinnbesteuerung; Eigen- vs. Fremdfinanzierung, Innen- vs. Außenfinanzierung</i> • <i>Controlling: Unterscheidung operatives und strategisches Controlling; Planung, Budgetierung, Reporting, kosten- vs. finanzorientiertes Controlling, Kennzahlensysteme</i>
4	Lehrformen
5	Teilnahmevoraussetzungen <i>Formal: keine</i> <i>Inhaltlich: LF 1,2,4,5,6,7,8 10,11</i>
6	Prüfungsformen <i>120-minütige Abschlussklausur.</i>
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
8	Stellenwert der Note für die Endnote <i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i>
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende <i>Prof. Dr. Ursula Bicher-Otto und verschiedene Professoren des Fachbereiches</i>
10	Verwendung in anderen Studiengängen
11	Sonstige Informationen
12	Literatur <i>Bea, F.X., Friedl, B. & Schweitzer, M. (2009). Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Band 1: Grundfragen (10. Aufl.), Wiesbaden</i> <i>Thommen, J.-P. & Achleitner, A.-K. (2016). Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Umfassende Einführung auf dem Gebiet der Betriebswirtschaftslehre (10. Aufl.), Wiesbaden</i> <i>Vahs, D. & Schäfer-Kunz, J. (2015). Einführung in die Betriebswirtschaftslehre (7. Aufl.). Stuttgart: Schäffer-Poeschl</i> <i>Weber, W. & Kabst, R. & Baum, M. (2015). Einführung in die Betriebswirtschaftslehre (9. Aufl.). Wiesbaden: Vieweg+Tribner</i> <i>Wöhe, G. & Döring, U. & Drösel, G. (2016). Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre (26. Aufl.). München: Oldenbourg</i> <i>Woll, A. (2008). Wirtschaftslexikon (10. Aufl.). München: Oldenbourg.</i> <i>Weitere Wirtschaftslexika: Gabler Wirtschaftslexikon oder Handelsblatt Wirtschaftslexikon.</i> <i>Arnolds, H. et al. (2010). Materialwirtschaft und Einkauf (11. Aufl.) Wiesbaden, Gabler</i> <i>Corsten, H. (2016). Produktionswirtschaft: Einführung in das industrielle Produktionsmanagement (13. Aufl.), Oldenburg</i> <i>Dinkelbach, W., Rosenberg, O. (2004). Erfolgs- und umweltorientierte Produktionstheorie (5. Aufl.), Berlin</i> <i>Kellner, F., Lienland, B. (2018): Produktionswirtschaft: Planung, Steuerung und Industrie 4.0 (1. Aufl.), Berlin</i> <i>Kummer, S. [Hrsg.], Grün, O., Jammernegg, W. (2013). Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik. (3. Aufl.), München</i> <i>Large, R. (2009). Strategisches Beschaffungsmanagement - eine praxisorientierte Einführung (4. Aufl.), Wiesbaden</i> <i>Becker, P. (2018). Investition und Finanzierung (8. Aufl.). München: Oldenbourg</i> <i>Eilenberger, G. & Ernst, D. & Toebe, M. (2012). Betriebliche Finanzwirtschaft (8. Aufl.). München. Oldenbourg</i>

- Ermschel, U., Möbius, C., Wengert, H. (2016). Investition und Finanzierung (4. aktualisierte und korrigierte Aufl.).*
- Hölscher, R., Helms, N. (2017). Investition und Finanzierung (2. Aufl.).*
- Kruschwitz, L. (2014). Investitionsrechnung (14. Aufl.).*
- Kruschwitz, L. (2018). Finanzmathematik: Lehrbuch der Zins-, Renten-, Tilgungs-, Kurs- und Renditerechnung (6., überarbeitete Aufl.).*
- Olfert, K. (2013). Finanzierung (16. Aufl.).*
- Pape, U. (2015). Grundlagen der Finanzierung und Investition: Mit Fallbeispielen und Übungen (3., überarbeitete und erweiterte Aufl.).*
- Perridon, L. & Steiner, M. (2016). Finanzwirtschaft der Unternehmung (17. Aufl.).*
- Wöhe, G. (2013). Grundzüge der Unternehmensfinanzierung (11. Aufl.). München.*
-
- Deyhle, A. & Hauser, M. (2010), Controller-Praxis (2 Bände) (17. Aufl.). Würthsee-Etterschlag.*
- Horváth, P., Gleich, R., Seiter, M. (2015), Controlling (13. Aufl.). München.*
- Horváth & Partners (2009). Das Controllingkonzept (7. Aufl.). München.*
- Reichmann, T. u. a. Autoren (2017): Controlling mit Kennzahlen (9. Auflage), München*
- Rieg, R., (2015). Planung und Budgetierung: Was wirklich funktioniert, (2. Auflage) Wiesbaden.*
-
- Meffert, H., Burmann, C. & Kirchgeorg, M. (2007). Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte und Instrumente (10. Aufl.). Wiesbaden.*
- Homburg, C. & Krohmer, H. (2009). Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung (10. Aufl.). Wiesbaden.*
- Corsten, H. (2007). Produktionswirtschaft: Einführung in das industrielle Produktionsmanagement (11. Aufl.). Oldenburg.*
- Kummer, S. [Hrsg.] & Grün, O. & Jammernegg, W. (2006). Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik. München.*
- Becker, P. (2008). Investition und Finanzierung (2. Aufl.). Wiesbaden.*
- Perridon, L. & Steiner, M. (2007). Finanzwirtschaft der Unternehmung (14. Aufl.). München.*

Recht					
Wirtschaftsrecht 1: Einführung Privatrecht					
<i>Workload</i> 75 h	<i>Credits</i> 3	<i>Semester</i> 1	<i>Sprache</i> Deutsch	<i>Praxisbericht</i> Nein	<i>Dauer</i> 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext		Kontaktzeit 30 h 0 h	Selbststudium 45 h	Gruppengröße 35 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Anhand der Vorlesungen und der Besprechung von Fällen soll in das juristische Denken, die Systematik und die juristische Arbeitsweise eingeführt werden. Die Studierenden sind sodann in der Lage, zivilrechtliche Basissachverhalte aufzuschlüsseln und zu analysieren.</i>				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das Recht • Grundbegriffe des Rechts; Quellen des Rechts; öffentliches Recht vs. Privatrecht; Gerichtsbarkeiten. • Einführung in das (Wirtschafts-)Privatrecht • Systematik des Privatrechts; Allgemeines zum BGB; Einführung in das BGB; Einführung in juristische Methodenlehre; Anspruch / Anspruchsgrundlagen; wichtige Rechtsbegriffe (Rechts-subjekte, Rechts- und Geschäftsfähigkeit, Rechtsobjekte, Berechtigte, rechtlich erhebliches Verhalten, Schuldverhältnisse, etc.); Grundlagen der Rechtsgeschäftslehre, Willenserklärung, Vertrag; Form des Rechtsgeschäfts; Fristen; Konsens und Dissens; Allgemeine Geschäftsbedingungen; besondere Vertriebsformen; Abstraktionsprinzip; Stellvertretung; fehlerhafte Verhältnisse und Rechtsschein; erste Anknüpfungen zum zivilrechtlichen Schuld-, Sachenrecht sowie Arbeits-, Gesellschafts- und Wirtschaftsrecht. • Einführung in das zivilrechtliche Deliktsrecht 				
4	Lehrformen <i>Vorlesung (interaktiv)</i>				
5	Teilnahmevoraussetzungen <i>Formal: keine</i> <i>Inhaltlich: Einführung in die BWL</i>				
6	Prüfungsformen <i>60-minütige Abschlussklausur</i>				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten <i>Klausur bestanden</i>				
8	Stellenwert der Note für die Endnote <i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i>				
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende <i>Prof. Dr. Peter Buelß</i>				
10	Verwendung in anderen Studiengängen <i>BBWL, BIM</i>				
11	Sonstige Informationen				
12	Literatur <i>Gesetzestexte Zivilrecht, z. B.</i> <i>Nomos-Gesetze Zivilrecht/Wirtschaftsrecht, aktuelle Auflage</i> <i>Lehrbuch, z. B.</i>				

Kallwass, W.: Privatrecht, Basisbuch, aktuelle Auflage

Müssig, P.: Wirtschaftsprivatrecht, aktuelle Auflage

Kommentar, z. B.

Palandt: Bürgerliches Gesetzbuch (und weitere Gesetze), aktuelle Auflage

Hinweis: Gesetzestexte sind als persönliches Arbeitsmaterial in Vorlesungen, bei der Vor- und Nacharbeit sowie als Hilfsmittel für die Klausuren unverzichtbar. Lehrbücher und Kommentare können in der Bibliothek eingesehen werden. Zur individuellen Vor- und Nacharbeit liegt es aber nahe, ein Lehrbuch anzuschaffen, das der persönlichen Arbeit dient.

VWL Nivellierung					
Veranstaltung: VWL Nivellierung					
Workload 150 h	Credits 6	Semester 1	Sprache deutsch	Praxisbericht Nein	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext		Kontaktzeit 45 h 0 h	Selbststudium 105 h	Gruppengröße 35 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <p>Das übergeordnete Lernziel der Veranstaltung besteht darin, die Studierenden aufbauend auf den Grundlagen, die sie in den Lernfeldern 9 und 12 während Ihrer Ausbildung erarbeitet haben, in vertiefende Aspekte der Volkswirtschaftslehre - Mikroökonomie sowie Makroökonomie - einzuarbeiten. Mikroökonomie (21h): Aufbauend auf den genannten Lernfeldern werden Kenntnisse zur volkswirtschaftlichen Analyse vermittelt. Ziel dieses Kurses ist, das Verständnis der Studierenden für das Funktionieren von Märkten durch Analyse ihrer Elemente, Strukturen, Funktionen und Zusammenhänge zu fördern. Nach Abschluss dieser Kurseinheit sind die Studierenden in der Lage, eigenständig Analysen von Konsumentenverhalten und Produktionsentscheidungen in einem volkswirtschaftlich relevanten Kontext vorzunehmen, Sie besitzen Kenntnisse über Produkt- und Faktorpreisbildung in unterschiedlichen Marktformen und verstehen die Grundsätze, die zur Formulierung von Politikmaßnahmen erforderlich sind, um bestimmte markt- und/oder wohlfahrtsökonomische Ziele zu erreichen. Makroökonomie (24h): Aufbauend auf den genannten Lernfeldern sowie der Mikroökonomie werden Kenntnisse zur volkswirtschaftlichen Analyse vermittelt. Ziel dieses Kurses ist, das Verständnis der Studierenden für gesamtwirtschaftliche Sachverhalte und Entwicklungen durch Analyse und Diskussion zu entwickeln und zu fördern. Nach Abschluss dieser Kurseinheit sind die Studierenden in der Lage, Interdependenzen zwischen den (aggregierten) ökonomischen Entscheidungen von Unternehmen, Konsumenten und Politik zu verstehen. Sie sind sich der Einflüsse und Auswirkungen makroökonomischer Politikmaßnahmen auf Sektoren, Branchen und Einzelunternehmen bewusst und können zwischen den unterschiedlichen Denkschulen und Denkmodellen unterscheiden, die die Basis für makroökonomische Politikentscheidungen bilden.</p>				
3	Inhalte <p>Im Rahmen der Veranstaltung werden folgende Themen vertiefend behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nachfragetheorie und Verhaltensweisen von Konsumenten • Produktions- und Kostentheorie (Produktions- und Kostenfunktionen) • Darstellung und Funktionsweise unterschiedlicher Marktformen (vollkommener und unvollkommener Wettbewerb, Monopol- und Oligopoltheorie) • wohlfahrtsökonomische Effekte • externe Effekte • Gleichgewichtsmodelle unter dynamischen Marktbedingungen • Gegenüberstellung Keynes und (Neo-)Klassik • Darstellung der aggregierten Einzelmärkte: Güter-, Geld-, Arbeits- und Wertpapiermarkt • resultierende Gesamtzusammenhänge (Entstehung des Volkseinkommens, Zinsbildung, Konsum, Investition, Staatsausgaben, Geldangebot und -nachfrage sowie Inflation und Wechselkurse) • Analyse und Diskussion von Politikmaßnahmen • neuere Ansätze der Makroökonomie, z.B. Rational Expectations • aktuelle Themenbereiche, z.B. Monetarismus, Neue Klassische Theorie und Supply-Side Economics • Anwendung der Modelle in einem europäischen als auch in einem internationalen Kontext • Spieltheorie 				
4	Lehrformen Präsenzveranstaltung				
5	Teilnahmevoraussetzungen				

	<p><i>Formal: keine</i> <i>Inhaltlich: keine</i></p>
6	<p>Prüfungsformen <i>90-minütige Abschlussklausur</i></p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten <i>Klausur bestanden</i></p>
8	<p>Stellenwert der Note für die Endnote <i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i></p>
9	<p>Modulbeauftragte/r und Lehrende <i>Prof. Dr. Thomas Keil und Prof. Dr. Thomas Keil / Prof. Dr. Yvonne Lange-König</i></p>
10	<p>Verwendung in anderen Studiengängen</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p>
12	<p>Literatur <i>Krugman, P. & Wells, R. (2009). Economics (2nd Ed.). New York: Palgrave.</i> <i>Mankiw, N.G. (2008). Principles of Economics (5th Ed.). Boston: Cengage.</i> <i>Mankiw, N.G. & Taylor, M.P. (2008). Grundzüge der Volkswirtschaftslehre (4. Aufl.). Stuttgart: Schäffer-Poe</i> <i>Samuelson, P.A. & Nordhaus, W.D. (2009). Economics (19th Ed.). Boston: McGraw-Hill.</i></p>

Recht					
Veranstaltung: Wirtschaftsrecht 2: Grundlagen des Vertrags-, Wirtschafts- und Arbeitsrechts					
<i>Workload</i> 75 h	<i>Credits</i> 3	<i>Semester</i> 1	<i>Sprache</i> Deutsch	<i>Praxisbericht</i> Neun	<i>Dauer</i> 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext		Kontaktzeit 30 h 0 h	Selbststudium 45 h	Gruppengröße 35 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Ziel der Veranstaltung ist es, den Studenten vertiefende Kenntnisse der in Wirtschaftsrecht 1 behandelten Rechtsbereiche zu vermitteln und deren Bezug insbesondere zum Vertrags-, Handels- und Wirtschaftsrecht darzustellen. Dabei sollen die Studenten zugleich mit Grundlagen dieser Rechtsgebiete sowie mit dem notwendigen Basiswissen für das betriebliche Zusammenwirken im kollektiven und individuellen Arbeitsrecht vertraut gemacht werden. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, betriebsbezogene Sachverhalte insbes. zivilrechtlich systematisch einzuordnen und rechtlich begründete Lösungsvorschläge zu erarbeiten.</i>				
3	Inhalte <i>Die Veranstaltung ist in vier Teile gegliedert.</i> <i>I. Teil – Zivilrechtliches Deliktsrecht</i> <i>Systematik, Grundtatbestände, Haftung für Unterlassen, Gefährdungshaftung.</i> <i>II. Teil - Besondere Schuldverhältnisse</i> <i>Systematik: Vertragliche Schuldverhältnisse – Kaufvertrag, internationales Kaufrecht; Werkvertrag; Gesetzliche Schuldverhältnisse – Geschäftsführung ohne Auftrag, unerlaubte Handlung, Produkthaftung, ungerechtfertigte Bereicherung.</i> <i>Grundlagen des Sachenrechts und des Kreditsicherungsrechts</i> <i>Strukturen: Besitz, Eigentum (an beweglichen Sachen, an Grundstücken, incl. Grundpfandrechte); Personalsicherheiten; Realsicherheiten – Mobiliarsicherheiten, Immobiliarsicherheiten.</i> <i>III. Teil - Ausgewählte Themen des Wirtschaftsrechts (Grundbegriffe)</i> <i>Grundlagen des Handelsrechts, Besonderheiten unternehmerischer Rechtsgeschäfte</i> <i>Kaufleute; Unternehmen/r; Firma; Handelsregister; Handelsbücher; kaufmännische Stellvertretung; Handelsgeschäfte; Transport- und Lagergeschäfte; Urheberrecht; gewerbliche Schutzrechte; unlauterer Wettbewerb; Kartellrecht; Datenschutzrecht; UN-Kaufrecht;</i> <i>IV. Teil - Ausgewählte Themen des Arbeitsrechts (Grundbegriffe)</i> <i>Arten und Geltung von Tarifverträgen; Systematik der Mitbestimmung nach dem Betriebsverfassungsrecht; Begründung und Beendigung von Arbeitsverhältnissen; Rechte und Pflichten im laufenden Arbeitsverhältnis; Schutz besonderer Personengruppen; Diskriminierungsverbote.</i>				
4	Lehrformen <i>Vorlesung (interaktiv)</i>				
5	Teilnahmevoraussetzungen <i>Formal: keine</i> <i>Inhaltlich: Wirtschaftsrecht 1</i>				
6	Prüfungsformen <i>60-minütige Abschlussklausur</i>				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten				

	<i>Klausur bestanden</i>
8	Stellenwert der Note für die Endnote <i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i>
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende <i>Prof. Dr. Peter Bueß</i>
10	Verwendung in anderen Studiengängen <i>BBWL, BIM</i>
11	Sonstige Informationen
12	<p>Literatur</p> <p><i>Gesetzestexte Zivilrecht, z. B. Nomos-Gesetze Zivilrecht/Wirtschaftsrecht, aktuelle Auflage</i></p> <p><i>Arbeitsgesetze, dtv 5006, jeweils aktuelle Auflage</i></p> <p><i>Lehrbuch, z. B. Kallwass, W.: Privatrecht, Basisbuch, aktuelle Auflage</i></p> <p><i>Müssig, P.: Wirtschaftsprivatrecht, aktuelle Auflage</i></p> <p><i>Kommentar, z. B. Palandt: Bürgerliches Gesetzbuch (und weitere Gesetze), aktuelle Auflage</i></p> <p><i>Hinweis: Gesetzestexte sind als persönliches Arbeitsmaterial in Vorlesungen, bei der Vor- und Nacharbeit sowie als Hilfsmittel für die Klausuren unverzichtbar. Lehrbücher und Kommentare können in der Bibliothek eingesehen werden. Zur individuellen Vor- und Nacharbeit liegt es aber nahe, ein Lehrbuch anzuschaffen, das der persönlichen Arbeit dient.</i></p> <p><i>Wandtke, A.; Bullinger, W.: Urheberrecht, Praxiskommentar zum Urheberrecht, aktuelle Auflage.</i></p> <p><i>Baumbach, A. et. al.: Wettbewerbsrecht, , aktuelle Auflage</i></p>

Wissenschaftliches Arbeiten II					
Wissenschaftliches Arbeiten II inkl. Multivariate Analysen					
<i>Workload</i> 225h	<i>Credits</i> 9 ECTS	<i>Semester</i> 1	<i>Sprache</i> Deutsch/Englisch	<i>Praxisbericht</i> ja	<i>Dauer</i> 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) <i>Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit</i> c) <i>Im Unternehmenskontext</i>		Kontaktzeit 40 h 62,5 h 62,5 h	Selbststudium 60 h	Gruppengröße 35 Studierende
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p><i>Nach Abschluss des Teils „Wissenschaftlichen Arbeitens“ ist der Studierende in der Lage, eine praxisrelevante Fragestellung mit Hilfe wissenschaftlicher Methoden zu analysieren und zu beantworten. Hierfür erwirbt er die Kompetenzen</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>die Inhalte und Vorgehensweisen des wissenschaftlichen Arbeitens zu verwenden und erkennt deren Relevanz für die betrieblichen Entscheidungsprozesse,</i> • <i>die Bedeutung einer geeigneten Recherche für die Qualität der Arbeit zu erkennen und diese durchzuführen,</i> • <i>Quellen kritisch zu analysieren,</i> • <i>Unter Anwendung wissenschaftlicher Standards einen Praxisbericht zu erstellen,</i> • <i>ein akademisches Verständnis vom Umgang mit Problemen, komplexen Fragestellungen und Meinungsverschiedenheiten zu entwickeln.</i> <p><i>Multivariate Analysen:</i></p> <p><i>Die Studierenden sind in der Lage</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Methoden der Analyse multivariater statistischer zu beschreiben und anzuwenden,</i> • <i>erlernte Verfahren mit Hilfe von statistischer Software einzusetzen,</i> • <i>Vor- und Nachteile der erlernten Methoden zu beurteilen,</i> • <i>Eignung der erlernten Methoden für Anwendungsfälle kritisch zu hinterfragen eigenständig kleinere Adaptionen durchzuführen</i> 				
3	<p>Inhalte</p> <p><i>Wissenschaftliches Arbeiten (40h Unterrichtseinheiten):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Aufbau und Durchführung von Forschungsarbeiten und Studien;</i> • <i>Vorgehen im Rahmen der Literaturrecherche zu wissenschaftlichen Publikationen;</i> • <i>Selbstständiges Erstellen wissenschaftlicher Arbeiten</i> • <i>Präsentation und Diskussion der Arbeitsergebnisse</i> <p><i>Multivariate Analysen (13h Unterrichtseinheiten):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>multivariate Varianz- und Regressionsmodelle,</i> • <i>Clusteranalyse ,</i> • <i>Diskriminanzanalyse und</i> • <i>Faktorenanalyse</i> 				
4	<p>Lehrformen</p> <p><i>Präsenzveranstaltung, Coaching, Präsentationen.</i></p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p><i>Formal: keine</i></p>				

	<i>Inhaltlich: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken</i>
6	Prüfungsformen <i>WAB</i>
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten <i>Prüfungsleistung bestanden</i>
8	Stellenwert der Note für die Endnote <i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i>
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende <i>Prof. Dr. Bicher-Otto / Prof. Dr. Keil / Prof. Dr. Engelhardt / Prof. Dr. Klingelhöfer</i>
10	Verwendung in anderen Studiengängen
11	Sonstige Informationen
12	<p>Literatur</p> <p><i>Stickel Wolf, C. (2016) Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken; 8. Aufl., Wiesbaden.</i></p> <p><i>Scheld, G. A. (2015) Anleitung zur Anfertigung von Praktikums- Seminar und Diplomarbeiten sowie Bachelor- und Masterarbeiten; 8. Aufl., Büren</i></p> <p><i>Theisen, M. R. (2017). Wissenschaftliches Arbeiten, 17. Aufl., München</i></p> <p><i>Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W., Weber, R. (2016). Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung (14. überarb. u. aktualisierte Aufl.)</i></p> <p><i>Bleymüller, J., Weißbach, R. (2015). Statistik für Wirtschaftswissenschaftler (17. Aufl.)</i></p> <p><i>Kohn, W. (2005). Statistik: Datenanalyse und Wahrscheinlichkeitsrechnung (Statistik und ihre Anwendungen)</i></p> <p><i>Schulze, P. M. & Porath, D. (2012). Statistik mit Datenanalyse und ökonometrischen Grundlagen (7. Aufl.).</i></p>

Data Science					
Veranstaltung: Data Science inkl. Lehrforschungsprojekt					
Workload 250 h	Credits 10	Semester 2	Sprache Deutsch/Englisch	Praxisbericht Ja	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext		Kontaktzeit 45 h 62,5 h 62,5 h	Selbststudium 80 h	Gruppengröße 35 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach erfolgreichem Besuch der Veranstaltung: <ul style="list-style-type: none"> • können die Teilnehmer das Potenzial der Analyse strukturierter und unstrukturierter Datenquellen einschätzen, • verstehen die Teilnehmer die verschiedenen, zum Teil konkurrierenden Lösungsansätze, • sind die Teilnehmer in der Lage, die vorgestellten Analysemethoden konzeptionell anzuwenden und • kennen wichtige Anwendungsfelder für Predictive Analytics aus Produktion, Vertrieb, Marketing, Logistik, Rechnungswesen und Controlling, • sind die Teilnehmer in der Lage, einfache Lösungsansätze mit einem Predictive Analytics-Werkzeug umzusetzen. 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Aktuelle Entwicklungen • Überblick zur Datenanalyse: Business Intelligence und Predictive Analytics • Einführung in grundlegende Predictive Analytics Methoden • Weiterführende Analysen mittels Machine Learning / Künstlicher Intelligenz • Predictive Analytics in den Fachbereichen Marketing, Vertrieb, Logistik, Produktion, Rechnungswesen und Controlling • Einführung in ein Open Source-Werkzeug zur Datenanalyse • Eigenständige Umsetzung eines Praxisfalls mit einer Predictive Analytics-Anwendung 				
4	Lehrformen Vorlesung und Übungen				
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Data Literacy, Data Management				
6	Prüfungsformen 60 minütige Abschlussklausur, schriftliche Ausarbeitung des Lehrforschungsprojektes, Präsentation der Ergebnisse				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Alle Prüfungsleistungen bestanden				
8	Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der CrPs				
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende Prof. Dr. Karsten Oehler				
10	Verwendung in anderen Studiengängen BBWL				
11	Sonstige Informationen				
12	Literatur				

Seiter, M.: Business Analytics, München 2017

Davenport, T. H.: Big Data @ Work, Bosten 2014

Gleich, R. u.a.A. (Hrsg.): Der Controlling-Berater: Advanced Analytics, Freiburg 2017

Bakos, G.: Knime Essentials, Birmingham 2013

Provost, F., Fawcett, T.: Data Science for Business, Sebastopol 2013

Strategisches Management					
Veranstaltung: Strategisches Management - Digitalisierung					
<i>Workload</i> 125 h	<i>Credits</i> 5	<i>Semester</i> 5	<i>Sprache</i> Englisch	<i>Praxisbericht</i> Nein	<i>Dauer</i> 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext	Kontaktzeit 30 h 0 h	Selbststudium 95 h	Gruppengröße 35 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach der Teilnahme an der Modulveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, - gesamtgesellschaftliche, gesamtwirtschaftliche und unternehmensbezogene Entwicklungen zu erkennen und aufbauend darauf Strategien unter Anleitung zu entwickeln, - aus diesen Überlegungen systematisch die geeignete Strategiealternative auszuwählen, - Umsetzungs- und Implementierungsmethoden (z.B. Balanced Scorecard) differenziert nach Geschäftsfeld- und Unternehmensebene umzusetzen - ethische Aspekte als Voraussetzung für nachhaltigen Erfolg und Zukunftsfähigkeit mit einzubeziehen. - Strategien, Geschäftsmodelle, Prozesse und Produkte angesichts der Möglichkeiten der Digitalisierung zu überdenken und Transformationen in ihrer Organisation anzustoßen				
3	Inhalte Im Rahmen von Case Studies, deren zentrale Inhalte und Ergebnisse von den Studierenden präsentiert und in Form eines Berichtes vorgelegt werden, durchlaufen die Studierenden alle Bereiche und Ebenen des strategischen Managements: <ul style="list-style-type: none"> • Umweltanalyse • Unternehmensanalyse • Strategieformulierung • Strategieumsetzung • Strategische Herausforderungen multinationaler Unternehmen • Strategische Herausforderungen im Zusammenhang mit Digitalisierung und Nachhaltigkeit 				
4	Lehrformen				
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Einführung in die BWL, Marketing, Produktion & Logistik & Materialwirtschaft, Investition und Finanzierung, Controlling, Personalmanagement				
6	Prüfungsformen Gruppenbericht und Gruppenpräsentation des jeweiligen Projektteams (Gesamtnote ergibt sich zu 50% aus dem Gruppenbericht und zu 50% aus der Gruppenpräsentation).				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Alle Prüfungsleistungen bestanden				
8	Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der CrPs				
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende Prof. Dr. Uschi Bicher-Otto und Thorsten Laufenberg				
10	Verwendung in anderen Studiengängen				

11	Sonstige Informationen
12	<p>Literatur</p> <p><i>Albareda, L. (2008), Corporate responsibility, governance and accountability: from self-regulation to co-regulation, Corporate Governance, 8(4), 430-9.</i></p> <p><i>Altenburger, R.: (2013): CSR und Innovationsmanagement: Gesellschaftliche Verantwortung als Innovationstreiber und Wettbewerbsvorteil (Management-Reihe Corporate Social Responsibility, Springer Gabler, Wiesbaden</i></p> <p><i>Barney, J.B. (2002). Gaining and Sustaining Competitive Advantage (2. Ed.). Upper Saddle River: Prentice Hall.</i></p> <p><i>Blowfield, Michael (2013), Business and Sustainability, Oxford University Press: Oxford</i></p> <p><i>Brynjolfsson, E.; McAfee, A.: (2014): The Second Machine Age: Wie die nächste digitale Revolution unser aller Leben verändern wird, Plassen, Kulmbach 2014</i></p> <p><i>Eckardt, G.H.: Business Management – Angewandte Unternehmensführung, Göttingen 2011.</i></p> <p><i>Frey, B.; Osborne, M. (2013): The Future of Employment: How Susceptible are Jobs to Computerisation?; Oxford</i></p> <p><i>Gassmann, O.; Frankenberger, K. (2013): Geschäftsmodelle entwickeln: 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator, C. Hanser, München</i></p> <p><i>Goldwell, Malcom (2016): Tipping Point: Wie kleine Dinge Großes bewirken können; Goldman, München</i></p> <p><i>Goldwell, Malcom (2015): David und Goliath: Die Kunst, Übermächtige zu bezwingen, Piper, München</i></p> <p><i>Grant, R.M. (2007). Cases to Accompany Contemporary Strategy Analysis (6. Ed.). Malden: Blackwell.</i></p> <p><i>Grant, R.M. (2007). Contemporary Strategy Analysis (6. Ed.). Malden: Blackwell.</i></p> <p><i>Kahnemann, D. (2012): Thinking, Fast and Slow, Pinguin, London</i></p> <p><i>Macharzina, K.; Wolf, J. (2005): Unternehmensführung: Das internationale Managementwissen. 5. Auflage, Gabler Verlag: Wiesbaden.</i></p> <p><i>Magretta; J. (2011): Understanding Michael Porter: The Essential Guide to Competition and Strategy, Harvard Business Review Press, Cambridge 2011</i></p> <p><i>Malik, F.: (2015): Navigieren in Zeiten des Umbruchs, Campus, Frankfurt/Main</i></p> <p><i>Mele, Nicco (2014): The End of Big: How the Digital Revolution Makes David the New Goliath (2. Ed.) : Picador</i></p> <p><i>Osterwalder, Alexander (2011): Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, Campus, Frankfurt/Main</i></p> <p><i>Steinmann, H.; Schreyögg, G. (2005): Management – Grundlagen der Unternehmensführung. 6. Auflage, Gabler Verlag: Wiesbaden.</i></p> <p><i>Welge, M.K. & Al-Laham, A. (2003). Strategisches Management. Grundlagen – Prozess – Implementierung (4. Aufl.). Wiesbaden: Gabler.</i></p>

Internationales Management					
Veranstaltung: Internationales Management					
<i>Workload</i> 125 h	<i>Credits</i> 5	<i>Semester</i> 2	<i>Sprache</i> Englisch	<i>Praxisbericht</i> Nein	<i>Dauer</i> 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext	Kontaktzeit 30 h 0 h	Selbststudium 95 h	Gruppengröße 35 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Students shall learn the context and challenges of doing business in an international context. The student should: understand the various motives for internationalisation, understand the international management strategy process, develop an awareness of environmental influences in international management, be able to understand the changing nature of the international trading environment, understand the social and cultural influences, differentiate between different types of market entry strategies, be able to apply frameworks to enable a systematic analysis of cultures within and across countries, have developed an understanding of the progress and practices of globalisation, and interpret internationalisation challenges based on case studies.</i>				
3	Inhalte <i>(1) Introduction to international management / to global business (2) Theories of the Internationalisation Process (3) Different Types of market entry strategies (4) International Management / International Operating Enterprises / International Project Management (5) Global environment and institutions / The development of world trading groups / The European Union / The free Trade Area of America / The Asian Pacific Region / The Chinese economic area (6) Social and cultural considerations in international management (7) Business systems used abroad / Networks and Strategic Alliances / Organization, Management and Control of Global Operations (8) The importance of legal and political norms (9) Challenges for Managers abroad / Professional and Personal Qualifications (10) The Globalization Process</i>				
4	Lehrformen <i>Präsenzveranstaltung und Case Studies</i>				
5	Teilnahmevoraussetzungen <i>Formal: keine Inhaltlich: Einführung in die BWL, Marketing, Produktion & Logistik & Materialwirtschaft, Investition und Finanzierung, Controlling, Personalmanagement</i>				
6	Prüfungsformen <i>Fallstudienpräsentation (Gruppenarbeit).</i>				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten <i>Beide Prüfungsformen bestanden</i>				
8	Stellenwert der Note für die Endnote <i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i>				
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende <i>Prof. Dr. Uschi Bicher-Otto und Thorsten Laufenberg</i>				

10	Verwendung in anderen Studiengängen
11	Sonstige Informationen
12	<p>Literatur</p> <p><i>Bartlett, C.A. & Goshal, S. (2002). Managing Across Borders. The Transnational Solution (2. Ed.). Boston: Harvard Business School Press.</i></p> <p><i>Czinkota, M., Ronkainen, I., Moffett, M., Marinova, S. & Marinov, M. (2009). International Business – European Edition. Chichester: Wiley.</i></p> <p><i>Deresky, H. (2016). International Management. Managing across Borders and Cultures. Text and Cases (9th Ed.). Boston: Pearson.</i></p> <p><i>Hofstede, G. & Hofstede, G.J. (2005). Cultures and Organizations. Software of the Mind (2. Ed.). New York: McGraw-Hill.</i></p> <p><i>Kaufmann, L., Panhans, D., Poovan, B. & Sobotka, B. (2005). China Champions. Wie deutsche Unternehmen den Standort China für ihre globale Strategie nutzen. Wiesbaden: Gabler.</i></p> <p><i>Kutschker, M. & Schmid, S. (2011). Internationales Management (7. Aufl.). München: Oldenbourg.</i></p> <p><i>Macharzina, K. & Oesterle, M.-J. (Hrsg.). (2002). Handbuch Internationales Management (2. Aufl.). Wiesbaden: Gabler. (Neuaufgabe 2014)</i></p> <p><i>Mead, R. & Andrews, T.G. (2009). International Management. Culture and Beyond (4th Ed.). Chichester: Wiley.</i></p> <p><i>Sure, M. (2017), Internationales Management: Grundlagen, Strategien und Konzepte.</i></p> <p><i>Neubert, M. (2006). Internationale Markterschließung. Vier Schritte zum Aufbau neuer Auslandsmärkte. Landsberg: mi-Verlag.</i></p> <p><i>Welge, M.K. & Holtbrügge, D. (2015). Internationales Management. Theorien, Funktionen, Fallstudien (6. Aufl.). Stuttgart: Schäffer-Poeschel.</i></p>

Corporate Social Responsibility

Veranstaltung: Corporate Social Responsibility

<i>Workload</i> 125 h	<i>Credits</i> 5	<i>Semester</i> 2	<i>Sprache</i> Deutsch	<i>Praxisbericht</i> Nein	<i>Dauer</i> 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gruppengröße
	a) Vorlesungen		30 h	95 h	35 Studierende
	b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit		0 h		
	c) Im Unternehmenskontext				
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p><i>Business Ethics</i></p> <p>Nach der Modulveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • wirtschaftsethische Fragestellungen zu reflektieren, • ethische Theorien anzuwenden, • aktuelle Probleme der Gesellschaft als Systemdefizite zu identifizieren, • aus ökonomischer und ethischer Sicht Argumente für eine Problemlösung zu erarbeiten, • den Verantwortungsbereich relevanter Wirtschaftsakteure aus ethischer Perspektive kritisch zu reflektieren, • die modernen Phänomene gesellschaftlicher Veränderung - Corporate Social Responsibility, Social Business - als Ansätze zur Lösung gesellschaftlicher Probleme und den ethischen Gehalt ökonomischer Theorien zu verstehen. <p><i>Sustainability</i></p> <p>Die Studierenden erkennen die verschiedenen Dimensionen nachhaltigen Handelns (sozial, ökonomisch, ökologisch) und begreifen die Einbettung unternehmerischen Handelns in gesellschaftliche Gesamtzusammenhänge. Auch die Implikationen der UN-Sustainable Development goals für das Unternehmen als Chance und Herausforderung werden beleuchtet. Die Studierenden sind in der Lage, Trade-offs zwischen verschiedenen Nachhaltigkeitsdimensionen zu erkennen und sind mit den verschiedenen Handlungsfeldern von Corporate Social Responsibility vertraut. Sie können CSR-Strategienalternativen in verschiedenen Handlungsfeldern (Mitarbeiter; Lieferanten; Kunden; Zivilgesellschaft) formulieren und bewerten.</p>				
3	Inhalte				
	<p><i>Business Ethics</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffe der Ethik • Ethische Perspektiven • Moral und Wirtschaft (Grundlagen der Ökonomik und ihrer Perspektiven) • Analyse ethischer Entscheidungsprozesse in Unternehmen vor dem Hintergrund einer differenzierten Untersuchung von Handlungssituationen und Handlungsstrategien sowie den Grundlagen einer Handlungsethik • Wirtschaftsethische Rahmenbedingungen <p><i>Sustainability</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Dimensionen der Nachhaltigkeit • Implikationen der Nachhaltigkeit für unternehmerische Entscheidungen • Widersprüche und Widerspruchsmanagement • Handlungsfelder innerhalb und außerhalb des Unternehmens 				

4	Lehrformen <i>Präsenzveranstaltung mit Gruppenarbeiten</i>
5	Teilnahmevoraussetzungen <i>Formal: keine</i> <i>Inhaltlich: Grundlagenveranstaltungen BWL, Wirtschaftsrecht 1 + 2</i>
6	Prüfungsformen
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
8	Stellenwert der Note für die Endnote <i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i>
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende <i>Prof. Dr. Hannes Utikal und Prof. Dr. Karsten Bredemeier</i>
10	Verwendung in anderen Studiengängen
11	Sonstige Informationen
12	Literatur <i>Bak, P. M. (2015), Wirtschafts- und Unternehmensethik.</i> <i>Göbel, E. (2017), Unternehmensethik und praktische Umsetzung (5. Aufl.).</i> <i>Homann, K. & Lütge, C. (2013), Einführung in die Wirtschaftsethik (3. Aufl.).</i> <i>Lütge, C. & Uhl, M. (2017), Wirtschaftsethik.</i> <i>Noll, B. (2013), Wirtschafts- und Unternehmensethik in der Marktwirtschaft, Kohlhammer, 2013</i> <i>Crane, A.; Matten, D. (2016) Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization, Oxford University Press.</i> <i>Lawrence, J.; Beamish, P. (2012), Globally Responsible Leadership: Managing According to the UN Global Compact (Ivey Casebook Series) (Englisch) Sage Publications.</i>

Change Management in Organisationen und Projekten

Veranstaltung: Change Management in Organisationen und Projekten

Workload 125 h	Credits 5	Semester 5	Sprache Deutsch	Praxisbericht Nein	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext		Kontaktzeit 30 h 0h	Selbststudium 95 h	Gruppengröße 35 Studierende
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Nach Besuch der Vorlesung sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die grundlegenden Formen der Aufbau- und Ablauforganisation zu erkennen und zu analysieren • Grundlagen der agilen Organisation zu verstehen • Projekte zielgerichtet aufzubauen und abzuwickeln <p>Außerdem haben sie ein Verständnis für den Unterschied von Management und Führung.</p> <p>Die Studenten kennen den Unterschied zwischen KVP, Change und Transformation und haben einen Blick für disruptive Ansätze entwickelt. Sie verstehen die Möglichkeiten und Grenzen der aktiven Gestaltung von Veränderungsprozessen und beherrschen die relevanten Methoden zur zielorientierten und nachhaltigen Gestaltung von sozialen Systemen. Sie lernen, wie und wann sie die passenden Konzepte einsetzen. Weiterhin erkennen die Studierenden arbeitsrechtliche Rahmenbedingungen im Zusammenhang mit Veränderungsprozessen, die sich im betrieblichen Alltag ergeben können, und berücksichtigen diese bei der Konzepterarbeitung und der Ausarbeitung von Projekten.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Die Veranstaltung umfasst folgende Inhalte:</p> <p>Organisationsgestaltung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in der Organisationsgestaltung • Prinzipien der Organisationsgestaltung • Organisationstheoretische Ansätze (Taylor: Scientific Management, Fayol, Weber: Bürokratiemodell) • Wirkung von Organisationsstrukturen • Grundlagen der Aufbau- und Ablauforganisation • Methoden der Prozessbeschreibung und –analyse • Vorgehensmodell zur Prozessoptimierung • Aktuelle Trends in der Organisationsgestaltung: Management-Moden oder grundlegende Neuerungen? <p>Transformationsmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unternehmensentwicklung und organisationales Lernen • Theorien des Wandels und zur organisationalen Beharrung • Der ganzheitliche Ansatz zur Gestaltung sozialer Systeme • Erfolgsfaktoren, Instrumente und Verfahren bei der Steuerung von Change-Management-Prozessen, Identifizierung der ethischen Kernfragen des Change Managements • Grundlagen: Tarifrecht, Verbands- und Haustarifverträge, Rechte und Pflichten aus Tarifverträgen, Fortgeltung und Nachwirkung von Tarifverträgen, Einführung in das Arbeitskampfrecht • Belegschaftsvertretungen, z. B. Überblick über das Wahlverfahren, Stellung des Gremiums und der einzelnen Mitglieder, Aufgabenspektrum von Betriebsrat, Sprecherausschuss, Schwerbehindertenvertretung, JAV • Betriebsverfassungsrechtliches Regelwerk, insbesondere Regelungsabrede, Betriebsvereinbarung, Interessenausgleich, Sozialplan; Bedeutung und Arbeit von Einigungsstellen • Betriebsverfassungsrechtliche Rahmenbedingungen von Veränderungsprozessen, insbesondere bei Betriebsänderungen, Mitbestimmung in sozialen Angelegenheiten, Personalplanung, Auswahlrichtlinien • Strukturen: Arbeitsrechtliche Konsequenzen von Veränderungsprozessen in Betrieben ohne Belegschaftsvertretung, z. B. Gesamtzusage, betriebliche Übung 				

	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Einführung: Betriebsübergang 7) Betriebsverfassungsrechtliches Regelwerk, insbesondere Regelungsabrede, Betriebsvereinbarung, Interessenausgleich, Sozialplan; Bedeutung und Arbeit von Einigungsstellen</i>
4	<p>Lehrformen</p> <p>Vorlesung mit Interaktion, Wissenserwerb durch angeleitetes Selbststudium, Gruppenarbeiten, Analysegespräche, Fallstudien, Übungen in der Interaktion zum Umgang mit Widerständen, Projektarbeit</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p><i>Formal: keine</i></p> <p><i>Inhaltlich: Einführung in die BWL, Personalmanagement</i></p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p><i>60minütige Abschlussklausur</i></p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p>
8	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p><i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i></p>
9	<p>Modulbeauftragte/r und Lehrende</p> <p><i>Prof. Dr. Peter Bueß , Prof. dr. Rieke Engelhardt</i></p>
10	<p>Verwendung in anderen Studiengängen</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p>
12	<p>Literatur</p> <p><i>Doppler, K., Lauterburg, C. (2005). Change Management. Den Unternehmenswandel gestalten. (11. Aufl.). Stuttgart.</i></p> <p><i>Kraus, G. & Becker-Kolle, C. & Fischer, T. (2004). Handbuch Change Management.</i></p> <p><i>Küttner, W. (2011). Personalhandbuch 2011 (18. Aufl.). München.</i></p> <p><i>Münchener Handbuch zum Arbeitsrecht (2009). Band 2 (3. Aufl.). München.</i></p> <p><i>Schreyögg, G. (2003). Organisation: Grundlagen moderner Organisationsgestaltung. Wiesbaden.</i></p> <p><i>Schreyögg, G. & Conrad, P. (Hrsg.) (2000). Organisatorischer Wandel, Managementforschung. Wiesbaden.</i></p> <p><i>Erfurter Kommentar zum Arbeitsrecht, neueste Auflage.</i></p> <p><i>dtv 5006, Arbeitsgesetze, neueste Auflage.</i></p>

Business Planning / Entrepreneurship

Veranstaltung: Business Planning / Entrepreneurship

<i>Workload</i> 125 h	<i>Credits</i> 5	<i>Semester</i> 3	<i>Sprache</i> Deutsch	<i>Praxisbericht</i> Nein	<i>Dauer</i> 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext	Kontaktzeit 45 h 0 h	Selbststudium 80 h	Gruppengröße 35 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Mit dem Block „Business Planning“ sollen die unternehmerischen Fähigkeiten der Teilnehmerinnen und Teilnehmer gestärkt werden. Die Veranstaltung bietet sowohl eine theoretische Einführung in den Aufbau und die Inhalte eines Business Plans als auch die praktische Erstellung und ggf. Umsetzung des erarbeiteten Business Plans. Auch die überzeugende Präsentation des Geschäftskonzeptes gehört zu den zentralen Lernzielen der Veranstaltung.</i>				
3	Inhalte <i>Das Themenspektrum der Veranstaltung umfasst u.a. Anlässe und Anforderungen der Business-Plan-Erstellung, Geschäftsidee, Kundennutzen und Positionierung, Geschäftsmodell, Qualifikation und Organisation des Unternehmens, Umsatzplanung, Kapitalbedarf und Finanzierung, Erfolgsplanung, Risikoanalyse, Executive Summary sowie die Präsentation des Geschäftsplans. Der Block „Business Planning“ wird als Teil der Vertiefungen „Unternehmensführung und Marketing“ sowie Controlling im 6. Semester den Bachelorstudierenden der Fächer Business Administration und Business Information Management angeboten. Die Teilnahme an der Veranstaltung ist verpflichtend. Die zu entwickelnden Geschäftsideen sollen sich auf das betriebliche Umfeld, die Region Rhein-Main oder den Industriepark Höchst beziehen. Im unternehmerischen Umfeld wäre z.B. zu denken an die Markteinführung von innovativen Produkten bzw. die Erschließung neuer Märkte mit etablierten Produkten. Vorstellbar ist auch die interdisziplinäre Bearbeitung einer Fragestellung. Die Hochschule regt an, dass die Studierenden in ihrem unmittelbaren betrieblichen Umfeld nach neuen Geschäftsideen suchen. Besonderes Augenmerk soll dabei auf Aspekte der Nachhaltigkeit gelegt werden.</i>				
4	Lehrformen <i>Vorlesung und eigenverantwortliche Arbeit in 5-7-köpfigen interdisziplinären Gruppen.</i>				
5	Teilnahmevoraussetzungen <i>Formal: keine</i> <i>Inhaltlich: Einführung in die BWL, Einführung in die BWL, Marketing, Produktion & Logistik & Materialwirtschaft, Investition und Finanzierung, Controlling, Personalmanagement</i>				
6	Prüfungsformen <i>Ausgearbeiteter Business Plan (Gruppenarbeit) und Business Plan Präsentation (Gesamtnote ergibt sich zu 50% aus dem verschrifteten Business Plan und zu 50% aus der Business Plan Präsentation).</i>				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten <i>Alle Prüfungsleistungen bestanden</i>				
8	Stellenwert der Note für die Endnote <i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i>				
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende <i>Prof. Dr. Wolfgang Rams und Prof. Dr. Ralf Ehret</i>				
10	Verwendung in anderen Studiengängen <i>Fortsetzung im Rahmen des Cleantech Start-up-Accelerator-Programms möglich.</i>				
11	Sonstige Informationen				

12	Literatur <i>Arnold, J. (2009). Existenzgründung. Businessplan & Chancen (2. Aufl.). Ulm: Uvis.</i> <i>Bea, F.X., Scheurer, S. & Hesselmann, S. (2008). Projektmanagement: Grundwissen der Ökonomik. Stuttgart: UTB.</i> <i>Kuster, J., Huber, E. & Lippmann, R. (2008). Handbuch Projektmanagement (2. Aufl.). Berlin: Springer.</i> <i>Macharzina, K. & Wolf, J. (2008). Unternehmensführung: Das internationale Managementwissen. Konzepte – Methoden – Praxis (6. Aufl.). Wiesbaden: Gabler.</i> <i>Mangold, P. (2009). IT-Projektmanagement kompakt (3. Aufl.). Heidelberg: Spektrum.</i> <i>Welge, M.K. & Al-Laham, A. (2003). Strategisches Management. Grundlagen – Prozess – Implementierung (4. Aufl.). Wiesbaden: Gabler.</i>

Praxisbericht

Veranstaltung: Praxisbericht

<i>Workload</i> 125 h	<i>Credits</i> 5	<i>Semester</i> 3	<i>Sprache</i> Englisch	<i>Praxisbericht</i> Ja	<i>Dauer</i> 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext	Kontaktzeit 0 h 62,5 h 62,5 h	Selbststudium 0 h	Gruppengröße 35 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Die Studierenden nutzen das in einem weiteren der gewählten Vertiefungsfächer gewonnene Wissen, um betriebswirtschaftliche Problemstellungen ihres Unternehmens zu beschreiben und Lösungsansätze zu formulieren.</i>				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • wissenschaftliche Erkenntnisse akademisch anwenden • Unternehmenspraxis aus theoretischer Sicht reflektieren • betriebswirtschaftliche Probleme eigenständig lösen; d.h. Konzeption der Herangehensweise bei der Problemlösung, Beschaffung der erforderlichen Literatur, Anwenden der erlernten Methoden auf die Fragestellung • Erkenntnisfortschritte durch Vergleich der Kompetenzen vor und nach Erstellung des Praxisberichts feststellen 				
4	Lehrformen				
5	Teilnahmevoraussetzungen <i>Formal: keine</i> <i>Inhaltlich: Vertiefungsfach</i>				
6	Prüfungsformen <i>Praxisbericht</i>				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten				
8	Stellenwert der Note für die Endnote <i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i>				
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende <i>Prof. Dr. Uschi Bicher-Otto und Dozent des jeweiligen Vertiefungsfaches</i>				
10	Verwendung in anderen Studiengängen				
11	Sonstige Informationen				
12	Literatur				

Schwerpunkt Marketing

Veranstaltung: Marketing

<i>Workload</i> 125 h	<i>Credits</i> 5	<i>Semester</i> 3	<i>Sprache</i> Deutsch	<i>Praxisbericht</i> Nein	<i>Dauer</i> 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext	Kontaktzeit 30 h 0 h	Selbststudium 95 h	Gruppengröße 35 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Die Studierenden lernen im Schwerpunkt, ergänzend zu den Inhalten aus Marketing, vor allem die strategischen, organisatorischen und controlling-relevanten Aspekte des Marketing-Konzeptes kennen und beschäftigen sich intensiv und fallstudiengestützt mit konkreten Entscheidungen des Marketing-Bereichs im Unternehmen. Die Studierenden können nach Abschluss wesentliche Konzepte, Techniken und Tools des Marketing darstellen und kritisch würdigen, relevante Marketingphänomene unter Rückgriff auf die eingeführten Konzepte systematisch analysieren, praktische Marketingentscheidungen systematisch und theoriegestützt angehen und zur Entscheidungsfindung vorbereiten. Darüber hinaus können die Studierenden Umsetzungsbarrieren für die Marketing-Strategie auf der Basis bewährter Theorien und Konzepte identifizieren, Lösungsmöglichkeiten zur Handhabung der Umsetzungsbarrieren entwickeln und situationsspezifisch bewerten. Systematisch werden dabei die Optionen und Implikationen der Digitalisierung sowie die Anforderungen, die aus dem Streben nach einem nachhaltigen Wirtschaften resultieren, berücksichtigt.</i>				
3	Inhalte <i>Konzeption der Marketing-Strategie</i> <ul style="list-style-type: none"> • Verhaltenswissenschaftliche Grundlagen des Marketing • Marktforschung: Datengewinnung und -interpretation • Marketing-Strategie: Einordnung, Funktion und Ausgestaltung • Marketing-Mix-Optimierung • Institutionelle Bereiche des Marketing <i>Marketing-Implementierung</i> <ul style="list-style-type: none"> • Bereiche der Marketing-Implementierung • Marketing- und Vertriebsorganisation • Marketing- und Vertriebscontrolling 				
4	Lehrformen <i>Präsenzveranstaltung und Gruppenarbeiten</i>				
5	Teilnahmevoraussetzungen <i>Formal: keine</i> <i>Inhaltlich: Einführung in die BWL, Einführung in die BWL, Marketing, Produktion & Logistik & Materialwirtschaft, Investition und Finanzierung</i>				
6	Prüfungsformen <i>Leistungsnachweise werden durch die jeweiligen Dozenten festgelegt und kommuniziert.</i>				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten				
8	Stellenwert der Note für die Endnote <i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i>				
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende				

	<i>Prof. Dr. Hannes Utikal und Prof. Dr. Michael Kiesel</i>
10	Verwendung in anderen Studiengängen
11	Sonstige Informationen
12	<p>Literatur</p> <p><i>Backhaus, K. & Voeth, M. (2014). Industriegütermarketing (9. Aufl.). München: Vahlen.</i></p> <p><i>Esch, F.R.; Herrmann, A.; Sattler, H. (2017). Marketing – Eine managementorientierte Einführung. München: Vahlen (5. Aufl.)</i></p> <p><i>Herrmann, A., Homburg, C. & Klarmann, M. (Hrsg.). (2014). Handbuch Marktforschung: Methoden – Anwendungen – Praxisbeispiele (4. Aufl.). Wiesbaden: Gabler.</i></p> <p><i>Homburg, C. (2016). Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung (5. Aufl.). Wiesbaden: Gabler.</i></p> <p><i>Homburg, C. (2017). Marketingmanagement: Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung (6. Aufl.). Wiesbaden: Gabler.</i></p> <p><i>Koch, J. (2016). Marktforschung: Grundlagen und praktische Anwendungen (7. Aufl.). München: Oldenbourg.</i></p> <p><i>Kotler, P., Armstrong, G.; Harris, L. (2016). Grundlagen des Marketing (5. Aufl.). München: Pearson.</i></p> <p><i>Meffert, H., Burmann, C. & Kirchgeorg, M. (2017). Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele (12. Aufl.). Wiesbaden: Gabler.</i></p>

Schwerpunkt Marketing

Veranstaltung: Vertrieb

<i>Workload</i> 125 h	<i>Credits</i> 5	<i>Semester</i> 3	<i>Sprache</i> Deutsch	<i>Praxisbericht</i> Nein	<i>Dauer</i> 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext	Kontaktzeit 30 h 0 h	Selbststudium 95 h	Gruppengröße 35 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Die Studierende erlangen die Fähigkeit selbständig die verschiedenen Schritte des Vertriebsprozesses (u.a. Kundenakquisition, Vertriebskanäle, Kundenbindung, Kundenrück-gewinnung) zu erarbeiten und gehen dabei zudem auf Planung sowie auf Markt- und Kundenanalysen ein. Anhand kriterien-basierter Abweichungsanalysen sind die Studierenden dazu in der Lage, die Wirksamkeit einzelner Vertriebsmaßnahmen kritisch zu beurteilen. Sie können das Konstrukt der Kundenbindung als strategisches Ziel der Kundenbeziehung einordnen und dessen Bedeutung für den Verkauf und der damit verbundenen Verkaufsansätzen erklären. Durch die teilweise in Gruppenarbeit zu erarbeitenden Themen, wird die Fähigkeit zur Projektarbeit gefördert sowie die Entwicklung von Empathie und Verhandlungsfähigkeit.</i>				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Abgrenzung Marketing – Vertrieb • Effiziente Vertriebsorganisation • Verkaufskonzeption • Phasen der Kundenbeziehung • Einkaufs-/ Verkaufssituation • aufgabenbezogene Verkäufertypologien • Kommunikationspartner • Verkaufsansätze • Vertriebspsychologie • Management des Außendienstes (inkl. entsprechender Instrumente der Personalpolitik) • CRM-Systeme (operative CRM-Systeme, analytische CRM-Modelle) • Integrierte Verkaufsteuerung (Multi-Channel-Management) • Ansätze der Vertriebssegmentierung • Operative Verkaufsplanung 				
4	Lehrformen				
5	Teilnahmevoraussetzungen <i>Formal: keine</i> <i>Inhaltlich: Einführung in die BWL, Marketing</i>				
6	Prüfungsformen <i>Leistungsnachweise werden durch die jeweiligen Dozenten festgelegt und kommuniziert.</i>				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten <i>Leistungsnachweis bestanden</i>				
8	Stellenwert der Note für die Endnote <i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i>				
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende <i>Prof. Dr. Björn Hekman, Prof. Dr. Michael Kiesel</i>				

10	Verwendung in anderen Studiengängen
11	Sonstige Informationen
12	Literatur <i>Hofbauer, Günter/Hellwig, Claudia: Professionelles Vertriebsmanagement: Der prozessorientierte Ansatz aus Anbieter- und Beschaffersicht, 3. Aufl., Erlangen 2012</i> <i>Homburg, Christian/Schäfer, Heiko/Schneider, Janna: Sales Excellence: Vertriebsmanagement mit System, 8. Aufl., Wiesbaden 2016</i> <i>Pufahl, Mario: Sales Performance Management, 1. Aufl., Wiesbaden 2015</i> <i>Sönke Alber/Manfred Krafft: Vertriebsmanagement, 1. Aufl., Wiesbaden 2013</i>

Schwerpunkt Marketing

Veranstaltung: Quantitative Marktforschungsmethoden

<i>Workload</i> 125 h	<i>Credits</i> 5	<i>Semester</i> 3	<i>Sprache</i> Deutsch	<i>Praxisbericht</i> Nein	<i>Dauer</i> 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext		Kontaktzeit 30 h 0 h	Selbststudium 95 h	Gruppengröße 35 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden sind mit den Grundkonzepten der statistischen Analyse und ihrer Methoden vertraut, die als Basis für die quantitativen Marktforschungsmethoden benötigt werden. Die wichtigsten quantitativen Methoden wie z.B. Varianz- und Clusteranalyse können in marktforschungsrelevanten Beispielen computerunterstützt angewendet werden. Die Studierenden beherrschen dabei den souveränen Umgang mit der Statistik-Software sowie die fachlich saubere Interpretation der Ergebnisse. Auf dem Gebiet der Zeitreihenanalyse kennen die Studierenden die für Anwendungen im Bereich der Marktforschung notwendigen wichtigen Modellansätze und können mit diesen lösungsorientiert umgehen. Sie erkennen die Anwendbarkeit von Regressionsmodellen in ihrer einfachen und multiplen Form in Praxisfällen und beherrschen die seriöse Überprüfung der Modellannahmen. Sie unterziehen die Annahmen an das Regressionsmodell einem kritischen Praxistest. Die Studierenden beherrschen die methodischen Fähigkeiten und den souveränen Umgang mit der Statistik-Software um marktforschungsrelevante Fragestellungen im Berufsalltag zielgerichtet empirisch beantworten zu können und stellen dies in einem empirischen Forschungsprojekt mit anschließender Präsentation der Ergebnisse unter Beweis. 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> Der Marktforschungsprozess Einführung in die Statistik-Software Deskriptive Analysen Regressionsanalyse und ihre Erweiterungen Zeitreihenanalyse Varianzanalyse Diskriminanzanalyse Faktorenanalyse Clusteranalyse 				
4	Lehrformen <ul style="list-style-type: none"> Computergestützte Vorlesung mit Gruppenarbeiten in Kleingruppen Empirisches Forschungsprojekt mit Präsentation 				
5	Teilnahmevoraussetzungen <i>Formal: keine</i> <i>Inhaltlich: Einführung in die BWL, Marketing, Data Literacy, Data Management, Wirtschaftsmathematik</i>				
6	Prüfungsformen <i>Empirisches Forschungsprojekt; Präsentation</i>				

7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten <i>Alle Leistungsnachweise bestanden</i>
8	Stellenwert der Note für die Endnote <i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i>
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende <i>Prof. Dr. Uschi Bicher-Otto, Prof. Dr. Yvonne Lange-König</i>
10	Verwendung in anderen Studiengängen
11	Sonstige Informationen
12	Literatur <i>Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W., Weiber, R.: Fortgeschrittene Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung, 3. Aufl., 2015, Berlin u.a.</i> <i>Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W., Weiber, R.: Multivariate Analysemethoden, 14. Aufl., 2016, Berlin u.a.</i> <i>Bühl, A.: SPSS 22 Einführung in die moderne Datenanalyse, 14. Aufl., 2014, Hallbergmoos.</i> <i>Eckey, H.-F.; Kosfeld, R.; Dreger, C.: Ökonometrie: Grundlagen – Methoden – Beispiele, 5. Auflage, 2014, Wiesbaden.</i> <i>Homburg, C. & Krohmer, H. (2009). Marketingmanagement, Gabler.</i> <i>Meffert, H. (2007). Marketing- Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung (10. Aufl.). Gabler Verlag.</i> <i>Meffert, H. (2008). Marketing Arbeitsbuch. Aufgaben, Fallstudien, Lösungen (10. Aufl.). Gabler Verlag</i> <i>Rudolf, M.; Müller, J.: Multivariate Verfahren, 2. Aufl., 2012, Göttingen u.a.</i> <i>Schulze, P. M. & Porath, D.: Statistik mit Datenanalyse und ökonometrischen Grundlagen, 7. Aufl., 2012, München.</i> <i>von Auer, L.: Ökonometrie: Eine Einführung, 7. Aufl., 2016, Berlin u.a.</i> <i>Weis, H.-Chr. (2004). Marketing. Ludwigshafen, Friedrich Kiehl Verlag.</i>

Schwerpunkt Finance

Veranstaltung: Controlling

<i>Workload</i> 125 h	<i>Credits</i> 5	<i>Semester</i> 3	<i>Sprache</i> Deutsch	<i>Praxisbericht</i> Nein	<i>Dauer</i> 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext	Kontaktzeit 30 h 0 h	Selbststudium 95 h	Gruppengröße 35 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Nach erfolgreichem Besuch der Veranstaltung:</i> <ul style="list-style-type: none"> • können die Teilnehmer die Wirksamkeit von wesentlichen Controlling-Werkzeugen einschätzen, • haben die Teilnehmer ein Verständnis wie Controlling die Unternehmensführung wirkungsvoll und zielkompatibel unterstützen kann, • wie Teilausschnitte aus der Unternehmenssteuerung harmonisiert werden können und • wie Rationalitätssicherung als umfassende Controlling-Konzeption operationalisiert werden kann. 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Controlling im Führungssystem der Unternehmung • Grundlagen der wertorientierten Unternehmensführung • integriertes Erfolgs- und Risikomanagement • Planspiel zur Unternehmensführung aus dem Blickwinkel des Controllings • Integration von strategischer und operativer Planung • Analysemethoden im Controlling (Business Intelligence und Predictive Analytics) 				
4	Lehrformen <i>Vorlesung sowie Planspiel in Kleingruppen</i>				
5	Teilnahmevoraussetzungen <i>Formal: keine</i> <i>Inhaltlich: Controlling, Rechnungswesen</i>				
6	Prüfungsformen <i>Ausarbeitung und Präsentation</i>				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten <i>Leistungsnachweise bestanden</i>				
8	Stellenwert der Note für die Endnote <i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i>				
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende <i>Prof. Dr. Ute Stefan, Prof. Dr. Karsten Oehler</i>				
10	Verwendung in anderen Studiengängen <i>BBWL</i>				
11	Sonstige Informationen				
12	Literatur <i>Vanini, U. (2012): Risiko-Management – Grundlagen, Instrumente, Unternehmenspraxis, München</i> <i>Horváth, P., Gleich, R., Seiter, M. (2015), Controlling (13. Aufl.). München.</i> <i>Seiter, M. (2017): Business Analytics, München</i> <i>Rieg, R., (2015). Planung und Budgetierung: Was wirklich funktioniert, (2. Auflage) Wiesbaden.</i>				

<p><i>Weber, J., Schäffer, U. (2014). Einführung in das Controlling (14. Aufl.). Stuttgart.</i></p> <p><i>Coenenberg, A. G. u. a. Autoren (2013): Strategisches Controlling (5. Aufl), Stuttgart</i></p> <p><i>Coenenberg, A. C. u. a. Autoren (2015): Wertorientierte Unternehmensführung, Stuttgart</i></p>

Schwerpunkt Finance

Veranstaltung: Finanzen

<i>Workload</i> 125 h	<i>Credits</i> 5	<i>Semester</i> 3	<i>Sprache</i> Deutsch	<i>Praxisbericht</i> Nein	<i>Dauer</i> 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext		Kontaktzeit 30 h 0 h	Selbststudium 95 h	Gruppengröße 35 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Nach erfolgreichem Besuch der Veranstaltung:</i> <ul style="list-style-type: none"> • können die Teilnehmer weiterführende Modelle im Bereich Investitionsrechnung ergänzt um den Aspekt der Unsicherheit anwenden und kritisch hinterfragen, • haben die Teilnehmer ein Verständnis der Portfoliotheorie und können somit Anlagestrategien anwenden und beurteilen, • können die Studierenden, unterschiedlichste Finanzierungsmöglichkeiten hinsichtlich ihrer Eignung beurteilen, • haben die Teilnehmer die Grundlagen der unterschiedlichen Verfahren zur Unternehmensbewertung kennen gelernt und können diese zielgerichtet einsetzen, • haben die Studierenden ein Grundverständnis der unterschiedlichen Derivatformen und sich deren Risiken bewusst. 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Investitionsentscheidungen unter Unsicherheit (Traditionelle Verfahren, Formen der Risikoeinstellung, μ-σ-Prinzip, Bernoulli-Prinzip, Sensitivitätsanalysen) • Portfoliotheorie und CAPM Modell • Verfahren der Unternehmensbewertung • Private-Equity / Venture Capital • Mezzanine-Finanzierungen • Asset-Backed-Securities • Derivate • Technische Analyse vs. Chartanalyse 				
4	Lehrformen <i>Präsenzveranstaltung und Gruppenarbeiten</i>				
5	Teilnahmevoraussetzungen <i>Formal: keine</i> <i>Inhaltlich: Einführung in die BWL, Data Literacy, Data Management, Controlling, Investition und Finanzierung</i>				
6	Prüfungsformen <i>Schriftliches Ausarbeitung, Präsentation und Diskussion</i>				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten <i>Leistungsnachweise bestanden</i>				
8	Stellenwert der Note für die Endnote <i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i>				
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende <i>Prof. Dr. Uschi Bicher-Otto</i>				

10	Verwendung in anderen Studiengängen <i>BBWL</i>
11	Sonstige Informationen
12	Literatur <i>Berk, J. & DeMarzo, P. (2016) Grundlagen der Finanzwirtschaft (3. Aufl.). Pearson.</i> <i>Bitz, M. & Ewert, J. & Terstege, U. (2002). Investition – Multimediale Einführung in finanzmathematische Entscheidungskonzepte, Wiesbaden.</i> <i>Böttcher, J. & Blattner, P. (2009), Projektfinanzierung (2. Aufl.). München.</i> <i>Hill, M. & Pfaue, M. & Wolf, B. (2003). Strukturierte Finanzierungen.</i> <i>Kruschwitz, L. (2014). Investitionsrechnung (14. Aufl.).</i> <i>Pape, U. (2015). Grundlagen der Finanzierung und Investition (3. Aufl.). München.</i> <i>Perridon, L. & Steiner, M. (2016). Finanzwirtschaft der Unternehmung (17. Aufl.). München.</i>

Schwerpunkt Finance					
Veranstaltung: Wirtschaftsprüfung					
Workload	Credits	Semester	Sprache	Praxisbericht	Dauer
125 h	5	6	Deutsch	Nein	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gruppengröße
	a) Vorlesungen		30 h	95 h	35 Studierende
	b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit		0 h		
	c) Im Unternehmenskontext				
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	Am Ende des Moduls verfügen die Studierenden über berufsfeldspezifisches Wissen auf dem Fachgebiet Wirtschaftsprüfung. Diese Kenntnisse dienen dazu, wissenschaftliche Erkenntnisse und Problemlösungskonzepte erfolgreich in die betriebliche Praxis umzusetzen. Deshalb lernen sie Wirtschafts- und Rechtssachverhalte zu analysieren. Sie entwickeln während des Moduls die Urteilsfähigkeit und Kompetenz zur kritischen Reflexion von Geschäftsvorfällen der betrieblichen Praxis. Hierbei geht es um eine Einordnung übergreifender Zusammenhänge eines Unternehmens.				
3	Inhalte				
	Zu den Inhalten der Betriebswirtschaftslehre zählt berufsfeldspezifisches Wissen auf dem Fachgebiet Wirtschaftsprüfung. Deshalb behandelt die Veranstaltung "Wirtschaftsprüfung" Fragen der nationalen und internationalen Rechnungslegung sowie der Konzernrechnungslegung. Hierbei wird die Bedeutung der Rechnungslegungspolitik im Kontext der Unternehmenspolitik verdeutlicht. Dieser Stoff wird nicht nur aus unternehmensbezogener, sondern insbesondere aus prüferischer Sicht vermittelt. Hierbei werden die Grundlage für die Pflichtprüfung des Einzel- und Konzernabschlusses erarbeitet. Ferner gehören wirtschaftsrechtliche und kapitalmarktrelevante Aspekte zum Inhaltsumfang der Vorlesung.				
4	Lehrformen				
	In diesem Kurs werden sowohl kleine Übungsfälle, als auch angeleiteten Übungslektionen durchgeführt. Inhaltlich vertiefen die jeweiligen Lektionen den in der Vorlesung erarbeiteten Stoff. Insoweit soll sichergestellt werden, dass der vermittelte Stoff auch praktisch angewendet werden kann. Der Stoff der Übungslektionen ist Gegenstand der Abschlussklausur. Durch eine gemeinsame Besprechung der Lektionen wird deshalb auch eine Vorbereitung bzw. Hinführung auf die Klausur gewährleistet.				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	Formal: keine Inhaltlich: Rechnungswesen				
6	Prüfungsformen				
	Portfolioprüfung				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten				
	Leistungsnachweise bestanden				
8	Stellenwert der Note für die Endnote				
	Gewichtung entsprechend der CrPs				
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende				
	Prof. Dr. Thomas Keil und Michael Birk				
10	Verwendung in anderen Studiengängen				
11	Sonstige Informationen				
12	Literatur				

<p><i>Marten, K.U., Qick, R., Ruhnke, K. (2015). Wirtschaftsprüfung: Grundlagen des betriebswirtschaftlichen Prüfungswesens nach nationalen und internationalen Normen, (5. Aufl.).</i></p> <p><i>Graumann, M. (2017). Wirtschaftliches Prüfungswesen: Sämtliche Prozessschritte der Abschlussprüfung. Integrierende Darstellung von Berufsrecht und Berufspraxis, (5. Aufl.).</i></p> <p><i>Wüstemann, J., Koch, Chr. (2016). Wirtschaftsprüfung case by case: Lösungen nach HGB mit Hinweisen auf ISA und US-GAAS, (4. Aufl.).</i></p>
--

Schwerpunkt Human Resources					
Veranstaltung: Personal					
Workload	Credits	Semester	Sprache	Praxisbericht	Dauer
125 h	5	6	Deutsch	Nein	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gruppengröße
	a) Vorlesungen		30 h	95 h	35 Studierende
	b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit		0 h		
	c) Im Unternehmenskontext				
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p>Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden ihr Wissen in Personaladministration und Personalentwicklung systematisiert und an aktuellen Fragestellungen erprobt. Sie haben sich in dem von ihnen gewählten Teilbereich Expertise erarbeitet. Sie haben ein umfassendes Verständnis für die aktuellen Herausforderungen in der Personalarbeit und einen Blick auf zukünftige Entwicklungen. Sie sind in der Lage, das erworbene Wissen anzuwenden: Theorien, Modelle zur Analyse von Sachverhalten und Methoden und Instrumente in der Umsetzung im Arbeitsalltag. Sie haben eine Selbsteinschätzung Ihrer Kenntnisse und Fähigkeiten im Personalmanagement.</p>				
3	Inhalte				
	<p>Wissen wird systematisiert und verbreitert. Verständnis und Erkenntnis wird gemeinsam erarbeitet und durch intensive supervidierte Dialoge gefördert. Die Studierenden wählen Ihre Schwerpunkte und arbeiten in Ihrer Expertise, die sie mit den Kommilitonen teilen.</p> <p>Werkzeugkasten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vorhandenes Wissen erfassen und systematisch katalogisieren • Lernziele bestimmen und Zielerreichung durch Lernpartnerschaften absichern • Kritische Beobachtung von Arbeits- und Lernstil mit angeleitetem Lernpartner Feedback <p>Strategisches Personalmanagement</p> <p>Personalmanagement bei internationaler Tätigkeit</p> <p>Personaladministration und Controlling</p> <p>Recruiting</p> <p>Retention</p> <p>Führung</p> <p>Personalentwicklung</p> <p>Retirement</p> <ul style="list-style-type: none"> • 				
4	Lehrformen				
	Pre Class Aktivitäten – Wissensverbreiterung				
	<p>Skripte mit Audiospur, Videolinks und weiterem Material zum Selbststudium, Literaturhinweise</p> <p>Einlesen in Theorien und Modelle – Vorbereiten von Methoden und Instrumenten = Vorbereitung auf die Case Studies. Vorbereiten der Theorie für den Werkzeugkasten (Poster)</p> <p>Class Aktivitäten – Wissensvertiefung</p> <p>Posterpräsentation</p> <p>Case Studies zur Anwendung des erarbeiteten Wissens- Gruppenpräsentation</p> <p>Supervision</p>				
	Post Class Aktivität – Verständnis und Verankerung				
	<p>Feedback Runden zu Inhalt und Performance mit dem Lernpartner, Gruppen Feedback zu Beobachtungen und Verhalten</p>				

5	Teilnahmevoraussetzungen <i>Formal: keine</i> <i>Inhaltlich: Personalmanagement</i>
6	Prüfungsformen <i>Portfolioprüfung</i>
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten <i>Mitarbeit und Beitrag zum Wissenserwerb für alle Teilnehmer</i> <i>Eigene Leistung und Unterstützung des Teams</i>
8	Stellenwert der Note für die Endnote <i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i>
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende <i>Prof. Dr. Rieke Engelhardt, Prof. Dr. Stefan Klingelhöfer</i>
10	Verwendung in anderen Studiengängen <i>BBWL</i>
11	Sonstige Informationen
12	Literatur <i>Stock-Homburg, Ruth. (2013) Handbuch Strategisches Personalmanagement, 7.Auflage. Wiesbaden: Gabler.</i> <i>Wagner, Dieter. (2015) Praxishandbuch Personalmanagement, 1.Auflage, Freiburg: Haufe.</i> <i>Petry, Thorsten. (2018) Digital HR, 1.Auflage, Freiburg: Haufe.</i> <i>Kai Daniel, Ben. (2011) Handbook of Research on Methods and Techniques for Studying Virtual Communities: Paradigms and Phenomena, NewYork: Hershey.- verfügbar in google books.</i> <i>Scholz, Christian. (2013). Personalmanagement: informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen (6. Aufl.). München: Vahlen.</i> <i>Thommen, Jean-Paul. & Achleitner, Ann-Kristin. (2016). Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht (8. Aufl.). Wiesbaden: Gabler.</i> <i>Vahs, Dietmar (2012). Organisation, 8.Auflage, Stuttgart: SchäfferPoeschel.</i>

Schwerpunkt Human Resources

Veranstaltung: Wirtschaftspsychologie

<i>Workload</i> 125 h	<i>Credits</i> 5	<i>Semester</i> 3	<i>Sprache</i> Deutsch	<i>Praxisbericht</i> Nein	<i>Dauer</i> 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext		Kontaktzeit 30 h 0 h	Selbststudium 95 h	Gruppengröße 35 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> zentrale ökonomische Grundannahmen und deren Einflussfaktoren zu beschreiben und in Bezug auf konkrete Handlungs- und Entscheidungssituationen kritisch zu hinterfragen, das erworbene Wissen auf reale Management- und Entscheidungssituationen anzuwenden und kritisch zu analysieren, wichtige Theorien im Bereich Motivation, Kognition und Interaktion zu diskutieren sowie deren Bedeutung für wirtschaftliche Aufgaben und Kontexte zu erläutern, arbeits- und organisationspsychologische Interventionsmethoden anzuwenden, die Bedeutung der Arbeit und wesentlicher Einflussfaktoren aus psychologischer Perspektive darzustellen und daraus betriebliche Möglichkeiten zur Gestaltung von Arbeit abzuleiten. die Möglichkeiten und Grenzen der gezielten Entwicklung von Organisationen anhand zentraler psychologischer Theorien und Modelle zu beurteilen und Verhaltensempfehlungen zu entwickeln psychologische Grundkonzepte der jeweiligen Organisation zu erörtern und konkrete Maßnahmen für den betrieblichen Alltag zu erarbeiten. 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> Ökonomische Psychologie des Menschen Theorien der Wirtschaftspsychologie Arbeits- und Organisationspsychologie Markt-, Werbe- und Konsumpsychologie Personalpsychologie 				
4	Lehrformen Präsenzveranstaltung und Gruppenarbeiten				
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Personalmanagement, Corporate Social Responsibility, Change Management in Organisationen und Projekten				
6	Prüfungsformen Schriftliches Ausarbeitung, Präsentation und Diskussion				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Leistungsnachweise bestanden				
8	Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der CrPs				
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende Prof. Dr. Thomas Keil und Dr. Andreas Brettschneider				

10	Verwendung in anderen Studiengängen
11	Sonstige Informationen
12	Literatur <i>Brinkmann, R. (2018), Angewandte Wirtschaftspsychologie.</i> <i>Felser, G. (2015), Werbe- und Konsumentenpsychologie (4. Aufl.)</i> <i>Moser, K. (2015), Wirtschaftspsychologie (2. Aufl.)</i> <i>Nerdinger, F. W., Blickle, G., Schaper, N. (2014), Arbeits- und Organisationspsychologie (3. Auflage).</i> <i>Schuler, H. (2014), Psychologische Personalauswahl: Eignungsdiagnostik für Personalentscheidungen und Berufsberatung (4. Aufl.)</i> <i>Wiswede, G. (2012), Einführung in die Wirtschaftspsychologie (5. Aufl.)</i>

Schwerpunkt Human Resources

Veranstaltung: Arbeitsrecht

<i>Workload</i> 125 h	<i>Credits</i> 5	<i>Semester</i> 3	<i>Sprache</i> Deutsch	<i>Praxisbericht</i> Nein	<i>Dauer</i> 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext	Kontaktzeit 30 h 0 h	Selbststudium 95 h	Gruppengröße 35 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Nach Abschluss der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage, arbeitsrechtliche Grundbegriffe mit Schwerpunkt im individuellen Arbeitsrecht zu verstehen und zu erklären, übliche im betrieblichen Kontext auftretende arbeitsrechtliche Problemstellungen zu erkennen und zu strukturieren sowie sachgerechte Lösungsvorschläge erarbeiten und vertreten zu können.</i>				
3	Inhalte <i>Individuelles Arbeitsrecht wird vertieft dargestellt und dessen Bezüge zum kollektiven Arbeitsrecht einbezogen. Dabei werden insbesondere folgende Themen behandelt:</i> <i>Begründung von Arbeitsverhältnissen, insbesondere Fragerecht des Arbeitgebers, Abschluss des Arbeitsvertrags, Nachweispflicht, Einführung in die AGB-Kontrolle für Arbeitsverträge; Überblick über Rechte und Pflichten im laufenden Arbeitsverhältnis, insbesondere Direktionsrecht des Arbeitgebers, Vergütung, Lohn ohne Arbeit (z.B. Urlaub, Entgeltfortzahlung im Krankheitsfall), Versetzung, Eingruppierung, Allgemeiner Gleichbehandlungsgrundsatz, Schutz besonderer Personengruppen (z.B. Mutterschutz, Elternzeit, Schwerbehinderung), Krankheit im Arbeitsverhältnis, Diskriminierungsverbote, Arbeitszeit, Teilzeit, betriebliche Übung, Gesamtzusage, Wettbewerbsverbot, Haftung im Arbeitsverhältnis bei Personen- bzw. Sachschäden (auch sozialrechtliche und strafrechtliche Aspekte); Anknüpfungspunkte zur Sozialversicherung; Leistungsminderung.</i> <i>Einführung: Beendigung von Arbeitsverhältnissen, insbesondere Befristung von Arbeitsverhältnissen, außerordentliche und ordentliche Kündigung, Tat- und Verdachtskündigung, Systematik der Kündigungsgründe, Änderungskündigung, Aufhebungsvertrag, Anfechtung, Abmahnung; allgemeiner und besonderer Kündigungsschutz; Zeugnis.</i> <i>Bezüge des individuellen Arbeitsrechts zum Tarifrecht, insbesondere unter systematischer Betrachtung von Verbands-, Firmen- und firmenbezogene Verbandstarifverträgen, Geltung von Tarifverträgen, typische Regelungsinhalte, arbeitsrechtliche Bezugnahmeklauseln.</i> <i>Bezüge zum Betriebsverfassungsrecht, insbesondere Systematik der betrieblichen Mitbestimmung, Mitbestimmung bei personellen Einzelmaßnahmen, Beschwerderecht.</i> <i>Grundzüge des arbeitsgerichtlichen Urteilsverfahrens.</i>				
4	Lehrformen <i>Präsenzveranstaltung und Gruppenarbeiten</i>				
5	Teilnahmevoraussetzungen <i>Formal: keine</i> <i>Inhaltlich: Einführung in die BWL, Recht 1 und 2</i>				
6	Prüfungsformen <i>Leistungsnachweise werden durch die jeweiligen Dozenten festgelegt und kommuniziert.</i>				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten <i>Leistungsnachweise bestanden</i>				
8	Stellenwert der Note für die Endnote <i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i>				

9	Modulbeauftragte/r und Lehrende <i>Prof. Dr. Peter Bueß</i>
10	Verwendung in anderen Studiengängen
11	Sonstige Informationen
12	Literatur <i>Arbeitsgesetze, dtv 5006, jeweils aktuelle Auflage</i> <i>Erfurter Kommentar zum Arbeitsrecht, aktuelle Auflage</i>

Schwerpunkt Industrie 4.0

Veranstaltung: Supply Chain Management

Workload 125 h	Credits 5	Semester 5	Sprache Deutsch	Praxisbericht Nein	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext		Kontaktzeit 37,5 h 0 h	Selbststudium 87,5 h	Gruppengröße 35 Studierende
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Mit Abschluss dieses Moduls erlangen die Studierenden Kenntnis zu einem zusammenfassenden Überblick über die Grundlagen der Logistik und des Supply Chain Managements. Die Studierenden sind in der Lage, die ganzheitliche Betrachtung des Material- und Warenflusses, hervorgerufen durch Lagern, Umschlagen, Transportieren, Verpacken, Signieren und der Abwicklung von Aufträgen darzustellen und darauf aufbauend, strategische Implikation der Logistik (insbesondere der Standortwahl) zu identifizieren.</p> <p>Die Studenten sind in der Lage, Relevanz und Normen für Entscheidungstatbestände der Logistik in Beschaffung, Produktion, Distribution und Entsorgungs-/Retrologistik inhaltlich zu deuten sowie deren entsprechende Prozesse einzuschätzen.</p> <p>Die Studierenden erlernen die wichtigsten Aspekte eines modernen Supply Chain Management und – Controlling und werden somit befähigt, bestehende Supply Chain Systeme zu bewerten und sinnvolle Ergänzungen vorzuschlagen. Die Studierenden sind in der Lage, die Entwicklung hin zu einem Wettbewerbsumfeld, in dem sich ganze Wertschöpfungsketten gegenüber stehen und eine schnittstellenarme Organisation und Konfiguration der gesamten Supply Chain erfordert, zu hinterfragen und die für reibungslose Informations- und Materialflüsse geeigneten Werkzeuge zu entwickeln.</p> <p>Die Studenten sind in der Lage, Zusammenhänge eines erfolgreichen Kooperationsmanagement, das sich bemüht, die Geschäftsbeziehungen sowohl auf der Lieferanten- als auch auf der Abnehmerseite aufzubauen, branchenübergreifend im Unternehmenskontext darzustellen und den Einsatz entsprechender Instrumentarien auszuwählen und zu verteidigen.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Logistik</p> <ul style="list-style-type: none"> • Logistikkonzepte und Logistikstrategien; Beschaffungs-, Produktions- und Distributionslogistik; Entsorgungslogistik / Retrologistik (rechtliche Rahmenbedingungen, Packaging Management, Selbstentsorgungssysteme) • Grundlagen der Transport- und Verkehrsprozesse: • Produktions- und Distributionssysteme aus verschiedenen Wirtschaftsperspektiven • Infrastrukturplanung und –betrieb • Netzwerkplanung (Verbindung von Logistiknetzwerken, Graphentheorie) • Standorttheorie - Standortpraxis <p>Supply Chain Management</p> <ul style="list-style-type: none"> • Supply Chain Management-Grundlagen • Herausforderungen für die Ausgestaltung von Wertschöpfungsketten • Einordnung des Kooperationsmanagements • Netzplananalysen, Kooperationsmanagement • Digitalisierung der Supply Chain • Supply Chain Controlling • CSR und Nachhaltigkeit als Teil von Supply Chain Management • Efficient Consumer Response: Efficient Replenishment, Efficient Assortment, Efficient Promotion, Efficient Product Introduction • Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment (CPFR) • Risikomanagement als Teil eines modernen Supply Chain Managements 				

4	<p>Lehrformen</p> <p><i>In diesem Modul werden im Rahmen der Vorlesungen sowohl alle theoretisch relevanten Inhalte thematisiert als auch praxisrelevante Fallstudien(Case Studies) inhaltlich vertieft. Dadurch soll gewährleistet werden, dass einerseits der vermittelte Stoff vor allem praktisch angewendet werden kann und andererseits die Fähigkeit einer Theorie Praxis Reflexion entwickelt wird.</i></p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p><i>Formal: keine</i></p> <p><i>Inhaltlich: Einführung in die BWL, Materialwirtschaft</i></p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p><i>Portfolioprüfung</i></p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p><i>Leistungsnachweise bestanden</i></p>
8	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p><i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i></p>
9	<p>Modulbeauftragte/r und Lehrende</p> <p><i>Prof. Dr. Peter Holm, Prof. Dr. Dirk Engelhardt</i></p>
10	<p>Verwendung in anderen Studiengängen</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p>
12	<p>Literatur</p> <p><i>Chopra, S. (2015): Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation, Global Edition: Strategy, Planning, and Operation</i></p> <p><i>Cohen, S. & Roussel, J. (2004). Strategic Supply Chain Management, Mc Graw Hill.</i></p> <p><i>D'heur, M. (2014): CSR und Value Chain Management, Wiesbaden, Gabler</i></p> <p><i>Göpfert, I. (2005). Logistik Führungskonzeption; Grundlagen, Aufgaben und Instrumente des Logistikmanagements und -controllings (2. Aufl.). München.</i></p> <p><i>Heydt, v.d., A. (2003). Handbuch Efficient Consumer Response - Konzepte, Erfahrungen, Herausforderungen. München.</i></p> <p><i>Kummer. (Hrsg.), Grün O., Jammernegg, W. (2013). Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik. (3. Aufl.), München, Pearson Studium</i></p> <p><i>Siepermann, Ch.; Vahrenkamp, R.: (2015). Risikomanagement in Supply Chains: Gefahren abwehren, Chancen nutzen, Erfolg generieren (1. Aufl.).</i></p> <p><i>Pfohl, H. C. (2004). Erfolgsfaktor Kooperation in der Logistik. ESV Verlag, Berlin</i></p> <p><i>Tempelmeier, H. (Hrsg.), (2016): Produktion und Logistik: Supply Chain und Operations Management</i></p> <p><i>Weber, T.; Fröhlich, E., (2017): Nachhaltigkeit in der unternehmerischen Supply Chain,</i></p> <p><i>Weber, J. Wallenburg, C., (2010): Logistik- und Supply Chain Controlling, 6. Aufl., Schaefer-Poeschel, Stuttgart</i></p> <p><i>Wente, I.: (2017): Supply Chain Risikomanagement; EUL Verlag</i></p>

Schwerpunkt Industrie 4.0

Veranstaltung: Innovationsmanagement

<i>Workload</i> 125 h	<i>Credits</i> 5	<i>Semester</i> 3	<i>Sprache</i> Deutsch	<i>Praxisbericht</i> Nein	<i>Dauer</i> 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext		Kontaktzeit 30 h 0 h	Selbststudium 95 h	Gruppengröße 35 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Die Teilnehmer erhalten fundierte Kenntnisse in dem Management von Innovationen und Technologien und Wissen.</i> <i>Nach Abschluss des Moduls werden die Teilnehmer:</i> <ul style="list-style-type: none"> • die Bedeutung technologischer Neuerungen für den Unternehmenserfolg erkennen können sowie die in diesem Zusammenhang relevanten Theorie beherrschen • aktuelle Verfahren zur Bewertung von Innovationen in verschiedenen Phasen des Innovationsprozesses anwenden können • die für den Innovationsprozess relevanten theoretischen Ansätze, Konzepte und Methoden kennen und praktisch anwenden können. <i>Damit sind die Teilnehmer in der Lage ...</i> <ul style="list-style-type: none"> • mögliche Hindernisse von Innovationen innerhalb und außerhalb einer Organisation zu kennen und antizipieren. • strategisches Management von Technologien zu verstehen und zu beurteilen. • Ansätze zur Beschaffung und zum Schutz von Innovationen zu auswählen. • zeitliche Anforderungen und Abhängigkeiten der Vermarktung von Innovationen zu erkennen und im Prozess zu berücksichtigen 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Innovation und Unternehmenserfolg • Strategien im Umgang mit Innovationen • Wachstum und Wachstumsmanagement (Wachstumsstrategien, Wachstumshemmnisse) • Innovationsmanagement (Ideengenerierung, -bewertung, -umsetzung; Phasen des Innovationsprozesses, Konzepte zur zielorientierten Steuerung von Innovationsprozessen) • Praktische Anwendungen in Industrieunternehmen 				
4	Lehrformen <i>Vorlesung und Übungen anhand praktischer Beispiele</i>				
5	Teilnahmevoraussetzungen <i>Formal: keine</i> <i>Inhaltlich:</i>				
6	Prüfungsformen <i>Leistungsnachweise werden durch die jeweiligen Dozenten festgelegt und kommuniziert.</i>				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten <i>Leistungsnachweise bestanden</i>				
8	Stellenwert der Note für die Endnote				

	<i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i>
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende <i>Prof. Dr. Peter Holm</i>
10	Verwendung in anderen Studiengängen
11	Sonstige Informationen
12	<p>Literatur</p> <p><i>Blank, S./Dorf, B. (2014): Das Handbuch für Startups. O'Reilly, Köln.</i></p> <p><i>Chesbrough, H. (2006): Open Innovation: The new Imperative for Creating and Profiting from Technology. Harvard Business School Press, Boston.</i></p> <p><i>Christensen, M./Matzler, K./Eichen von den, S. F. (2013): The Innovators Dilemma: Warum etablierte Unternehmen den Wettbewerb um bahnbrechende Innovationen verlieren. Vahlen, München.</i></p> <p><i>Corsten, H.; Gössinger, R.; Schneider, H. (2006): Grundlagen des Innovationsmanagements, München.</i></p> <p><i>Gerpott, T.J. (2005): Strategisches Technologie- und Innovationsmanagement. 2. Auflage, Stuttgart.</i></p> <p><i>Gassmann, O./ Frankenberger, K./ Csik, M. (2013): Geschäftsmodelle entwickeln. Hanser, München.</i></p> <p><i>Martin, M.J.C. (1994) Managing Innovation and Entrepreneurship in Technology-Based Firms, New York u.a.</i></p> <p><i>Maurya, A. (2013): Running Lean, O'Reilly, Köln.</i></p> <p><i>Osterwalder, A./Pigneur, Y. (2010): Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. Wiley, Hoboken (NJ).</i></p> <p><i>Shane, S. (2003) A General Theory of Entrepreneurship: The Individual-Opportunity Nexus, Cheltenham u.a.</i></p> <p><i>Shane, S.; Venkataraman, S. (2000) The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research In: Academy of Management Review, Vol. 25, No. 1, pp. 217-226.</i></p> <p><i>Specht, D.; Möhrle, M.G. (2002): Technologiemanagement - Management von Innovationen und neuen Technologien im Unternehmen, Wiesbaden.</i></p> <p><i>Volkman, C. K.; Tokarski, K.O. (2006) Entrepreneurship – Gründung und Wachstum von jungen Unternehmen, Stuttgart u.a.</i></p>

Schwerpunkt Industrie 4.0

Veranstaltung: Dienstleistungsmanagement

<i>Workload</i> 125 h	<i>Credits</i> 5	<i>Semester</i> 3	<i>Sprache</i> Deutsch	<i>Praxisbericht</i> Nein	<i>Dauer</i> 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext		Kontaktzeit 30 h 0 h	Selbststudium 95 h	Gruppengröße 35 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Ziel dieses Vertiefungsfaches ist die Entwicklung der notwendigen fachlichen, sprachlichen, methodischen, branchenspezifischen sowie sozialen Dienstleistungskompetenz. Schwerpunkt ist dabei der gezielte Aufbau der dispositiven Fähigkeiten: Planung, Durchführung, Kontrolle, Organisation sowie Kommunikation.</i> <i>Nach der Veranstaltung sind die Studenten der Lage, das theoretisch gewonnene Wissen auf praktische Aufgabenstellungen anzuwenden und dadurch Wettbewerbsvorteile für das entsprechende Unternehmen zu erreichen.</i>				
3	Inhalte <i>Strategisches Dienstleistungsmanagement</i> <ul style="list-style-type: none"> • Schaffung, Entwicklung und Aufrechterhaltung eines dienstleistungsorientierter Unternehmenskultur • Integrativitätsgrad hinsichtlich räumlicher, zeitlicher, funktionaler und sozialer Dimension <i>Operatives Dienstleistungsmanagement</i> <ul style="list-style-type: none"> • Tangibilitätsmanagement • Umfeldmanagement • Zeitmanagement • Personalmanagement • Kundenmanagement • Kapazitätsmanagement • Prozessmanagement • Qualitätsmanagement 				
4	Lehrformen <i>In diesem Kurs werden die Ergänzungsstunden in Form von angeleiteten Übungslektionen durchgeführt. Inhaltlich vertiefen die jeweiligen Lektionen den in der Vorlesung erarbeiteten Stoff. Der Stoff der Übungslektionen ist Gegenstand der Abschlussklausur.</i>				
5	Teilnahmevoraussetzungen <i>Formal: keine</i> <i>Inhaltlich: keine</i>				
6	Prüfungsformen <i>Leistungsnachweise werden durch die jeweiligen Dozenten festgelegt und kommuniziert.</i>				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten <i>Leistungsnachweise bestanden</i>				
8	Stellenwert der Note für die Endnote <i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i>				
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende <i>Prof. Dr. Thomas Keil und Dr. Sandra Thomas</i>				
10	Verwendung in anderen Studiengängen				

11	Sonstige Informationen
12	Literatur <i>Bruhn, M. & Stauss, B, (verschiedene Jahre). Forum Dienstleistungsmanagement, diverse Bände. Wiesbaden.</i> <i>Bruhn, M. & Meffert, H. (2001). Handbuch Dienstleistungsmanagement (2. Aufl.). Wiesbaden.</i> <i>Corsten, H. & Gössinger, R. (2007). Dienstleistungsmanagement. München.</i> <i>Fließ, S. (2009). Dienstleistungsmanagement: Kundenintegration gestalten und steuern. Wiesbaden.</i> <i>Haller, S. (2009). Dienstleistungsmanagement: Grundlagen - Konzepte - Instrumente (4 Aufl.). Wiesbaden.</i>

Schwerpunktseminar					
Veranstaltung: Schwerpunktseminar					
<i>Workload</i>	<i>Credits</i>	<i>Semester</i>	<i>Sprache</i>	<i>Praxisbericht</i>	<i>Dauer</i>
125 h	5	5	Deutsch	Nein	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gruppengröße
	a) Vorlesungen		37,5 h	87,5 h	35 Studierende
	b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit		0 h		
	c) Im Unternehmenskontext				
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p>Nach dieser Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • ihre Arbeit unter wissenschaftlichen Gesichtspunkten zu reflektieren • komplexe Geschäftsstrukturen, Geschäftsabläufe oder Projekte in einzelne Phasen aufbrechen, strukturiert darzustellen und unter angemessenem Einsatz moderner Präsentationsmittel verständlich zu erläutern • Geschäftsprozessen zu analysieren und zu beurteilen, sowie unter Verwendung wissenschaftlicher Literatur Verbesserungsvorschläge zu erarbeiten, • selbständig einen geeigneten Plan zum Erstellen einer wissenschaftlichen Arbeit zu erarbeiten und durchzuführen (Themenstellung, Leitfrage, Eingrenzung, Operationalisierung, Recherche, Darstellung), 				
3	Inhalte				
	Die Studierenden erstellen zu einem eigenständig aber mit dem Dozenten gewählten Thema einen wissenschaftlichen Vortrag sowie eine schriftliche Ausarbeitung. Hinsichtlich Themenwahl, Literatur und anderer wissenschaftlicher Methoden sind Maßstäbe vergleichbar zur Erstellung einer Bachelor-Thesis anzuwenden.				
4	Lehrformen				
	Präsenzveranstaltung, Coaching, Präsentationen				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	<p>Formal: vier bestandene Praxisberichte</p> <p>Inhaltlich: Wissenschaftliches Arbeiten 1 und 2, diverse BWL Fächer (je nach Thema der Ausarbeitung)</p>				
6	Prüfungsformen				
	Bewerteter Vortrag, schriftliche Ausarbeitung				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten				
	Leistungsnachweise bestanden				
8	Stellenwert der Note für die Endnote				
	Gewichtung entsprechend der CrPs				
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende				
	Prof. Dr. Thomas Keil				
10	Verwendung in anderen Studiengängen				
11	Sonstige Informationen				
12	Literatur				
	themenabhängig				

Bachelor Thesis					
Veranstaltung: Bachelor Thesis					
Workload	Credits	Semester	Sprache	Praxisbericht	Dauer
300 h	12	7	Deutsch/Englisch	Nein	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gruppengröße
	a) Vorlesungen		0 h	0 h	35 Studierende
	b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit		150 h		
	c) Im Unternehmenskontext		150 h		
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p>Die Studierenden sind in der Lage in einem vorgegebenen Zeitraum für eine im Zusammenhang mit dem beruflichen Umfeld stehende Problemstellung des Fachgebiets Business Administration Lösungsansätze zu entwickeln. Die Vorgehensweise ist wissenschaftlich; das heißt: Die Studierenden wenden die in den Modulen des Studiengangs Business Administration vermittelten Vorgehensweisen und Ergebnisse in nachvollziehbarer Weise an. Dabei zeigen die Studierenden, dass sie die Tragweiten ihrer Vorgehensweisen und Ergebnisse bewerten und die Optimalität der vorgeschlagenen Lösungsansätze oder Lösungen belegbar einschätzen können.</p>				
3	Inhalte				
	<p>Die Bachelor Thesis zeigt: Die Studierenden besitzen hinreichende analytische Fähigkeiten und Fachkompetenz, um komplexe Aufgaben der Praxis in einfache Teilaufgaben aufzubrechen, für diese Lösungsansätze zu entwickeln, Kriterien zur Auswahl der jeweils besten Lösung anzugeben und die favorisierten Teillösungen als Lösung der Gesamtaufgabe darzustellen. Die Ergebnisse sind nachvollziehbar. Die Vorgehensweisen und Überlegungen sind im Dokument der Thesis übersichtlich und verständlich beschrieben. Recherchen (z.B. Literatur, Expertengespräche) sind belegt, ebenso ggf. empirische Untersuchungen (z.B. Befragungen) und ihre Auswertungen. Die Form entspricht anerkannten Standards (Zitate, Quellennachweise, Fußnoten und, soweit sinnvoll: Anhang mit Index, Glossar, Abkürzungsverzeichnis, Bildverzeichnis). Das Dokument ist mit einer Zusammenfassung und einem Inhaltsverzeichnis versehen.</p>				
4	Lehrformen				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	<p>Formal: keine Inhaltlich: laut Prüfungsordnung</p>				
6	Prüfungsformen				
	Bachelor Thesis				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten				
	Bachelor Thesis bestanden				
8	Stellenwert der Note für die Endnote				
	Gewichtung entsprechend der CrPs				
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende				
	Prof. Dr. Uschi Bicher-Otto und betreuende Referenten				
10	Verwendung in anderen Studiengängen				
11	Sonstige Informationen				
12	Literatur				

Hängt vom jeweiligen Thema ab.

Formale Aspekte werden behandelt in:

Standop, E., Meyer, M. (2008). Die Form der wissenschaftlichen Arbeit, (18. Aufl.).

Bachelor Thesis - Präsentation

Veranstaltung: Bachelor Thesis - Präsentation

<i>Workload</i> 75 h	<i>Credits</i> 3	<i>Semester</i> 4	<i>Sprache</i> Deutsch/Englisch	<i>Praxisbericht</i> Nein	<i>Dauer</i> 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext	Kontaktzeit 0 h 75 h	Selbststudium 0 h	Gruppengröße 35 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Die Studierenden können für wissenschaftlich exploratives Arbeiten erforderliche elektronische Fachdatenbanken nutzen, weitere netzgestützte Informationen auffinden und bezüglich deren Belastbarkeit bewerten sowie diese korrekt zitieren. Daneben kennen sie relevante Internetplattformen zur Diskussion von Forschungsergebnissen.</i>				
3	Inhalte <i>Die Bachelor Thesis zeigt: Die Studierenden besitzen hinreichende analytische Fähigkeiten und Fachkompetenz, um komplexe Aufgaben der Praxis in einfache Teilaufgaben aufzubrechen, für diese Lösungsansätze zu entwickeln, Kriterien zur Auswahl der jeweils besten Lösung anzugeben und die favorisierten Teillösungen als Lösung der Gesamtaufgabe darzustellen. Die Ergebnisse sind nachvollziehbar. Die Vorgehensweisen und Überlegungen sind im Dokument der Thesis übersichtlich und verständlich beschrieben. Recherchen (z.B. Literatur, Expertengespräche) sind belegt, ebenso ggf. empirische Untersuchungen (z.B. Befragungen) und ihre Auswertungen. Die Form entspricht anerkannten Standards (Zitate, Quellennachweise, Fußnoten und, soweit sinnvoll: Anhang mit Index, Glossar, Abkürzungsverzeichnis, Bildverzeichnis). Das Dokument ist mit einer Zusammenfassung und einem Inhaltsverzeichnis versehen.</i>				
4	Lehrformen				
5	Teilnahmevoraussetzungen <i>Formal: keine</i> <i>Inhaltlich: laut Prüfungsordnung</i>				
6	Prüfungsformen <i>Kolloquium</i>				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten <i>Kolloquium bestanden</i>				
8	Stellenwert der Note für die Endnote <i>Gewichtung entsprechend der CrPs</i>				
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende <i>Prof. Dr. Uschi Bicher-Otto und betreuende Referenten</i>				
10	Verwendung in anderen Studiengängen				
11	Sonstige Informationen				

12

Literatur

Hängt vom jeweiligen Thema ab.

Formale Aspekte werden behandelt in:

Standop, E., Meyer, M. (2008). Die Form der wissenschaftlichen Arbeit, (18. Aufl.).

Planspiel

Veranstaltung: Planspiel

Workload 200 h	Credits 8	Semester 4	Sprache Deutsch	Praxisbericht Nein	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Vorlesungen b) Wissenschaftl. angeleitete Projektarbeit c) Im Unternehmenskontext	Kontaktzeit 45 h 0 h	Selbststudium 155 h	Gruppengröße 35 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach Abschluss dieses Moduls haben die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> im Team ihre sozialen und kreativen Kompetenzen gestärkt, ihr bisher erworbenes Fach- und Methodenwissen vertieft und sie sind in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> die strategische Orientierung ihres Unternehmens zu prägen und diese mit umzusetzen, das Zusammenspiel der einzelnen Unternehmensbereiche zu erkennen und zu antizipieren, zu erkennen, dass Entscheidungen von Konkurrenten, Marktdaten sowie Determinanten des Wirtschafts-, Politik-, Rechts- und Gesellschaftssystem den eigenen unternehmenspolitischen Handlungsspielraum einschränken, die Abhängigkeiten sowie die Determinanten von unternehmerischen Entscheidungen zu erkennen und zu berücksichtigen, in Teams unternehmerische Entscheidungen zu treffen und ihre Wirksamkeit bzw. ihre Konsequenzen zu antizipieren, wesentliche Aspekte der Unternehmensplanung zu erkennen, kritisch zu beurteilen und mit Mitarbeitern umzusetzen. 				
3	Inhalte Ein virtuelles Unternehmen im Team unter Wettbewerbsbedingungen zum Erfolg bringen Analyse, Aufbereitung, Präsentation von Entscheidungen und deren virtuelle Umsetzung				
4	Lehrformen Präsenzveranstaltung, Planspiel in Gruppen				
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: vier bestandene Praxisberichte Inhaltlich: Wissenschaftliches Arbeiten 1 und 2, diverse BWL Fächer				
6	Prüfungsformen Portfolioprüfung (z.B.: Mitarbeit im Team, üblicherweise Anwesenheitspflicht. Sonderaufgaben, z.B. die Übertragung theoretischer Kenntnisse auf das virtuelle Unternehmen und entsprechende Präsentation; Gruppenpräsentation; Klausur (nach Maßgabe des Dozenten))				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Leistungsnachweise bestanden				
8	Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der CrPs				
9	Modulbeauftragte/r und Lehrende Prof. Dr. Thomas Keil				
10	Verwendung in anderen Studiengängen				

11	Sonstige Informationen <i>Den Studierenden werden Materialien zur eigenständigen Vorbereitung und zum selbstgesteuerten Lernen zur Verfügung gestellt bzw. empfohlen. (Insbesondere das entsprechende Planspielhandbuch; das Studium dieses Handbuches ist unabdingbare Voraussetzung für eine erfolgreiche Teilnahme an diesem Modul.)</i>
12	Literatur <i>Planspielhandbuch einschlägige Literatur zu bestimmten betrieblichen Themenbereichen, z.B. Rechnungswesen, Finanzierung</i>