

Studienplan für Studierende ab **Studienstart WiSe 2018/19**

Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft

Studienplan für das Sommersemester 2023

gemäß der Studien- und Prüfungsordnung vom 03.05.2018 in der Fassung der Vierten Änderungssatzung vom 30.05.2022.

Bitte beachten Sie den Hinweis auf **Seite 5** zu schriftlichen Prüfungen: „schrP“ ist eine schriftliche Prüfung **in Präsenz**

Inhalt

1. Allgemeine Hinweise	3
2. Studieninhalte.....	6
2.1. Lehrangebote je Studiensemester.....	8
2.2. Studienschwerpunkte	10
3. Modulbeschreibungen	16

1. Allgemeine Hinweise

Seit dem Wintersemester 2018/2019 gilt für den Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft eine neue Studien- und Prüfungsordnung (SPO). Gemäß der Allgemeinen Studien- und Prüfungsordnung der Hochschule München (ASPO) muss zur Sicherstellung des Lehrangebotes und zur Information der Studierenden ein Studienplan erstellt werden, der nicht Teil der jeweiligen SPO ist und aus dem sich der Ablauf des Studiums im Einzelnen ergibt. Dieser Studienplan liegt nun hier vor. Er wurde im Fakultätsrat beschlossen, wird hochschulöffentlich bekannt gegeben und ist gültig für alle Studierenden mit Studienstart ab Wintersemester 2018/2019 nach der o.g. SPO. Studierende, die das Studium bis zum Sommersemester 2018 angefangen haben, wählen die Module entsprechend der [Anrechnungstabelle](#) aus.

Zweck des Studienplans

Der Studienplan basiert auf der Studien- und Prüfungsordnung zum Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft ([SPO](#)) vom 03.05.2018 in der Fassung der Dritten Änderungssatzung vom 30.05.2022. Er

- präzisiert und ergänzt das dort festgelegte Studienangebot für das jeweilige Halbjahr,
- legt die konkreten Prüfungsarten und -bedingungen fest,
- nennt die Dozent:innen und Prüfer:innen und
- gibt wichtige Hinweise zur effektiven Gestaltung des Studiums.

Der Studienplan enthält insbesondere Regelungen und Angaben über

- die Aufteilung der Semesterwochenstunden und der ECTS-Kreditpunkte je Modul und Studiensemester,
- die Art der Lehrveranstaltungen in den einzelnen Modulen sowie die Unterrichts- und Prüfungssprache, soweit diese nicht Deutsch ist,
- den Katalog, der von den Studierenden des Bachelorstudienganges im Wahlpflichtmodulgruppe Sozial- und Persönlichkeitskompetenzen und in den Wahlpflichtmodulen wählbaren praxisbezogenen und fachwissenschaftlichen Wahlpflichtfächer,
- die Form der jeweils geforderten Prüfung und
- die Bearbeitungszeit für das Anfertigen schriftlicher Prüfungen,
- die Studienziele und Studieninhalte der einzelnen Module,
- nähere Bestimmungen zu Form und Verfahren der einzelnen Prüfungen,
- nähere Bestimmungen zum praktischen Studiensemester.

Rechtliche Bestimmungen

Es gelten die Bestimmungen

- der Rahmenprüfungsordnung ([RaPO](#))
- der Allgemeinen Studien- und Prüfungsordnung der Hochschule für Angewandte Wissenschaften München ([ASPO](#))
- der aktuellen Studien- und Prüfungsordnung für den Bachelorstudiengang ([SPO](#)).

Für Modularbeiten werden Regelungen und Angaben über die Bearbeitungsdauer von Modularbeiten, ihre Ausgabe und ihr Umfang, die Form der Abgabe und die Festlegung des Abgabetermins den Studierenden zu Vorlesungsbeginn von der Prüferin oder dem Prüfer bekanntgegeben

Studienziel nach SPO

Ziel des Bachelorstudiums ist es, die Studierenden zur selbständigen Anwendung wissenschaftlicher Erkenntnisse und Verfahren in dem beruflichen Feld der Betriebswirtschaft zu befähigen.

Aufbau des Studiums und Regelstudienzeit

Die **Regelstudienzeit** des Bachelorstudiums umfasst sieben Studiensemester einschließlich eines praktischen Studiensemesters, das als viertes Studiensemester geführt wird, und der Bachelorarbeit. Nähere Einzelheiten sind im Folgenden geregelt.

Der **Beginn des Bachelorstudiums** im ersten Semester ist sowohl zum Wintersemester als auch zum Sommersemester eines Studienjahres möglich.

Das **praktische Studiensemester** umfasst ein Praktikum von 18 Wochen Dauer sowie ein Modul aus der Wahlpflichtmodulgruppe Sozial- und Persönlichkeitskompetenzen.

Im fünften und sechsten Studiensemester werden folgende Studienschwerpunkte angeboten:

- Agiles Projektmanagement
- Bank-, Finanz- und Risikomanagement I + II
- Controlling
- Corporate Law & Leadership
- Digital Business Transformation
- Human Resource Management I + II
- International Management I + II
- Marketingmanagement I + II
- Nachhaltigkeitsmanagement I + II
- Rechnungswesen
- Servicemanagement
- Steuern I + II
- Supply Chain Innovation
- Supply Chain Prozesse
- Versicherungsmanagement

Jede/r Studierende muss zwei Studienschwerpunkte im Umfang von jeweils 15 ECTS-Kreditpunkten wählen.

Ein Anspruch darauf, dass sämtliche zur Wahl angebotenen Module tatsächlich angeboten werden, besteht nicht (vgl. ASPO §6 (4)). Es besteht ebenfalls kein Anspruch darauf, dass solche Lehrveranstaltungen bei einer nicht ausreichenden Zahl von Teilnehmer:innen durchgeführt werden.

Wahlverfahren für die Schwerpunkte

Nach §2 (8) Studien- und Prüfungsordnung ist die Anmeldung zu den Studienschwerpunkten im Studienplan zu regeln. Die Studierenden wählen ihren Schwerpunkt über PRIMUSS und können diesen einmalig wechseln. Die Zeiten für Wahl und Wechsel des Studienschwerpunktes werden wie folgt festgelegt:

Sommersemester:

Wahlzeit 15.12. bis 15.01.
Wechsel möglich bis 06.04.

Wintersemester:

Wahlzeit 30.5. bis 30.06.
Wechsel möglich bis 20.10.

Für einen Wechsel des Schwerpunkts ist die Zustimmung der beiden jeweiligen Schwerpunkt-Koordinator:innen erforderlich. Hierzu wendet sich die/der Studierende an den/die aufnehmende/n Koordinator:in mit der Bitte um Wechsel des Schwerpunktes. Der/die aufnehmende Koordinator:in kontaktiert den/die abgebende/n Koordinator/in bzgl. des Wechsels. Der vollständige E-Mail-Verlauf wird anschließend an den Bereich Prüfung & Praktikum gesendet.

Wahlverfahren für die Module 4.2, 5.3, 6.1, 6.2, 6.3 sowie 5.2 und 7.1

Nach §2 (8) Studien- und Prüfungsordnung ist die Auswahl aus den Wahlpflichtmodulgruppen im Studienplan zu regeln.

Für die Wahlpflichtmodule

- 4.2 Sozial- und Persönlichkeitskompetenzen
- 5.3/ 6.3 Seminar
- 6.1 Methodische Kompetenzen
- 6.2 Außenwirtschaft, Wirtschaftspolitik und Empirische Wirtschaftsforschung

sowie die Pflichtmodule

- 5.2 Intercultural Communication for Business
- 7.1 Entrepreneurship

erfolgt die Platzvergabe durch Losverfahren in NINE. Der Zeitraum der Losverfahren wird im Semester-Terminplan auf der Webseite der Fakultät bekannt gegeben. Weitere Informationen zu den Losverfahren werden ebenfalls auf der [Webseite der Fakultät](#) veröffentlicht.

Ein Anspruch auf Teilnahme an einer konkreten Veranstaltung besteht nicht.

Orientierungsfach / Vorrückensregelungen

Bis zum Ende des zweiten Fachsemesters müssen die Prüfungen in den Modulen **Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Grundlagen der Mathematik und Statistik** sowie **Bilanzierung und Jahresabschluss** (Grundlagen- und Orientierungsprüfungen) erstmalig angetreten werden.

Zum Eintritt in das praktische Studiensemester ist nur berechtigt, wer in den Modulen der ersten drei Studiensemester mindestens 60 ECTS-Kreditpunkte erworben hat.

Zum Studium eines Studienschwerpunktes ist nur berechtigt, wer in den Modulen der ersten vier Studiensemester insgesamt mindestens 75 ECTS-Kreditpunkte erworben hat.

Die AW-Module können ab dem ersten Studiensemester erstmals angetreten werden. Die ECTS-Kreditpunkte eines AW-Moduls zählen jedoch nicht zu den ECTS-Kreditpunkten, die zum Vorrücken in ein höheres Studiensemester erforderlich sind, soweit das vorgezogene AW-Modul zeitlich einem höheren Semester als dem Semester, für das die Vorrückensregelung gilt, zugeordnet ist.

Prüfungen

Prüfungen der einzelnen Module und deren Prüfungsformen sind durch die geltende SPO geregelt. Es sind folgende Prüfungsformen möglich: Schriftliche Prüfung (SchrP), Modularbeit (ModA) und Präsentation (Präs). **Eine schriftliche Prüfung ist immer eine Prüfung in Präsenz, anderenfalls wird ein Hinweis zu Fernaufsicht in der jeweiligen Modulbeschreibung vermerkt.**

Studieninhalte

Nr.	Veranstaltungstitel	Semester / SWS							Prüfungsform gemäß SPO*	ECTS
		1	2	3	4	5	6	7		
1.1	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	4							schrP oder ModA oder Präs	5
1.2	Marketing	4							schrP (60%) und Präs (40%) oder ModA (60%) und Präs (40%)	5
1.3	Bilanzierung und Jahresabschluss	4							schrP oder ModA	5
1.4	Unternehmensorganisation	4							schrP oder ModA	5
1.5	Human Resource Management	4							ModA	5
1.6	Grundlagen der Mathematik und Statistik	4							schrP oder ModA	5
2.1	Grundlagen der Mikroökonomik		4						schrP	5
2.2	English for Business and Entrepreneurship		4						schrP oder ModA	5
2.3	Kosten- und Leistungsrechnung		4						schrP oder ModA	5
2.4	Wirtschaftsprivatrecht		4						schrP oder ModA	5
2.5	Methoden und Konzepte von Informationssystemen		4						ModA (70%) und Präs (30%)	5
2.6	Methoden und Modelle der Optimierung		4						schrP oder ModA	5
3.1	Unternehmensbesteuerung			4					schrP oder ModA	5
3.2	English for Macroeconomics			4					schrP oder ModA	5
3.3	Finanzierung und Investition			4					schrP oder ModA	5
3.4	Produktions- und Logistikmanagement			4					schrP oder ModA	5
3.5	Informationssysteme für digitalisierte Unternehmen			4					schrP oder ModA	5
3.6	Methoden und Modelle der Statistik			4					schrP oder ModA	5
4.1	Praktikum				-				ModA	25
4.2	Sozial- und Persönlichkeitskompetenzen				4				ModA	5
5.1	Grundlagen der Makroökonomik					4			schrP	5
5.2	Intercultural Communication for Business					4			schrP oder ModA	5
5.3/ 6.3	Seminar					4			ModA oder Präs	5
	Studienschwerpunkt (siehe Tabelle unten)					12			s. unten	15
6.1	Methodische Kompetenzen						4		schrP oder ModA	5
6.2	Außenwirtschaft, Wirtschaftspolitik und empirische Wirtschaftsforschung						4		schrP (50%) und schrP oder ModA (50%)	5
5.3/ 6.3	Seminar						4		ModA oder Präs	5
	Studienschwerpunkt (siehe Tabelle unten)						12		s. unten	15
7.1	Entrepreneurship							4	ModA	5
7.2	Unternehmensführung							4	schrP oder ModA oder Präs	5
7.3	Allgemeinwissenschaftliche Module							4	§ 7 Abs. 2 ASPO	5
7.4	Bachelorarbeit									12
7.5	Bachelorkolloquium									3

*inklusive der geplanten Änderungen von Prüfungsformen ab dem Wintersemester 2021/22. Diese gelten vorbehaltlich der Genehmigung durch den Fakultätsrat und Senat.

Abkürzungen:

BA	=	Bachelorarbeit	Präs	=	Präsentation
ECTS	=	European Credit Transfer and Accumulation System	schrP	=	Schriftliche Prüfung
LB	=	Lehrbeauftragte/r	SU	=	seminaristischer Unterricht
LBA	=	Lehrkraft für besondere Aufgaben	SWS	=	Semesterwochenstunden
LN	=	Leistungsnachweis	oder	=	Genauere Prüfungsleistung in der Modulbeschreibung ersichtlich
LV	=	Lehrveranstaltung	FK13	=	Fakultät für Allgemeinwissenschaften / General Studies
ModA	=	Modularbeit			

2.1. Lehrangebote je Studiensemester

1. Studiensemester (24 SWS)

Nr.	1. Studiensemester	SWS	Prüfungsform gem. SPO	Veranstaltungsform	ECTS
1.1	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	4	schrP oder ModA oder Präs	SU	5
1.2	Marketing	4	schrP (60%) und Präs (40%) oder ModA (60%) und Präs (40%)	SU	5
1.3	Bilanzierung und Jahresabschluss	4	schrP oder ModA	SU	5
1.4	Unternehmensorganisation	4	schrP oder ModA	SU	5
1.5	Human Resource Management	4	ModA	SU	5
1.6	Grundlagen der Mathematik und Statistik	4	schrP oder ModA	SU	5

2. Studiensemester (24 SWS)

Nr.	2. Studiensemester	SWS	Prüfungsform gem. SPO	Veranstaltungsform	ECTS
2.1	Grundlagen der Mikroökonomik	4	schrP	SU	5
2.2	English for Business and Entrepreneurship	4	schrP oder ModA	SU	5
2.3	Kosten- und Leistungsrechnung	4	schrP oder ModA	SU	5
2.4	Wirtschaftsprivatrecht	4	schrP oder ModA	SU	5
2.5	Methoden und Konzepte von Informationssystemen	4	ModA (70%) und Präs (30%)	SU	5
2.6	Methoden und Modelle der Optimierung	4	schrP oder ModA	SU	5

3. Studiensemester (22 SWS)

Nr.	3. Studiensemester	SWS	Prüfungsform gem. SPO	Veranstaltungsform	ECTS
3.1	Unternehmensbesteuerung	4	schrP oder ModA	SU	5
3.2	English for Macroeconomics	2	schrP oder ModA	SU	5
3.3	Finanzierung und Investition	4	schrP oder ModA	SU	5
3.4	Produktions- und Logistikmanagement	4	schrP oder ModA	SU	5
3.5	Informationssysteme für digitalisierte Unternehmen	4	schrP oder ModA	SU	5
3.6	Methoden und Modelle der Statistik	4	schrP oder ModA	SU	5

4. Studiensemester (4 SWS)

Nr.	4. Studiensemester	SWS	Prüfungsform	Veranstaltungsform	ECTS
4.1	Praktikum		ModA	P	25
4.2	Sozial- und Persönlichkeitskompetenzen	4	ModA	S	5

5. Studiensemester (24 SWS)

Nr.	5. Studiensemester	SWS	Prüfungsform gem. SPO	Veranstaltungsform	ECTS
5.1	Grundlagen der Makroökonomik	4	schrP	SU	5
5.2	Intercultural Communication for Business	4	schrP oder ModA	SU	5
5.3/ 6.3	Seminar ¹	4	ModA oder Präs	S	5
	Studienschwerpunkt (siehe Tabelle unten)	12	siehe unten		

6. Studiensemester (24 SWS)

Nr.	6. Studiensemester	SWS	Prüfungsform gem. SPO	Veranstaltungsform	ECTS
6.1	Methodische Kompetenzen	4	schrP oder ModA	S	5
6.2	Außenwirtschaft, Wirtschaftspolitik und empirische Wirtschaftsforschung	4	schrP (50%) und schrP oder ModA (50%)	S	5
5.3/ 6.3	Seminar ¹	4	ModA oder Präs	S	5
	Studienschwerpunkt (siehe Tabelle unten)	12	siehe unten		15

7. Studiensemester (12 SWS)

Nr.	7. Studiensemester	SWS	Prüfungsform gem. SPO	Veranstaltungsform	ECTS
7.1	Entrepreneurship	4	ModA	S	5
7.2	Unternehmensführung	4	schrP oder ModA oder Präs	SU	5
7.3	Allgemeinwissenschaftliche Module	4	§ 7 Abs. 2 ASPO	§ 7 Abs. 2 ASPO	5
	Bachelorarbeit				12
	Bachelorkolloquium				3

¹ Seminare 5.3 und 6.3 können sowohl im 5. als auch im 6. Semester belegt werden. S. dazu die jeweiligen Modulbeschreibungen

2.2. Studienschwerpunkte

Die Studienschwerpunkte dienen der Vermittlung berufsqualifizierender vertiefter Kompetenzen in einem betriebswirtschaftlichen Funktions- und Anwendungsbereich.

Dabei wird besonderer Wert auf eine Ausgewogenheit zwischen dem Aneignen eines fachlichen und methodischen Wissens und der praxisorientierten Einübung in der Anwendung dieses Wissens durch Fallstudien und Planspiele gelegt. Dabei kommt dem projektorientierten Studium und der gezielten Zusammenarbeit in Teams eine besondere Bedeutung zu.

Der besondere Aufbau des Schwerpunktstudiums bietet den Studierenden eine ausreichende fachliche Spezialisierung in einem ersten Studienschwerpunkt und in einem zweiten Schritt die Wahl zwischen einer stärker ergänzenden Querschnittsorientierung oder einer weiteren fachlichen Vertiefung.

Agiles Projektmanagement (AP)

Modulnummer	Modultitel	Modultitel (englisch)	SWS	ECTS	Prüfungsform (SPO)
AP.1	Modernes Projektmanagement	Modern Project Management	4	5	ModA
AP.2	Projekt- und Changemanagement	Project and Change Management	4	5	ModA
AP.3	Projektstudie: Agilität	Project Study: Agility	4	5	ModA

Bank-, Finanz- und Risikomanagement (BF) I

Modulnummer	Modultitel	Modultitel (englisch)	SWS	ECTS	Prüfungsform (SPO)
BF.1	Investitionsmanagement	Investment Management	4	5	schrP oder ModA
BF.2	Finanzmanagement	Corporate Finance	4	5	schrP oder ModA
BF.3	Bank- und Risikomanagement	Bank & Risk Management	4	5	schrP oder ModA

Bank-, Finanz- und Risikomanagement (BF) II

Modulnummer	Modultitel	Modultitel (englisch)	SWS	ECTS	Prüfungsform (SPO)
BF.4	Corporate and Commercial Banking	Corporate and Commercial Banking	4	5	schrP oder ModA
BF.5	Finanzderivate	Financial Derivatives	4	5	ModA
BF.6	Financial Modeling	Financial Modeling	4	5	ModA

Corporate Law & Leadership (wird im SoSe 2023 nicht angeboten)

Modulnummer	Modultitel	Modultitel (englisch)	SWS	ECTS	Prüfungsform (SPO)
CL.1	Start Up – Recht	Start Up: Legal Preparedness	4	5	ModA (80%) und Präs (20%)
CL.2	Führung und Verantwortung – rechtliche Praxis	Leadership and Liability – Legal Practice	4	5	ModA (80%) und Präs (20%)
CL.3	Recht in der Digitalisierung	Law and Digitization	4	5	ModA (80%) und Präs (20%)

Controlling

Modulnummer	Modultitel	Modultitel (englisch)	SWS	ECTS	Prüfungsform (SPO)
CO.1	Operatives Controlling	Operational Management Accounting and Controlling	4	5	schrP oder ModA
CO.2	Aspekte der Strategie und Digitalisierung im Controlling	Strategy and Digitalization in Management Accounting	4	5	schrP oder ModA
CO.3	Modelling und Unternehmensbewertung	Financial Modelling and Valuation of Companies	4	5	schrP oder ModA

Digital Business Transformation (DB)

Modulnummer	Modultitel	Modultitel (englisch)	SWS	ECTS	Prüfungsform (SPO)
DB.1	Digital Process Management	Digital Process Management	4	5	ModA
DB.2	Digital Business Models	Digital Business Models	4	5	ModA
DB.3	Project Study: Digital Technologies	Project Study: Digital Technologies	4	5	ModA

Human Resource Management (HR) I

Modulnummer	Modultitel	Modultitel (englisch)	SWS	ECTS	Prüfungsform (SPO)
HR.1	Führung und People Management	Leadership and People Management	4	5	ModA
HR.2	Employer-Branding und HR Marketing	Employer Branding and HR Marketing	4	5	ModA
HR.3	Talentmanagement & Development	Talent Management & Development	4	5	schrP

Human Resource Management (HR) II

Modulnummer	Modultitel	Modultitel (englisch)	SWS	ECTS	Prüfungsform (SPO)
HR.4	Compensation Benefits	Compensation Benefits	4	5	ModA
HR.5	HR-Controlling	HR Controlling	4	5	ModA
HR.6	Arbeitsrecht für Manager	Labour Law for Managers	4	5	ModA

International Management (IM) I

Modulnummer	Modultitel	Modultitel (englisch)	SWS	ECTS	Prüfungsform (SPO)
IM.1	Global Leadership	Global Leadership	4	5	ModA
IM.2	Going Global	Going Global	4	5	ModA
IM.3	Managing Innovation	Managing Innovation	4	5	ModA

International Management (IM) II

Modulnummer	Modultitel	Modultitel (englisch)	SWS	ECTS	Prüfungsform (SPO)
IM.4	Cross-cultural Management and Negotiations	Elective International Management 1	4	5	ModA oder Präs
IM.5	International Financial Modeling	Elective International Management 2	4	5	ModA
IM.6	International Management Accounting and Financial Reporting	Elective International Management 3	4	5	ModA

Marketingmanagement (MM) I

Modulnummer	Modultitel	Modultitel (englisch)	SWS	ECTS	Prüfungsform (SPO)
MM.1	Marketingkommunikation	Marketing Communication	4	5	ModA
MM.2	Konsumgütermarketing und Marktforschung	Consumer Goods Marketing and Market Research	4	5	ModA
MM.3	Digital Retail and Service Marketing	Digital Retail and Service Marketing	4	5	ModA oder schrP (50%) und ModA (50%)

Marketingmanagement (MM) II

Modulnummer	Modultitel	Modultitel (englisch)	SWS	ECTS	Prüfungsform (SPO)
MM.4	BtB-Marketing und Sales	BtB-Marketing and	4	5	ModA oder

	Management	Sales Management Communication			schrP (50%) und ModA (50%)
MM.5	E-Commerce	E-Commerce	4	5	ModA oder Präs
MM.6	Markenführung	Brand Management	4	5	ModA

Nachhaltigkeitsmanagement (NM) I (wird im SoSe 2023 nicht angeboten)

Modul- nummer	Modultitel	Modultitel (englisch)	SWS	ECTS	Prüfungs- form (SPO)
NM.1	Wirtschaft neu denken	Re-Thinking Economy	4	5	ModA
NM.2	Elective operatives Nachhaltigkeitsmanagement I	Elective operational sustainability management I	4	5	ModA
NM.3	Elective Projektstudium I	Elective project study I	4	5	ModA

Nachhaltigkeitsmanagement (NM) II

Modul- nummer	Modultitel	Modultitel (englisch)	SWS	ECTS	Prüfungs- form (SPO)
NM.4	Normativ-strategisches Nachhaltigkeitsmanagement II - Wirtschaftsethik	Normative and Strategic Sustainability Management II - Business Ethics	4	5	ModA
MN.5	Elective operatives Nachhaltigkeitsmanagement II	Elective operational sustainability management II	4	5	ModA
MN.6	Elective Projektstudium II	Elective project study II	4	5	ModA

Rechnungswesen (RE)

Modul- nummer	Modultitel	Modultitel (englisch)	SWS	ECTS	Prüfungs- form (SPO)
RE.1	Einzelabschluss nach HGB und IFRS	Financial Accounting	4	5	schrP oder ModA
RE.2	Konzernrechnungslegung und – berichterstattung	Group Reporting	4	5	schrP
RE.3	Jahresabschlussanalyse, Wirtschaftsprüfung und Corporate Governance	Financial Statement Analysis, Auditing and Corporate Governance	4	5	schrP oder ModA

Servicemanagement (SM) (wird im SoSe 2023 nicht angeboten)

Modul- nummer	Modultitel	Modultitel (englisch)	SWS	ECTS	Prüfungs- form (SPO)
SM.1	Servicemanagement 1	Service Management 1	4	5	ModA oder Präs

SM.2	Servicemanagement 2	Service Management 2	4	5	ModA oder Präs
SM.3	Servicemanagement 3	Service Management 3	4	5	ModA oder Präs

Steuern (ST) I

Modulnummer	Modultitel	Modultitel (englisch)	SWS	ECTS	Prüfungsform (SPO)
ST.1	Steuerbilanz, Gewerbesteuer und IFRS	Tax Balance Sheet, Business Tax and IFRS	4	5	schrP oder ModA oder schrP (50%) und ModA (50%)
ST.2	Besteuerung der Rechtsformen	Company Taxation	4	5	schrP oder ModA oder schrP (50%) und ModA (50%)
ST.3	Internationale Aspekte der Unternehmensbesteuerung	International Taxation	4	5	schrP oder ModA oder schrP (50%) und ModA (50%)

Steuern (ST) II

Modulnummer	Modultitel	Modultitel (englisch)	SWS	ECTS	Prüfungsform
ST.4	Abgabenordnung und anwendungsorientierte Fallstudien	General Tax Code and Case Studies	4	5	schrP oder ModA oder schrP (50%) und ModA (50%)
ST.5	Umwandlungsteuer und Erbschaftsteuer	Reorganisation Tax Act and Inheritance Tax Act	4	5	schrP oder ModA oder schrP (50%) und ModA (50%)
ST.6	Praxis der Steuerberatung	Practice of Tax Advice	4	5	schrP oder ModA oder schrP (50%) und ModA (50%)

Supply Chain Innovation (SI)

Modulnummer	Modultitel	Modultitel (englisch)	SWS	ECTS	Prüfungsform (SPO)
SI.1	Internationale Beschaffung	Global Sourcing	4	5	schrP oder ModA oder Präs
SI.2	Nachhaltiges Supply Chain Management	Sustainable Supply Chain Management	4	5	schrP oder ModA oder Präs
SI.3	Supply Chain Management und Digitalisierung	Digital Supply Chain Management	4	5	schrP oder ModA oder Präs

Supply Chain Prozesse (SP)

Modulnummer	Modultitel	Modultitel (englisch)	SWS	ECTS	Prüfungsform (SPO)
SP.1	Beschaffungslogistik und Supply Management	Inbound Logistics and Supply Management	4	5	schrP oder ModA
SP.2	Operations und Supply Chain Management	Operations and Supply Chain Management	4	5	schrP oder ModA oder Präs
SP.3	Distributionslogistik und -strategien	Distribution Logistics and Strategies	4	5	schrP oder ModA

Versicherungsmanagement (VM) (wird im SoSe 2023 nicht angeboten)

Modulnummer	Modultitel	Modultitel (englisch)	SWS	ECTS	Prüfungsform (SPO)
VM.1	Versicherungsbetriebswirtschaft	Insurance Business Management	4	5	schrP oder ModA
VM.2	Risiko- und Kapitalmanagement	Risk & Capital Management	4	5	schrP oder ModA
VM.3	Digitales Versicherungsmanagement	Digital Insurance Management	4	5	schrP oder ModA

2. Modulbeschreibungen

1.1 Allgemeine Betriebswirtschaftslehre

Modulnr.	1.1		
Titel	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre		
Verwendbarkeit	Eingangsvoraussetzung für das gesamte Spektrum der betriebswirtschaftlichen Fächer		
Modultyp	Pflichtfach		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	Wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	1. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen	Keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Keine
Prüfungsform	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	Keine
ErstprüferIn	Prof. Dr. Florian Klug		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Dominik Hammer, Michael C. Schmid, Prof. Dr. Bernhard Wach		
DozentInnen:	Prof. Dr. Dominik Hammer, Prof. Dr. Florian Klug, LBA Michael Christoph Schmid, Prof. Dr. Bernhard Wach		

Lernziele / Kompetenzen:

Nach dem Besuch dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage wesentliche Grundbegriffe und Zusammenhänge der Betriebswirtschaftslehre zu verstehen, zu beurteilen und auch kritisch zu hinterfragen. Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, die grundlegenden betrieblichen Vorgänge in Bezug auf Struktur, Organisation und Prozesse in Wirtschaftsunternehmen zu beschreiben und zu beurteilen. Zunächst werden grundlegende betriebswirtschaftliche Prozesse und deren Zusammenhänge vermittelt. Im Anschluss daran lernen die Studierenden, anhand von produktspezifischen Fallstudien, betriebswirtschaftliche Modelle und Methoden einzusetzen und anzuwenden. Der seminaristische Charakter der Veranstaltung ermöglicht den Studierenden, sich zu betriebswirtschaftlichen Fragestellungen auszutauschen und eigene Standpunkte einzunehmen und zu vertreten.

Inhalte:

- Fallstudie Modul Marketing: Konkurrenzanalyse, Preisanalyse, Marketing Mix, Produktpositionierung, Trendanalyse, Wettbewerberanalyse, Konsumentenanalyse
- Fallstudie Modul Supply Chain: Analyse der Beschaffungs-, Produktions- und Distributions-Materialflüsse, Zielsystem des Supply Chain Managements, Transport-, Umschlags- und Lagerungsprozesse in der Supply Chain, Frachträgeranalyse, Frachtkostenkalkulation
- Fallstudie Modul Sourcing: Beschaffungsquellen und Beschaffungsobjekte, Einkaufsstrategien, Beschaffungsportfolio, Warengruppenmanagement, Beschaffungsmarkanalyse, Preistrend, Risikoanalyse

- Gruppenspezifische Abschlusspräsentation

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):*
 - Vermittlung und Anwendung einfacher betriebswirtschaftlicher Modelle wie SWOT-Analyse, Portfolio-Matrix, Benchmarking, Porter Five Forces Modell, Supply Network Modelle
 - Vermittlung und Analyse von betrieblichen Kennzahlen wie Eigenkapitalquote, Liquidität, Cash Flow, Rendite
- *Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
 - Analyse von quantitativ erhobenen betriebswirtschaftlichen Kennzahlen (z.B. Branchenkennzahlen, Häufigkeitsverteilungen, etc.)
- *Qualitativ-Interpretative Methoden (Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*
 - Heranziehen und Interpretation von Fallstudien, Expertenmeinungen, Unternehmensdokumenten.

Lehr-und Lernmethoden:

Planspiel, Fallstudienorientiertes und Aktivierendes Lernen, Präsentation von Arbeitsergebnissen in der Gruppe mit Leistungsfeedback

Literatur:

- Factory Handbuch (2019) – Ein Crashkurs in Betriebswirtschaft, Business Training International GmbH, Stuttgart.
- Thommen, J. P. et al. (2018). Allgemeine Betriebswirtschaftslehre: Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht (8., vollst. überarb. Aufl.). Wiesbaden: Springer Gabler.
- Thommen, J. P. et al. (2018). Allgemeine Betriebswirtschaftslehre: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre Arbeitsbuch: Repetitionsfragen – Aufgaben – Lösungen (8. überarb. Aufl.). Wiesbaden: Springer Gabler. Wiesbaden: Springer Gabler.

1.2 Marketing

Modulnr.	1.2		
Titel	Marketing		
Verwendbarkeit	Basiswissen und -verständnis von Grundlagen des Marketings und der marktorientierten Unternehmensführung, welche in sämtlichen betriebswirtschaftlichen Tätigkeiten und insbesondere in operativen marketingbezogenen Tätigkeiten erforderlich sind.		
Modultyp	Pflichtfach		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	Wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	1. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen	Wöchentliche Marketingübung	Erforderliche Vorkenntnisse	Keine
Prüfungsform	schrP (60%) und Präs (40%)	Zugelassene Hilfsmittel	Nicht programmierbarer Taschenrechner
ErstprüferIn	Prof. Dr. Eva Anderl		
ZweitprüferIn	BA Michael Christoph Schmid, Marc Dalkolmo		
DozentInnen:	Prof. Dr. Eva Anderl, LBA Michael Christoph Schmid, Marc Dalkolmo		

Lernziele / Kompetenzen:

Die Studierenden sind nach der Veranstaltung in der Lage, die Grundlagen des Marketings und der marktorientierten Unternehmensführung zu verstehen und im Kontext der betriebswirtschaftlichen Abläufe eines Unternehmens einzuordnen. Die Studierenden verstehen grundlegende qualitative und quantitative Methoden und Werkzeuge der Marketingmanagements und können diese beispielhaft anwenden. Die Lehrveranstaltung befähigt die Studierenden dazu, die Fachinhalte adäquat zu verbalisieren und entsprechende Diskussionen mit Peers zu führen. Ein besonderes Augenmerk richtet sich auf die Aspekte Nachhaltigkeit und Digitalisierung bei der entsprechenden Leistungsvermarktung.

Inhalte:

- Allgemeine Grundlagen des Marketings und der Marketing-Konzeption im Business-to-Consumer- (B2C) und Business-to-Business-Bereichs (B2B) Kontext
- Grundzüge der Marketing-Planung und Marketing-Analyse
- Marketing-Ziele
- Marketing-Strategie
- Marketing-Instrumente u.a.
 - Produktpolitik
 - Preispolitik
 - Distributionspolitik
 - Kommunikationspolitik
- Digitale Transformation im Marketing

- Nachhaltigkeits-Marketing
- Marketing-Controlling
- Ausgewählte Praxisbeispiele und Fallstudien

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):*
 - Quantitative und qualitative Methoden der Markt- und Marketingforschung
 - Betriebswirtschaftliche Modelle u.a. SWOT, PIMS, Portfolio-Analysen, Benchmarking.
- *Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
 - u.a. Distributionsgradmessung, Marktpotentialanalyse, Preiselastizitätsanalyse, Wirtschaftlichkeitsanalysen (Break-Even-Analyse, Amortisationsrechnung, Kapitalwertrechnung, Tausendernutzer- und –kontaktpreis etc.), Paneluntersuchungen
- *Qualitativ-Interpretative Methoden (Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*
 - u.a. Befragungen, Fokus-Gruppen, Experimente, Beobachtungen, Blickregistrierung, Tachistoskop, Lead-User-Methode, Produkt- und Konzepttests, Markttest

Lehr-und Lernmethoden:

Interaktive Vorlesung und webinare über Grundlagen des Marketings und der marktorientierten Unternehmensführung. Anwendung der erlernten Methoden und Werkzeuge anhand von konkreten Praxisbeispielen in Kleingruppen und dem flipped-classroom-Ansatz. Veranschaulichung der Lehrinhalte anhand von Beispielen aus der Praxis der Dozenten und der Unternehmenskooperationen der Fakultät. Eine zusätzliche Vertiefung und Anwendung des Wissens findet in den wöchentlichen Übungen statt.

Literatur:

- Kreutzer, R.T., Praxisorientiertes Marketing, (aktuellste Auflage)
- Einzelne Fachliteratur, Aufsätze oder Journal-Beiträge werden während der Vorlesung benannt

1.3 Bilanzierung und Jahresabschluss

Modulnr.	1.3		
Titel	Bilanzierung und Jahresabschluss		
Verwendbarkeit	Dieses Modul ist Grundlage und Voraussetzung für weitere Veranstaltungen wie Kosten- und Leistungsrechnung bzw. für die Schwerpunkte Rechnungswesen und Controlling sowie Steuern.		
Modultyp	Pflichtfach		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	Wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	1. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen	Keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Keine
Prüfungsform	schrP (MC) (60 Min)	Zugelassene Hilfsmittel	Gesetzestexte (HGB), Taschenrechner
ErstprüferIn	Prof. Dr. Rodt / Prof. Dr. Schwarzmann		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Langmann/ Prof. Dr. Trauttmansdorff		
Fachverantwortung	Prof. Dr. Rodt / Prof. Dr. Schwarzmann		
DozentInnen:	Prof. Dr. Huber-Jahn, Prof. Dr. Langmann, Prof. Dr. Rodt, Prof. Dr. Schwarzmann, Prof. Dr. Steiner, Prof. Dr. Trauttmansdorff		

Lernziele / Kompetenzen:

Die Studierenden sind in der Lage, Geschäftsvorfälle sachgerecht zu buchen und zu bilanzieren. Sie verfügen über grundlegende Kenntnisse der Buchungstechnik und der Bilanzierung. Sie kennen die Bilanzierungsvorschriften und deren praktische Umsetzung für alle zentralen Positionen des Jahresabschlusses, wie insbesondere Bilanzierung des Anlage- und des Umlaufvermögens, Rechnungsabgrenzungsposten, Eigenkapital, Rückstellungen, Verbindlichkeiten und Gewinn- und Verlustrechnung. Die Studierenden können Geschäftsvorfälle buchhalterisch umsetzen und verstehen deren Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage. Damit sind die Studierenden in der Lage, Jahresabschlüsse aufstellen und zu analysieren.

Inhalte:

- Aufgaben der Buchführung als Teil des betrieblichen Rechnungswesens
- Vorschriften zur Buchführungspflicht und zur Bilanzierung
- Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung
- Buchführungstechnik und Vorabschlussarbeiten
- Inventur und Inventar
- Allgemeine Bilanzierungsgrundsätze
- Bilanzausweis und Bilanzgliederung
- Bilanzierungsfähigkeit
- Bilanzwerte und Bewertungsprinzipien
- Darstellung der Bilanzierung einzelner Bilanzpositionen (Anlagevermögen, Umlaufvermögen, Rechnungsabgrenzungsposten, Eigenkapital, Fremdkapital) anhand praktischer Beispielfälle

- Gewinn- und Verlustrechnung
- Anhang und Lagebericht

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):*
Einführender Überblick über Modelle und Methoden der Bilanzierung und der Jahresabschlussanalyse,
Analyse der Auswirkungen unternehmerischer Entscheidungen auf den Jahresabschluss
- *Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
Quantitative Berechnung und Analyse von bilanziellen Größen und Kennzahlen
- *Qualitativ-Interpretative Methoden (Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*
Interpretation und Diskussion von Fallstudien

Lehr- und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht
- Diskussion, Fallbeispiele
- Übungen
- Gruppenarbeit

Literatur:

Detaillierte Literaturhinweise erfolgen in der Veranstaltung.

Literaturauswahl:

- Buchholz, R.: Grundzüge des Jahresabschlusses nach HGB und IFRS, aktuelle Auflage, München.
- **Coenenberg, A. G. / Haller, A. / Mattner, G. / Schultze, W.: Einführung in das Rechnungswesen - Grundlagen der Buchführung und Bilanzierung, aktuelle Auflage, Stuttgart.**
- Hufnagel, W./Holdt, W.: Einführung in die Buchführung und Bilanzierung, aktuelle Auflage, Herne/Berlin.
- Meyer, C.: Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht, aktuelle Auflage, Herne/Berlin.
- Quick, R.: Bilanzierung in Fällen, aktuelle Auflage, Stuttgart.
- Schmolke, S./Deitermann, M.: Industrielles Rechnungswesen IKR, aktuelle Auflage, Darmstadt.
- Zschenderlein, O: Kompakt-Training Buchführung, aktuelle Auflage, Ludwigshafen.

1.4 Unternehmensorganisation

Modulnr.	1.4		
Titel	Unternehmensorganisation		
Verwendbarkeit	Für alle betriebswirtschaftlichen Studiengänge		
Modultyp	Pflichtfach		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	Wöchentlich Präsenzveranstaltung
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	1. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen	Keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Keine
Prüfungsform	schrP	Zugelassene Hilfsmittel	Keine
ErstprüferIn	Prof. Dr. Lars Brehm		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Jessica Slamka		
DozentInnen:	Prof. Dr. Lars Brehm, Prof. Dr. Jessica Slamka und Lehrbeauftragte		

Lernziele:

Die Bachelorstudierenden sind nach Besuch dieser Vorlesung in der Lage, den Wandel der „Organisationskonzepte von Unternehmen“ und insbesondere vier Gestaltungsbereiche (Strategie, Struktur, Kultur, Prozesse) und drei Entwicklungsansätze (Reorganisation, Organisationsentwicklung, Lernende Organisation) von Organisation zu verstehen.

Kompetenzen:

- Fachkompetenz**
 Nach der Vorlesung haben sich die Bachelorstudierenden ein umfassendes Wissen angeeignet, um eine „Aufbauorganisation und eine Ablauforganisation“ besser zu verstehen. Sie haben erlernt, a) welche Interventionsbereiche zur Gestaltung einer Organisation zur Verfügung stehen und b) wie es gelingt, eine Organisation zu flexibilisieren (bzw. zu agilisieren).
- Methodenkompetenz**
 Die Bachelorstudierenden erwerben sich methodische Kenntnisse in der Entwicklung von Organisationen über ausgewählte Vorgehensweisen von Unternehmen, die in der Vorlesung jeweils als Prozess aufgezeichnet werden, insbesondere die Reorganisation, die Organisationsentwicklung und die Lernende Organisation. Zudem finden Übungen statt, um den Wandel der Organisation zu einer „Innovationsorganisation“ im Kontext der Ambidextrie in kleinen Arbeitsgruppen (miteinander) zu diskutieren.
- Selbstkompetenz**
 Die Bachelorstudierenden erwerben sich weitere Kenntnisse zum Management von Organisationen über „Student Assignments“ (Fragestellungen), die sie (mit Kommilitonen gemeinsam) parallel zur Vorlesung bearbeiten bzw. anhand eines Buches lösen.

- **Sozialkompetenz**

Die Bachelorstudierenden werden ermuntert, in den Übungen in kleinen Arbeitsgruppen zusammen zu arbeiten bzw. die Student Assignments gemeinsam zu lösen, aber auch in den Vorlesungen Diskussionsbeiträge einzubringen, die weiter diskutiert werden. Ziel ist es, die „Kommunikation der Studierenden“ zu fördern.

Die Bachelorstudierenden erwerben sich somit ein fundiertes Wissen, wie sich Unternehmen grundsätzlich organisieren, aber vor allem auch wie sie sich flexibilisieren, damit sie für den zunehmenden (digitalen) Wandel (Wettbewerb, Mitarbeiterbedürfnisse) gerüstet sind.

Inhalte:

- **Einführung in das Management von Unternehmen und deren Auswirkungen auf die Organisation**
- **Unternehmen organisieren sich durch Strategien:** Strategiekonzeptionen und deren Implikationen für die Gestaltung von Organisationsstrukturen werden betrachtet.
- **Unternehmen organisieren sich durch Strukturen:** Alternative Formen von Organisationsstrukturen (von der Linienorganisation zur Netzwerkorganisation) werden betrachtet sowie deren Ausgestaltung in Abhängigkeit von den „Interessen des Managements von Unternehmen“ diskutiert.
- **Unternehmen organisieren sich durch Kulturen:** Charakteristika von Unternehmenskulturen sowie Funktionen der Kulturentwicklung werden diskutiert.
- **Unternehmen organisieren sich aktiv/kontinuierlich durch bestimmte Entwicklungsansätze:** Ansätze der Reorganisation, der Organisationsentwicklung und der Lernenden Organisation werden vorgestellt.
- **Prozessmanagement und Prozessorganisation** – Überblick über das Management von Unternehmens- und Innovationsprozessen in Unternehmen inklusive deren Identifikation, Gestaltung, Modellierung, Steuerung und Optimierung.
- **Wandel von der „Linienorganisation zur Organisationalen Ambidextrie“**

Eingesetzte Modelle / Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- Das St. Galler Managementmodell
- Praktische Gestaltungsansätze mit aktuellen Beispielen aus Unternehmen

Lehr- und Lernmethoden:

- **Vorlesung** mit Fragestellungen (Diskussion) zum Strategie-, Struktur-, Kultur- und Prozessmanagement
- **Begleitende „Student Assignments“** – Frage-/Aufgabenstellungen zur Selbstbearbeitung (Nach- und Vorbereitung der Übung – auch in selbstorganisierenden Kleingruppen)
- **Übungsaufgaben** zur Gestaltung einer Innovationsorganisation (oder Startup-Organisation)

Literatur:

- **Gadatsch, A., 2020.** Grundkurs Geschäftsprozess-Management: Analyse, Modellierung, Optimierung und Controlling von Prozessen. Springer Fachmedien Wiesbaden, Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-27812-0>
- **HABELT, WOLFGANG & SONNABEND, MICHAEL 2013:** Führung, wohin führst Du? Wir Führungskräfte Unternehmenswerte optimieren – vergüten – bilanzieren. München: Oldenbourg Verlag.
- **HUBER; DANIEL 2015 et al:** Bridging the Innovation Gap – Bauplan des innovativen Unternehmens. Berlin: Springer Verlag.
- **Rücker, B., Freund, J., 2019.** Praxishandbuch BPMN - Mit Einführung in DMN, 6th ed. Hanser, München.
- **Schmelzer, H. & Sesselmann, W. 2020.** Geschäftsprozessmanagement in der Praxis, 9. Auflage, Hanser.

- **Schulte-Zurhausen, M., 2014.** Organisation, 6., überarbeitete und aktualisierte Aufl., Verlag Franz Vahlen.
- **Vahs, D. 2019:** Organisation: Ein Lehr- und Managementbuch. 10. Auflage. Frankfurt: Schäffer-Poeschel Verlag.

1.5 Human Resource Management

Modulnr.	1.5		
Titel	Human Resource Management		
Verwendbarkeit	Grundlagenfach für alle Studiengänge mit betriebswirtschaftlicher Ausrichtung		
Modultyp	Pflichtfach		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	Wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	1. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen	Keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Keine
Prüfungsform	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	Keine
ErstprüferIn	Prof. Dr. Jutta Schweitzer		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Christian Gärtner, Prof. Dr. Robert Holzapfel		
DozentInnen:	Prof. Dr. Gärtner, Prof. Dr. Holzapfel, Prof. Dr. Maier, Prof. Dr. Schweitzer		

Lernziele / Kompetenzen:

Die Studierenden sind nach dem Besuch des Moduls in der Lage, das Human Resource Management (HRM - Personalwirtschaft) als betriebswirtschaftliche Spezialfunktion zu erkennen, seine Ziele, Handlungsfelder und Instrumente, sowie seine Wirkungen und Effekte auf den betrieblichen Erfolg zu beurteilen.

In Übungen wird die Anwendung von HR Instrumenten analog wie digital trainiert sowie der argumentative Austausch gefördert. Die Kompetenzentwicklung soll durch interaktive Seminarelelemente in allen Kompetenzdimensionen (fachlich, methodisch, insbesondere aber auch personal und sozial) gefördert werden.

Inhalte:

- HR Grundlagen
- HR Politics
- Leadership
- HR Marketing & Employer Branding
- Talentmanagement
- HR Retention & Development,
- HR Compensation, Benefits & Performance
- HR Controlling und Analytics
- Personalab- und umbau

Lehr-und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht mit Übungen
- Diskussion in Klein- und Großgruppen
- Fallbeispiele und digitale Anwendungen

Literatur:

- Bartscher, Th.; Nissen, R.: Personalmanagement: Grundlagen, Handlungsfelder, Praxis, 2. Auflage, 2017
- Drumm, H. J.: Personalwirtschaft, 6.Auflage, 2008
- Holtbrügge, D. Personalmanagement. 7. Auflage, 2018
- Kirschten, U.: Nachhaltiges Personalmanagement, Aktuelle Konzepte, Innovationen und Unternehmensentwicklung, 2017
- Kolb, M.: Personalmanagement – Grundlagen, Konzepte Praxis, 2. Auflage, 2010
- Olfert, K.: Personalwirtschaft, 16. Auflage, 2010
- Scholz, C., & Scholz, T.: Grundzüge des Personalmanagements. 3. Auflage, 2019

1.6 Grundlagen der Mathematik und Statistik

Modulnr.	1.6		
Titel	Grundlagen der Mathematik und Statistik		
Verwendbarkeit	Grundlage für alle betriebswirtschaftlichen Studiengänge		
Modultyp	Pflichtfach		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	Wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	1. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen	Keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Keine
Prüfungsform	schrP (60 min)	Zugelassene Hilfsmittel	Open book
ErstprüferIn	Prof. Dr. Markus Wessler		
ZweitprüferIn	LBA Helge Röpcke		
DozentInnen:	Prof. Dr. Markus Wessler, LBA Helge Röpcke, LB Dr. Peter Petroff		

Lernziele / Kompetenzen:

Nach dem Besuch dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, die wesentlichen Grundlagen der Differenzial- und Integralrechnung und der linearen Algebra sowie der deskriptiven Statistik und Wahrscheinlichkeitstheorie auf praktische betriebswirtschaftliche Fragestellungen anzuwenden und die Ergebnisse im Sachkontext zu bewerten. Sie bearbeiten Problemstellungen aus betriebswirtschaftlichen Bereichen eigenständig mithilfe entsprechender mathematischer und statistischer Modelle und ggf. geeigneter Software. Die Studierenden können sich insbesondere in den Übungseinheiten in kleineren Gruppen über die zu behandelnden Problemstellungen austauschen. Durch den Besuch dieses Moduls erkennen die Studierenden die Notwendigkeit eines Zusammenspiels von mathematischen und statistischen Fertigkeiten und betriebswirtschaftlichem Verständnis.

Inhalte:

Praxisorientierte Vermittlung der Grundlagen folgender Bereiche:

- Elementare ökonomische Funktionen
- Differenzial- und Integralrechnung
- Grundlagen deskriptiver Statistik: Häufigkeiten, Lageparameter, Streuungsparameter, Histogramm, Verteilungsfunktionen, Kontingenztabellen, Chi-Quadrat
- Grundlagen der Wahrscheinlichkeitsrechnung: diskrete und stetige Zufallsvariablen, Erwartungswert und Varianz, Dichtefunktionen
- Lineare Algebra und Matrizen

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):*
Eingehende Untersuchung ökonomischer Funktionen und ihrer Änderungsraten, Matrizenrechnung

- *Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
Gauß-Algorithmus, Poisson-Verteilung
- *Qualitativ-interpretative Methoden (Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*
Interpretation von Lösungen im Sachkontext, Diskussionen

Lehr-und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht
- Selbstgesteuertes Lernen

Literatur:

- Helge Röpcke, Markus Wessler: Wirtschaftsmathematik (Hanser)
- Robert Galata, Sandro Scheid: Deskriptive und induktive Statistik (Hanser)

2.1 Grundlagen der Mikroökonomik

Modulnr.	2.1		
Titel	Grundlagen der Mikroökonomik		
Verwendbarkeit	Grundlage für alle Studiengänge mit betriebswirtschaftlicher Ausrichtung		
Modultyp	Pflichtfach		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	Wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	2		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen	Keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Grundlagen der Mathematik und der Statistik
Leistungsnachweis	schrP (60Min) Fernaufsicht	Zugelassene Hilfsmittel	Nicht-programmierbarer Taschenrechner
ErstprüferIn	Prof. Dr. Henzel; Prof. Dr. Holzner, Prof. Dr. Hülsewig		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Henzel; Prof. Dr. Holzner, Prof. Dr. Hülsewig		

Lernziele / Kompetenzen:

Die Studierenden sind in der Lage, das Verhalten von Unternehmen auf Märkten zu verstehen und zu analysieren. Sie erhalten Einblicke in die Funktionsweise von Märkten, die durch verschiedene Formen von Marktmacht charakterisiert sind. Sie verstehen, dass staatliche Eingriffe in das Marktergebnis bei Marktversagen notwendig sind, um allokativen Verzerrungen zu korrigieren. Gleichzeitig erkennen sie, dass staatliche Eingriffe in das Marktgeschehen selbst eine Quelle von allokativen Verzerrungen sein können, wenn diese bei reibungslos funktionierenden Märkten erfolgen. Die Studierenden sind in Lage die erlernten Modelle auf wirtschaftliche Beobachtungen zu übertragen und diese Beobachtungen zu erklären und zu interpretieren. Sie entwickeln eine individuelle Einstellung zum Marktgeschehen. Durch Übungseinheiten können die Studierenden selbstständig das Erlernte nachvollziehen und vertiefen. Sie können Aufgaben und Probleme strukturiert angehen.

Inhalte:

- Volkswirtschaftliche Grundbegriffe und Fragestellungen
- Funktionsweise von Märkten
- Produktionsentscheidungen der Unternehmen, Grundlagen der Produktion- und Kostentheorie, Ableitung des Güterangebots der Unternehmung und des marktmäßigen Angebots
- Preisbildung bei alternativen Marktformen
- Marktversagen, Wirtschaftspolitik und allokativen Verzerrungen

Methoden:

- *Modelle und Methoden der Analyse:*
Mathematische Modelle für die Lehre, Funktionsgraphen
- *Quantitativ:*
Differentialrechnung, Optimierungsprobleme, Lagrange Verfahren
- *Qualitativ:*
Fallstudien

Lehr- und Lernmethoden:

Vorlesung mit seminaristischem Unterricht

Literatur:

- Mankiw N. G., Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 6. Aufl., Stuttgart 2016
- Pindyck R. S., D. L. Rubinfeld, Mikroökonomie, 9. akt. Aufl., München u.a. 2018
- Samuelson P. A., W. D. Nordhaus, Volkswirtschaftslehre, 5. Aufl., München 2016
- Brunner S., K. Kehrlé, Volkswirtschaftslehre, 3. Aufl., München 2014

2.2 English for Business and Entrepreneurship

Modulnr.	2.2		
Titel	English for Business and Entrepreneurship		
Verwendbarkeit	Für alle betriebswirtschaftlichen Studiengänge		
Modultyp	Pflichtfach		
Lehrform	Seminar	Angebotsfrequenz	Wöchentlich
Lehrsprache	Englisch		
Semester	2		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen	Keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Englisch - (Fach)Abitur oder vergleichbares Niveau
Leistungsnachweis	schrP (60 Min.)	Zugelassene Hilfsmittel	Keine
ErstprüferIn	LfBA Frau Sheila Scott		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Nicole Brunnhuber		
DozentInnen	Frau Mercedes Duff, LfBA Frau Sheila Scott, Dr. Patrick Schultz, Frau Radha Shah		

Lernergebnis:

Nach erfolgreichem Abschluss dieses Moduls sind Studierende in der Lage, sich der Fachterminologie in der englischen Sprache zu bedienen und betriebswirtschaftliche Themen für die geschäftliche Praxis und englischsprachige Wirtschaftslehre eigenständig zu recherchieren, analysieren und fachsprachlich angemessen wiederzugeben. Zudem verfügen sie über erweiterte Kenntnisse der Geschäftspraxis und der betriebswirtschaftlichen Bedingungen in anderen Regionen.

Fachkompetenz:

Studierende können betriebswirtschaftliche Sachverhalte in englischer Sprache eigenständig evaluieren und erläutern. Die Studierenden vertiefen ihre Kenntnisse internationaler Geschäftspraxis und werden mit digitalen Fachmedien in der englischen Sprache vertraut. Die Studierenden können sich selbst und ihre Organisation bzw. ihr Unternehmen angemessen und fachlich kompetent im internationalen Kontext in der englischen Sprache selbstsicher vertreten.

Methodenkompetenz:

Durch Diskussion, Übungen und die Bearbeitung von multimedialen Inhalten und Druckmedien in englischer Sprache erweitern die Studierenden kontinuierlich den Fachwortschatz, verbessern Hörverständnis und sprachliche Wiedergabe. Durch angeleitetes Selbststudium von Online-Fachmedien und -Wirtschaftsdaten erwerben sie einen sicheren Umgang mit zuverlässigen digitalen Fachinhalten in englischer Sprache. Zudem können sie zwischen verschiedenen Formen der Sprache differenzieren und in verschiedenen Geschäftssituationen angemessen kommunizieren. Ferner sind sie befähigt, sich weiteres Fachvokabular kontextbezogen – allein oder in der Gruppe – zu erarbeiten.

Selbstkompetenz:

Studierende können ihre eigene englischsprachige Kommunikationskompetenz angemessen einschätzen und analysieren, um - darauf aufbauend - eigene Steigerungspotentiale zu erschließen und diese in einer Lernkurve umzusetzen. Darüber hinaus sind sie befähigt effizient in der englischen Sprache eigenständig betriebswirtschaftliche Daten online zu recherchieren.

Sozialkompetenz:

Durch die Recherche und Bearbeitung von betriebswirtschaftlichen Themen in anderen Regionen vertiefen die Studierenden ihre Kenntnisse der Kulturen anderer Regionen. In Verbindung mit der erworbenen Kommunikationskompetenz in der englischen Sprache können die Studierenden unterschiedliche auch gesellschaftliche Situationen im internationalen Businesskontext bewältigen und zum interkulturellen Austausch kompetent beitragen.

Lehr- und Lernmethoden:

- Interaktiv
- Gruppenarbeit
- Selbststudium und eigene Vorbereitung

Literatur:

- Hart, Claire: Career Express: Business English B2, 2nd. ed. Berlin: Cornelsen, 2018
- Artikel, Studien und Berichte aus Print- und Onlinemedien

2.3 Kosten- und Leistungsrechnung

Modulnr.	2.3		
Titel	Kosten- und Leistungsrechnung		
Verwendbarkeit	Erlernen von Grundwissen der Kosten- und Leistungsrechnung		
Modultyp	Pflichtfach		
Lehrform	Deutsch	Angebotsfrequenz	Wöchentlich
Lehrsprache	Seminaristischer Unterricht		
Semester	2		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen	Bilanzierung und Jahresabschluss	Erforderliche Vorkenntnisse	Keine
Leistungsnachweis	schrP	Zugelassene Hilfsmittel	Taschenrechner
ErstprüferIn	Prof. Dr. Trauttmansdorff / Prof. Dr. Langmann		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Rodt		
DozentInnen	Prof. Dr. Körbs, Prof. Dr. Langmann, Prof. Dr. Rodt, Prof. Dr. Steiner, Prof. Dr. Trauttmansdorff		

Lernziele / Kompetenzen:

Die Studierenden sind nach dem Besuch des Moduls in der Lage, die Kosten- und Leistungsrechnung als Teilbereich des betrieblichen Rechnungswesens sachgerecht anzuwenden. Im Modul wird die Fähigkeit zum firmenspezifischen Aufbau und Ausgestaltung einer Kosten- und Leistungsrechnung vermittelt. Die Studierenden kennen zentrale Begriffe, die Verfahren und die Systeme der Kosten- und Leistungsrechnung. Sie können Methoden, Verfahren und Auswertungen der verschiedenen Kostenrechnungssysteme berechnen und erläutern. Die Studierenden werden des Weiteren dazu befähigt, einen Sachverhalt selbständig zu erschließen und anschließend eigenständig zu lösen. In der Lehrveranstaltung erlernen die Studierenden auch die Fähigkeit, Fachinhalte der Kosten- und Leistungsrechnung adäquat zu formulieren und zu diskutieren.

Inhalte:

- Abgrenzung internes und externes Rechnungswesen
- Einordnung der Kosten- und Leistungsrechnung in das betriebliche Rechnungswesen
- Ziele, Aufgaben und Grundbegriffe der Kosten- und Leistungsrechnung
- Kenntnisse der Aufgaben der Kostenartenrechnung
- Erfassung, Systematisierung, Bewertung, Abgrenzung und Verrechnung der Kosten
- Aufgabe und Zweck der kalkulatorischen Kosten
- Gestaltung, Durchführung und Auswertung einer Kostenstellenrechnung
- Bildung und Funktionen von Kostenstellen
- Verrechnung von Kosten interner und externer Leistungen innerhalb des Unternehmens
- Gestaltung und Aufbau einer Kostenträgerrechnung
- Verfahren der Kostenträgerstückrechnung
- Aufbau und Analyse der Kostenträgerzeitrechnung
- Bedeutung der kurzfristigen Erfolgsrechnung für die ergebnisorientierte Steuerung des Unternehmens
- Überblick, Aufbau und Anwendungsweise verschiedener Kostenrechnungssysteme
- Aufbau und Anwendungsbereiche der Vollkosten- und Teilkostenrechnung

- Einstufige und mehrstufige Deckungsbeitragsrechnung
- Deckungsbeitragsoptimale Produktionsprogrammplanung

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):*
Einführender Überblick über Modelle und Methoden der Kosten- und Leistungsrechnung, Analyse der Auswirkungen kostenrechnerischer Informationen auf unternehmerische Entscheidungen
- *Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):* Quantitative Berechnung und Analyse von kostenrechnerischen Größen und Kennzahlen
- *Qualitativ-Interpretative Methoden (Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*
Interpretation und Diskussion von Fallstudien

Lehr- und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht
- Diskussion, Fallbeispiele
- Übungen
- Gruppenarbeit

Literatur:

- Däumler K.-D., Grabe, J., Kostenrechnung 1. Herne/Berlin, aktuellste Auflage
- Däumler K.-D., Grabe, J., Kostenrechnung 2. Herne/Berlin, aktuellste Auflage
- Däumler K.-D., Grabe, J., Kostenrechnung 3. Herne/Berlin, aktuellste Auflage
- Haberstock L., Kostenrechnung I, Hamburg, aktuellste Auflage
- Haberstock L., Kostenrechnung II, Hamburg, aktuellste Auflage
- Joos-Sachse T., Controlling, Kostenrechnung und Kostenmanagement, Wiesbaden, aktuellste Auflage
- Möller H.P., Zimmermann J., Hüfner B., Erlös- und Kostenrechnung, aktuelle Auflage
- Gröger, M., Grundlagen der internen Unternehmenssteuerung, aktuelle Auflage

2.4 Wirtschaftsprivatrecht

Modulnr.	2.4		
Titel	Wirtschaftsprivatrecht		
Verwendbarkeit	Alle betriebswirtschaftlichen Studiengänge		
Modultyp	Pflichtfach		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	Wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	2		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50/40/20/40
Korrespondierende Veranstaltungen	Module des 2. Studiensemesters	Erforderliche Vorkenntnisse	Keine
Leistungsnachweis	schrP, 60 Min.	Zugelassene Hilfsmittel	BGB*
ErstprüferIn	Prof. Dr. Weiden		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Wende		
DozentInnen	Weiden, Wende, Vollmershausen, Schillinger, Holztrattner		

Lernziele / Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden die Grundzüge des deutschen Zivilrechts (insbesondere BGB) mit europarechtlichen Bezügen darstellen. Sie verstehen dadurch die rechtlichen Implikationen ihres betriebswirtschaftlichen Handelns. Sie üben nach einer Einführung in die juristische Methodenlehre die rechtliche Fallbearbeitung und lernen dadurch, typische juristische Fragestellungen zu erkennen und zu bearbeiten. Komplexe juristische Fälle können die Studierenden erkennen, analysieren und in den Grundzügen einer Lösung zuführen.

Inhalte:

Praxisorientierte Vermittlung folgender Inhalte:

- Abgrenzung des Zivilrechts von anderen Rechtsgebieten
- Einbettung des deutschen Zivilrechts in das Europarecht
- Verfassungsmäßige Grundlagen
- Rechtssubjekte und Rechtsobjekte
- Abgrenzung Rechtsfähigkeit, Geschäftsfähigkeit, Deliktsfähigkeit und Verschuldensfähigkeit
- Willenserklärungen, Realakte, geschäftsähnliche Handlungen
- Anfechtung
- Zustandekommen, Inhalt, Beendigung von Rechtsgeschäften
- Stellvertretung nach BGB und HGB, Voraussetzungen
- Recht der Allgemeinen Geschäftsbedingungen
- Fernabsatz und E-Commerce
- Leistungsstörungen
- Kaufvertrag und Gewährleistungsrecht
- Unerlaubte Handlungen
- Bereicherungsrecht
- Abstraktionsgrundsatz
- Grundlegende und fallübergreifende Analyse und Herangehensweise in juristischen Fragestellungen

Eingesetzte Methoden der Rechtswissenschaft:

- Methodik der Fallbearbeitung
- Blended Learning
- Fallstudien anhand aktueller Rechtsprechung
- Bearbeitung von Übungsfällen

Lehr-und Lernmethoden:

- Interaktiver Unterricht
- Angeleitetes Selbststudium in elektronischer Lernplattform
- Angebot vertiefender Inhalte in elektronischer Lernplattform

Literatur:

- Führich, Wirtschaftsprivatrecht: Bürgerliches Recht, Handelsrecht, Gesellschaftsrecht, Vahlen
- Aunert-Micus, et al., Wirtschaftsprivatrecht, Vahlen
- Köhler, BGB Allgemeiner Teil, C.H. Beck (Lehrbuch)
- Brox, Walker, Allgemeiner Teil des BGB, Vahlen
- Medicus, Petersen, Bürgerliches Recht, Vahlen
- Medicus / Lorenz, Schuldrecht I, Allgemeiner Teil, C.H. Beck
- Medicus/ Lorenz, Schuldrecht II, C.H. Beck
- Medicus, Bürgerliches Recht, Vahlen
- Schwab, Einführung in das Zivilrecht, C.F. Müller
- Grüneberg, BGB, C.H. Beck (Kommentar)
- Hemmer, Wüst, Tyroller, Grundwissen BGB AT
- Hemmer, Wüst, Tyroller, Schuldrecht AT
- Hemmer, Wüst, Tyroller, Schuldrecht BT I
- Kornblum, Schönemann, Privatrecht für den Bachelor: Multiple-choice-Aufgaben mit Lösungen, C.F. Müller
Weitere aktuelle Literaturhinweise in elektronischer Lernplattform

***Hilfsmittel:**

Die Studierenden benutzen in der Prüfung nur das Bürgerliche Gesetzbuch (ausschließlich Beck-Texte im dtv). Darin sind nur folgende Markierungen und Anmerkungen zugelassen:

- Unterstreichungen in einer durchgehend einheitlichen Farbe oder durchgehend entweder mit Bleistift oder Kugelschreiber
- Verweise auf andere gesetzliche Vorschriften: Eine Norm je Paragraph darf einschließlich des jeweiligen Gesetzeskürzels (zB „HGB“) am Rand notiert werden; auch insoweit darf nur einheitlich eine Farbe oder Bleistift bzw. Kugelschreiber verwendet werden
- Zusätzlich eingefügte Wörter im Gesetzestext sind nicht zugelassen.
- Durch eingeklebte Markierungszettel (nur eine Farbe ist zulässig) dürfen die o.g. Beschränkungen nicht umgangen werden; insbesondere dürfen auch auf diese Haftnotizen keine Wörter geschrieben werden.
- Bei Verstößen prüft die Prüfungskommission auf Veranlassung der Dozenten/Prüfungsaufsicht, ob ein Fall von Unterschleif vorliegt, der die Note 5 für die Prüfung insgesamt rechtfertigt.

2.5 Methoden und Konzepte von Informationssystemen

Modulnr.	2.5		
Titel	Methoden und Konzepte von Informationssystemen		
Verwendbarkeit	Studiengänge mit betriebswirtschaftlicher Ausrichtung		
Modultyp	Pflichtfach		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	Wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	2		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 50 / 40 / 10
Korrespondierende Veranstaltungen	Anwendungen und Systeme der Wirtschaftsinformatik	Erforderliche Vorkenntnisse	Keine
Leistungsnachweis	ModA (70%) und Präs (30%)	Zugelassene Hilfsmittel	Keine
ErstprüferIn	Prof. Dr. Jessica Slamka		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Markus Thimmel		
Fachverantwortung	Prof. Dr. Christian Greiner		
DozentInnen	Prof. Dr. Markus Thimmel, Prof. Dr. Jessica Slamka, LB Dr. Harald Seitz; LB Felix Höpfl		

Lernziele / Kompetenzen:

Die Studierenden sind in der Lage, die Logik der Programmentwicklung und des Programmierens zu verstehen sowie die gelernten Fähigkeiten der Programmentwicklung in einfachen, praktischen Programmierproblemen einzusetzen.

Inhalte:

- Programmieren: Programmieren im Kleinen (Logik, Ablauf, Strukturierung). Erlernen einer höheren Programmiersprache.
- Algorithmen und Datenstrukturen: Einfache Datenstrukturen und Algorithmen.
- Formale Konzepte: Theorien der Informatik (z. B. Zahlensysteme, Automaten und formale Sprachen, Berechenbarkeit, Graphen).
- Der Softwareentwicklungsprozess und dessen Methoden

Lehr- und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht

Literatur:

- D. Abts, W. Müller: Grundkurs Wirtschaftsinformatik, 9. Auflage, Springer Vieweg, 2017
- S. Dörn: Python lernen in abgeschlossenen Lerneinheiten, 2. Auflage, Springer Fachmedien Wiesbaden, 2020.
- H.R. Hansen, G. Neumann: Wirtschaftsinformatik, 11. Auflage De Gruyter Oldenburg, 2015
- S. Kämper, Grundkurs Programmieren in Visual Basic, Vieweg+Teubner, 3. Auflage, 2009
- K. C. Laudon, J. P. Laudon, D. Schoder: Wirtschaftsinformatik: Eine Einführung, Pearson Studium, 3. Auflage, 2015
- T. Ravens, Wissenschaftlich mit Excel arbeiten, Pearson Studium, München, 2003
- T. Theis: Einstieg in Python, Rheinwerk Computing; 5. Auflage; 2017

- Ergänzend wird unter Moodle interaktiv bereitgestellt: Reader, Artikel, Fallstudien und ergänzende Unterlagen

2.6 Methoden und Modelle der Optimierung

Modulnr.	2.6		
Titel	Methoden und Modelle der Optimierung		
Verwendbarkeit	Für alle betriebswirtschaftlichen Studiengänge		
Modultyp	Pflichtfach		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	2.Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50/40/40/20
Korrespondierende Veranstaltungen	keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Modul 1.6
Leistungsnachweis	schrP (60 min)	Zugelassene Hilfsmittel	Open book
ErstprüferIn	LBA Helge Röpcke		
ZweitprüferIn	LB Rita Augustin		
DozentInnen	LBA Helge Röpcke, LB Rita Augustin, LB Peter Petroff		

Lernziele / Kompetenzen:

Nach dem Besuch dieses Moduls sind die Studenten in der Lage Grundlagen und Optimierungsmethoden der mehrdimensionalen Differenzialrechnung und der Linearen Algebra auf praktische betriebswirtschaftliche Fragestellungen anzuwenden. Die Ergebnisse können die Studierenden im Sachkontext bewerten. Weiter haben sie die Fähigkeit erworben, Grundlagen der Finanzmathematik und der Zufallsvariablen im betriebswirtschaftlichen Kontext anzuwenden.

Problemstellungen aus betriebswirtschaftlichen Bereichen werden eigenständig mit Hilfe entsprechender quantitativer Methoden modelliert. Die Studierenden erwerben die Fähigkeit sich insbesondere in den Übungseinheiten in kleinen Gruppen über die zu behandelnden Problemstellungen auszutauschen.

Durch den Besuch dieses Moduls erkennen die Studenten die Notwendigkeit eines Zusammenspiels von quantitativen Fertigkeiten und betriebswirtschaftlichem Verständnis. Weiterhin sind sie in der Lage komplexe mathematische Zusammenhänge allgemeinverständlich zu kommunizieren.

Inhalte:

- Praxisorientierte Vermittlung der Grundlagen aus folgenden Bereichen:
- Mehrdimensionale Differenzialrechnung
- Optimierung von Funktionen in mehreren Veränderlichen
- Optimierung unter Nebenbedingungen
- Lineare Algebra (Ökonomische Anwendungen)
- Lineare Optimierung
- Finanzmathematik

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):
Eingehende Untersuchung ökonomischer Funktionen und ihrer Änderungsraten, Matrizenrechnung
- Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):

Gauß-Algorithmus, Lagrange-Methode, Simplex-Algorithmus

- *Qualitativ-Interpretative Methoden (z.B.: Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*
Interpretation von Lösungen im Sachkontext, Diskussionen

Lehr-und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht
- praktische Übungseinheiten

Literatur:

- Helge Röpcke, Markus Wessler: Wirtschaftsmathematik (Hanser)

3.1 Unternehmensbesteuerung

Modulnr.	3.1		
Titel	Unternehmensbesteuerung		
Verwendbarkeit	Grundlage für alle Studiengänge mit betriebswirtschaftlicher Ausrichtung		
Modultyp	Pflichtfach		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	Wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	3		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen	Keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Keine
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	Steuergesetze, Steuerrichtlinien, HGB, BGB *
ErstprüferIn	Prof. Dr. Kießling		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Scharl		
DozentInnen	Prof. Dr. Kießling, Prof. Dr. Scharl		

Lernziele / Kompetenzen:

Die Studierenden sind in der Lage, einfache, praxisnahe und betriebswirtschaftlich sowie unternehmerisch relevante Probleme des Umsatz- und Ertragssteuerrechts zu erkennen und eine ergebnisorientierte Lösung herauszufinden.

Es werden Problemstellungen aus den Bereichen Einkommensteuer, Gewerbesteuer, Körperschaftssteuer und Umsatzsteuer bearbeitet und anhand steuerrechtlicher Subsumtionstechniken eigenständig gelöst.

Die Studierenden verstärken ihre mündliche und schriftliche Ausdrucksfähigkeit durch Verfassen eigener Kurz-Gutachten.

Durch den Besuch der Veranstaltung erlernen die Studierenden, sich eigenständig aus den Gesetzen und den Richtlinien Informationen zu beschaffen, die der Falllösung dienen.

Inhalte:

- Vermittlung der Grundzüge des Umsatzsteuerrechts:
- Abgrenzung von steuerbaren zu nicht steuerbaren Umsätzen
- Darstellung der wesentlichen Steuerbefreiungen
- Ermittlung der Bemessungsgrundlagen
- Abgrenzung von regelbesteuerten zu ermäßigt besteuerten Sachverhalten
- Vorsteuerabzug
- Verfahrensrechtliche Aspekte und Besonderheiten
- Anwendung der Kenntnisse zur Lösung einfach strukturierter Praxisfälle
- Vermittlung der Grundzüge der Einkommensteuer, Gewerbesteuer und Körperschaftssteuer
- Aufzeigen der persönlichen Steuerpflicht in der Einkommensteuer, Gewerbesteuer und Körperschaftssteuer
- Abgrenzung der Einkunftsarten in der Einkommensteuer
- Ermittlung der Höhe der Einkünfte in der Einkommensteuer
- Erläuterung der Gewinn-Einkunftsarten und der Überschusseinkunftsarten anhand von Fällen

- Tarif und Steuerberechnung in der Einkommensteuer
- Ermittlung der Höhe der Einkünfte in der Körperschaftsteuer
- Tarif und Steuerberechnung in der Körperschaftsteuer
- Ermittlung der Höhe der Einkünfte in Einkommensteuer und Körperschaftsteuer anhand von unternehmerisch und betriebswirtschaftlich relevanten Beispielen
- Ermittlung des Gewerbeertrags (Hinzurechnungen und Kürzungen)
- Anwendung der Kenntnisse zur Lösung einfach strukturierter Praxisfälle

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):* Subsumtion
- *Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):* Vorteilhaftigkeitsanalysen bei steuerlichen Wahlrechten
- *Qualitativ-Interpretative Methoden (Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):* Auslegung steuerrechtlicher Vorschriften (wörtlich, teleologisch) und Diskussion

Lehr- und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht
- Bearbeitung von Übungen
- Selbstgesteuertes Lernen

Literatur:

- Wiemhoff / Walden, Praxisfälle Umsatzsteuer, aktuelle Auflage
- Vorlesungsbegleitendes Skriptum
- Stobbe, Steuern kompakt, aktuelle Auflage
- von Sicherer, Einkommensteuer, aktuelle Auflage
- Bornhofen, Einkommensteuer, aktuelle Auflage
- Günther, Praxisfälle Einkommensteuer, aktuelle Auflage
- Djanani et.al., Ertragsteuern, aktuelle Auflage

Weitere aktuelle Literaturhinweise in der Veranstaltung

*

Die jeweiligen Textausgaben sind von den Bewerbern selbst zu beschaffen und zur Prüfung mitzubringen. Sie dürfen folgendes enthalten:

- Unterstreichungen
- Markierungen
- Hilfen zum schnelleren Auffinden der Vorschriften (sog. Griffregister). Die Griffregister dürfen Stichworte aus der Überschrift und Paragraphen enthalten.
- Einzelne Paragraphenverweisungen

Eine weitere Beschriftung ist nicht zulässig.

3.2 English for Macroeconomics

Modulnr.	3.2		
Titel	English for Macroeconomics		
Verwendbarkeit	Für alle betriebswirtschaftlichen Studiengänge		
Modultyp	Pflichtfach		
Lehrform	Seminar	Angebotsfrequenz	Wöchentlich
Lehrsprache	Englisch		
Semester	3		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	25 / 50 / 55 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen	Keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Sprachkenntnisse auf (Fach)abitur- oder vergleichbarem Niveau
Leistungsnachweis	SchrP (60 Min.)	Zugelassene Hilfsmittel	Keine
ErstprüferIn	Prof. Dr. Nicole Brunnhuber		
ZweitprüferIn	LfbA Frau Sheila Scott		
DozentInnen	Prof. Dr. Nicole Brunnhuber, Frau Mercedes Duff, LfbA Frau Sheila Scott		

Lernziele / Kompetenzen:

Nach erfolgreichem Abschluss dieses Moduls sind Studierende in der Lage, sich der volkswirtschaftlichen Fachterminologie in der Fremdsprache zu bedienen, um volkswirtschaftliche Zusammenhänge für die englischsprachige Wirtschaftslehre und internationale geschäftliche Praxis zu analysieren und fachsprachlich beschreiben. Sie sind befähigt eigenständig und effizient im englischsprachigen, digitalen Raum volkswirtschaftliche Daten und Inhalte zu recherchieren, analysieren und kommunizieren. Darüber hinaus vertiefen sie ihre Kenntnisse von volkswirtschaftlichen Bedingungen in verschiedenen Regionen.

Fachkompetenz:

Durch die auf Englisch geführte Diskussion aktueller Inhalte zu Themenbereichen wie z.B. länderspezifischen Wirtschaftsentwicklungen, internationalen Wirtschaftsbeziehungen und Arbeitsmärkten vertiefen sie ihre Kenntnisse internationaler volkswirtschaftlicher Zusammenhänge und können volkswirtschaftliche Fachvorlesungen und Seminare in englischer Sprache absolvieren.

Methodenkompetenz:

Die Studierenden werden mit zuverlässigen Online-Quellen volkswirtschaftlicher Daten in der englischen Sprache vertraut und vertiefen ihr Verständnis makroökonomischer Zusammenhänge und Entwicklungen. Durch die Bearbeitung von fachspezifischen Sprachaufgaben, angeleitetes Selbststudium und Recherche verbessern sie Hörverständnis, sprachliche Wiedergabe sowie eigenständiges Arbeiten mit englischsprachigen Fachinhalten. Durch Diskussion und Gruppenarbeit vertiefen Studierende ihre Ausdrucksfähigkeit und sind in der Lage, fachbezogene Themen in englischer Sprache mündlich und schriftlich angemessen und präzise zusammenzufassen.

Selbstkompetenz

Die Studierenden werden befähigt Sachverhalte selbstständig zu erschließen und in der englischen Sprache zu analysieren. Sie können über ihre eigene Sprachkompetenzen reflektieren und diese selbstständig vertiefen, indem sie sich z. B. mit den in der Lehrveranstaltung verwendeten englischsprachigen Quellen und Lernmethoden im Selbststudium auseinandersetzen.

Sozialkompetenz

Die Studierenden werden für die internationale geschäftliche Praxis vorbereitet und können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls angemessen über volkswirtschaftliche Themen mündlich und schriftlich in der englischen Sprache kommunizieren und berufliche und gesellschaftliche Situationen bewältigen. Durch das begleitete Selbststudium von multi-medialen Fachinhalten werden Studierende mit zuverlässigen internationalen Quellen und Organisationen vertraut und verbessern Sprachkompetenz und Kenntnisse differenzierter Kommunikationsformen der englischen Sprache. Durch die Recherche und Bearbeitung von Themen bzgl. volkswirtschaftlichen Entwicklungen anderer Regionen, vertiefen die Studierenden ihre Kenntnisse des wirtschaftlichen Umfelds in anderen Ländern für eine synergetische, interkulturelle Zusammenarbeit in der beruflichen Praxis.

Lehr- und Lernmethoden:

- Interaktiv
- Gruppenarbeit
- Selbststudium und eigene Vorbereitung

Literatur:

- Hart, Claire: Career Express: Business English B2, 2nd. ed. Berlin: Cornelsen, 2018
- Artikel, Studien und Berichte aus Print- und Onlinemedien

3.3 Finanzierung und Investition

Modulnr.	3.3		
Titel	Finanzierung und Investition		
Verwendbarkeit	Finanzierung und Investition ist die essentielle Grundlage aller betriebswirtschaftlichen Funktionsbereiche		
Modultyp	Pflichtfach		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	Wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	3		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen	Keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Keine
Leistungsnachweis	SchrP als Fernprüfung 60 Min.	Zugelassene Hilfsmittel	Finanztaschenrechner, Open Book
ErstprüferIn	Prof. Dr. Alexander Bohnert		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Philipp Gann		
DozentInnen	Prof. Dr. Alexander Bohnert, Prof. Dr. Philipp Gann		

Lernziele / Kompetenzen:

Die Studierenden sind nach dem Besuch dieser Lehrveranstaltung in der Lage, Entscheidungen der Unternehmen über Finanzierungen und Investitionen inhaltlich zu verstehen, zu analysieren und kritisch zu bewerten. Sie erlernen die wesentlichen Finanzierungsformen und Investitionskalküle, deren Umsetzung in der Praxis sowie die Vor- und Nachteile einzelner Finanzierungsalternativen.

Inhalte:

- Finanzierungsgrundlagen
- Innenfinanzierung
- Eigenfinanzierung
- Fremdfinanzierung
- Kapitalmarktfinanzierung durch Effekten
- Strukturierte Finanzierungen
- Investitionsrechnung
- Finanzcontrolling

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):*
 - Überblick über Modelle und Methoden der Investition und Finanzierung von Unternehmen unterschiedlicher Größenordnung und Kapitalmarktorientierung.
 - Darstellung und Analyse unterschiedlicher Instrumente der Finanzierung und Investition sowie essentieller damit zusammenhängender Finanz-/Bilanzkennzahlen
- *Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
 - Finanzierungs- und Investitionsrechnung
 - Quantitative Analyse und Berechnung klassischer Finanz-/Bilanzkennzahlen der Ertrags- und Vermögenslage eines Unternehmens

Lehr- und Lernmethoden:

Seminaristischer Unterricht mit Übungsaufgaben durch Einsatz quantitativer Methoden (zzgl. finanzmathematischer Übungen)

Literatur:

- Däumler, K.: Betriebliche Finanzwirtschaft, 10. A., Herne/Berlin 2013
- Däumler, K.: Investitionsrechnungsverfahren, 13. A. Herne/Berlin 2014
- Eilenberger/Ernst/Toebe: Betriebliche Finanzwirtschaft, 8. A., München 2012
- Zantow/Dinauer/ Schäffler: Finanzwirtschaft des Unternehmens, München 2016
- Wöhe/Bilstein/Ernst/Häcker: Grundzüge der Unternehmensfinanzierung, München 2013
- Weitere Fachliteratur wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben

3.4 Produktions- und Logistikmanagement

Modulnr.	3.4		
Titel	Produktions- und Logistikmanagement		
Verwendbarkeit	Grundlage für alle Studiengänge mit betriebswirtschaftlicher Ausrichtung		
Modultyp	Pflichtfach		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	Wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	3		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen	Keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Keine
Leistungsnachweis	SchrP (MC) (60 Min)	Zugelassene Hilfsmittel	Nicht programmierbarer Taschenrechner
ErstprüferIn	Prof. Dr. Dirk Weber		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Florian Klug		
DozentInnen	Prof. Dr. Florian Klug, Prof. Dr. Dirk Weber		

Lernziele / Kompetenzen:

Nach dem Besuch der Veranstaltung verfügen die Studierenden über Kenntnisse der Grundlagen im Bereich des Produktions- und Logistikmanagements. Die Studierenden kennen Rolle und Aufgaben der Produktion und Logistik in Unternehmen. Ein besonderer Schwerpunkt ist die Darstellung der Prozessabläufe im Rahmen des Produktionsplanungs- und Produktionssteuerungssystems (PPS) in einem Industrieunternehmen. Praktische Fragestellungen im Bereich des Supply Chain Managements werden in Form von speziellen Übungseinheiten unterstützt durch Videosequenzen und Beispielaufgaben behandelt. Durch den Besuch dieses Moduls erkennen die Studierenden das Zusammenspiel aller am Supply Chain Prozess beteiligter Partner.

Inhalte:

- Gegenstand des Produktions- und Logistikmanagements
- Produktentstehungsprozess
- Grundlagen Logistiksysteme (Transport-, Umschlag- und Lagersysteme)
- Grundlagen Produktionssysteme (z.B. Organisationsformen)
- Produktionsplanungs- und Produktionssteuerungssysteme (PPS)
- Grundlagen der Beschaffung und des Bestellwesens

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):*
 - Eingehende Untersuchung der klassischen TUL Aktivitäten (Transport, Umschlag, Lagerung) auf Basis von Logistikketten
 - Ursachenanalyse nicht-linearer Prozesse beim Bullwhip Effekt
 - Analyse von Kollaborationsstrategien im Supply Network Management
- *Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
 - Optimale Losgrößenformel nach Andler durch Optimierung einer linearen Kostenfunktion

- Lernkurvengesetz der industriellen Produktion, insbesondere Linearisierung der nicht-linearen Zusammenhänge durch logarithmieren
- Zeitreihenanalyse mittels Exponentieller Glättung 1. Ordnung und Gleitender Durchschnitt für die verbrauchsgesteuerte Programmplanung
- *Qualitativ-Interpretative Methoden (Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*
 - Diskussion realer Problemstellungen anhand von Videosequenzen
 - Bewertung neuer Technologien am Beispiel der 3D Drucktechnologie

Lehr-und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht / Diskussion
- Fallbeispiele / Übungen / Gruppenarbeit

Literatur:

- Kummer, Sebastian/ Grün, Oskar/ Jammernegg Werner: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik, 4. Auflage, Verlag Pearson Studium, München, 2018
- Schulte, Christof: Logistik – Wege zur Optimierung der Supply Chain, 7. Auflage, Verlag Vahlen, München 2016
- Vahrenkamp, Richard: Logistik: Management und Strategien, 7. Auflage, Oldenbourg Verlag, München 2012
- Thonemann, Ulrich: Operations Management: Konzepte, Methoden und Anwendungen, 3. Auflage, Verlag Pearson Studium, München 2015

3.5 Informationssysteme für digitalisierte Unternehmen

Modulnr.	3.5		
Titel	Informationssysteme für digitalisierte Unternehmen		
Verwendbarkeit	Für alle betriebswirtschaftlichen Studiengänge		
Modultyp	Pflichtfach		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	Wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	3		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 20 / 40
Korrespondierende Veranstaltungen	keine	Erforderliche Vorkenntnisse	B2.5 Methoden und Konzepte von Informationssystemen
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	Keine
ErstprüferIn	Prof. Dr. Wieland Cichon		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Lars Brehm		
DozentInnen	Prof. Dr. Wieland Cichon; Kolleg:innen des Schwerpunktes		

Lernziele / Kompetenzen:

Die Studierenden, kennen digitale Geschäftsmodelle, die dazu erforderlichen Prinzipien der Daten- und Prozessmodellierung und ausgewählte Bereiche (ERP, CRM, SRM, SCM, u.ä.). Daneben sind ihnen Integrationsmodelle (ARIS) und Entwicklungsmodelle (Reifegrad) geläufig. Die Studierenden können vorgestellte Modelle anwenden und umsetzen, um Datenmodelle aufzubauen oder Geschäftsmodelle zu evaluieren. Die Studierenden können sich insbesondere in den Übungseinheiten in kleineren Gruppen über die zu behandelnden Problemstellungen austauschen. Durch den Besuch dieses Moduls erkennen die Studierenden die Notwendigkeit eines integrierten Vorgehens und integrierender Modelle; sie können diese einsetzen und reale Situationen damit analysieren.

Inhalte:

- Abgrenzung der Begriffe Digitalisierung, digitale Produktionsfaktoren
- Grundlagen: Daten, Information, Wissen, Weisheit
- Business Intelligence: The Journey to Wisdom
- ERP, BW und ETL Prozesse
- Komponenten einer BI Implementierung
- Positionierung, Rolle und Verständnis der IT im Unternehmen
- Bausteine einer IT Strategie
- Prozesse, Prozessdenken und Anwendungen, Prozessmodelle
- ERP: Unternehmensdatenmodell und Strukturen
- ARIS
- Reifegradmodelle
- CRM, SRM, SCM Anwendungen
- Cloud-Computing, Datenschutz und Datensicherheit

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):* ARIS; Reifegrade

- *Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):* Studien
- *Qualitativ-Interpretative Methoden (Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen: Interviews / Referenten*

Lehr- und Lernmethoden:

Seminaristischer Unterricht, Übungen, Gruppenarbeit und Selbststudium

Literatur:

- Leimeister, Marco, Einführung in die Wirtschaftsinformatik, 12. Auflage, Springer Gabler
- Gronwald, Klaus-Dieter, Integrierte Business-Informationssysteme
- Wagner, Klaus Peter u. a., Einführung Wirtschaftsinformatik, IT Wissen für Studium und Praxis, 2012

3.6 Methoden und Modelle der Statistik

Modulnr.	3.6		
Titel	Methoden und Modelle der Statistik		
Verwendbarkeit	Für alle betriebswirtschaftlichen Studiengänge		
Modultyp	Pflichtfach		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	3. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50/40/40/20
Korrespondierende Veranstaltungen	keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Modul 1.6 & 2.6
Leistungsnachweis	SchrP (60 Minuten) mit Fernaufsicht	Zugelassene Hilfsmittel	beliebige
ErstprüferIn	Prof. Dr. Julia Kopf		
ZweitprüferIn	LBA Dr. Sandro Scheid		
DozentInnen	Prof. Dr. Julia Kopf, LBA Dr. Sandro Scheid		

Lernziele / Kompetenzen:

Nach dem Besuch dieses Moduls sind die Studenten in der Lage grundlegende Methoden und Modelle der Statistik auf praktische betriebswirtschaftliche Fragestellungen anzuwenden. Die Ergebnisse können die Studierenden im Sachkontext bewerten.

Die Studierenden erwerben die Fähigkeit sich insbesondere in den Übungseinheiten in kleinen Gruppen über die zu behandelnden Problemstellungen auszutauschen.

Durch den Besuch dieses Moduls erkennen die Studenten die Notwendigkeit eines Zusammenspiels von quantitativen Fertigkeiten und betriebswirtschaftlichem Verständnis. Weiterhin sind sie in der Lage komplexe statistische Zusammenhänge allgemeinverständlich zu kommunizieren.

Inhalte:

- Elemente der Wahrscheinlichkeitstheorie
- Punktschätzer, ML-Schätzer
- Konfidenzintervalle für verschiedene Schätzer
- Grundprinzip eines statistischen Tests
- Diverse Tests (Gauss-, t-Tests, Chi² Tests)
- Lineares Modell (uni- und multivariat)
- Bewertung der Modelleignung sowie Prognose

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):
Statistische Schätzer, statistische Tests
- Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):
ML-Schätzer, Bayes-Schätzer, Lineares Modell
- *Qualitativ-Interpretative Methoden (z.B.: Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*
Interpretation von Lösungen im Sachkontext, Diskussionen

Lehr- und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht

- praktische Übungseinheiten

Literatur:

- Scheid, Vogl (2021), Data Science: Grundlagen, Methoden und Modelle der Statistik, Hanser-Verlag
- Galata, Wessler, Scheid, Augustin (2013), Empirische Wirtschaftsforschung: Grundlagen, Methoden, Beispiele, Hanser-Verlag
- Weitere Literatur wird in der Vorlesung bekannt gegeben

4.1 Praktikum

Modulnr.	4.1		
Titel	Praktikum		
Verwendbarkeit			
Modultyp	Pflichtfach		
Lehrform	Praktikum	Angebotsfrequenz	Keine
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	4		
SWS	-		
ECTS-Credits	25	Workload	
Korrespondierende Veranstaltungen	Module des 4. Studiensemesters	Erforderliche Vorkenntnisse	Keine
Leistungsnachweis	Praktikumsbericht	Zugelassene Hilfsmittel	Keine
Fachverantwortung	Prof. Dr. Kleine (Praktikantenbeauftragter)		
DozentInnen			

Lernziele / Kompetenzen:

Das Praxissemester führt die Studierenden durch Mitarbeit und eigene Beobachtung in die Arbeitsweise der betriebswirtschaftlichen Arbeitsbereiche ein. Es informiert sie über die Arbeitsverfahren, Techniken und das soziale Umfeld des künftigen Berufsfeldes und gewährt Einblicke in die Zusammenhänge einzelner Geschäftsprozesse. Außerdem werden Informationen über zeitgemäße Arbeitstechniken zur Lösung anwendungsorientierter betriebswirtschaftlicher Aufgaben vermittelt. Die Studierenden sind in der Lage, den konkreten praktischen Betriebsalltag mit den erworbenen Kenntnissen aus dem Studium abzugleichen, kritisch zu hinterfragen und ggf. neue Ansätze zu entwickeln. Sie erlernen im Rahmen des Praktikums wichtige Fähigkeiten wie beispielsweise zur richtigen Interaktion mit Vorgesetzten, Kollegen:innen und Kunden, zur Arbeit in Teams sowie zur Priorisierung und Strukturierung von Arbeitspaketen. Die Studierenden verbessern dadurch ihre Selbst- und Sozialkompetenz, sammeln praktische Arbeitserfahrung und erhalten außerdem wertvolle Einblicke in das Arbeitsumfeld eines potenziellen späteren Arbeitgebers.

Inhalte/Ausbildungsplan:

Dazu sollen die Studierenden in den beispielhaft angegebenen Tätigkeitsbereichen eingesetzt werden.

Ausbildung in Industriebetrieben

Logistik und Materialwirtschaft / Produktion
 Marketing und Vertrieb, E-Commerce
 Finanz- und Rechnungswesen/Controlling
 Export und Außenhandel
 Personalwesen / Organisation / IT / Servicemanagement
 Allgemeine Geschäftsführung

Ausbildung in Handelsbetrieben

Logistik /Warenauszeichnung und Warenkalkulation
 Marketing und Vertrieb, E-Commerce
 Finanz- und Rechnungswesen/Controlling

Personalwesen / Organisation / IT / Servicemanagement
Allgemeine Geschäftsführung

Ausbildung in der Bank- und Versicherungswirtschaft

Kreditgeschäft / Organisation / IT / Personalwesen
Marketing und Vertrieb / Kundenberatung und -betreuung
Rechnungswesen / Controlling / Treasury / Anlageberatung und Wertpapiere / Asset Management
Firmenkundengeschäft / Privatkundengeschäft
Investment Banking / Kundenservice / Beschwerdemanagement / Schadensbearbeitung
Bearbeitung von Versicherungsfällen / Prüfung des Leistungsempfängers / Leistungsberechnung in einzelnen Versicherungssparten
Vermögensanlage
Asset Management

Ausbildung in wirtschafts- und steuerberatenden Berufen

Erstellen von Handels- und Steuerbilanzen / Bearbeitung von Steuer- und Revisionsfällen / Steuererklärungen
Interne Revision / betriebswirtschaftliche Analysen
Datev, SAP / Organisation / Unternehmensrating
Reporting / Betriebswirtschaftliche Beratung

Ausbildung in sonstigen Dienstleistungsbetrieben und öffentl. Verwaltung

Organisation / IT / Personalwesen
Marketing und Kundenbetreuung
Rechnungswesen und Controlling
Finanz- und Investitionsplanung
Servicemanagement / Projektmanagement
Research und Analysen / Berichtswesen und Dokumentation / Wirtschaftsförderung

Anrechnung nach § 5 ASPO

Im Rahmen des Bachelorstudienganges Betriebswirtschaft wird von der Studien- und Prüfungsordnung im 4. Fachsemester die Ableistung eines mindestens 18 Wochen zusammenhängenden praktischen Studiensemesters in Vollzeit gefordert. Urlaubstage, Krankheitstage oder sonstige Freistellungen während des Praktikums müssen nachgeholt werden. Bei erfolgreicher Beendigung der Praxistätigkeit werden dem Studierenden 25 ECTS angerechnet. Zusätzlich ist die erfolgreiche Teilnahme an einer praxisbegleitenden Lehrveranstaltung der Wahlpflichtmodulgruppe Sozial- und Persönlichkeitskompetenz (Modul 4.2) mit Erbringung eines Leistungsnachweises erforderlich, der bei erfolgreicher Ablegung mit 5 ECTS bewertet wird. Somit werden für das praktische Studiensemester 30 ECTS erbracht.

Die Anrechnung von außerhalb des Hochschulbereiches erworbenen Kenntnissen, zu denen eine Berufsausbildung oder eine berufliche Tätigkeit rechnet, wird in § 5 ASPO geregelt und ist mittels Antragsformular schriftlich beim Praktikantenbeauftragten der Fakultät zu beantragen und von der Prüfungskommission zu beschließen.

Zusätzlich dazu gilt:

1. Das praktische Studiensemester dient dazu, die in den Lehrveranstaltungen an der Hochschule erworbenen theoretischen Kenntnisse in der Unternehmenspraxis anzuwenden und zu vertiefen.
2. Es erfolgt keine Anrechnung einer Berufsausbildung auf das praktische Studiensemester. Die Anrechnung einer dreijährigen hauptberuflichen Tätigkeit nach einer Berufsausbildung auf das praktische Studiensemester ist möglich, sofern Gleichwertigkeit mit dem Ausbildungsplan des praktischen Studiensemesters gegeben ist.
3. Eine Anrechnung als Praktikum ist generell unzulässig, wenn der/die Studierende an der Hochschule München im Bachelorstudiengang in einem Theoriesemester eingeschrieben ist und zugleich neben dem Bachelorstudium einer Beschäftigung aufgrund eines Arbeitsvertrags

(z.B. Werkstudententätigkeit) nachgeht. Dies liegt darin begründet, dass es sich nicht um einen berufsbegleitenden Studiengang handelt. Hierüber werden die Studierenden auch in der Einführungsveranstaltung zum Praktikum informiert.

4. Zu jedem Praktikumsverhältnis ist der Abschluss eines Praktikumsvertrages vorgeschrieben, in dem Dauer, Einsatz sowie Ausbildungsziele festgelegt sind. Der Praktikumsvertrag ist vor Aufnahme des Praktikums vom Praktikantenbeauftragten zu genehmigen.
5. Jede/r Praktikant/in muss einen umfassenden Bericht über seine/ihre praktische Tätigkeit erstellen. Dieser Bericht sowie die Inhalte des Praktikums werden durch eine/n Praktikumsbetreuer/in bewertet. Der/Die Praktikant/in wird von einer Professorin bzw. einem Professor der Fakultät persönlich betreut. Dabei erfolgt in der Regel auch ein Besuch am Arbeitsplatz durch den/die betreuende/n Professor:in. Hier werden Gespräche mit dem/der Praktikanten/in sowie den Ausbildern:innen geführt und die Ergebnisse protokolliert.
6. Die erfolgreiche Ableistung eines den formellen und materiellen Vorschriften des Studienplanes entsprechenden praktischen Studiensemesters geht allen von Studierenden eingegangenen vertraglichen Vereinbarungen mit Arbeitgebern vor, die keinesfalls dazu führen dürfen, dass z.B. aus finanziellen Gründen hier auf eine Ableistung des praktischen Studiensemesters verzichtet wird.

4.2 Sozial- und Persönlichkeitskompetenzen

Liste aller Blockveranstaltungen 4.2 für das Sommersemester 2023

Wichtige Info!

Es ist aus der folgenden Liste von 4.2 ein Fach (4 SWS / 5 ECTS) auszuwählen.

Die Platzvergabe erfolgt durch ein Losverfahren in NINE. Der Zeitraum des Losverfahrens wird im Semester-Terminplan auf der Webseite der Fakultät bekannt gegeben. Weitere Informationen zum Losverfahren finden Sie in den [FAQs auf der Webseite der Fakultät](#).

Ein Anspruch auf Teilnahme an einer konkreten Veranstaltung besteht nicht.

Mod. Nr.	Bezeichnung der Veranstaltung	Sem.-gruppe	Dozent/in	Einführungstermine (mit Uhrzeit)	Blocktermine (9.00-17.00 Uhr)
4.2.1	Projektmanagement und Kommunikation in Projekten	4	Prof. Cichon	entf	1. Blockwoche und 2. Blockwoche am Do., Fr., Sa.
4.2.2	Beratungskompetenz bei (steuer- und wirtschafts-) beratenden Unternehmen und Karrierewege	4	Prof. Huber-Jahn		1. Blockwoche
4.2.5	Zur Bedeutung der Funktionsweise des Denkens....	4	Prof. Ruhnke		1. Blockwoche
4.2.6	(Wissenschafts-)Kommunikation	4	Prof. Weiden	24.03.2023	online
4.2.8	Intercultural Aspects in Project Management	4	Prof. Hunter	entf	
4.2.9	Essential Strategies and Skills for Cross-Cultural Negotiation	4	Fr. Arnaud	entf	1. Blockwoche online
4.2.11	Ihr souveräner Auftritt	4	Fr. Zimmermann-Beck	entf	Geblockt: Fr., 28.04., Fr. 5.05., Fr., 12.05.
4.2.12	Eine starke Ich-Marke aufbauen – durch Stärkenorientierung & erfolgreiche Kommunikation	4	Frau Liolios & Hr. Schmiedel	entf	1. Blockwoche
4.2.19	Simulation: Strategisches Management und Kommunikation im Planspiel	4	Hr. Nowak	entf	2. Blockwoche
4.2.20	Kommunikation im Projektmanagement	4	Hr. Schweinar	entf	1. Blockwoche

Hinweise zu den Kursbeschreibungen des Wahlpflichtfachs 4.2

Sehr geehrte Studierende, nachfolgend sehen Sie die Beschreibungen der verschiedenen Wahlpflichtveranstaltungen für das Modul 4.2.

Klären Sie bitte rechtzeitig die Freistellung durch Ihr Praktikumsunternehmen in der Blockwoche oder ggfs. im Semester.

In den Veranstaltungen 4.2 ist Präsenz vorgesehen und es wird aktive Mitarbeit erwartet.

Konkrete Termine der Dozenten, soweit noch nicht angegeben, werden bekanntgegeben nach der Verlosung.

Bitte beachten Sie die Verlosungstermine auf NINE vor Semesterstart.

Mit freundlichen Grüßen

gez. Prof. Dr. Jutta Schweitzer (jutta.schweitzer@hm.edu)

Modulnr.	4.2.1		
Titel	Projektmanagement und Kommunikation in Projekten		
Verwendbarkeit	Für alle Studienrichtungen: Erweiterte Kommunikationsfähigkeiten für alle betriebswirtschaftlichen Schwerpunkte		
Modultyp	Wahlpflichtfach		
Lehrform	Seminar	Angebotsfrequenz	geblockt
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	4		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50/40/40/20
Korrespondierende Veranstaltungen	Praktikum	Empfohlene Vorkenntnisse	Keine
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	Keine
ErstprüferIn	Prof. Dr. Cichon		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Schweitzer		
DozentInnen	Prof. Dr. Cichon		

Lernziele

- Den Studierenden sollen mit Hilfe kleiner gruppenspezifischer Spiele die Fallstricke und eigenen Beiträge zu Kommunikationsproblemen erfahren.
- Die Erkenntnis, dass Reflexion und Tun sich ergänzen sich, um einen Lernfortschritt und höheren Reifegrad zu erlangen.
- Die Studierenden sollen an Hand des „Werkzeuges“ Projektauftrag kennenlernen wie Kommunikationsprozesse gesteuert werden können.
- Im Rahmen eines Planspiels sollen kleine Gruppen miteinander PM Lösungen erarbeiten und die erlernten Kommunikationsstrukturen anwenden.

Inhalte

- Gruppendynamische Spiele und Reflexion anhand geeigneter Modelle und Methoden aus der Kommunikationstheorie.
- Praktische Umsetzung der Modelle im Alltag und Geschäftsleben: Übungen und Rollenspiele
- Planspiel, das in Gruppenarbeit zu bearbeiten ist.

Wesentliche Abschnitte der Veranstaltung:

- Warming up mit gegenseitigem Kennenlernen
- Erwartungen, Erfahrungen und eigene Erkenntnisse in der Kommunikation
- Übungen mit Reflexion, verschiedenen Lernformen und Diskussion im Plenum
- Vorstellen des Spiels
- Methodisches Vorgehen
- Erarbeiten der Lösungen
- Präsentation und Verteidigung
- Kolloquium

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Rollenspiele und Präsentationen*
- *Übungen und Vorträge*
- *Planspiel / Computersimulation*

Lehr-und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht
- Gruppenarbeit und Diskussionen
- Präsentation; Diskussion und Evaluation
- Rollenspiele
- Übungsaufgaben und Fallbearbeitung
- Planspiel
- Selbstgesteuertes Lernen

Erwartete Leistung:

- Aktive Mitarbeit in den Übungen
- Erarbeitung von Lösungen der Case Study und Präsentation sowie Verteidigung im Plenum
- Kolloquium am Ende der Veranstaltung
- Studienarbeit

Literatur:

- Wird in der Veranstaltung bekanntgegeben.

Modulnr.	4.2.2		
Titel	Beratungskompetenz bei (steuer- und wirtschafts-)beratenden Unternehmen und Karrierewege		
Verwendbarkeit	Für alle Studienrichtungen: Erweiterte Beratungskompetenz in der betrieblichen Praxis		
Modultyp	Wahlpflichtfach		
Lehrform	Seminar	Angebotsfrequenz	geblockt
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	4		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50/40/40/20
Korrespondierende Veranstaltungen	Praktikum	Empfohlene Vorkenntnisse	Keine
Leistungsnachweis	Studienarbeit, Referat	Zugelassene Hilfsmittel	Keine
ErstprüferIn	Prof. Dr. Huber-Jahn		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Schweitzer		
DozentInnen	Prof. Dr. Huber-Jahn; Lenz Julia, wissenschaftliche Mitarbeiterin		

Termine:

Die geblockten Termine und der Termin für die Kick-off Veranstaltung werden noch bekannt gegeben.

Vorbesprechung und kick off. 15.11.2022, 13.15h

Kurs: Mo.-Fr., 9h-17h, 6.2.-10.2.23

Lernziele:

In vielen Rollen ist die Beratungskompetenz eine Basisanforderung, die benötigt wird, um im persönlichen Metier erfolgreich zu sein. Neben fachlichen und methodischen Kompetenzen sind soziale Fähigkeiten, sogenannte „Soft Skills“ ein wesentlicher Bestandteil.

Nach der Absolvierung des Moduls „Beratungskompetenz bei (steuer- und wirtschafts-) beratenden Unternehmen und Karrierewege“ verfügen die Teilnehmer:innen über die wesentlichen Grundlagen der Beratungskompetenz, zudem sind Sie in der Lage verschiedene Beratungsansätze zu unterscheiden und diese in ihrer Praxis zu integrieren.

Des Weiteren absolvieren die Studierenden einen DISG-Persönlichkeitstest bzw. einen Clifton StrengthsFinder-Online-Test, der ihnen dabei hilft, ihre Persönlichkeit und Stärken zu identifizieren, zu verstehen und zu maximieren.

Inhalt:

Die Studierenden erarbeiten folgende Inhalte

Grundlagen und Verständnis

- Rahmenbedingungen für ein Beratungsgespräch
- Beratungsansätze und deren Auswirkung auf die Beraterrolle
- Grundlagen systemischer Beratung
- **Konstruktion der Beraterrolle**
- Folgen von formalen und informellen Rollenerwartungen und –wahrnehmung für den Berater
- Prozesslandkarte der Beratung
- Positionierung und Professionalität: Beratung auf Augenhöhe
- **Beraterhaltung und –fallen**
- Wahrnehmung und Wahrheit(en) im Kontext betrachten
- Umgang mit Komplexität, Konflikten und „Tunnelblick“
- **Beratungswerkzeuge und -kompetenzen**

- Erfolgsfaktor Auftragsklärung – hilfreiche Fragen für ein gemeinsames Verständnis
- Systemische Fragetechniken
- Techniken der Hypothesenbildung und Visualisierung
- **Beratung über mögliche Karrierewege**

Lehr- und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht
- Gruppenarbeit
- Präsentation; Diskussion und Evaluation
- Übungsaufgaben und Fallbearbeitung
- Unternehmensexkursion zu Beratungsfirmen
- Diskussion mit Praxisvertretern zu beispielsweise den Softkompetenzen der heutigen Managergenerationen
- Online-Test

An der Kick-off Veranstaltung werden die Themen für die Seminararbeit bzw. Präsentation ausgegeben.

Literatur:

Die Literatur wird in der Veranstaltung bekanntgegeben

Modulnr.	4.2.5		
Titel	Zur Bedeutung der Funktionsweise des Denkens bei Urteilen und Entscheidungen in Verantwortung und Kommunikation		
Verwendbarkeit	Für alle Studienrichtungen: erweiterte Kommunikationsfähigkeiten		
Modultyp	Wahlpflichtfach		
Lehrform	Seminar	Angebotsfrequenz	Blockunterricht in der Blockwoche
Lehrsprache	Deutsch und Englisch		
Semester	4		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50/40/40/20
Korrespondierende Veranstaltungen	Praktikum	Empfohlene Vorkenntnisse	Kenntnis des Buches „Schnelles Denken, langsames Denken“ von Daniel Kahneman
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	
Fachverantwortung	Prof. Dr. Schweitzer		
DozentInnen	Prof. Dr. Harald Ruhnke		

Die Lehrveranstaltung findet geblockt statt.

Die Blockwoche findet am 26.06.2023 bis zum 01.07.2023 und die Kick-off-Veranstaltung am 05.04.2023 statt

(Uhrzeiten und Räume werden noch bekannt gegeben).

Lernziele / Kompetenzen:

Tiefgehender Einblick in die Komplexität der Urteils- und Entscheidungsfindungen in Verantwortung und Kommunikation. Dabei stehen nicht fachliche und methodische Kompetenzen im Vordergrund, sondern die erfolgreiche Führung von Mitarbeitern und Kunden bzw. Mandanten sowie die damit verbundene Kommunikation und erforderliche soziale Kompetenz, insbesondere kooperative Verhaltensweisen.

Nach der Absolvierung des Moduls „Zur Bedeutung der Funktionsweise des Denkens bei Urteilen und Entscheidungen in Verantwortung und Kommunikation“ verfügen die Teilnehmer über die wesentlichen Grundlagen einer Führung in Verantwortung, die darauf fußt, das eigene Denken und das der anderen besser zu verstehen und dadurch auch die Kritikfähigkeit sich selbst gegenüber zu verbessern. Letzteres dient der sozialen Kompetenz und der angemessenen Kommunikation auch in Problemsituationen.

Es findet ein seminaristischer Unterricht statt, in dem die Überlegungen und Erkenntnisse des Nobelpreisträgers für Wirtschaft 2002, Daniel Kahneman, auf Basis seines Buches „Schnelles Denken, langsames Denken“ analysiert und diskutiert werden. Daher ist das Lesen dieses Buches in der Zeit vor dem Beginn der Blockwoche Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Teilnahme, die durch eine Studienarbeit und Vortrag belegt wird (Themenbekanntgabe zu Beginn des Semesters).

Inhalte:

Die Studierenden erarbeiten folgende Inhalte

Grundlagen und Verständnis für

- Aufgaben einer Führungskraft
- Soziale Fähigkeiten einer Führungskraft
- Denken einer Führungskraft
- Kommunikation einer Führungskraft

Denken bei Urteilen und Entscheidungen

- Bedeutung der Funktionsweise des Denkens
- Urteile und Entscheidungen in Verantwortung
- Zwei Systeme des Denkens, intuitiv und bewusst
- Heuristiken und kognitive Verzerrungen
- Selbstüberschätzung versus soziale Kompetenz
- Kommunikation in Problemsituationen

Lehr- und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht
- Gruppenarbeit
- Präsentation, Diskussion und Evaluation

An der Kick-off-Veranstaltung am 28.03.2022 werden die Themen für die Seminararbeit bzw. Präsentation definiert (Uhrzeiten und Räume werden noch bekannt gegeben).

Literatur:

Daniel Kahneman: Schnelles Denken, langsames Denken, Penguin Verlag, München 2012

Ergänzend neben den Literaturhinweisen im o.g. Buch von Daniel Kahneman:

Richard Thaler: Misbehaving – Was uns die Verhaltensökonomik über unsere Entscheidungen verrät,

Pantheon Verlag, München 2019

Literatur über und von Niccolò Machiavelli (eigene Wahl)

Modulnr.	4.2.6		
Titel	(Wissenschafts)-Kommunikation		
Verwendbarkeit	Für alle Studienrichtungen: Erweiterte Kommunikations- und Kooperationsfähigkeiten für alle betriebswirtschaftlichen Schwerpunkte		
Modultyp	Wahlpflichtfach		
Lehrform	Seminar	Angebotsfrequenz	wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	4		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50/40/40/20
Korrespondierende Veranstaltungen	Praktikum	Empfohlene Vorkenntnisse	keine
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	
ErstprüferIn	Prof. Dr. Henrike Weiden		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Schweitzer		
DozentInnen	Prof. Dr. Henrike Weiden		

Lernziele / Kompetenzen:

Die Studierenden lernen, sich innerhalb eines Teams zu organisieren und mehrere Teams untereinander zu vernetzen, um schließlich eine Gesamtaufgabe zu bewältigen. Sie unterteilen ein umfassendes Projekt in mehrere sinnvolle Aufgabenpakete und koordinieren die Gruppen untereinander, die sie bearbeiten. Zugleich lernen die Studierenden in Teams und mit Dritten (Sponsoren, Keynote Speaker etc) angemessen zu kommunizieren.

Darüber hinaus üben sie, Forschungsergebnisse anderer Studierender zu erfassen und an die interessierte Öffentlichkeit zu bringen. Das befähigt sie schließlich, auch unternehmensrelevante Forschungsergebnisse in geeigneter Form transparent zu machen.

Inhalte:

Die Studierenden erarbeiten selbstständig eine Lösung für die ihrem eigenen Team zugewiesene Aufgabe im Rahmen der Organisation einer öffentlichen wissenschaftlichen Veranstaltung. Dabei halten sie die Gesamtaufgabe im Blick, zu deren Bewältigung sie einen Beitrag leisten. Im Einzelnen besteht die Aufgabe darin, Forschungsergebnisse sachgerecht und in zeitgemäßer, ansprechender Form zu präsentieren. Dazu kommuniziert die/der einzelne Studierende mit den Teammitgliedern, mit anderen Gruppen und mit Dritten in unterschiedlichen Kanälen (persönlich, telefonisch, per Messenger, aber auch per Slack, Skype, AdobeConnect).

Die Teilnehmer lernen, Zwischenergebnisse in angemessener Form zu teilen, Zeitpläne zu erarbeiten und einzuhalten sowie sich untereinander zu vernetzen.

Lehr- und Lernmethoden:

- Einführung in die Rahmenbedingungen der modernen Wissenschaftskommunikation
- Betrachten von unterschiedlichen Kommunikationskanälen für gegenseitigen Knowledge Transfer und zur medienwirksamen Darstellung von Forschungsergebnissen
- Analyse von für die unterschiedlichen Zwecke geeigneten Maßnahmen für die Öffentlichkeitsarbeit
- Teambuilding
- Sammeln von Praxiserfahrungen (ggf. gemeinsame Exkursion)

Bei der Vermittlung der Inhalte wird großer Wert auf engen Praxisbezug gelegt. Auf diese Weise lernen die Studierenden systematisch den Umgang mit den einschlägigen Instrumenten und zugleich das Nutzen von Gestaltungsspielräumen.

Die Einführung in die Lehrveranstaltung findet semesterbegleitend statt; das kick off zu Semesterbeginn und zwei weitere Termine am Ende des Semesters finden in Präsenz statt. Die Teilnahme an sämtlichen dieser Termine wird erwartet.

Literatur:

Wird jeweils zu Semesterbeginn bekanntgegeben

Modulnr.	4.2.8		
Titel	Intercultural Aspects in Project Management		
Verwendbarkeit	Erweiterte Kommunikationsfähigkeiten in der betrieblichen Praxis		
Modultyp	Wahlpflichtfach		
Lehrform	Seminar	Angebotsfrequenz	Blockwoche
Lehrsprache	englisch		
Semester	4		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50/40/40/20
Korrespondierende Veranstaltungen	Praktikum	Empfohlene Vorkenntnisse	Praktikum
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	
ErstprüferIn	Prof. Dr. Gordon Hunter		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Schweitzer		
DozentInnen	Prof. Dr. Gordon Hunter		

Empfohlene Voraussetzungen

In order to successfully pass this class you should have an understanding of business and IT-development processes as well as good English language skills. The seminar is open to Erasmus students as well as students from other departments who qualify as stated above (Courses in English).

Lernziele/Kompetenzen/ Objectives:

- To gain an understanding of the rationale underlying formal project management
- To become familiar with the entire project life-cycle
- To develop skills with project management techniques for planning and controlling projects

Acquired competences:

- Take a global and multicultural perspective to project management
- Understand and manage the interplay between people, technologies and organizations that underlies project management
- Understand, manage and control project risk and security
- Understand the impact of social, economic, legal, and ethical issues on project management in organizations

Inhalt/ Attributes of a project

- Constraints on project objectives
- Project life cycle
- Project management phases
- The project management process
- Project management techniques
- Project schedule control

Studien-/ Prüfungsleistungen

Studienarbeit und Kolloquium (15-45 Minuten)

Medienformen

- Veranstaltungsspezifische Website
- Moodle

- Tafel und Folien (Powerpoint)
- Literatur Required Reading: Information Technology Project Management 6th Edition by Kathy Schwalbe ISBN: 978-0-324-78692-7
- Project Management Institute website: www.pmi.org

Weitere siehe Veranstaltungsseite im Internet

Modulnr.	4.2.9		
Titel	Essential Strategies and Skills for Cross-Cultural Negotiation		
Verwendbarkeit	Advanced communication and negotiaton skills for all business specialties		
Modultyp	Elective		
Lehrform	z.B. Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	Block
Lehrsprache	English		
Semester	4		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50/40/40/20
Korrespondierende Veranstaltungen	none	Erforderliche Vorkenntnisse	English B 2
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	none
ErstprüferIn	Dr. Anke Arnaud		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Jutta Schweitzer		
DozentInnen	Dr. Anke Arnaud		

Learning Objective:

Business activities take place in a global economy where diverse cultures and economic systems continuously meet and collide. To manage these transactions effectively, develop sustainable cross-cultural relationships and promote a sustainable global economy it is important to learn how to negotiate effectively across cultures and systems. This course introduces student to essential negotiation strategies and skills. Students also learn about culture, barriers to effective cross-cultural communication and relationships and how to overcome those. The course applies evidence-based teaching methodology and active learning strategies to engage students in the learning process. It culminates in a World Climate Negotiation Simulation involving the application of strategies and skills learned during the semester.

Content:

- Understand and apply strategies and skills of effective negotiation,
- Remember the foundations of effective negotiation,
- Define the steps of the negotiation process,
- Describe culture and cultural dimensions,
- Understanding how culture impacts perception, communication, and decision-making in negotiation,
- Identify and manage barriers to cross-cultural communication and negotiation,
- Analyze and evaluate negotiation – and when to walk away from a negotiation.

Expected Assessment:

1. Active participation in class and team discussions
2. Evaluation and generation of case analyses through class presentation and discussion
3. Presentation and discussion of assigned readings
4. Final reflection of team negotiation

Literature/Reading Assignments:

Fisher, R., Ury, W., & Patton, B. (2011). *Getting to yes: Negotiating agreement without giving in*. New York, N.Y: Penguin Books. ISBN: 978-0-14-311875-6

Ury, W. (1993). *Getting past no: Negotiating in difficult situations*. New York: Bantam Books.

Bazerman, M. H., & Neale, M. A. (1992). *Negotiating rationally*. New York: Free Press.

Cases used for class discussion and analysis will be made available for purchase at beginning of semester.

Other readings may be distributed during the semester.

Modulnr.	4.2.11		
Titel	Souveränes Auftreten und Agieren: Soft Skill Training		
Verwendbarkeit	Für alle Studienrichtungen: Erweiterte Kommunikationsfähigkeiten für alle betriebswirtschaftlichen Schwerpunkte		
Modultyp	Wahlpflichtfach		
Lehrform	Seminar	Angebotsfrequenz	
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	4		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50/40/40/20
Korrespondierende Veranstaltungen	Praktikum	Empfohlene Vorkenntnisse	Keine
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	Keine
ErstprüferIn	Heidi Zimmermann- Beck Dipl.-Kauffrau (Univ.)		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Jutta Schweitzer		
DozentInnen	Heidi Zimmermann- Beck Dipl.-Kauffrau (Univ.)		

Lernziele

Welche Faktoren entscheiden über den ersten Eindruck? Die soziale Intelligenz spielt neben theoretischem Knowhow eine bedeutende Rolle im Berufsleben. Nicht nur Work-Life-Balance ist angesagt, sondern Empathie, Aktives Zuhören, Umgang mit eigenen Zielen und der Zeit. Menschen kommunizieren miteinander. Die Frage ist immer WIE wird kommuniziert. Welche Aussagen stecken in einer Information? Wie und warum interpretieren Ihre Mitmenschen Ihre Aussagen anders, als wie sie wollten? Für Ihren beruflichen Erfolg spielen Soft Skills eine bedeutende Rolle. In diesem Seminar lernen Sie sich besser kennen, erfahren Sie mehr über Ihre Persönlichkeit, testen Sie andere Wege aus und erhalten professionelles Feedback.

Inhalte

- Präsentationstechniken mit Analyse
- Allgemeines und persönliches Zeitmanagement - Hilfen für das Lernen zu Lernen
- Kommunikationstechniken: Ihr souveräner Auftritt / Business Knigge / Feedback
- Teams & Teamrollen
- Konfliktbewältigungsstrategien: Das klärende Gespräch
- Resilienz: Stress lass nach / innere Widerstandsfähigkeit

Lehr- und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht
- Gruppenarbeit und Diskussionen
- Präsentation; Diskussion und Evaluation
- Rollenspiele
- Übungsaufgaben und Fallbearbeitung
- Selbstgesteuertes Lernen

Erwartete Leistung:

- Aktive Mitarbeit in den Übungen
- Erarbeitung von Lösungen der Case Study und Präsentation sowie Verteidigung im Plenum

- Kolloquium am Ende der Veranstaltung
- Modularbeit

Literatur:

- Fisher, Roger, Ury William, Patton Bruce: Das Harvard Konzept 2018
- Heller, Jutta: Resilienz 2013
- Hofstede, Geert; Hofstede Gert Jan: Lokales Denken, globales Handeln, 2011
- Kürsteiner, Peter: Gedächtnistraining 2004
- Pörksen, Bernhard & Schulz von Thun, Friedemann: Kommunikation als Lebenskunst
- Schulz von Thun, Friedemann: Miteinander Reden, Bde. 1-3, Reinbek 2002ff
- Watzlawick, Paul; Beavin, Janet H.; Jackson, Don D.: Menschliche Kommunikation. Formen, Störungen, Paradoxien, Bern 2007
- Spitzer, Manfred: Lernen 2006
- Weitere Literatur bzw. online Tipps werden in der Veranstaltung bekannt gegeben
- Weitere Literatur bzw. online Tipps werden in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Modulnummer	4.2.12.		
Titel	Eine starke Ich-Marke aufbauen – durch Stärkenorientierung & erfolgreiche Kommunikation		
Verwendbarkeit	Für alle Studienrichtungen: Erweiterte Sozialkompetenzen für alle betriebswirtschaftlichen Schwerpunkte		
Modultyp	Wahlpflichtfach		
Lehrform	Seminar	Angebotsfrequenz	Blockwochen
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	4		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50/40/40/20
Korrespondierende Veranstaltungen	Praktikum	Empfohlene Vorkenntnisse	keine
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	keine
ErstprüferIn	Tina Liolios & Katharina Schmiedel		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Jutta Schweitzer		
DozentInnen	Tina Liolios & Katharina Schmiedel – Work.Life.Passion. (www.worklifepassion.com)		

Lernziele / Kompetenzen

Die innere Haltung und Einstellung in Bezug auf zu meisternde Herausforderungen beeinflussen den Erfolg. Das gilt für das Studium genauso wie für den Berufseinstieg und das Privatleben. Um diese Einstellung und somit auch deinen Erfolg positiv zu beeinflussen, ist es wichtig die eigenen Talente, Stärken und Leidenschaften zu kennen. Wenn man weiß, was man gut kann und gerne tut bzw. erreichen möchte, kann man sich im nächsten Schritt überlegen, wie mit zielgerichteter Kommunikation die Botschaft an die Zielgruppen gesendet werden kann. Und zwar so, dass sie auch ankommt.

Nach diesem Seminar ist der/ die Student*in sich seiner/ ihrer Stärken bewusst und hat diese eingeübt. Außerdem kennt man seine Zielrichtung und wie man sich dafür positionieren will. Mit entsprechenden Kommunikations-Tipps & Tricks aus der Praxis wird die eigene Personal Brand – die „Ich-Marke“ gesetzt..

Vor dem Seminar wird einen Strenghtsfinder Online Test angeboten, um deine eigene Bereiche zu identifizieren. Die notwendigen Codes sowie eine Anleitung wird rechtzeitig versendet.

Inhalte

Stärkenorientierung

- Growth Mindset – Innere Haltung
- Einführung in die Stärkenorientierung
- Strenghtsfinder –Talente und wie sie zu Stärken werden
- Praxis: Nutze die Stärken für konkrete aktuelle Challenges

Kommunikation

- Basics der Kommunikation
- Konstruktives Feedback & Positive Kommunikation
- Deeskalierende Kommunikation & Kritikgespräche
- Persönlichkeitstypen und deren Kommunikationsstile
- Elevator Pitch: In 60 Sekunden begeistern

Personal Branding

- Individualität: Alleinstellungsmerkmal & Botschaft
- Zielgruppe: Wer soll erreicht werden ?
- Positionierung: Wie positionierst man sich und seinen USP?
- Kampagne: die eigene Botschaft verbreiten

Methodik & Lern- und Praxistransfer

In diesem Seminar geht es um mitmachen und interaktives lernen. Natürlich gibt es vom Trainer relevanten Wissens-Input auf unterhaltsame Art und Weise. Angereichert durch viele Tipps & Tricks aus der Berufspraxis. Hierfür nutzen wir neben PPT Präsentationen auch Online Tools, Quizzes, Videos, uvm. Darüber hinaus sollen die Studierenden sich regelmäßig und viel selbst einbringen – beispielsweise in Gruppendiskussionen, Rollenspielen und Einzelreflexionen. Wir werden Kleingruppen und Teams bilden und zusammen mit anderen Studierenden und in Lernpartnerschaften wird gelerntes Wissen in eigenen Präsentationen und/oder in Seminararbeiten vertieft. Viel Spaß dabei!

Modulnr.	4.2.19		
Titel	Simulation: Strategisches Management und Kommunikation im Planspiel		
Verwendbarkeit	Für alle Studienrichtungen: Erweiterte Kommunikationsfähigkeiten für alle betriebswirtschaftlichen Schwerpunkte		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	Seminar	Angebotsfrequenz	Block
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	4		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50/40/40/20
Korrespondierende Veranstaltungen	Praktikum	Empfohlene Vorkenntnisse	Keine
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	Keine
ErstprüferIn	LB Hr Nowak		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Jutta Schweitzer		
DozentInnen	LB Hr. Nowak		

Lernziele

Präsentationstechnik und die erlernten Kommunikationsstrukturen anwenden für

- Führung eines Unternehmens
- Treffen von strategischen Entscheidungen
- Übernahme von Führungsfunktionen und Entscheidungsverantwortung in einem Team
- Teamarbeit (Analyse von Gruppen-, Rollen- und Entscheidungsprozessen im Team)
- Monetäre Analysen von Bilanz, GuV, Liquidität
- Produktions- und Marketingplanung.

Inhalte

- Planspiel, das in Gruppenarbeit zu bearbeiten ist.

Wesentliche Abschnitte der Veranstaltung:

- Warming up mit gegenseitigem Kennenlernen
- Erwartungen, Erfahrungen und eigene Erkenntnisse
- Vorstellen des Spiels
- Methodisches Vorgehen
- Erarbeiten der Lösungen
- Präsentation und Verteidigung
- Kolloquium

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Präsentationen*
- *Planspiel / Computersimulation*

Lehr- und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht
- Gruppenarbeit und Diskussionen
- Präsentation, Diskussion und Evaluation
- Planspiel

- Selbstgesteuertes Lernen

Erwartete Leistung:

- Aktive Mitarbeit im Planspiel
- Erarbeitung von Entscheidungen und Präsentation sowie Verteidigung in der Gruppe
- Kolloquium am Ende der Veranstaltung
- Studienarbeit

Literatur:

- Wird in der Veranstaltung bekanntgegeben

Modulnr.	4.2.20		
Titel	Kommunikation im Projektmanagement		
Verwendbarkeit	Studiengänge mit betriebswirtschaftlicher Ausrichtung		
Modultyp	Wahlpflichtfach		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	Blockwoche
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	4		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	z.B.: 40 / 50 / 40 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen	4.2 X	Erforderliche Vorkenntnisse	Keine
Leistungsnachweis	.ModA	Zugelassene Hilfsmittel	keine
ErstprüferIn	Hr. Schweinar		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Jutta Schweitzer		
DozentInnen	Hr.Schweinar		

Lernziele / Kompetenzen:

- Den Studierenden sollen mit Hilfe kleiner gruppenspezifischer Arbeiten die Fallstricke und eigenen Beiträge zu Kommunikationsproblemen erfahren.
- Die Erkenntnis, dass Reflexion und Tun sich ergänzen, um einen Lernfortschritt und höheren Reifegrad zu erlangen.
- Die Studierenden sollen anhand eines konkreten Projekts kennenlernen, wie Kommunikation geplant und gesteuert werden kann.
- Im Rahmen eines Planspiels sollen kleine Gruppen miteinander projektspezifische Kommunikationspläne erarbeiten und die erlernten Kommunikationsstrukturen anwenden.

Inhalte:

Gruppendynamische Spiele und Reflexion anhand geeigneter Modelle und Methoden aus der Kommunikationstheorie.

- Praktische Umsetzung der Modelle im Alltag und Geschäftsleben: Übungen und Rollenspiele
- Planspiel, das in Gruppenarbeit zu bearbeiten ist.

Wesentliche Abschnitte der Veranstaltung:

- Warming up mit gegenseitigem Kennenlernen
- Erwartungen, Erfahrungen und eigene Erkenntnisse in der Kommunikation
- Übungen mit Reflexion, verschiedenen Lernformen und Diskussion im Plenum
- Vorstellen der Projektsituation
- Methodisches Vorgehen
- Erarbeiten der Lösungen
- Präsentation und Verteidigung

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

Rollenspiele und Präsentationen

- Übungen und Vorträge
- Planspiel

Lehr- und Lernmethoden:

- ...
- Seminaristischer Unterricht
 - Gruppenarbeit und Diskussionen
 - Präsentation; Diskussion und Evaluation
 - Rollenspiele
 - Übungsaufgaben und Fallbearbeitung
 - Planspiel
 - Selbstgesteuertes Lernen

Erwartete Leistung:

- **Aktive Mitarbeit in den Übungen**
- **Erarbeitung von Lösungen der Case Study und Präsentation sowie Verteidigung im Plenum**

Literatur:

- Wird in der Veranstaltung bekanntgegeben ...

5.1 Grundlagen der Makroökonomik

Modulnr.	5.1		
Titel	Grundlagen der Makroökonomik		
Verwendbarkeit	Studiengänge mit betriebswirtschaftlicher Ausrichtung		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	Vorlesung / seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	Wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	5		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 50 / 40 / 10
Korrespondierende Veranstaltungen	Keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Grundlagen der Mikroökonomie
Leistungsnachweis	schrP	Zugelassene Hilfsmittel	Nicht-programmierbarer Taschenrechner
ErstprüferIn	Prof. Dr. Hohberger / Prof. Dr. Hülsewig		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Hohberger / Prof. Dr. Hülsewig		

Lernziele / Kompetenzen:

Die Studierenden sind in der Lage, grundlegende makroökonomische Zusammenhänge zu verstehen und analysieren. Sie können die Auswirkungen von Maßnahmen wirtschaftspolitischer Entscheidungsträger im Rahmen geeigneter Modelle nachvollziehen, die ergriffen werden, um wirtschaftspolitische Ziele zu erreichen bzw. um die negative Konsequenzen von exogenen Störungen zu korrigieren. Gleichzeitig lernen Sie die Grenzen der wirtschaftspolitischen Steuerung kennen. Übungseinheiten tragen dazu bei, das Erlernte nachzuvollziehen und zu vertiefen. Die vermittelten Kenntnisse ermöglichen es den Studierenden, die Bedeutung von gesamtwirtschaftlichen Vorgängen für betriebswirtschaftliche Entscheidungen einzuordnen.

Inhalte:

- Makroökonomie als Wissenschaft, Blickwinkel der Makroökonomie, gesamtwirtschaftliche Schlüsselvariable: Bruttoinlandsprodukt, Inflationsrate und Arbeitslosenquote.
- Kreislaufmodell einer Volkswirtschaft, Grundlagen der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung, gesamtwirtschaftliche Nachfrage, Ursachen von Inflation, Gründe für Arbeitslosigkeit
- Einblicke in den Konjunkturzyklus, die Outputlücke und weitere Konjunkturindikatoren, konjunkturell-bedingte gesamtwirtschaftliche Störungen
- Das monetäre System: Monetäre Aggregate, Prozess des Geldangebots, der Kreditmarkt, Kosten der Inflation
- Lang- und kurzfristige Analyse gesamtwirtschaftlicher Zusammenhänge, Grundlagen der Wachstums- und Konjunkturtheorie.
- Stabilisierungspolitik in einer Volkswirtschaft, Analyse des Zusammenspiels makroökonomischer Schlüsselvariablen. Wirkungsweise von geldpolitischen Maßnahmen. Grenzen der Geldpolitik, Grenzen einer asymmetrisch ausgerichteten Fiskalpolitik.

Methoden:

- *Analysemodelle:*
Stilisierte gesamtwirtschaftliche Modelle für die Lehre, formale und grafische Darstellung
- *Quantitativ:*
Daten- und Zeitreihenanalyse, Regressionen, Differenzialgleichungen, statische und dynamische Analyse

Lehr- und Lernmethoden:

Vorlesung mit seminaristischem Unterricht

Literatur:

- Blanchard O., G. Illing: Makroökonomie, 6. Auflage, München 2014
- Brunner, S., K. Kehrlé: Volkswirtschaftslehre, 2. Auflage, München 2011
- Mankiw N. G.: Makroökonomik, 7. Aufl., Stuttgart 2017
- Henzel S. und O. Hülsewig, "Ein statisches Neukeynesianisches Modell", *wisu - Das Wirtschaftsstudium*, 7, 2018, 832–839
- Henzel S. und O. Hülsewig, "Ein Neuykeynesianisches Modell mit Banken für die Lehre", *Wirtschaftswissenschaftliches Studium (Wist)*, 9, 2019, 31–38.
- Deutsche Bundesbank: Monatsberichte, Frankfurt/Main
- Europäische Zentralbank: Monatsberichte, Frankfurt/Main

Weitere Literatur zu aktuellen Themen wird in der Vorlesung angegeben.

5.2 Intercultural Communication for Business

Modulnr.	5.2*		
Titel	Intercultural Communication for Business		
Verwendbarkeit	Für alle betriebswirtschaftlichen Studiengänge		
Modultyp	Pflichtfach		
Lehrform	Seminar	Angebotsfrequenz	Wöchentlich
Lehrsprache	Englisch		
Semester	5		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen	Keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Aufbauend auf 2.2 und 3.2
Leistungsnachweis	schrP (60 Min.)	Zugelassene Hilfsmittel	Keine
ErstprüferIn	Prof. Dr. Nicole Brunnhuber		
ZweitprüferIn	LfBA Frau Sheila Scott		
DozentInnen	Prof. Dr. Nicole Brunnhuber, Frau Maggie Leitner, Dr. Patrick Schultz, LfBA Frau Sheila Scott, Prof. Dr. Paul Sudnik		

* Die Platzvergabe erfolgt durch ein Losverfahren in NINE. Der Zeitraum der Losverfahren wird im Semester-Terminplan auf der Webseite der Fakultät bekannt gegeben. Weitere Informationen zu den Losverfahren werden ebenfalls auf der [Webseite der Fakultät](#) veröffentlicht.

Lernziele / Kompetenzen:

Nach erfolgreichem Abschluss dieses Moduls sind Studierende in der Lage, fachsprachliche Kommunikation auf Englisch mit interkultureller Kompetenz zur erfolgreichen Zusammenarbeit im betriebswirtschaftlichen Kontext einzusetzen. Studierende erwerben vertiefte Kenntnisse von betriebswirtschaftlichen Bedingungen und Geschäftskulturen verschiedener Regionen und werden für die interkulturelle und internationale Arbeitswelt vorbereitet.

Fachliche Kompetenzen:

Studierende sind mit gängigen wissenschaftlichen Theorien und Modellen interkultureller Forschung im Bereich Business Studies vertraut und können diese kritisch analysieren, vergleichen und differenziert in der Praxis anwenden. Durch betreutes Selbststudium und eigenständige Recherche können Studierende die eigene Reflexion über kulturelle Auswirkungen in der Wirtschaft wissenschaftlich kontextualisieren und in der Praxis einschätzen. Dadurch können Sie die synergetische Zusammenarbeit über kulturelle Unterschiede hinweg fördern und steuern. Zudem erwerben die Studierenden Grundkenntnisse und kritische Ansätze für weiterführendes Lernen und Forschung im Bereich Intercultural and Cross-cultural Management.

Methodische Kompetenzen:

Studierende können exemplarisch Kulturmodelle und wissenschaftliche Theorien zusätzlich zur eigenen Recherche und Reflexion über kulturelle Auswirkungen und Unterschiede einsetzen und sich sowohl quantitativ-empirischer als auch qualitativ-interpretativer Methoden bedienen, um diese zur künftigen Gestaltung und Bewältigung konkreter Situationen des Geschäftslebens anzuwenden.

Soziale Kompetenzen:

Studierende lernen interaktiv in Partner- und Gruppenarbeit Vorschläge und Strategien mit interkultureller Ausrichtung im betriebswirtschaftlichen Kontext auf Englisch zu erarbeiten. Sie sind in

der Lage, ihr Wissen anderen zu vermitteln, kulturbedingte Missverständnisse zu vermeiden ggf. zu lösen und zur effizienten Kommunikation, Inklusion und Synergien in beruflichen sowie sozialen Situationen beizutragen.

Selbstkompetenz:

Studierende sind sich der Relativität eigener kultureller Gewohnheiten und Überzeugungen bewusst und können interkulturelle Handlungsweisen effektiv einsetzen. Zudem sind sie in der Lage, Informationsquellen zu erschließen und auszuwerten.

Lerninhalte:

- Globalisierung, Kultur und Kommunikation
- Regionale betriebswirtschaftliche Bedingungen und Praxis
- Geschäfts- und Arbeitskulturen
- Kulturmodelle und -dimensionen
- Studien und Forschungsprojekte im Bereich Intercultural and Cross-cultural Business Studies
- Cross-cultural Management

Lehr- und Lernmethoden:

- interaktiv
- Gruppenarbeit
- Fallstudien
- Selbststudium und betreute Recherche

Literatur:

- Browaeyes, M. & Price, R. (2019) *Understanding Cross-Cultural Management*. 4th ed. London: Pearson.
- Ferraro, Gary and Briody, Elizabeth (2017) *The Cultural Dimension of Global Business*. 8th ed. Oxford: Routledge.
- Gibson, Robert (2022) *Bridge the culture Gaps: A Toolkit for Effective Collaboration in the Diverse, Global Workplace*. Boston: Nicholas Brealey.'
- Gibson, Robert (2019) *Intercultural Business Communication*. Oxford University Press.
- Hall, Eduard (1990) *The Silent Language*. New York: Anchor Books.
- Hall, Edward, T and Hall, Mildred, Reed (1990) *Understanding Cultural Differences, Germans, French and Americans*. Boston, London: Intercultural Press.
- Hofstede, Geert, Hofstede, Gert Jan und Minkov, Michael (2010) *Cultures and Organizations. Software of the Mind*. New York: McGraw-Hill.
- Lewis, Richard D. (2006) *When Cultures Collide. Managing Successfully Across Cultures*. 3rd ed. London: Brealey.
- Meyer, Erin (2014) *The Culture Map*. New York: Public Affairs.
- Schmidt, Patrick L. (2007) *In Search of Intercultural Understanding*. Montreal/Vienna: Meridian World Press.
- Schwartz, S.H. (2006) A theory of cultural value orientations. *Explication and application. Comparative Sociology*, 5(2-3), 137-182.
- Trompenaars, Alfons, and Hampden-Turner, Charles (2012) *Riding the Waves of Culture: Understanding Cultural Diversity in Global Business*. 3rd ed. New York: McGraw-Hill.

5.3 Seminar

Die Seminare 5.3 und 6.3 können im 5. und/ oder im 6. Semester belegt werden.

Die Platzvergabe erfolgt durch ein Losverfahren in NINE. Der Zeitraum der Losverfahren wird im Semester-Terminplan auf der Webseite der Fakultät bekannt gegeben. Weitere Informationen zu den Losverfahren werden ebenfalls auf der [Webseite der Fakultät](#) veröffentlicht.

Ein Anspruch auf Teilnahme an einer konkreten Veranstaltung besteht nicht.

Übersicht der einzelnen Lehrveranstaltungen im Sommersemester 2023.

Mod. Nr.	Bezeichnung der Veranstaltung	Dozent/in
5.3.1 / 6.3.1	English for Professional Business Communication - Advanced	Emma Hewitt
5.3.4 / 6.3.4	Seminar zur Unternehmensbesteuerung	Prof. Dr. Kießling/ Prof. Dr. Scharl
5.3.6 / 6.3.6	Herausforderungen im Controlling	Prof. Dr. Langmann / Prof. Dr. Trauttmansdorff
5.3.11 / 6.3.11	Aktuelle Themen im HR Management	Prof Dr. Gärtner
5.3.12 / 6.3.12	Financial Planning	LBA Thomas Laue
5.3.17 / 6.3.17	Empirische Arbeitsmarktökonomie	Prof. Dr. Holzner
5.3.19 / 6.3.19	Steuern und Kapital	Prof. Dr. Ruhnke/ Prof. Dr. Huber-Jahn
5.3.21 / 6.3.21	Angewandte Datenanalyse	Prof. Dr. Kopf
5.3.22 / 6.3.22	Supply Chain Management in der Automobilindustrie	Prof. Dr. Klug
5.3.23 / 6.3.23	The VUCA world: Challenges and recommendations	Dr. Christoph Thiele
5.3.25 / 6.3.25	Strategisches HRM	Dr. Ulrich Clarenbach
5.3.26 / 6.3.26	Herausforderungen im Rechnungswesen	Prof. Dr. Schwarzmann
5.3.30 / 6.3.30	Predictive Intelligence für datengetriebenes Marketing	LBA Uwe Seebacher
5.3.31 / 6.3.31	Cross-cultural Management: Regional Specialisation	Prof. Dr. Horn
5.3.35 / 6.3.35	International Marketing	Prof. Dr. Scott C. Ambrose
5.3.36 / 6.3.36	Ausgewählte Aspekte der Blockchains	Dr. Sandro Scheid
5.3.37 / 6.3.37	Quantitative Risk Assessment in Insurance & Finance	Prof. Dr. Bohnert
5.3.39 / 6.3.39	Internationales HR Management	Prof. Dr. Batsching
5.3.40 / 6.3.40	Aktuelle Fragen der Geld- und Wirtschaftspolitik	Prof. Dr. Hohberger
5.3.41 / 6.3.41	International Market Entry Strategies	Dr. Valerie Busse
5.3.42 / 6.3.42	Business Law for Sustainable Energy Transition	Susanne Wende

Module Nr.	5.3.1 / 6.3.1		
Title	English for Professional Business Communication - Advanced		
Applicability / Relevance	All areas of specialization – BA Business Administration		
Module Type	Elective		
Teaching Methods	Seminar (SU)	Frequency of Delivery	Weekly
Language of Instruction	English		
Semester	5th semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	25 / 50 / 50 / 20
Related Courses	N/A	Prerequisite Courses	Seminar 2.2 (2 nd sem.) & 3.2 (3 rd sem.); min. Business English B2
Assessment Method	Presentation	Exam aids permitted	No
1st examiner	Ms. Emma Hewitt		
2nd examiner	Prof. Dr. Nicole Brunnhuber, LfBA Ms. Sheila Scott		
Lecturer(s)	Ms. Emma Hewitt		

Learning outcomes / skills:

This module is an advanced-level Business English communication course intended to strengthen and refine students' proficiency for professional and managerial purposes. Throughout this task-based module, students will further develop appropriate terminology, phraseology and effective communication skills to handle interactive situations in an international business context. With a high level of guided independent study and practice, students will build confidence in spoken business communication and foster comprehension skills for contemporary business discourse. They will be familiarized with regional, organisational and formal communication specifics in Business English to contribute, lead and innovate appropriately. After successful completion of this course, students will have the skills and practice required to present themselves and/or their organizations at a high level of professionalism in challenging communication settings for business, work or further studies in an international context.

Professional competences:

After successful completion of this module, students will have:

- the ability to understand and evaluate high-level international business discourse
- the tools and best practices to prepare business-related communication tasks
- the proficiency to initiate and respond quickly and professionally to business-related communication
- the spoken language skills to present themselves and/or business-related content professionally in real-life situations

Technical competences:

After successful completion of this module, students will be able to:

- evaluate their own English-language communication skills for continued development of professional business communication
- research appropriate sources to further their knowledge of contemporary business-related content for professional business communication in English
- anticipate and understand different forms of English-language communication in business
- demonstrate practical experience in advanced Business English communication for work, leadership and Business Studies

Personal competences:

After successful completion of this module, students will be able to:

- reflect on and contribute to international discourse at an advanced level
- understand and analyse different English communication styles
- express themselves confidently and professionally in international settings

Social competences:

After successful completion of this module, students will have the resources to:

- negotiate different communication styles in English
- anticipate and foster synergies and teamwork across linguistic differences in English
- share their knowledge and experience to foster professional communication among peers and teams

Contents:

- Style, nuance and register for professional Business English
- Organizational culture and communication in Business English
- Purpose-driven business communication (face-to-face and online)
- Business talks and presentations
- Interviews
- Meeting preparation and management

Methods of Teaching and Learning:

- Interactive seminar
- Self-awareness, active listening, exchange and group participation are key skills for developing confidence, fluency and communicative effectiveness.
- Research and practice assignments
- Students are expected to complete readings, present and analyse multi-media content and complete communication tasks as study assignments, and to contribute well-prepared findings and evaluations in class.
- Group work
- Constructive discussion and application
- Simulations
- Presentations and Q&A
- In order to reach the level of proficiency and confidence required, students are expected to work independently and continually develop their professional English proficiency through research and intensive exposure to appropriate business content.

Literature:

Readings and resources will be provided on the syllabus distributed at the beginning of the course.

Modulnr.	5.3.4 / 6.3.4		
Titel	Seminar zur Unternehmensbesteuerung		
Verwendbarkeit	Basis aller steuer- und wirtschaftsberatenden Studienausrichtungen, Controlling, Rechnungswesen, Finanzierung		
Modultyp	Zugänglich für alle Studierende, sehr empfehlenswert für den Schwerpunkt Steuern I, Grundlage für die Erstellung einer Bachelorarbeit im Schwerpunkt Steuern		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeit	Angebotsfrequenz	Wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	5. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	10 / 90 / 50 Anmerkung: Präsenz / angeleitetes Selbststudium / Präsentation und Diskussion
Korrespondierende Veranstaltungen	Keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Steuerliche Grundlagen und Besuch der Veranstaltung 3.1
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	Beliebige eigene
ErstprüferIn	Prof. Dr. Kießling		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Scharl		
DozentInnen	Prof. Dr. Kießling, Prof. Dr. Scharl		

Lernziele / Kompetenzen:

Nach dem Besuch dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, zu abgegrenzten Problemstellungen der Einkommen- und Umsatzsteuer durch vertieftes wissenschaftliches Arbeiten eine Seminararbeit zu erstellen und anhand eines kurzen Tutorials zu präsentieren. Außerdem erhalten Sie einen Einblick in die Steuerdeklaration anhand geeigneter Lern-EDV-

Die Studierenden erwerben einen tieferen Einblick in ausgewählte Themengebiete der Unternehmensbesteuerung und lernen darüber hinaus die Besonderheiten des wissenschaftlichen Arbeitens mit Quellen kennen.

Sie trainieren Sachverhalte wissenschaftlich auszuarbeiten, aufzubereiten, kurze Studienarbeiten anzufertigen und die erworbenen Erkenntnisse multimedial zu präsentieren sowie die Umsetzung von steuerlichen Sachverhalten in der Steuererklärung.

Dazu erarbeiten sie didaktische geeignete Bausteine, ggf. mit Hilfe geeigneter Software, und führen diese im Rahmen der Erstellung eines Videoclips zusammen. Die Studierenden können sich insbesondere in den Übungseinheiten in Kleingruppen austauschen und gegenseitig unterstützen. Durch den Besuch dieses Moduls erkennen Studierende die Notwendigkeit des schrittweisen Aufbaus bei der Erläuterung steuerlicher Problemstellungen und werden motiviert, selbst gewonnenes Verständnis steuerlicher Problemstellungen mit anderen zu teilen.

Inhalte:

- Umsetzung eines Sachverhaltes in eine Steuererklärung anhand EDV-Programmen
- Überblick über allgemein zugängliche steuerliche Tutorials (z.B. YouTube)
- Erarbeitung spezifischer ausgewählter steuerlicher Themen
- Didaktische Grundlagen
- Grundlagen der Präsentation vor einer Videokamera

Inhalte:

1. Überblick über die Seminarthemen,
2. Vorstellung der Einzelthemen
3. Zuordnen von Einzelthemen an die Studierenden, Diskussion, Einordnung und Abgrenzung der Themen.
4. Eigenständiges Erarbeiten der Studienarbeit und der Präsentation unter Anleitung des Dozenten
5. Präsentation der Ergebnisse durch adäquaten Einsatz von multimedialen Hilfsmitteln und wissenschaftliche Diskussion der Ergebnisse

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- **Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):**
 - Subsumtion
 - Experteninterview
 - Diskussion

Lehr- und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht, Präsentation und Diskussion
- Selbstgesteuertes Lernen
- Gastvorträge von Referenten aus der Praxis

Literatur:

- Wird im Rahmen des Seminars bekannt gegeben.

Modulnr.	5.3.6 / 6.3.6		
Titel	Neue Herausforderungen im Controlling		
Verwendbarkeit	Studiengänge mit betriebswirtschaftlicher Ausrichtung - Dieses Modul eignet sich insbesondere für die Vertiefungen Rechnungswesen und Controlling I und II		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	Seminar	Angebotsfrequenz	geblockt
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	5 / 6		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	z.B.: 10 / 0 / 90 / 50 <i>Anmerkung: Präsenz / Vor- und Nachbereitung / angeleitetes Selbststudium / Kolloquium</i>
Korrespondierende Veranstaltungen	Keine	Erforderliche Vorkenntnisse	1.- 4. Semester BA BWL
Leistungsnachweis	ModA + Präsentation	Zugelassene Hilfsmittel	
ErstprüferIn	Prof. Dr. Trauttmansdorff		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Langmann		
DozentInnen	Langmann/Rodt/Schwarzmann/Trauttmansdorff		

Lernziele / Kompetenzen:

Ziel des Moduls ist das Vertiefen wissenschaftlichen Arbeitens unter Anleitung im Rahmen einer Seminararbeit oder Fallstudie einschließlich der Darstellung und wissenschaftlichen Diskussion der Ergebnisse. Dabei sollen ausgewählte Aspekte zum Thema „Neue Herausforderungen aus dem Controlling“ untersucht werden.

Die Studierenden erwerben einen tieferen Einblick in ausgewählte Themengebiete des Controllings. Sie lernen darüber hinaus die Besonderheiten wissenschaftlichen Arbeitens mit Quellen kennen. Sie verbessern sich im Verfassen wissenschaftlicher Texte und im ethisch ordnungsgemäßen Gewinnen und Darstellen wissenschaftlicher Ergebnisse. Sie trainieren, komplexe Sachverhalte wissenschaftlich auszuarbeiten, aufzubereiten und Studienarbeiten anzufertigen und die erworbenen Erkenntnisse zu präsentieren.

Inhalte:

Der Aufbau der jeweiligen Veranstaltung richtet sich nach den spezifischen Themen des Semesters.

1. Überblick über die Themen für Seminare oder Fallstudien, Abgrenzung und Einordnung in den Themenbereich Rechnungswesen und Controlling
2. Vorstellung der Einzelthemen oder Fallstudien
3. Zuordnen von Einzelthemen an die Studierenden, Diskussion, Einordnung und Abgrenzung der Themen.
4. Eigenständiges Erarbeiten der Studienarbeit unter Anleitung des Dozenten, wissenschaftliche Aufbereitung

5. Präsentation der Ergebnisse durch adäquaten Einsatz von multimedialen Hilfsmitteln und wissenschaftliche Diskussion der Ergebnisse

Eingesetzte Methoden der Wirtschaftswissenschaften:

In den jeweiligen Seminaren, werden je nach Thema die verschiedenen Methoden angewendet.

- *Modelle und Methoden der Analyse (z.B.: Forschungs- und Analysemodelle):*
- *Quantitativ-Empirische Methoden (z.B.: Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
- *Qualitativ-Interpretative Methoden (z.B.: Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*

Lehr-und Lernmethoden:

Seminar

Literatur:

wird vom jeweiligen Dozenten vorgeschlagen

Modulnr.	5.3.11 / 6.3.11		
Titel	Aktuelle Themen im HR Management		
Verwendbarkeit	Betriebswirtschaftliche Studiengänge mit Schwerpunkt im Bereich Personalmanagement, Human Resource Management		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	Seminar	Angebotsfrequenz	wöchentlich
Lehrsprache	deutsch		
Semester	5. Semester oder 6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50/40/20/40
Korrespondierende Veranstaltungen	Seminare	Erforderliche Vorkenntnisse	Grundlagen HRM
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	keine
ErstprüferIn	Prof Dr. Gärtner		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Hülsbeck		
DozentInnen	Prof Dr. Gärtner, Prof. Dr. Hülsbeck		

Lernziele / Kompetenzen:

Inhaltsebene: Die Studierenden verfügen über

- Verbreiterte und substanzielle Kenntnis über generelle Zukunftsentwicklungen, und deren tagesaktuelle Bedeutung im Besonderen für die betriebliche Personalfunktion
- Breitere und vertiefte Kenntnisse aktueller HR Themen und deren Auswirkungen auf die Arbeit von HR- Professionals
- Vertieftes Wissen über Methoden der Zukunftsforschung/ Zukunftsvorhersage und deren kritische Bewertung

Handlungsebene: Die Studierenden sind in der Lage...

- ... komplexe Probleme handlungsorientiert zu bearbeiten
- ... aktuelle Trends für die Anwendung in der HR Praxis zu konzipieren und die Umsetzung vorzubereiten
- ... HR Aufgaben kontrovers zu diskutieren, einen Standpunkt zu entwickeln und diesen begründet zu vertreten

Inhalte:

- Nachhaltigkeit in HR
- Digital HRM (KI in HR)
- New & Remote Work
- Neue Ansätze der (HR-) Organisation
- Metathemen (z.B. Technologie, Nachhaltigkeit, Demografischer Wandel, Image & Professionalisierung von HR.)
- Neue Aufgabenfelder für HR (Diversity, Equality & Inclusion, Compliance, CSR, Gesundheitsmanagement & Mental Health, Wissensmanagement, usw.)

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse:*
 - Strukturanalyse, Szenarioanalyse, induktive Analysemethoden
 - Trendberechnungen, Befragungen, Statistiken
 - Benchmarking
 - Literaturanalyse
- *Qualitativ-Interpretative Methoden*
 - Experteninterviews
 - Delphistudien
 - Beobachtung

Lehr-und Lernmethoden:

- Vorträge + Diskussionen
- Fallstudien/ Übungen/ gruppenarbeiten
- Selbstgesteuertes Lernen

Literatur:

- Aktuelle Literatur wird in der Veranstaltung bekanntgegeben

Modulnr.	5.3.12 / 6.3.12		
Titel	Financial Planning		
Verwendbarkeit	Einsatz der Lehrinhalte in der Vermögensanlage		
Modultyp	Wahlpflichtmodul		
Lehrform	Seminar	Angebotsfrequenz	Blockveranstaltung
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	5		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen	keine	Erforderliche Vorkenntnisse	keine
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	
ErstprüferIn	Herr Thomas Laue		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Jens Kleine		
DozentInnen	Herr Thomas Laue		

Lernziele / Kompetenzen:

Die Studierenden sind nach dem Besuch dieses Moduls in der Lage, innovative Ansätze/Konzepte im Kontext des Financial Planning zu bewerten bzw. eigenständig zu entwickeln. Sie bauen fundiertes Fachwissen in den Bereichen Finanzprodukte (z.B. Aktien, Fonds etc.), Immobilien, Alternative Investments, Absicherungsmanagement (Versicherungen) sowie Steuern und Recht auf. Daneben entwickeln die Studierenden ein Verständnis für die Chancen und Risiken der Kapitalmärkte, analysieren und bewerten aktuelle Trends/Marktentwicklungen und leiten daraus eigenständig Anlage- bzw. Investment-entscheidungen ab. Außerdem verbessern die Studierenden durch Gruppenarbeiten sowie Präsentationen Ihre Selbst- und Sozialkompetenz.

Inhalte:

- Finanzdienstleistungsmarkt
- Geschäftsmodelle der Banken und Finanzdienstleistungsunternehmen
- Online Brokerage – Geschäftsmodelle, Produkte, Vergütungsmodelle
- Retail Banking – Geschäftsmodelle, Produkte, Vergütungsmodelle
- Private Banking – Geschäftsmodelle, Produkte, Vergütungsmodelle
- Vermögensverwaltung
- Benchmark versus Total Return Strategien
- Altersvorsorgeinstrumente
- Alternative Investments
- Trends/Marktentwicklungen

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):

- Anwendung von Benchmark-, Erfolgsfaktoren- und SWOT-Analysen sowie Portfoliotechniken
- Ableitung von Wettbewerbs-, Produkt-/ Markt- und Zielgruppenstrategien

Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):

- Deduktives Forschungsvorgehen
- Zeitreihenanalyse (Verwendung deskriptiv statistischer Verfahren)

Qualitativ-Interpretative Methoden (Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):

- Induktives Forschungsvorgehen
- Standardisierte Befragungen (mündlich und schriftlich) und Experteninterviews

Lehr-und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht/ Diskussion
- Fallbeispiele/ Übungen/Gruppenarbeit
- Studentische Präsentationen
- Ggfs. Gastvorträge und Exkursionen

Literatur:

- Everling, O., Lempke, R. (2020): Finanzdienstleister der nächsten Generation, 1. Auflage, Frankfurt am Main
- Brost H., et al. (2019): Private Banking und Wealth Management: Strategien und Erfolgsfaktoren, 3. Auflage, Wiesbaden

Modulnr.	5.3.17 / 6.3.17		
Titel	Empirische Arbeitsmarktökonomie		
Verwendbarkeit	Alle Studiengänge mit betriebswirtschaftlicher Ausrichtung - Dieses Modul eignet sich insbesondere für die Vertiefungen Human Resource Management		
Modultyp	Wahlpflichtmodul		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch (Literatur teilweise auf Englisch)		
Semester	5. oder 6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	30 / 80 / 40 <i>Anmerkung: Präsenz / angeleitetes Selbststudium / Präsentation und Diskussion</i>
Korrespondierende Veranstaltungen	Keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Modul 1.6 Grundlagen der Mathematik und Statistik
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	Beliebige eigene
ErstprüferIn	Prof. Holzner		
ZweitprüferIn	Prof. Henzel		
DozentInnen	Prof. Holzner		

Lernziele / Kompetenzen:

Ziel des Moduls ist das Vertiefen wissenschaftlichen Arbeitens unter Anleitung im Rahmen einer Seminararbeit. Die Studierenden lernen den Umgang mit Quellen kennen, sie trainieren, komplexe Sachverhalte wissenschaftlich aufzubereiten und Seminararbeiten anzufertigen. Darüber hinaus lernen sie die erworbenen Erkenntnisse für eine Präsentation zu verdichten und ihr Wissen in einer Diskussion weiterzugeben.

Dabei lernen die Studierenden verschiedene empirische Evaluationsmethoden kennen, um kausale Wirkungszusammenhänge zu identifizieren. Sie können die für eine Identifikation nötigen Annahmen kritisch hinterfragen und kennen die dafür nötigen Anforderungen an die Daten. Die verschiedenen Methoden werden beispielhaft anhand ausgewählter Evaluationsstudien zu verschiedenen Arbeitsmarktthemen dargestellt und diskutiert.

Inhalte:

Themenauswahl (nicht erschöpfend):

Mindestlohn, Grundeinkommen, Leistungsentlohnung und Anreize, Rekrutierungsprozesse, Automatisierung, Gewerkschaften, Kündigungsschutz, Sanktionierung von Arbeitslosen, Trainingsmaßnahmen für Arbeitslose

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (z.B.: Forschungs- und Analysemodelle):*
Diskussion ökonomischer Modellideen bei der Interpretation der empirischen Ergebnisse
- *Quantitativ-Empirische Methoden (z.B.: Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
Deskriptive Vorher-Nachher-Vergleiche, Regressionsanalyse, Instrumentvariablen-Ansatz, Regressions-Diskontinuitäten-Ansatz, Differenzen-in-Differenzen Ansatz, Feldexperimente, natürliche Experimente, Event-Study Design

- *Qualitativ-Interpretative Methoden (z.B.: Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*
Auswertung von Fallbeispielen

Lehr-und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht
- Wissenschaftliches Arbeiten unter Anleitung
- Präsentation und moderierte Diskussion
- Ggfs. Gastvorträge externer Referenten

Literatur:

- Kugler, F., Schwerdt, G., und Wößmann, L. (2014): Ökonometrische Methoden zur Evaluierung kausaler Effekte der Wirtschaftspolitik. *Perspektiven der Wirtschaftspolitik*, 15(2), 105-132.
- Tito Boeri und Jan van Ours, (2008), "The Economics of Imperfect Labor Markets", Princeton University Press.
- Verschiedene wissenschaftliche Artikel zu den einzelnen Themen in deutscher und englischer Sprache (werden in der ersten Veranstaltung des Semesters bekanntgegeben).

Modulnr.	5.3.19 / 6.3.19		
Titel	Steuern und Kapital		
Verwendbarkeit	Überblick und Verständnis für Steuersysteme im Kontext ihrer gesellschaftlichen Strukturen		
Modultyp	Wahlpflichtfach		
Lehrform	Seminar	Angebotsfrequenz	Blockunterricht in der Blockwoche
Lehrsprache	Deutsch und Englisch		
Semester	6.		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50/40/40/20
Korrespondierende Veranstaltungen	keine	Empfohlene Vorkenntnisse	keine
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	keine
DozentInnen	Prof. Dr. Ingrid Huber-Jahn, Prof. Dr. Harald Ruhnke, Gastvorträge N.N.		
Erstprüferin	Prof. Dr. Ingrid Huber-Jahn		
Zweitprüfer	Prof. Dr. Harald Ruhnke		

Die Lehrveranstaltung findet geblockt statt.

Lernziele / Kompetenzen:

Überblick und Verständnis für komplexe Steuersysteme im Kontext ihrer gesellschaftlichen Strukturen. Dabei stehen nicht nur fachliche und methodische steuerliche Kompetenzen bezogen auf Deutschland im Vordergrund, sondern auch die Anwendung und Lösung steuerlicher Problemstellungen mittels digitaler Möglichkeiten (u. a. sogenannter Steuerbots). Zudem werden die historischen Entwicklungen kapitalistischer Strukturen und Prozesse sowie ihre Wechselwirkung mit Steuersystemen international und auf Deutschland bezogen dargestellt. Die sich daraus ergebenden Problemstellungen werden auch im Hinblick auf alternative Steuersysteme und Lösungen zur Entwicklung prosperierender und nachhaltiger sozialer Gesellschaftsstrukturen analysiert und diskutiert.

Nach der Absolvierung des Moduls verfügen die Teilnehmer über Kenntnisse der wesentlichen Grundlagen und das Verständnis der Anwendung von Steuersystemen im Kontext ihrer gesellschaftlichen Strukturen, insbesondere in Deutschland; zudem Kenntnisse der Wechselwirkung zwischen Kapital und Steuersystemen in der internationalen historischen Entwicklung. Letzteres dient der Kompetenz, auch übergeordnete Auswirkungen und Bedeutungen alternativer Steuersysteme beurteilen zu können.

Es findet ein seminaristischer Unterricht statt, in dem die Überlegungen und Erkenntnisse aus den Studien dazu analysiert und diskutiert werden.

Modulnr.	5.3.21 / 6.3.21		
Titel	Angewandte Datenanalyse		
Verwendbarkeit	Studiengänge mit betriebswirtschaftlicher Ausrichtung		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	wöchentlich, teilgeblockt
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	6		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	z.B.: 50 / 40 / 30 / 30 <i>Anmerkung: Präsenz / Vor- und Nachbereitung / angeleitetes Selbststudium / Prüfungsvorbereitung und Prüfung</i>
Korrespondierende Veranstaltungen	z.B. Keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Modul 1.6, Modul 3.6
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	Beliebige eigene Hilfsmittel
ErstprüferIn	Prof. Dr. Julia Kopf		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Markus Wessler		
DozentInnen	Prof. Dr. Julia Kopf		

Lernziele / Kompetenzen:

Gegenstand des Seminars ist die praktische Datenanalyse unter Zuhilfenahme der statistischen Software R. Nach dem Besuch dieses Seminars sind die Studierenden in der Lage, deskriptive Verfahren sowie fortgeschrittene inferenzstatistische Methoden und Modelle aus dem Gebiet der Statistik (und der Data Science) auf praktische Fragestellungen anzuwenden. Auch gelingt die Interpretation der Ergebnisse in Bezug auf konkrete Anwendungsfälle.

Nach einer Einführung in die Statistik-Software R wird die Anwendung der Methoden und ihre Interpretation in integrierten Übungssequenzen vorgeführt und eingeübt. Behandelt werden u.a. Einlesen und Handhabung von Datensätzen, Verwendung von Befehls-Syntax, Erstellung deskriptiver Statistiken sowie die gebräuchlichsten inferenzstatistischen Verfahren z.B. zum Vergleich von Mittelwerten. Anschließend widmen sich die Studierenden eigenen Analyseprojekten mit betriebswirtschaftlichem Bezug (z.B. Analyse der Charakteristika von Top 10 Hits eines Streaminganbieters, Erfolgsmessung von Marketingkampagnen, Kreditrisikomodellierung) und stellen ihre Ergebnisse vor. So lernen die Teilnehmer:innen die vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten an der Schnittstelle von Statistik und BWL kennen und erkennen das Potenzial der Daten-getriebenen Lösung von Problemen in der Praxis.

Inhalte:

Anwendungsnahe Vermittlung der Grundlagen statistischer Software R und einiger ausgewählter statistischer Verfahren, beispielsweise:

- *Statistische Maße zur Beschreibung von Zusammenhängen*
- *Inferenzstatistische Verfahren zur Prüfung von Hypothesen*
- *Statistische Modellierung mithilfe der Regressionsanalyse*

u.a.

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (z.B.: Forschungs- und Analysemodelle):*
 - Einsatz von Signifikanztests
 - Statistische Modelle
- *Quantitativ-Empirische Methoden (z.B.: Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
 - Regressionsmodelle
 - Generalisierte Regressionsmodelle
 - Multivariate Verfahren
- *Qualitativ-Interpretative Methoden (z.B.: Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*
 - Interpretation der statistischen Ergebnisse von Regressionsmodellen
 - Rückführung der Ergebnisse auf die inhaltliche Fragestellung

Lehr-und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht
- Selbstgesteuertes Lernen anhand von Praxisbeispielen
- Kommunikation von Ergebnissen

Literatur:

- Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Modulnr.	5.3.22 / 6.3.22		
Titel	Supply Chain Management in der Automobilindustrie		
Verwendbarkeit	Spezialisierung im Bereich Supply Chain Management		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	Wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen	Keine	Erforderliche Vorkenntnisse	3.4 Produktions- und Logistikmanagement
Prüfungsform	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	Keine
ErstprüferIn	Prof. Dr. Florian Klug		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. André Krischke		
DozentInnen:	Prof. Dr. Florian Klug		

Lernziele / Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, anhand praxisnaher Fallstudien, Marktanalysen und Literaturrecherchen Planungs-, Umsetzungs- und Kontrollmaßnahmen im Bereich des Supply Chain Managements der Automobilindustrie zu verstehen und beispielhaft eigene Lösungsansätze abzuleiten. In Einzelarbeit werden relevante Themenbereiche der automobilen Supply Chain bearbeitet und durch Präsentation und Modularbeit entsprechend dokumentiert. Die Studierenden erwerben einen tieferen Einblick in ausgewählte Themengebiete der Automobillogistik und lernen darüber hinaus die Besonderheiten des wissenschaftlichen Arbeitens kennen. Sie trainieren Sachverhalte wissenschaftlich auszuarbeiten, aufzubereiten, Studienarbeiten anzufertigen und die erworbenen Erkenntnisse multimedial zu präsentieren.

Inhalte:

- Lean Management
- Logistikgerechte Fabrikplanung
- Supply Chain Management in der Elektrofahrzeugfertigung
- Digitale Logistik
- Logistikspezifisches Komplexitätsmanagement
- Industrieparklogistik
- Logistiksupermärkte in der Automobilmontage
- Tracking und Tracing in der Automobillogistik
- Supply Chain Management im Rahmen des Simultaneous Engineering
- Supply Management
- Aufgabenbereiche der Logistikplanung
- Beschaffungs-, Produktions- und Distributionslogistik im Automobilbau
- Ersatzteillogistik im Automobilbau

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):
Ausgewählte analytische Methoden beispielsweise Experteninterviews, Systematische Literaturanalyse, Strukturierte Problemlösung, Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens

- Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen): Ausgewählte mathematische Methoden des Supply Chain Managements, beispielsweise Monte-Carlo Simulation, Stochastische Transportketten-Modelle, Netzwerktheorie
- Qualitativ-Interpretative Methoden (Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen): Interpretation von Lösungen im Sachkontext und Diskussionen von Fallbeispielen, Interviewformen

Lehr- und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht, Präsentation und Diskussion
- Rollenspiele und Simulationen
- Selbstgesteuertes Lernen

Literatur:

Klug, F. (2019), Pool-Effekte in der Automobil Supply Chain – Verbundeffekt bei der gemeinsamen Nutzung von Logistikressourcen, ZWF – Zeitschrift für wirtschaftlichen Fabrikbetrieb, 1-2/2019, S.2-5.

Klug, F. (2018), Logistikmanagement in der Automobilindustrie – Grundlagen der Logistik im Automobilbau, 2. Auflage, VDI-Springer Verlag

Klug, F. (2017), Das Perlenkettenprinzip der stabilen Auftragsfolge in der Automobillogistik, in: Automobillogistik – Stand und Zukunftstrends, 3. aktualisierte und erweiterte Auflage, hrsg. von Göpfert, I., Braun, D., Schulz, M., Springer Gabler Verlag, Wiesbaden, S. 137-160.

Klug, F. (2016), Erfolgspotenzial Behältermanagement – Ergebnisse einer empirischen Analyse in der Automobilindustrie, ZWF – Zeitschrift für wirtschaftlichen Fabrikbetrieb, 7-8/2016, S. 466-469.

Klug, F. (2014), Logistics implications of electric car manufacturing, International Journal of Services and Operations Management, Vol. 17 No. 3, S. 350-365.

Bennett, D., Klug, F. (2012), Logistics supplier integration in the automotive industry, International Journal of Operations and Production Management, Vol. 32 No. 11, S. 1281-1305.

Klug, F. (2012), Steigerung der Flächenproduktivität durch Logistiksupermärkte, ZWF – Zeitschrift für wirtschaftlichen Fabrikbetrieb, 1-2/2012, S. 72-76.

Klug, F. (2011), Automotive supply chain logistics: container demand planning using Monte Carlo simulation, International Journal of Automotive Technology and Management, Vol. 11 No. 3, S. 254-268.

Module Nr.	5.3.23 / 6.3.23		
Title	The VUCA world: Challenges and recommendations		
Applicability / Relevance	Year 3 and 4, Business Students		
Module Type	Elective compulsory		
Teaching Methods	SU	Frequency of Delivery	Weekly
Language of Instruction	English		
Semester	6		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 20 / 40
Related Courses	All Major Modules	Prerequisite Courses	Foundation Courses
Assessment Method	ModA (Assignment and Presentation)	Exam aids permitted	z.B. Non-programmable calculator
1 st Examiner	Prof. Dr. Hammer		
2 nd Examiner	Prof. Dr. Peisl		
Lecturer(s)	Prof. Dr. Peisl, Prof. Dr. Kaiser, LB (e.g. Dr. Christoph Thiele)		

Learning outcomes / skills:

Students will get a comprehensive overview of challenges and opportunities businesses face in a VUCA world – an environment characterized by volatility, uncertainty, complexity, and ambiguity – and will develop an understanding of the need for management innovation on organizational and functional but also on individual levels. Students will be equipped with useful concepts and tools rooted in systems thinking allowing them to make sense of VUCA environments, to derive recommendations for managerial work, i.e. the development and application of capabilities to master and thrive in such contexts, and to put them into action.

Students will learn about the reciprocal relationship between businesses and their markets, i.e. how VUCA prompts businesses to respond and to how businesses with dynamic capabilities can even disrupt industries. Lastly the course will encourage students to develop system thinking skills, a useful asset in professional and private life.

Competence Profile (Content and Methods):

- To become aware of areas affected by VUCA and consequences.
- To understand the use of management concepts and models in the process of evaluating and addressing challenges and opportunities in a VUCA world from a business perspective.
- To understand how dynamic capabilities empower people and organisations to thrive under VUCA.

Cross-functional Competence Profile

Teamwork: Students will be assigned to teams, with case assignment, for analysis and class presentation. Students not responsible for case presentation on that specific day will be expected to have analyzed the case and be prepared to ask questions.

Case studies: The context of international management issues will be covered and discussed through lectures, cases, note sets, and readings.

Action Learning: Assigned cases and readings will be the responsibility of the student and may not be part of the classroom lectures. Students are expected to have read the class text assignments and be prepared to make quality comments during class discussions.

Contents:

Topics include:

- Phenomenon of VUCA across different markets and industries
- Systems thinking
- Dynamic capabilities
- Leadership, Strategy and Planning
- Marketing and Communication
- Operations and Cost Management
- Organization and Culture
- IT, Technology and Data Management

Though the focus is primarily from a management perspective, we will look at the implications of international business from different perspectives.

Deployed methods of business administration:

- *Models and Methods of analytics (research- and analytic models):*
Content discussion and delivery follows a case-based research philosophy. Cases will be used to support student learning.
- *Quantitative-empirical methods (comparative – statistic, mathematic methods, data analyses):*
In selected cases qualitative, inductive theory will be used to display the critical deficits in using (historical) data only.
- *Qualitative-interpretative methods (expert interview, surveys, standardized inquiry):*
Current research findings will be continuously used in class to provide frameworks and content focus.

Methods of Teaching and Learning:

Prerequisites include: In order to successfully pass this module, you need to have a sound understanding of business and strategy as well as appropriate English language skills. The seminar is open to qualified Erasmus students.

The pedagogical approach for this class will include interactive lectures, case analysis and group work. Class participation is expected as a part of the learning process. You are encouraged to bring in relevant current event updates and articles to share with the class. In class activities students will analyze corporate actions, successes and failures, strategy effectiveness, profit results, in view of corporate objectives. We will use the Moodle learning platform to distribute course material.

The assessment will be through participation and a final assignment. Assigned readings will be the responsibility of the student and may not be part of the classroom lectures. Students are expected to have read the class text assignments and be prepared to make quality comments during class discussions.

Literature:

- Mack, O., Khare, A., Krämer, A., & Burgartz, T. (2015). *Managing in a VUCA world*. Cham: Springer.
- Sterman, J. (2010) *Business dynamics*. Irwin: McGraw-Hill.
- Taleb, N. N. (2012). *Antifragile: Things that gain from disorder*. New York: Random House.

SUPPLEMENTARY READING AND MATERIALS

The Economist, Business Week, The Financial Times, The Wall Street Journal.

Corporate Annual Reports

Class Handouts, Readings, Journal Articles and other business publications as announced in class.

In addition to the above texts and materials, several articles and multimedia presentations are recommended. These will be listed in the updates on Moodle.

Modulnr.	5.3.25 / 6.3.25		
Titel	Strategisches HRM		
Verwendbarkeit	Betriebswirtschaftliche Studiengänge mit Bezug zu Führung, Psychologie, strategischem Management und Personalmanagement		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50/40/40/20
Korrespondierende Veranstaltungen	keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Keine
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	keine
ErstprüferIn	Prof. Dr. Wilhelm Maier		
ZweitprüferIn	Dr. Ulrich Clarenbach		
DozentInnen	Prof. Dr. Wilhelm Maier, Dr. Ulrich Clarenbach		

Lernziele / Kompetenzen:

Die Studierenden sind in der Lage, das Management des Erfolgsfaktors „Mitarbeiter“ in seiner Integration in das strategische Management der Organisation zu verstehen und daraus nachhaltige Konzepte für den Umgang mit Mitarbeitern abzuleiten.

Die Studierenden sind in der Lage, sind in der Lage, das strategische Management des Erfolgsfaktors „Mitarbeiter“ zu analysieren und auf dieser Analyse aufbauend mit geeigneten Instrumenten sowie angemessenen Prozessen zu agieren.

In Gruppenarbeiten erlernen und üben die Studierenden ein konstruktives und lösungsorientiertes Diskutieren und Überzeugen. Durch ein selbständiges Begutachten von Fallstudien und Praxisbeispielen wird analytisches Denken gefördert, das Fachwissen vertieft sowie die Anwendung des gelernten Wissens in praxisrelevanten Situationen trainiert.

Inhalte:

- Personalmanagement als Teil der Unternehmensstrategie und die Besonderheiten eines strategischen Personalmanagements
- Nachhaltiges Personalmanagement als Ergebnis eines strategischen Personalkonzepts
- Ganzheitliches Gesundheitsmanagement
- Verständnis grundlegender Aspekte der Führung und Motivation von Mitarbeitern

Lehr- und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht/Diskussionen
- Fallbeispiele
- Gruppenarbeiten
- Selbstgesteuertes Lernen (Übungsfragen)

Literatur:

- Christian Lebrecht (2018) Strategie und Personalmanagement

- Uta Kirschten (2017): Nachhaltiges Personalmanagement: Aktuelle Konzepte, Innovationen und Unternehmensentwicklung

Modulnr.	5.3.26 / 6.3.26		
Titel	Aktuelle Herausforderungen im Rechnungswesen		
Verwendbarkeit	Studiengänge mit betriebswirtschaftlicher Ausrichtung - Dieses Modul eignet sich insbesondere für die Vertiefungen Rechnungswesen und Controlling		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	Seminar	Angebotsfrequenz	Geblockt
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	5 / 6		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	z.B.: 10/0 /90 / 50 <i>Anmerkung: Präsenz / Vor- und Nachbereitung / angeleitetes Selbststudium / Kolloquium</i>
Korrespondierende Veranstaltungen	Keine	Erforderliche Vorkenntnisse	1.- 4. Semester BA BWL
Leistungsnachweis	ModA + Präsentation	Zugelassene Hilfsmittel	
1. PrüferIn	Prof. Dr. Schwarzmann		
2. PrüferIn	Prof. Dr. Rodt		
DozentInnen	Langmann/Rodt/Schwarzmann/Trauttmansdorff		

Lernziele / Kompetenzen:

Ziel des Moduls ist das Vertiefen wissenschaftlichen Arbeitens unter Anleitung im Rahmen einer Seminararbeit einschließlich der Darstellung und wissenschaftlichen Diskussion der Ergebnisse. Dabei sollen ausgewählte Aspekte zum Thema „Aktuelle Herausforderungen im Rechnungswesen“ untersucht werden.

Die Studierenden erwerben einen tieferen Einblick in ausgewählte Themengebiete des Rechnungswesens. Beleuchtet werden Fragestellungen aus den Bereichen Bilanzierung, Berichterstattung, Jahresabschlussanalyse, Bilanzskandale, Risikomanagement, Corporate Social Responsibility, Risikomanagement, Wirtschaftsprüfung und Corporate Governance. Sie lernen darüber hinaus die Besonderheiten wissenschaftlichen Arbeitens mit Quellen kennen. Sie verbessern sich im Verfassen wissenschaftlicher Texte und im ethisch ordnungsgemäßen Gewinnen und Darstellen wissenschaftlicher Ergebnisse. Sie trainieren, komplexe Sachverhalte wissenschaftlich auszuarbeiten, aufzubereiten und Studienarbeiten anzufertigen und die erworbenen Erkenntnisse zu präsentieren.

Inhalte:

Der Aufbau der jeweiligen Veranstaltung richtet sich nach dem Seminarthema.

6. Überblick über das Seminarthema, Abgrenzung und Einordnung in den Themenbereich Rechnungswesen
7. Vorstellung der Einzelthemen
8. Zuordnen von Einzelthemen an die Studierenden, Diskussion, Einordnung und Abgrenzung der Themen
9. Eigenständiges Erarbeiten der Studienarbeit unter Anleitung des Dozenten, wissenschaftliche Aufbereitung

10. Präsentation der Ergebnisse durch adäquaten Einsatz von multimedialen Hilfsmitteln und wissenschaftliche Diskussion der Ergebnisse

Eingesetzte Methoden der Wirtschaftswissenschaften:

In den jeweiligen Seminaren, werden je nach Thema die verschiedenen Methoden angewendet.

- *Modelle und Methoden der Analyse (z.B.: Forschungs- und Analysemodelle):*
- *Quantitativ-Empirische Methoden (z.B.: Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
- *Qualitativ-Interpretative Methoden (z.B.: Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*

Lehr-und Lernmethoden:

Seminar

Literatur:

wird vom jeweiligen Dozenten vorgeschlagen

Modulnr.	5.3.30 / 6.3.30		
Titel	Predictive Intelligence für datengetriebenes Marketing		
Verwendbarkeit	Geschäfts-, Marketing- & Vertriebsmanagement		
Modultyp	Seminar / Wahlpflichtfach		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	Wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	5 oder 6		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 20 / 40
Korrespondierende Veranstaltungen	Keine. Sinnvoll in Kombination mit Marketing I und II.	Erforderliche Vorkenntnisse	Marketing – Grundlagen
Leistungsnachweis	Modularbeit	Zugelassene Hilfsmittel	Keine
ErstprüferIn	Prof. h.c. Dr. Uwe Seebacher (MBA)		
ZweitprüferIn	Prof. Dr.-Ing. Matthias Schlipf		
DozentInnen	Prof. h.c. Dr. Uwe Seebacher (MBA)		

Lernziele / Kompetenzen:

Die Studierenden sind in der Lage, selbständig auf Basis des Reifegrad-Modells zur Prädiktiven Intelligenz (Predictive Intelligence, Seebacher, Springer Nature 2021) in einer Organisation sequentiell ein datengetriebenes Marketing aufzubauen und zu entwickeln.

Angestrebte Lernergebnisse:

- Fachkompetenz:**
 Nach dem Besuch dieses Moduls kennen die Studierenden alle erforderlichen Begriffe im Kontext der Prädiktiven Intelligenz, ebenso wie das vierstufige Reifegrad-Modell zur Prädiktiven Intelligenz. Darauf aufbauend sind sie in der Lage anhand des Self-Assessment-Testverfahren den Status einer Organisation in Bezug auf die Prädiktive Intelligenz zu ermitteln, was ihnen wiederum in weiterer Folge hilft, die richtigen Maßnahmen zum Start der Aktivitäten im Zusammenhang des Aufbaus der Prädiktiven Intelligenz zu definieren und zu initiieren. Die Studierenden kennen alle relevanten Aktivitätenfelder zur nachhaltigen Entwicklung einer interaktiv-dynamischen prädiktiven Intelligenz und können eine solche ohne externe Berater und Investitionen etablieren. Sie kennen zudem das Design des idealen IT-Blueprints für Prädiktive Intelligenz (PI-TechStack), ebenso wie das Kompetenzmodell zur Predictive Intelligence (HR-CompStack).
- Methodenkompetenz:**
 Die Studierenden können qualitative und quantitative Methoden und Werkzeuge des datengetriebenen Marketings und im weiteren Sinn des datengetriebenen Managements anwenden und einsetzen. Sie können aufbauend und stringent die relevanten Bedarfe und Erfordernisse identifizieren und realisieren. Sie sind auch in der Lage im Kontext von Template-based Management (TBM) Vorlagen zu definieren, um datengetriebenes Marketing effizient und effektiv umzusetzen.
- Selbstkompetenz:**
 Die Studierenden werden durch die kontinuierlichen Fallstudien und angewandten Übungen ebenso wie Transfer Tasks und deren Präsentation im Rahmen der Lehrveranstaltung oder vor Gastreferenten befähigt, Sachverhalte selbstständig zu erschließen und sich eigenständig zu organisieren.

- **Sozialkompetenz:**
Die Lehrveranstaltung befähigt die Studierenden dazu, die Fachinhalte adäquat zu verbalisieren und entsprechende Diskussionen mit Peers zu führen. Die Bearbeitung der Transfer Tasks in Kleingruppen schult die Fähigkeiten und Fertigkeiten der Studierenden im Hinblick auf das Kommunikations-, Kooperations- und Konfliktverhalten.

Inhalte:

- Die Entwicklung der Predictive Intelligence in Kontext der ökonomischen Grundprinzipien
- Das begriffliche Ökosystem zur Predictive Intelligence
- Das PI-Reifegrad-Modell nach Seebacher
- Das PI-Self-Assessment-Verfahren nach Seebacher
- Das vierstufige Vorgehensmodell zur Realisierung einer Prädiktiven Intelligenz nach Seebacher
- Aktivitätsfelder der Phase 1 „Reaktiv-statische Business Analytik“
- Aktivitätsfelder der Phase 2 „Proaktiv-situative Business Analytik“
- Aktivitätsfelder der Phase 3 „Interaktiv-dynamische Business Intelligenz“
- Aktivitätsfelder der Phase 4 „Dynamisch-modellierende Prädiktive Intelligenz“
- Der PI-TechStack
- Der HR-CompStack
- PI-Fallstudien: Angewandte Prädiktive Intelligenz

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):*
Marktanalysen, Wettbewerbsanalysen, Wertschöpfungsanalysen, multidimensionale Datenmodelle
- *Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
Kano-Methode, Korrelationen, Wirkungsanalysen, Clusteranalyse, Kapitelwertmethode, Sensitivitätsanalysen, Künstliche Intelligenz
- *Qualitativ-Interpretative Methoden (Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*
Metaanalysen, Experteninterviews, Harvard-Fallstudien-Modell
- *Case Studies*

Lehr- und Lernmethoden:

Seminaristischer, interaktiver Unterricht, Bearbeitung und Anwendung von Praxis- und Fallbeispielen, fallbezogene Ausarbeitungen, Referate und Transfer Tasks.

Literatur:

- Ng, A. & Soo, K. (2018). Data Science – Was ist das eigentlich?! Algorithmen des maschinellen Lernens verständlich erklärt. Berlin: Springer Nature.
- Provost, F. & Fawcett T. (2017). Data Science für Unternehmen – Data Mining und datenanalytisches Denken praktisch anwenden. Frechen: mitp Verlags GmbH.
- Seebacher, U. (2021). Predictive Intelligence für Manager: Der einfache Weg zur datengetriebenen Unternehmensführung – mit Self-Assessment, Vorgehensmodell und Fallstudien. Heidelberg: Springer
- Seebacher, U. (2020). B2B-Marketing: Wie Sie die Marketing-Abteilung vom Kostenfaktor zum Umsatzfaktor machen (essentials). Heidelberg: Springer.
- Seebacher, U. (2020). Template-based Management: Ein Leitfaden für eine effiziente und wirkungsvolle berufliche Praxis. München: AQPS.
- Seebacher, U. & Güpner, A. (2021). Marketing Resource Management: Praxisleitfaden zur Organisationsentwicklung mit vielen Beispielen, Erklärungen und Handlungsanweisungen. München: AQPS.
- Strohmeier, L. (2021). Central Customer Intelligence, in: Seebacher, U. (Hrsg). Praxishandbuch B2B-Marketing: Neueste Konzepte, Strategien und Technologien sowie praxiserprobte Vorgehensmodelle – mit 11 Fallstudien. Heidelberg: Springer.

Modulnr.	5.3.31 / 6.3.31		
Title	Cross-cultural Management: Regional Specialisation		
Applicability / Relevance	All areas of specialization – BA Business Administration		
Modul Typ	Elective compulsory		
Teaching Method	Seminar	Frequency of Delivery	Block
Language of Instruction	English		
Semester	6		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Related Modules	All Bachelor's business modules	Prerequisite Modules	Seminars 2.2, 3.2, 5.2
Assessment Module	ModA	Exam aids permitted	None
First Examiner	Prof. Dr. Sierk Horn		
Second Examiner	Prof. Dr. Nicole Brunnhuber		
Lecturers	Prof. Dr. Sierk Horn		

Learning outcomes / skills:

The Covid-pandemic has ushered in a new era in which the economic importance of Asia is now obvious. It will become even more critical to build functioning organisations in such an increasingly interconnected world cultural. And cultural considerations are key to meaningful Asian business interactions. As a consequence, students need to hone their intercultural competence skills to perform well in future specialist or executive positions at home or abroad. This advanced module provides a deeper understanding of cross-cultural management and marketing practices with a regional emphasis on the nature of business in and organisations from East Asia. The module encourages student engagement with Asia's three largest economies – China, Japan, and South Korea – while paying attention to self-reflective consideration of their cultural background. Upon completing this module, students should demonstrate the necessary knowledge, skills, attitudes and awareness to operate more effectively in Euro-Asian business environments.

Professional competences:

By the end of the module, students should:

- (1) Adopt an Asian business perspective, focusing particularly on the changing business environment for European firms.
- (2) Understand the political, economic, and business environments of leading, individual East Asian business systems (most notably China, Japan, and South Korea) and their implications for organisations and actors within them interested in operating in these economies;
- (3) Have an awareness of the complexity of doing business in Asia and how these relate to Euro-Asia management and marketing practices;
- (4) Appreciate business customs and cultural values across the three countries and resultant barriers that can arise when engaging with Asian organisations and markets.

Technical competences:

After successful completion of this module, students will be able to

- (1) Reflect norms, practices and conventions in Asian business cultures;
- (2) Display a critical and self-reflective approach to intercultural communication and navigate the change of Euro-Asian settings;
- (3) Adapt communication styles and behaviour to effectively engage with Asian organisations and actors within them.

Social competences:

After successful completion of this module, students will be able to

- (1) deal with challenges emerging from cross-cultural engagement with Asia;
- (2) work with people from Asian cultures and learning from them;
- (3) see conflicts as an opportunity and Euro-Asia diversity as a source of creativity.

Personal competences:

After successful completion of this module, students will be able to

- (1) Recognise cultural similarities and differences and understand what these mean;
- (2) Reflect on cross-cultural experiences in an Euro-Asia context and learn from them;
- (3) Remain effective in unclear situations 'without' becoming overly anxious.

Syllabus:

- Frameworks for analysing issues relevant to business and management in East Asia;
- Main political and economic developments in the East Asian region;
- Institutions, culture, and management of East Asian economies:
 - China
 - Japan
 - South Korea;
- Asia's approaches to digital challenges of the future;
- Cross-cultural Management in a Euro-Asia context.

Methods of Teaching and Learning:

- Interactive seminar
- Group work
- Case studies
- In-class Presentations
- Independent and guided reading

Literature:

- Asakura (2017). Brief overview of the current startup ecosystem in Japan
- Stanford, Y.-svnj.squarespace.com/s/SVNJ-working-paper-2017
- Buckley, P., Clegg, J., Cross, A. Liu, L., Voss, H. and Zheng, P. (2007). The determinants of Chinese outward foreign direct investment. *Journal of International Business Studies*, 38(4), 499–518.
- Carney, M. (2008). *Asian business groups: Context, governance and performance*. Oxford: Chandos.
- Cavusgil, S. Tamer, Gary Knight, and John Riesenberger (2011). *International Business: The New Realities, 2/E*, New Jersey: Prentice Hall.
- Chen, M. (2004). *Asian management systems*. Singapore: Thomson.
- Daniels, J., Radebaugh, L., and Sullivan, D. (2010). *International Business – Environments and Operations*, Pearson.
- Dicken, P. (2010), *Global Shift: mapping the changing contours of the world economy*, London: Sage.
- Brownas, G., Powers, D. and Hood, C. (2003). *Doing business with the Japanese*. Direct Image.

- Buckley, P. and Horn, S. (2009). Japanese multinational enterprises in China: Successful adaptation of marketing strategies. *Long Range Planning*, 42(4), 495–517.
- Fields, G., Katahira, H. and Wind, J. (1999). *Leveraging Japan: Opening the gateway to Asian growth*. Jossey Bass Wiley.
- Financial Times (2003). “A leap over the cliff: are the big profits to be made in China blinding foreign carmakers to the risks ahead?”, 25th August.
- Goldman Sachs (2003). *Global Automobiles: The Chinese Auto Industry*, February, available at http://www2.goldmansachs.com/hkchina/insight/research/pdf/chinese_auto_industry.pdf.
- Griffiths, M. (2013). *Consumers and individuals in China: Standing, out fitting in*. Abingdon: Routledge.
- Hemmert, M. (2017). *The evolution of tiger management: Korean companies in the world market*. Abingdon: Routledge.
- McCreery, J. (2000). *Japanese consumer behaviour*. Curzon Press
- Pudelko, M. (2005). Continuity versus change: The key dilemma for Japanese management. In Haak, R. and Pudelko, M. (eds.), *Japanese Management*. New York: Palgrave Macmillan, pp. 241-252.
- Robins, F. (2013). The uniqueness of Chinese outward foreign direct investment, *Asian Business & Management*, 12(5), 525–537.
- Rowley, C. and Paik, Y. (2009). *The changing face of Korean management*. Abingdon: Routledge.

Module no.	5.3.35 / 6.3.35		
Title	International Marketing		
Applicability	For all majors: Advanced communication skills and personality competencies for all business majors.		
Module type	Elective compulsory		
Teaching form	Seminar	Frequency of supply	Blocked week
Teaching language	English		
Semester	4		
SWS	4		
ECTS credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Corresponding	Basic Studies	Recommended previous knowledge	Basic Studies
Exam	ModA	Permitted aids	all
Lecturer	Prof. Dr. Scott C. Ambrose		
Subject responsibility	Prof. Dr. Hammer		

Learning Goals:

Knowledge: (i) explain the characteristics and functioning of a multinational business enterprise and the foreign markets it faces, (ii) apply appropriate techniques and tools to manage those markets, (iii) evaluate the various entry alternatives available with a specific strategy (iv) identify and analyze factors related to various market development alternatives (v) manage the strategy implications of conducting business in a global environment (vi) understand the differences of foreign markets.

Skills: (i) assimilate and apply the techniques learned through the theory and solve problems faced by real firms in the past, through case studies (ii) work in teams and demonstrate appropriate leader/follower behaviour (iii) address a mid-sized group, present and defend a case analysis (iv) write a brief report summarizing the key issues of the case study and make justifiable recommendations. Develop cross-cultural business communication skills through participation in a simulation game with multicultural team members working on a structured task.

Competence: demonstrate mastery of both the knowledge-objectives and skills-set objectives of this course through live cases analyses and presentations and defending critique.

Contents:

This course will introduce students to marketing practices of companies seeking opportunities outside of their home country. Students will learn about various modes of foreign market entry and the market conditions best suited for each mode. Students will also learn to balance the need for local market adaptation against the need for global efficiency relative to decision making across the marketing mix areas of product, price, place, and promotion. While international business is fraught with risk, opportunity abounds for companies that manage their international endeavors effectively. Therefore, it is important for marketing managers to think strategically and students will be introduced to strategic considerations that are unique to doing business internationally.

Features:

Forms of teaching, methods and support:	<p>Interactive lectures, case discussions and case presentations; simulation game</p> <p>This is designed to be a fast-paced, intense course for students, engaged inside and outside the classroom. A tried and tested formula for success in this course is for students to come <i>fully prepared</i> for each day's material, whether it be the relevant chapters and/or case studies. Lecture presentation slides and case studies will be posted online ahead of the module and the approach will be a combination of traditional lectures, a "flipped classroom" and interactive case discussions. Different case studies will be assigned to different groups at the end of the second day of class. For the in-class case studies, broad, acceptable outcomes to the issues faced by the firms will be discussed in class; precise solutions do not exist and will not be provided. Students should be prepared to spend class time on team-based activities along with lectures.</p> <p>Final note - Expectations: This is not a course with traditional structured lecture and in-class "seat-time" as we say. This is a "flipped" classroom with a lot of reading and preparation <i>outside</i> the classroom and a lot of team-based learning activities in the classroom. Further, students should not expect structured, precise solutions to case studies – these are often case studies with open-ended issues, with a wide range of acceptable solutions.</p>
---	--

Literature:

- *Global Marketing: Hollensen, Svend, Pearson Education Limited; 8. Edition (13. Januar 2020)*
- *Harvard Business School Publishing: Readings, Cases and Simulation Game-related materials posted in the coursepack at the Harvard Business School Publishing at <https://hbsp.harvard.edu/>*
- *Notes posted on the department's Learning Management System*

Modulnr.	5.3.36 / 6.3.36		
Titel	Ausgewählte Aspekte von Blockchains		
Verwendbarkeit	Studiengänge mit betriebswirtschaftlicher Ausrichtung		
Modultyp	Wahlpflichtfach		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	Wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	5. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	20 / 20 / 80 / 40
Korrespondierende Veranstaltungen	Keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Module 1.6, 2.6 und 3.6
Leistungsnachweis	modA	Zugelassene Hilfsmittel	keine
ErstprüferIn	Dr. Sandro Scheid		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Markus Wessler		
DozentInnen	Dr. Sandro Scheid		

Lernziele / Kompetenzen:

Nach dem Besuch dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, wesentliche Prinzipien dezentraler Transaktionssysteme in den verschiedenen Anwendungen zu erfassen. Der Einsatz dezentraler Transaktionssysteme in potentiell neuen Anwendungen kann erörtert und bewertet werden. Die Studierenden entwickeln die Fähigkeit, sich in Gruppen mit Hintergründen, Methoden sowie Anwendungen dezentraler Transaktionssysteme auseinanderzusetzen. Die Thematik wird anhand aktueller Themen erarbeitet. Ergebnisse werden diskutiert und präsentiert. Durch den Besuch dieses Moduls erkennen die Studierenden die Relevanz der zugrundeliegenden mathematischen und informationstheoretischen Konzepte. Die Studierenden sind in der Lage künftige Innovationen auf die erlernten Prinzipien zurückzuführen und zu bewerten.

Inhalte

- Kryptografie
- asymmetrische Verschlüsselung
- Grundlagen der Blockchains
- Funktionsweise von Kryptowährungen
- Smart Contracts

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):

Modellierung ökonomischer Aufgabengebiete durch dezentrale Transaktionssysteme

Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):

kryptografische Methoden, Funktionsweise von Blockchains, Idee und Funktionsweise von Smart Contracts

Qualitativ-interpretative Methoden (Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):

Diskussion und Bewertung möglicher Einsatzgebiete von dezentralen Transaktionssystemen, Erörterung des Innovationspotentials dezentraler Transaktionssysteme

Lehr- und Lernmethoden:

Vorträge + Diskussionen

Übungen/ Gruppenarbeiten

Selbstgesteuertes Lernen

Literatur

Wird in der Vorlesung bekannt gegeben.

Modulnr.	5.3.37 / 6.3.37		
Titel	Quantitative Risk Assessment in Insurance & Finance		
Verwendbarkeit	Studiengänge mit betriebswirtschaftlicher Ausrichtung		
Modultyp	Wahlpflichtfach		
Lehrform	seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	Block
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	5. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen	Keine	Erforderliche Vorkenntnisse	keine
Leistungsnachweis	modA	Zugelassene Hilfsmittel	keine
ErstprüferIn	Prof. Dr. Alexander Bohnert		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Bernd Hofmann		
DozentInnen	Prof. Dr. Alexander Bohnert		

Inhalte:

Das Seminar vermittelt fundierte Kenntnisse im Umgang mit dem Tabellenkalkulationsprogramm Excel durch Anwendung auf die Bewertung verschiedener Finanzinstrumente und die Risikoeinschätzung von Unternehmen. Ein zentrales Ziel der Veranstaltung ist das Erlernen von Schlüsselqualifikationen bei der Arbeit mit Standardsoftware im Bereich Insurance & Finance sowie die computerbasierte Darstellung und Berechnung von komplexen Finanzinstrumenten.

Lernziele / Kompetenzen:

- Die Studierenden wenden Herangehensweisen und Techniken in Excel in Bezug auf Insurance & Finance an und übertragen diese auf ähnliche Problemstellungen.
- Die Studierenden erlernen den Umgang mit und die Bewertung von Risiken in Unternehmen und berechnen Kennzahlen zur Finanz- und Risikoanalyse eines Finanzdienstleistungsunternehmens. Zudem können sie die theoretischen Kenntnisse zur Risikomessung im Rahmen einer Monte-Carlo Simulation umsetzen.
- Anhand von Fallstudien quantifizieren die Studierenden die Risikosituation von Versicherungsunternehmen.

Lehr- und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht
- praktische Übungseinheiten

Literatur:

- Albrecht, P. & Maurer, R. (2008). Investment- und Risikomanagement (3. Auflage). Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Glasserman, P. (2008): Monte Carlo Methods in Financial Engineering. New York: Springer Press New York, Inc.
- Hull, J.C. (2009). Options, Futures and other Derivatives (7. Auflage). New Jersey: Pearson Education.

- McNeil, A., Frey, R., Embrechts, P. (2005): Quantitative Risk Management. Princeton: Princeton University Press.
- Poddig, T., Dichtl, H., Petersmeier, K. (2008): Statistik, Ökonometrie, Optimierung. (Bad Soden: Uhlenbruch Verlag.
- Schlittgen, R. (2000): Einführung in die Statistik (9. Auflage). München: Oldenbourg Verlag.

Modulnr.	5.3.39 / 6.3.39		
Titel	Internationales HR Management		
Verwendbarkeit	Betriebswirtschaftliche Studiengänge mit Schwerpunkt im Bereich Personalmanagement, Human Resource Management		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	5. Semester oder 6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50/40/40/20
Korrespondierende Veranstaltungen	keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Keine
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	keine
ErstprüferIn	Dr. Thomas Batsching		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Wilhelm Maier		
DozentInnen	Dr. Thomas Batsching		

Lernziele / Kompetenzen:

Die Studierenden sind in der Lage, grundlegende Kenntnisse über die Konsequenzen der internationalen Verflechtung von Organisationen und deren Auswirkungen auf die Personalstrategie sowie ausgewählter Handlungsfelder des betrieblichen-internationalen Personalmanagements selbständig anzuwenden.

Die Studierenden sind in der Lage politische, rechtliche, kulturelle und strategische Besonderheiten zu erkennen und deren Einfluss auf das Personalmanagement zu analysieren und Verbesserungsvorschläge für deren Gestaltung abzuleiten. In Gruppenarbeiten erlernen und üben die Studierenden ein konstruktives und lösungsorientiertes Diskutieren und Überzeugen.

Durch ein selbständiges Begutachten von Fallstudien und Praxisbeispielen wird analytisches Denken gefördert, das Fachwissen vertieft sowie die Anwendung des gelernten Wissens in praxisrelevanten Situationen trainiert.

Inhalte:

- Globalisierung und Auswirkungen auf das HRM
- Institutioneller Rahmen und kultureller Kontext
- Internationale Stellenbesetzung
- Leistungsbeurteilung und Personalentwicklung in internationalen Unternehmen
- Modelle Internationaler Entgeltfindung
- Internationale Aspekte der Führung von Mitarbeitern
- Auslandsentsendung/ Expatriation

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- Methoden zur Messung von Leistungsparametern
- Simulationen von Gehaltsszenarien
- Analyse von kulturvergleichenden Managementstudien

- Ausgewählte verhaltenswissenschaftliche Führungsmodelle

Lehr-und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht/Diskussionen
- Fallbeispiele
- Gruppenarbeiten
- Selbstgesteuertes Lernen (Übungsfragen)

Literatur:

- Heike Schütter (2016) Internationales Personalmanagement in multinationalen Unternehmen
- Carolina Machado (2015) International Human Resources Management
- Dowling, Peter J., Festing, Marion und Engle, Allen (2013) International Human Resource Management
- Dessler, Gary: Human Resource Management 2012, Prentice Hall...

Aktuelle Literaturempfehlungen werden in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Modulnr.	5.3.40 / 6.3.40		
Titel	Aktuelle Fragen der Geld- und Wirtschaftspolitik		
Verwendbarkeit	Studiengänge mit betriebswirtschaftlicher Ausrichtung		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	Seminar	Angebotsfrequenz	Wöchentlich bzw. Blockveranstaltung
Lehrsprache	Deutsch / Englisch		
Semester	6		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	40 / 25 / 75 / 10
Korrespondierende Veranstaltungen		Erforderliche Vorkenntnisse	Grundlagen der Makroökonomik
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	Keine
ErstprüferIn	Prof. Dr. Stefan Hohberger		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Oliver Hülsewig		
DozentInnen	Prof. Dr. Stefan Hohberger		

Lernziele / Kompetenzen:

Die Studierenden setzen sich im Rahmen des Seminars mit aktuellen, ökonomischen Fragestellungen auseinander. Sie befassen sich mit einem ausgewählten Thema, welches sie selbständig bearbeiten. Ziel des Seminars ist es, die in den Vorlesungen vermittelten Kenntnisse zu ökonomischen Fragestellungen zu vertiefen. Die Studierenden lernen mit aktuellen ökonomischen Fragen umzugehen, diese zu erfassen, zu analysieren und sich daraus ergebene Implikationen abzuleiten.

Inhalte:

Die inhaltliche Ausgestaltung wird vom Dozenten zu Semesterbeginn bekannt gegeben. Beispielhafte Themen sind:

- Unkonventionelle geldpolitische Maßnahmen
- Covid-19 und die makroökonomischen Auswirkungen
- Die Interaktion von Geld- und Fiskalpolitik
- Makroökonomische Implikationen des Klimawandels
- Digitale Währungen – Ausgestaltung, Perspektiven und Implikationen

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (z.B.: Forschungs- und Analysemodelle):*
Ausgewählte analytische Modelle und Methoden
- *Quantitativ-Empirische Methoden (z.B.: Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
Deskriptive Datenanalyse
- *Qualitativ-Interpretative Methoden (z.B.: Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*
keine

Lehr- und Lernmethoden:

- Seminar, Präsentationen

Literatur:

- Literatur wird in der ersten Veranstaltung des Semesters bekannt gegeben

Module no.	5.3.41 / 6.3.41		
Title	International Market Entry Strategies		
Applicability	All Business Administration Courses		
Module type	Elective compulsory		
Teaching form	Seminar	Frequency of supply	Blocked week
Teaching language	English		
Semester	4		
SWS	4		
ECTS credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Corresponding	Basic Studies	Recommended previous knowledge	Basic Studies
Exam	ModA	Permitted aids	all
Lecturer	LB Dr. Valerie Busse		
Subject responsibility	Prof. Dr. Hammer		

Learning Goals:

Going Global is a strategic lecture, in which the positions of companies in international markets with very diverse regions are focussed. This includes, among other things, clear analysis of strengths and weaknesses as well as the competition, and opportunities and risks in the various sales and supply markets. It calls for strategic thinking and management of the overall business, applicable beyond the day's activities. It is particularly appropriate for conveying the business challenges brought about by the globalization of markets.

The participants of the seminar take over the perspective of an existing company, assess international markets and evaluate market penetration and other strategic tasks. It is an interactive teaching and learning system based on the following principles:

Competence Profile (Content and Methods). Students are:

- Recognizing and formulating the general conditions for business success
- Experiencing relationships in management by adopting a holistic approach
- Defining goals and strategies, and realizing them in an environment in which economic and ecological factors play significant roles
- Deriving insights and decisions from industry figures which can be put into practice
- Understanding the fundamentals of marketing
- Learning to use the instruments of cost accounting, income analysis, product costing, and marginal costing
- Coping with complex decision making in uncertain situations
- Maintaining control of a business in difficult situations
- Developing a sense for the essential and a holistic view on business
- Learning to think and act in an inter-disciplinary way
- Learning how to define and solve problems
- Practicing effective communication through visualization

Literature:

- Hill, C. (2017). International Business: Competing in the Global Marketplace. 11e, McGraw Hill, ISBN ISBN-13: 978-1260084153
- Burgelman, R., Christensen, C. and Wheelwright, S. (2008). Strategic Management of Technology and Innovation. 5e, McGraw-Hill, ISBN-13: 978-0071263290
- SUPPLEMENTARY READING AND MATERIALS
The Economist, Business Week, The Financial Times, The Wall Street Journal.
- Corporate Annual Reports
- Class Handouts, Readings, Journal Articles and other business publications as announced in class.
- In addition to the above texts and materials, several articles and multimedia presentations are recommended. These will be listed in the updates on Moodle.

Modulnr.	5.3.42 / 6.3.42		
Titel	Regulierung der nachhaltigen Energiewende – Rahmen für die unternehmerische Tätigkeit / Business Law for the Sustainable Energy Transition		
Verwendbarkeit	Sämtliche betriebswirtschaftlichen Studiengänge		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	Wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	5. Semester oder 6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	40/20/50/40
Korrespondierende Veranstaltungen	Keine	Erforderliche Vorkenntnisse	keine
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	Gesetzestexte
ErstprüferIn	Prof. Dr. Susanne Wende		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Henrike Weiden		
DozentInnen	Prof. Dr. Susanne Wende		

Lernziele / Kompetenzen:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden die rechtlichen Rahmenbedingungen der Energieindustrie und der angestrebten nachhaltigen Energiewende auf nationaler und europäischer Ebene darstellen. Sie verstehen die rechtlichen Besonderheiten des stark regulierten Sektors und erlangen dadurch die Fähigkeit, Business-Modelle daran auszurichten und für geschäftliche Entscheidungen Spielräume gerade mit Blick auf die zeitgemäße Energieversorgung zu nutzen. Das praxisorientierte Modul vermittelt ein Grundverständnis der Rollen, Rechte und Pflichten der verschiedenen Wirtschaftsakteure. Es vermittelt ein Verständnis der Förderungsmöglichkeiten erneuerbarer Energien.

Die Studierenden lernen und üben anhand von Beispielen aus der Praxis. Sie sammeln darüber hinaus Erfahrungen im Präsentieren und in der sachgerechten gegenseitigen Beurteilung.

Inhalte:

- Grundbegriffe der Energieindustrie: Übertragungs- und Verteilnetzbetreiber, Versorger, Kapazität, Smart-Metering, Speicher, Herkunftsnachweis u.a.
- Wesentliche Ziele der europäischen und nationalen Energiepolitik: Nachhaltigkeit, Versorgungssicherheit, Wettbewerb
- Umsetzung der politischen Ziele in gesetzliche Vorgaben
- Entflechtung traditioneller Unternehmensstrukturen als Mittel zur Herbeiführung effektiven Wettbewerbs
- Spezielle Regulierung des Netzzugangs und der Preise
- Regulierung des Wasserstoffmarktes
- Europäischer Emissionshandel
- Bürgerenergiegemeinschaften
- Grenzüberschreitende Verbindungsleitungen
- Energiehandel
- Diversifizierung der Energiequellen

- Beihilfenrecht und Förderung erneuerbarer Energien
- Energieeffizienz

Eingesetzte Methoden:

- Grundlagen der juristischen Methodik
- Vertiefung der methodischen Fähigkeiten zur Einschätzung von Sachverhalten im europäisch-nationalen Mehrebenensystem
- Bearbeitung realer und fiktiver Fälle zu aktuellen rechtlichen Herausforderungen für Wirtschaftsakteure in der Energieindustrie

Lehr-und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht
- Gruppenarbeit
- Fallbeispiele/Übungen
- Selbstgesteuertes Lernen
- betreute Modularbeit
- Peer Review
- Ggf. LearningLab
- Ggf. Exkursion

Bei der Vermittlung der Lerninhalte wird großer Wert auf Praxisbezug gelegt. Auf diese Weise lernen die Studierenden systematisch den Umgang mit den einschlägigen Rechtsquellen und zugleich das Nutzen von Gestaltungsspielräumen, die das Recht bietet.

Literatur:

- Wird jeweils zu Semesterbeginn bekanntgegeben

6.1 Methodische Kompetenzen

Es ist jeweils ein Modul auszuwählen.

Die Platzvergabe erfolgt durch ein Losverfahren in NINE. Der Zeitraum der Losverfahren wird im Semester-Terminplan auf der Webseite der Fakultät bekannt gegeben. Weitere Informationen zu den Losverfahren werden ebenfalls auf der [Webseite der Fakultät](#) veröffentlicht.

Ein Anspruch auf Teilnahme an einer konkreten Veranstaltung besteht nicht.

Übersicht der einzelnen Lehrveranstaltungen im Wintersemester 2022/23

Mod. Nr.	Modultitel	Dozent/in
6.1.1	Diskrete Strukturen	LBA Helge Röpke
6.1.3	Regressionsmodelle	Prof. Dr. Julia Kopf
6.1.4	Aktienkursprozesse	LBA Dr. Sandro Scheid
6.1.5	Optimierungsmethoden in der betriebswirtschaftlichen Praxis	Prof. Dr. Markus Wessler
6.1.6	Multivariate Verfahren	Prof. Dr. Julia Kopf
6.1.8	Varianzanalyse	LB Rita Agustin
6.1.10	Data science	LBA Dr. Sandro Scheid

Modulnr.	6.1.1		
Titel	Diskrete Strukturen		
Verwendbarkeit	Studiengänge mit betriebswirtschaftlicher Ausrichtung		
Modultyp	Wahlpflichtfach		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	Wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	40/20/50/40
Korrespondierende Veranstaltungen	Keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Modul 1.6
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	Beliebige eigene Hilfsmittel
ErstprüferIn	LBA Helge Röpcke		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Wessler		
DozentInnen	LBA Helge Röpcke		

Lernziele / Kompetenzen:

Nach dem Besuch dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, ausgewählte Beispiele aus dem Bereich der Diskreten Mathematik in praktischen Problemstellungen zu modellieren, zu lösen und die Ergebnisse entsprechend zu analysieren. Die Problemstellungen werden dabei zum Teil auch mit dem Einsatz geeigneter Software gelöst. Des Weiteren entwickeln die Studierenden die Fähigkeit, sich in Gruppen mit den mathematischen Methoden auseinanderzusetzen und diese vor einem Auditorium zu präsentieren. Die Studierenden erkennen durch den Besuch des Moduls die Muster von diskreten Problemen und sie sehen ein, dass eine mathematische Modellierung zur Lösung dieser Probleme sehr hilfreich sein kann.

Inhalte:

- Grundlagen und Anwendungen der Graphentheorie
- Grundlagen und Anwendungen der Netzwerktheorie
- Kombinatorische Optimierung
- Diskrete lineare Optimierung

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):*
Modellierung von diskreten Problemen mithilfe der Graphen- und Netzwerktheorie
- *Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
Kruskal-Algorithmus, Dijkstra-Algorithmus, Matching-Verfahren, Sweep-Algorithmus, Doppelter-Baum-Algorithmus, heuristische Methoden und Greedy-Algorithmen
- *Qualitativ-interpretative Methoden (Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*
Diskussion, Interpretation und Präsentation von diskreten Problemen mit betriebswirtschaftlichem Hintergrund

Lehr- und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht
- Selbstgesteuertes Lernen

Literatur:

- André Krischke, Helge Röpcke: Graphen und Netzwerktheorie (Hanser)
- Weitere werden in der Vorlesung bekannt gegeben

Modulnr.	6.1.3		
Titel	Regressionsanalyse		
Verwendbarkeit	Studiengänge mit betriebswirtschaftlicher Ausrichtung		
Modultyp	Wahlpflichtfach		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	Wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	6		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 20 / 40 / 40
Korrespondierende Veranstaltungen	Keine	Erforderliche Vorkenntnisse	1.6, 2.6 und 3.6
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	Beliebige eigene Hilfsmittel
ErstprüferIn	Prof. Dr. Kopf		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Wessler		
DozentInnen	Prof. Dr. Kopf		

Lernziele / Kompetenzen:

Die Studierenden sind nach dem Besuch dieses Moduls in der Lage, fortgeschrittene inferenzstatistische Methoden aus dem Gebiet der Regressionsverfahren auf praktische Fragestellungen anzuwenden und die Ergebnisse in Bezug auf konkrete Anwendungsfälle zu interpretieren. Die Anwendung der Regressionsverfahren und ihre Interpretation wird in integrierten Übungssequenzen mit der Statistik-Software R vorgeführt und eingeübt. Die Studierenden widmen sich im Anschluss in kleineren Gruppen den statistischen Problemstellungen mit betriebswirtschaftlichem Bezug, tauschen sich über die Herangehensweise aus und stellen ihre Ergebnisse vor. So lernen die TeilnehmerInnen die vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten dieser Modellierungen kennen und erkennen wie hilfreich der Einsatz dieser Methoden zur datengetriebenen Lösung von Problemen ist.

Inhalte:

Einfaches Regressionsmodell, multiples Regressionsmodell
 KQ-Schätzer, ML-Schätzer, Tests, Prognose
 Modellierung mit Haupteffekten und Interaktionen
 Ausblick in die Modellierung binärer Zielgrößen und Zähldaten

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (z.B.: Forschungs- und Analysemodelle):*
 - Einsatz von Signifikanztests
 - Modellierung anhand inferenzstatistischer Verfahren
- *Quantitativ-Empirische Methoden (z.B.: Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
 - Fortgeschrittene inferenzstatistische Methoden
 - KQ-Methode für Regression
 - ML-Methode für generalisierte Regressionsverfahren
- *Qualitativ-Interpretative Methoden (z.B.: Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*
 - Interpretation der statistischen Ergebnisse von Regressionsmodellen
 - Rückführung der Ergebnisse auf die inhaltliche Fragestellung

Lehr-und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht
- Selbstgesteuertes Lernen
- Kommunikation von Ergebnissen
- Gruppenarbeit anhand von Praxisbeispielen

Literatur:

- Galata, Wessler, Augustin, Scheid (2013), Empirische Wirtschaftsforschung, Hanser
- Fahrmeir, Kneib, Lang (2009), Regression. Modelle, Methoden und Anwendungen, Springer
- Weitere werden in der Veranstaltung bekannt gegeben

Modulnr.	6.1.4		
Titel	Aktienkursprozesse		
Verwendbarkeit	Studiengänge mit betriebswirtschaftlicher Ausrichtung		
Modultyp	Wahlpflichtfach		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	40/20/50/40
Korrespondierende Veranstaltungen	Keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Module 1.6, 2.6, 3.6
Leistungsnachweis	schrP (60 Minuten)	Zugelassene Hilfsmittel	selbst erstelle Formelsammlung DIN A4
ErstprüferIn	LBA Dr. Scheid		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Wessler		
DozentInnen	LBA Dr. Scheid		

Lernziele / Kompetenzen:

Die Studierenden sind in der Lage, ausgewählte Problemstellungen an den Finanzmärkten stochastisch zu modellieren und die Ergebnisse der stochastischen Methoden mit Bezug auf die inhaltlichen Fragestellungen zu interpretieren. Finanzwirtschaftliche Aufgabenstellungen werden eigenständig bearbeitet und mithilfe von geeigneter Software stochastisch modelliert. Den Studierenden wird Raum gegeben, sich in Kleingruppen zu den Aufgabenstellungen auszutauschen und ihre Lösungsansätze zu begründen. Das Modul fördert die Fähigkeit, quantitative Aspekte hinter finanzwirtschaftlichen Fragestellungen zu erkennen.

Inhalte:

Ausgewählte Probleme aus den Bereichen der Statistik der Finanzmärkte und der Risikoanalyse

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre

- **Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):**
Modellierung der Kursentwicklung von Assets, Interpretation der Modelle
- **Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):**
Risikokennzahlen: Volatilität, Value at Risk
- **Qualitativ-Interpretative Methoden (Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):**
Strukturierte Interpretation von Ergebnissen, Diskussion von Ergebnissen und Methoden in Kleingruppen

Lehr- und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht
- Selbstgesteuertes Lernen
- Präsentation und Kommunikation
- Gruppenarbeit anhand von Praxisbeispielen

Literatur:

- Scheid (2017), Statistische Methoden in der Finanzwirtschaft: Methoden - Beispiele - Anwendungen, Hanser-Verlag
- Scheid, Vogl (2021), Data Science: Grundlagen, Methoden und Modelle der Statistik, Hanser-Verlag

Modulnr.	6.1.5		
Titel	Optimierungsmethoden in der betriebswirtschaftlichen Praxis		
Verwendbarkeit	Studiengänge mit betriebswirtschaftlicher Ausrichtung		
Modultyp	Wahlpflichtfach		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	Wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	40/20/50/40
Korrespondierende Veranstaltungen	Keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Module 1.6 und 2.6
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	Beliebige eigene Hilfsmittel
ErstprüferIn	Prof. Dr. Wessler		
ZweitprüferIn	LBA Helge Röpcke		
DozentInnen	Prof. Dr. Wessler		

Lernziele / Kompetenzen:

Nach dem Besuch dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, sowohl die lineare als auch die multivariate Optimierung auf Probleme der betriebswirtschaftlichen Praxis anzuwenden, die Ergebnisse zu überprüfen und mögliche Handlungsanweisungen daraus abzuleiten. Die Problemstellungen werden dabei auch mit dem Einsatz geeigneter Software gelöst. Des Weiteren entwickeln die Studierenden die Fähigkeit, sich in Gruppen mit den mathematischen Methoden auseinanderzusetzen und diese vor einem Auditorium zu präsentieren. Die Studierenden erkennen durch den Besuch des Moduls, wie vielfältig die Mathematik in der betriebswirtschaftlichen Praxis eingesetzt wird und wie hilfreich die Methoden zur Analyse der Probleme verwendet werden können.

Inhalte:

- Optimierung mit Methoden der Differenzialrechnung
- Multivariate Optimierung
- Lineare Optimierung
- Standortoptimierung, Tourenprobleme

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):*
Darstellung ökonomischer Funktionen und Problemstellungen mithilfe mathematischer Syntax
- *Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
Simplex-Algorithmus, Lagrange-Methode, Substitutionsverfahren, Dijkstra-Algorithmus, Sweep-Algorithmus
- *Qualitativ-interpretative Methoden (Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*
Diskussion, Interpretation und Präsentation von Optimierungsproblemen in der betriebswirtschaftlichen Praxis

Lehr- und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht
- Selbstgesteuertes Lernen

Literatur:

- Helge Röpcke, Markus Wessler: Wirtschaftsmathematik (Hanser-Verlag)

Weitere werden in der Vorlesung bekannt gegeben.

Modulnr.	6.1.6		
Titel	Multivariate Verfahren		
Verwendbarkeit	Studiengänge mit betriebswirtschaftlicher Ausrichtung		
Modultyp	Wahlpflichtfach		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	Wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	40/20/50/40
Korrespondierende Veranstaltungen	Keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Module 1.6 und 3.6
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	Beliebige eigene Hilfsmittel
ErstprüferIn	Prof. Dr. Kopf		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Wessler		
DozentInnen	Prof. Dr. Kopf		

Lernziele / Kompetenzen:

Nach dem Besuch dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, multivariate Verfahren auf Probleme der betriebswirtschaftlichen Praxis anzuwenden, die Ergebnisse zu überprüfen und mögliche Handlungsanweisungen daraus abzuleiten. Die Problemstellungen werden dabei auch mit dem Einsatz geeigneter Software gelöst. Des Weiteren entwickeln die Studierenden die Fähigkeit, sich in Gruppen mit den statistischen Methoden auseinanderzusetzen und diese vor einem Auditorium zu präsentieren. Die Studierenden erkennen durch den Besuch des Moduls, wie vielfältig statistische Modelle in der betriebswirtschaftlichen Praxis eingesetzt werden und wie hilfreich die Methoden zur Analyse der Probleme verwendet werden können.

Inhalte

- Regressionsmodelle
- Clusterverfahren
- Diskriminanzanalyse
- Hauptkomponentenanalyse

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):*
Modellierung von Problemstellungen mithilfe statistischer Modelle
- *Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
KQ-Methode, ML-Methode, Bayesianische Methoden
- *Qualitativ-interpretative Methoden (Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*
Diskussion, Interpretation und Präsentation von Optimierungsproblemen in der betriebswirtschaftlichen Praxis

Lehr- und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht
- Selbstgesteuertes Lernen

Literatur

- Galata, Wessler, Scheid, Augustin (2013), Empirische Wirtschaftsforschung: Grundlagen,

- Methoden, Beispiele, Hanser-Verlag
- Galata, Scheid (2012), Deskriptive und Induktive Statistik für Studierende der BWL, Hanser-Verlag
- Weitere Literatur wird in der Vorlesung bekannt gegeben

Modulnr.	6.1.8		
Titel	Varianzanalyse		
Verwendbarkeit	Studiengänge mit betriebswirtschaftlicher Ausrichtung		
Modultyp	Wahlpflichtfach		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	Wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	6		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 20 / 40
Korrespondierende Veranstaltungen		Erforderliche Vorkenntnisse	Methoden und Modelle der Statistik
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	Taschenrechner
ErstprüferIn	LB Augustin		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Wessler		
DozentInnen	LB Augustin		

Lernziele / Kompetenzen:

Die Studierenden sind in der Lage, betriebswirtschaftliche Fragestellungen in geeignete Versuchspläne zu übertragen, mit geeigneter Software zu modellieren und auszuwerten sowie die Ergebnisse in Bezug auf die Anwendung zu interpretieren. Sie bearbeiten Problemstellungen eigenständig, z.T. auch mit geeigneter Software (SPSS). Insbesondere bei der Arbeit am Computer können sich die Studenten über Eingabe der Daten, Wahl der geeigneten Optionen sowie die Interpretation der Ergebnisse austauschen. Durch den Besuch dieses Moduls erkennen die Studierenden, dass das Verständnis quantitativer Aspekte hinter betriebswirtschaftlichen Fragestellungen notwendig ist.

Inhalte:

- Doppelter t-Test
- Streuungszerlegung, interne und externe Varianz
- Normalverteilung, t-Verteilung, χ^2 -Verteilung, F-Verteilung und Zusammenhänge zwischen den Verteilungen
- Varianzanalyse mit einem und mit mehreren Faktoren und Interaktionen
- Blockpläne
- Zufällige und feste Effekte
- Multiple Mittelwertvergleiche
- Verletzung der Modellannahmen, insbesondere Residuenanalyse

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):*
Wahl des geeigneten Versuchsplans
- *Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
Signifikanztests
- *Qualitativ-Interpretative Methoden (Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*
Interpretation der Ergebnisse

Lehr- und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht
- Selbstgesteuertes Lernen

Literatur:

- Galata, Wessler, Augustin, Scheid (2013), Empirische Wirtschaftsforschung, Hanser
- Galata, Scheid (2012), Deskriptive und Induktive Statistik, Hanser
- Fahrmeir, Künstler, Pigeot, Tutz (2011), Statistik. Der Weg zur Datenanalyse, Springer
- Montgomery (2013), Design and Analysis of Experiments, Wiley

Modulnr.	6.1.10		
Titel	Data Science		
Verwendbarkeit	Studiengänge mit betriebswirtschaftlicher Ausrichtung		
Modultyp	Wahlpflichtfach		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	1. Blockwoche
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	40/20/50/40
Korrespondierende Veranstaltungen	Keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Module 1.6, 2.6, 3.6
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	beliebige
ErstprüferIn	LBA Dr. Scheid		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Wessler		
DozentInnen	LBA Dr. Scheid		

Lernziele / Kompetenzen:

Nach dem Besuch dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, eine breite Palette statistischer Methoden und Modelle auf Probleme der betriebswirtschaftlichen Praxis anzuwenden, die Ergebnisse zu überprüfen und mögliche Handlungsanweisungen daraus abzuleiten. Die Studierenden analysieren in Kleingruppen komplexe betriebswirtschaftliche Datensätze. Hierbei wird Python als Softwaretool verwendet. Ergebnisse werden in Bezug auf betriebswirtschaftliche Aufgabenstellungen interpretiert und vorgestellt. Die Studierenden erkennen durch den Besuch des Moduls, wie vielfältig statistische Modelle in der Datenanalyse angewandt werden können und sich aus der Analyse Erkenntnisse für die betriebswirtschaftliche Praxis ableiten lassen.

Inhalte

- Python
- Explorative Datenanalyse
- Statistische Tests
- Statistische Methoden und Modelle
- Maschine Learning

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):*
Modellierung von Problemstellungen mithilfe statistischer Modelle
- *Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
Diagramme, Kennzahlen, statistische Tests, Regressionsmodelle, Multivariate Verfahren, Maschine Learning
- *Qualitativ-interpretative Methoden (Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*
Diskussion, Interpretation und Präsentation von Datenanalysen im betriebswirtschaftlichen Kontext

Lehr- und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht
- Selbstgesteuertes Lernen

- Präsentation und Kommunikation
- Gruppenarbeit anhand von Datensätzen und Praxisbeispielen

Literatur:

- Scheid, Vogl (2021), Data Science: Grundlagen, Methoden und Modelle der Statistik, Hanser-Verlag
- Galata, Wessler, Scheid, Augustin (2013), Empirische Wirtschaftsforschung: Grundlagen, Methoden, Beispiele, Hanser-Verlag
- Weitere Literatur wird in der Vorlesung bekannt gegeben

6.2 Außenwirtschaft, Wirtschaftspolitik und empirische Wirtschaftsforschung (2 Lehrveranstaltungen)

Es sind entweder zwei Vorlesungen oder eine Vorlesung und ein Seminar auszuwählen und zu belegen.

Die Platzvergabe erfolgt durch ein Losverfahren in NINE. Der Zeitraum der Losverfahren wird im Semester-Terminplan auf der Webseite der Fakultät bekannt gegeben. Weitere Informationen zu den Losverfahren werden ebenfalls auf der [Webseite der Fakultät](#) veröffentlicht.

Ein Anspruch auf Teilnahme an einer konkreten Veranstaltung besteht nicht.

Übersicht der einzelnen Lehrveranstaltungen im Sommersemester 2023

Mod. Nr.	Modultitel	Dozent/in
6.2.2	Devisenmarkt und Wechselkursregime	Prof. Dr. Hülsewig
6.2.3	Wirtschafts- und Währungskrisen	Prof. Dr. Hülsewig
6.2.6	Globalisierung	Hr. Rauch
6.2.7	Wirtschafts- und Ordnungspolitik	Prof. Dr. Holzner
6.2.9	Internationaler Handel	Prof. Dr. Henzel
6.2.10	Klimapolitik und Regulierung	Dr. Fuchs
6.2.12	Marktversagen bei asymmetrischer Information	Prof. Dr. Holzner
6.2.13	Wirtschaftsgeschichte	Prof. Hülsewig
6.2.14	Geld- und Währungspolitik	Prof. Hohberger

Modulnr.	6.2.2		
Titel	Devisenmarkt und Wechselkursregime		
Verwendbarkeit	Grundlage für alle Studiengänge mit betriebswirtschaftlicher Ausrichtung		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	Vorlesung / seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	6		
SWS	2		
ECTS-Credits	2,5	Workload	25 / 20 / 20 / 10
Korrespondierende Veranstaltungen	Makroökonomie offener Volkswirtschaften	Erforderliche Vorkenntnisse	Grundlagen der Makroökonomie
Leistungsnachweis	schrP (50%)	Zugelassene Hilfsmittel	Nicht-programmierbarer Taschenrechner
ErstprüferIn	Prof. Dr. Hülsewig		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Henzel		
DozentInnen	Prof. Dr. Hülsewig		

Lernziele / Kompetenzen:

Ziel des Moduls ist es, den Studierenden grundlegende Einblicke in den Devisenmarkt zu vermitteln. Die Studierenden lernen verschiedene Theorien zur Erklärung der Entwicklung flexibler Wechselkurse kennen. Sie analysieren die empirische Validität dieser Konzepte anhand von Daten, um daraus Erkenntnisse für die Prognose der zukünftigen Entwicklung von flexiblen Wechselkursen zu gewinnen. Darüber hinaus lernen die Studierenden verschiedene Formen von Fixkursregimen kennen. Sie verstehen, wie Notenbanken auf Devisenmärkten intervenieren und können so die damit verbundenen negativen Folgen nachvollziehen, die sich aus einem Verlust an geldpolitischer Autonomie ergeben. Übungseinheiten tragen dazu bei, das Erlernte nachzuvollziehen und zu vertiefen. Die vermittelten Kenntnisse ermöglichen es den Studierenden, die Bedeutung von Vorgängen auf dem Devisenmarkt für betriebswirtschaftliche Entscheidungen einzuordnen.

Inhalte:

- Grundlegende Eigenschaften des Devisenmarkts
- Ansätze zur Erklärung flexibler Wechselkurse
 - Kaufkraftparitätentheorie
 - Zinsparitätentheorie
 - Chartisten- Fundamentalisten Modell
- Systeme fixer Wechselkurse
 - Einführung
 - Interventionen am Devisenmarkt
 - Verlust an geldpolitischer Autonomie

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (z.B.: Forschungs- und Analysemodelle):*
Stilisierte Modelle für die Lehre

- *Quantitativ-Empirische Methoden (z.B.: Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
Deskriptive Datenanalyse, Regressionen
- *Qualitativ-Interpretative Methoden (z.B.: Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*
keine

Lehr-und Lernmethoden:

Seminaristischer Unterricht / Diskussion

Literatur:

- Paul Krugman und Maurice Obstfeld, Internationale Wirtschaft, Pearson Studium, 6. Auflage, 2003
- Deutsche Bundesbank: „Wechselkurs und Zinsdifferenz: jüngere Entwicklungen seit der Einführung des Euro“, Monatsbericht, Juli 2005
- Robert Schmidt and Timo Wollmershäuser, Sterilized Foreign Exchange Market Interventions in a Chartist-Fundamentalist Exchange Rate Model, Würzburg Economic Papers 50, 2004

Modulnr.	6.2.3		
Titel	Wirtschafts- und Währungskrisen		
Verwendbarkeit	Grundlage für alle Studiengänge mit betriebswirtschaftlicher Ausrichtung		
Modultyp	Wahlpflichtmodul		
Lehrform	Seminar	Angebotsfrequenz	Wöchentlich bzw. Blockveranstaltung
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	6		
SWS	2		
ECTS-Credits	2,5	Workload	25 / 20 / 20 / 10
Korrespondierende Veranstaltungen	Devisenmarkt und Wechselkursregime, Makroökonomik offener Volkswirtschaften	Erforderliche Vorkenntnisse	Grundlagen der Makroökonomie
Leistungsnachweis	ModA (50%)	Zugelassene Hilfsmittel	
ErstprüferIn	Prof. Dr. Hülsewig		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Henzel		
DozentInnen	Prof. Dr. Hülsewig		

Lernziele / Kompetenzen:

Die Studierenden eignen sich im Rahmen des Seminars ein Wissen über die Ausgestaltung von Fixkurssystemen, historische Währungskrisen und die Auswirkungen von spekulativen Attacken an. Sie befassen sich mit einem der Themen aus den genannten Gebieten, welches sie selbständig bearbeiten. Ziel des Seminars ist es, die in den Vorlesungen vermittelten Kenntnisse zu außenwirtschaftlichen Fragestellungen zu vertiefen. Die Studierenden lernen die mit Fixkurssystemen verbundenen Vor- und Nachteile kennen, verstehen die Schwächen fixer Wechselkursregime und analysieren Strategien für den Umgang mit Währungsrisiken.

Inhalte:

Die inhaltliche Ausgestaltung wird vom Dozenten zu Semesterbeginn bekannt gegeben. Beispielhafte Themen sind:

- Der Zusammenbruch des Bretton Woods Systems (1949-1973)
- Ursachen und Folgen der Eurokrise
- Die Asienkrise 1997
- Die Wirtschaftskrise Argentiniens
- Die Türkei in der Krise
- Brasiliens Wirtschafts- und Währungskrise
- Mexikos Tequila Krise
- Spekulation gegen fixe Wechselkursregime

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (z.B.: Forschungs- und Analysemodelle):*
Ausgewählte analytische Modelle und Methoden
- *Quantitativ-Empirische Methoden (z.B.: Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
Deskriptive Datenanalyse
- *Qualitativ-Interpretative Methoden (z.B.: Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*
keine

Lehr-und Lernmethoden:

Seminar, Präsentationen

Literatur:

Literatur wird in der ersten Veranstaltung des Semesters bekannt gegeben.

Modulnr.	6.2.6		
Titel	Globalisierung		
Verwendbarkeit	Grundlage für alle Studiengänge mit betriebswirtschaftlicher Ausrichtung		
Modultyp	Wahlpflichtmodul		
Lehrform	Seminar	Angebotsfrequenz	Wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	6		
SWS	2		
ECTS-Credits	2,5	Workload	25 / 20 / 20 / 10
Korrespondierende Veranstaltungen	Alle Veranstaltungen in 6.2	Erforderliche Vorkenntnisse	Grundlagen der Makroökonomik,
Leistungsnachweis	SchrP (50%)	Zugelassene Hilfsmittel	Open Book
ErstprüferIn	B. Rauch		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Henzel		
DozentInnen	B. Rauch		

Lernziele / Kompetenzen:

Die Studierenden lernen verschiedene Aspekte der wirtschaftlichen Globalisierung kennen. Sie befassen sich mit grundsätzlichen Theorien zur Erklärung des internationalen Handels. Sie werden in die Lage versetzt, Statistiken zum globalen Handel von Waren und Dienstleistungen zu interpretieren. Sie analysieren anhand aktueller Fallbeispiele (Coronavirus-Pandemie, Handelskrieg, Klimawandel), welche Rolle die Wirtschaftspolitik im internationalen Handel spielt. Durch die Auswertung empirischer Studien sind die Studenten in die Lage, mögliche Auswirkungen der Globalisierung und außenwirtschaftspolitischer Maßnahmen zu beurteilen.

Inhalte:

- Die Auswirkung der Coronavirus-Pandemie auf den internationalen Handel
- Globalisierung oder Deglobalisierung? Wo steht die Weltwirtschaft gerade und wie geht es weiter?
- Grundlegende theoretische Modelle zum internationalen Handel
- Theorie und Empirie zur Wirkung von außenwirtschaftspolitischen Maßnahmen (z.B. Zölle und Importquoten)
- Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung und Zahlungsbilanz: Woher kommt der deutsche Leistungsbilanzüberschuss?
- Der Handelskrieg zwischen den USA und China
- Globalisierung und internationaler Handel: Empirische Evidenz zum gesamtwirtschaftlichen Nutzen und zur Einkommensungleichheit
- Klimawandel, CO₂-Besteuerung und internationale Kooperation

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (z.B.: Forschungs- und Analysemodelle):*
Ausgewählte analytische Modelle und Methoden
- *Quantitativ-Empirische Methoden (z.B.: Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
Deskriptive Datenanalyse
- *Qualitativ-Interpretative Methoden (z.B.: Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*
keine

Lehr-und Lernmethoden:

Diskussionen und Fallbeispiele

Literatur:

P. Krugman, M. Obstfeld, M. Melitz, Internationale Wirtschaft: Theorie und Politik der Außenwirtschaft, Pearson Studium (2019)

B. Rauch, Munich Re Economic Research, Second wave and deglobalisation putting strong recovery of international trade at risk (2020) https://www.linkedin.com/pulse/second-wave-deglobalisation-putting-strong-recovery-trade-rauch?trk=public_profile_article_view

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, Wirtschaftspolitische Probleme der deutschen Leistungsbilanz (2019)

International Monetary Fund, World Economic Outlook, October 2020, Chapter 2, Dissecting the Economic Effects

Modulnr.	6.2.7		
Titel	Wirtschafts- und Ordnungspolitik		
Verwendbarkeit	Grundlage für alle Studiengänge mit betriebswirtschaftlicher Ausrichtung		
Modultyp	Wahlpflichtmodul		
Lehrform	SU	Angebotsfrequenz	Wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	6		
SWS	2		
ECTS-Credits	2,5	Workload	25 / 20 / 20 / 10
Korrespondierende Veranstaltungen	alle aus dem Modul 6.2	Erforderliche Vorkenntnisse	Grundlagen Mikro- und Makroökonomie
Leistungsnachweis	schrP (50%)	Zugelassene Hilfsmittel	Nicht-programmierbarer Taschenrechner
ErstprüferIn	Prof. Dr. Holzner		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Henzel		
DozentInnen	Prof. Dr. Holzner		

Lernziele / Kompetenzen:

Den Studierenden wird im Rahmen der Lehrveranstaltung Wissen über grundlegende Inhalte und zentrale Handlungsfelder wirtschaftspolitischer Theorie und Praxis geboten und vermittelt. Schwerpunktmäßige Themenfelder sind die Sozialpolitik und die Theorie der optimalen Besteuerung. Die Studierenden sollen dadurch in die Lage versetzt werden fachlich fundierte Beiträge zu aktuellen wirtschaftspolitischen Diskussionen zu leisten.

Inhalte:

Die inhaltliche Ausgestaltung wird vom Dozenten zu Semesterbeginn bekannt gegeben. Beispielhafte Themen sind:

- Sozialpolitik (Effizienzargumente für Umverteilung, Rentensystem, Arbeitsmarktpolitik)
- Steuern (Steuerprinzipien und -tarife, Wohlfahrtskosten der Besteuerung, Optimale Besteuerung, Steuerinzidenz)

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (z.B.: Forschungs- und Analysemodelle):*
Ausgewählte analytische Modelle und Methoden
- *Quantitativ-Empirische Methoden (z.B.: Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
Deskriptive Datenanalyse
- *Qualitativ-Interpretative Methoden (z.B.: Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*
keine

Lehr- und Lernmethoden:

Seminar, seminaristische Unterrichtsform, Präsentationen

Literatur:

Breyer F. und W. Buchholz (2021), Ökonomie des Sozialstaats, 2. Auflage, Springer, Berlin und Heidelberg.

Wellisch, D. (2014). Finanzwissenschaft II: Theorie der Besteuerung. Vahlen, München.

Modulnr.	6.2.9		
Titel	Internationaler Handel		
Verwendbarkeit	Grundlage für alle Studiengänge mit ökonomischer Ausrichtung		
Modultyp	Wahlpflichtmodul		
Lehrform	SU	Angebotsfrequenz	wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	6		
SWS	2		
ECTS-Credits	2,5	Workload	25 / 25 / 20 / 10
Korrespondierende Veranstaltungen	alle Module der Gruppe 6.2	Erforderliche Vorkenntnisse	Grundlagen der Makroökonomie
Leistungsnachweis	SchrP (50%)	Zugelassene Hilfsmittel	Open Book, nicht-programmierbarer Taschenrechner
ErstprüferIn	Prof. Henzel		
ZweitprüferIn	Prof. Hülsewig		
DozentInnen	Prof. Henzel		

Lernziele / Kompetenzen:

Die Studierenden sind in der Lage, über ökonomische Themen theoriebasiert zu diskutieren. Die Studierenden kennen mehrere Theorien zur Beschreibung internationaler Handelsbeziehungen und können diese erklären. Sie sind in der Lage, Auswirkungen von internationalem Handel auf die beteiligten Länder zu analysieren.

Die Studierenden können zentrale Begriffe zu Wechselkursen und Zahlungsbilanz auf Fallbeispiele anwenden.

Inhalte:**Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:**

- *Modelle und Methoden der Analyse (z.B.: Forschungs- und Analysemodelle):*
... Mathematisch formulierte volkswirtschaftliche Modelle
- *Quantitativ-Empirische Methoden (z.B.: Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
... Datenanalyse, grafische Darstellung und Interpretation, Regression
- *Qualitativ-Interpretative Methoden (z.B.: Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*
... Fallbeispiele

Lehr- und Lernmethoden:

- Vorlesung mit seminaristischem Unterricht

Literatur:

- Deutsche Bundesbank: „Wechselkurs und Aussenhandel“, Monatsbericht, Januar 1997
- Paul Krugman und Maurice Obstfeld, Internationale Wirtschaft, Pearson Studium, 9. Auflage, 2012
- Gerhard Rübel, Grundlagen der Monetären Außenwirtschaft, Oldenbourg Verlag, 3. Auflage, 2009
- Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekanntgegeben

Modulnr.	6.2.10		
Titel	Klimapolitik und Regulierung		
Verwendbarkeit	Grundlage für alle Studiengänge mit betriebswirtschaftlicher Ausrichtung		
Modultyp	Wahlpflichtmodul		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	6		
SWS	2		
ECTS-Credits	2,5	Workload	25 / 20 / 20 / 10
Korrespondierende Veranstaltungen	Alle Veranstaltungen in 6.2	Erforderliche Vorkenntnisse	Grundlagen der Mikroökonomik
Leistungsnachweis	schrP (50%)	Zugelassene Hilfsmittel	
ErstprüferIn	Dr. Kira Fuchs		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Hülsewig		
DozentInnen	Dr. Kira Fuchs		

Lernziele / Kompetenzen:

Durch den Besuch der Veranstaltung sollen die Studierenden grundlegende theoretische Zusammenhänge bei staatlichen Markteingriffen kennenlernen. Die Studierenden lernen, sich ökonomische Theorie als Hilfsmittel für die Analyse der Wirtschaftspolitik und der Unternehmensentscheidungen in diesem Rahmen nutzbar zu machen, komplexe ökonomische Zusammenhänge zu erkennen, zu analysieren und zu bewerten. Sie sollen Einblicke in die Funktionsweise der Energiewirtschaft erhalten und das nötige ökonomische Grundwerkzeug für eine kritische Analyse der Vorgaben und Auswirkungen der Regulierung erwerben. Dabei sollen sich die Studierenden mit den aktuellen wirtschaftspolitischen Fragen im Kontext der Energie- und Klimapolitik beschäftigen und eine eigenständige und fundierte Urteilskraft entwickeln.

Inhalte:

Auf der Basis der mikroökonomischen Theorien zu Marktversagen, staatlichen Markteingriffen und Regulierung wird das Verhalten der Akteure im Energiesektor, insbesondere im Zusammenhang mit Energiewende und Klimaschutzpolitik sowie mit der Regulierung der leitungsgebundenen Energiemärkte Strom und Gas, analysiert. Dabei gewinnen die Studierenden einen praxisnahen Überblick über die Energiewirtschaft. Bei der Analyse der Energiebranche wird immer auch der Bezug zu den dafür relevanten ökonomischen Theorien hergestellt. Die Bedeutung von staatlichen Eingriffen in die Wirtschaft wird anhand der theoretischen Erkenntnisse beurteilt und die Anreizwirkungen der politischen Rahmensetzung auf Unternehmen werden bewertet. Anhand von geleiteten Diskussionen zu Fallbeispielen können die Studierenden die erworbenen Kenntnisse interaktiv anwenden.

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (z.B.: Forschungs- und Analysemodelle):*
Ausgewählte analytische Modelle und Methoden
- *Quantitativ-Empirische Methoden (z.B.: Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
Überwiegend deskriptive Datenanalyse, Fallstudien

Lehr- und Lernmethoden:

Seminaristischer Unterricht

Literatur:

- Viscusi, Harrington, Sappington: Economics of Regulation and Antitrust, MIT Press, 2018 (5th Edition)
- Relevante Veröffentlichungen der Bundesregierung (BMWi, BMU) sowie der Bundesnetzagentur für Elektrizität, Gas, Telekommunikation, Post und Eisenbahnen
- Allg. Mikroökonomische Lehrbücher (z.B. Pindyck, R.S., D.L. Rubinfeld: Mikroökonomie; 9. Auflage, München 2018 oder Peter Bofinger: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. Eine Einführung in die Wissenschaft von Märkten. Pearson Deutschland)

Modulnr.	6.2.12		
Titel	Marktversagen bei asymmetrischer Information		
Verwendbarkeit	Alle Studiengänge mit ökonomischer Ausrichtung		
Modultyp	Wahlpflichtmodul		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	6. Semester		
SWS	2		
ECTS-Credits	2,5	Workload	25 / 20 / 20 / 10
Korrespondierende Veranstaltungen	alle Module der Gruppe 6.2	Erforderliche Vorkenntnisse	Grundlagen der Mikroökonomie
Leistungsnachweis	schrP (50%)	Zugelassene Hilfsmittel	nicht-programmierbarer Taschenrechner
ErstprüferIn	Prof. Holzner		
ZweitprüferIn	Prof. Henzel		
DozentInnen	Prof. Holzner		

Lernziele / Kompetenzen:

Die Studierenden können erläutern welches formale Modell genutzt wird, um Entscheidungen abzubilden, die Personen unter Unsicherheit treffen. Und sie können empirische Studien nennen, die dieses Modell kritisch hinterfragen. Sie sind in der Lage verschiedene Maße, mit denen die Risikobereitschaft von Personen gemessen wird, zu nennen und mit diesen zu arbeiten. Darauf aufbauend können sie erkennen welche Probleme durch asymmetrische Information für wirtschaftliches Handeln entstehen. Sie können realwirtschaftliche Beobachtungen in denen adverse Selektion und/oder moralisches Risiko vorkommen erkennen und analysieren.

Inhalte:

- Entscheidung unter Unsicherheit
- Adverse Selektion
- Moralisches Risiko

Die Veranstaltung baut auf der Veranstaltung „Grundlagen der Mikroökonomie“ auf.

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (z.B.: Forschungs- und Analysemodelle):*
Graphische und mathematische Analyse volkswirtschaftlicher Modelle

Lehr- und Lernmethoden:

- Vorlesung mit seminaristischem Unterricht / Diskussion

Literatur:

- Kolmar, Martin, "Grundlagen der Mikroökonomik", 2021, Springer. (Kapitel 8)
- Pindyck, Robert S., und Daniel L. Rubinfeld, "Mikroökonomie", 9. Auflage, 2018, Pearson Studium. (Kapitel 17)
- Zweifel, Peter, Roland Eisen, und David L. Eckles, "Insurance Economics", 2. Auflage, 2021, Springer. (Kapitel 3 und 8)

Modulnr.	6.2.13		
Titel	Wirtschaftsgeschichte		
Verwendbarkeit	Grundlage für alle Studiengänge mit ökonomischer Ausrichtung		
Modultyp	Wahlpflichtmodul		
Lehrform	Seminar	Angebotsfrequenz	Wöchentlich bzw. Blockveranstaltung
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	6		
SWS	2		
ECTS-Credits	2,5	Workload	25 / 25 / 20 / 10
Korrespondierende Veranstaltungen	alle Module der Gruppe 6.2	Erforderliche Vorkenntnisse	Grundlagen der Makroökonomie
Leistungsnachweis	ModA (50%)	Zugelassene Hilfsmittel	Open Book, Taschenrechner
ErstprüferIn	Prof. Hülsewig		
ZweitprüferIn	Prof. Henzel		
DozentInnen	Prof. Hülsewig		

Lernziele / Kompetenzen:

Das Seminar widmet sich ökonomischen Fragestellungen, die einen historischen Bezug aufweisen. Hierbei bearbeiten die Studierenden konkrete Themen aus den Gebieten der Geld- und Wirtschaftspolitik. Die Studierenden lernen sich selbstständig mit Themen zu ökonomischen Fragestellungen auseinanderzusetzen und diese schriftlich zu bearbeiten. Ein zentrales Ziel ist es, das Verfassen einer Arbeit einzuüben, die wissenschaftlichen Standards genügt. Hierzu zählen die Abstimmung der Struktur der Arbeit sowie die Zitierung von wissenschaftlichen Quellen, deren Verwendung elementar ist. Ebenso wird die Recherche nach Daten eingeübt.

Inhalte:

Die inhaltliche Ausgestaltung wird vom Dozenten zu Semesterbeginn bekannt gegeben. Beispielhafte Themen sind:

- Die Geldmengensteuerung der Deutschen Bundesbank
- Der Goldstandard
- Die Hyperinflation in Deutschland von 1923
- Die Weltwirtschaftskrise von 1929
- Die Holländische Krankheit
- Die wirtschaftlichen Folgen des Brexits
- Die deutsche Währungsreform von 1948
- Die Finanzkrise in den USA von 2007-2009
- Die deutsche Wiedervereinigung von 1991
- Die unkonventionelle Geldpolitik der Europäischen Zentralbank
- Japans Deflation
- „Überholen, statt einzuholen“: das wirtschaftliche Scheitern der DDR

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (z.B.: Forschungs- und Analysemodelle):*
Ausgewählte analytische Modelle und Methoden
- *Quantitativ-Empirische Methoden (z.B.: Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
Deskriptive Datenanalyse

- *Qualitativ-Interpretative Methoden (z.B.: Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*
keine

Lehr-und Lernmethoden:

Seminar

Literatur:

Die Literatur wird in der ersten Veranstaltung des Semesters bekannt gegeben.

Modulnr.	6.2.14		
Titel	Geld- und Währungspolitik		
Verwendbarkeit	Grundlage für alle Studiengänge mit ökonomischer Ausrichtung		
Modultyp	Wahlpflichtmodul		
Lehrform	SU	Angebotsfrequenz	wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	6		
SWS	2		
ECTS-Credits	2,5	Workload	25 / 25 / 20 / 10
Korrespondierende Veranstaltungen	alle Module der Gruppe 6.2	Erforderliche Vorkenntnisse	Grundlagen der Makroökonomie
Leistungsnachweis	SchrP (50%)	Zugelassene Hilfsmittel	keine
ErstprüferIn	Prof. Hohberger		
ZweitprüferIn	Prof. Hülsewig		
DozentInnen	Prof. Hohberger		

Lernziele / Kompetenzen:

Die Studierenden sollen grundlegende Kenntnisse der Geld- und Währungspolitik erlangen und in der Lage sein, die gesamtwirtschaftlichen Auswirkungen der Geld- und Währungspolitik und damit verbundene wirtschaftspolitische Zielkonflikte analysieren zu können.

Inhalte:

- Grundlagen der Geldnachfrage, des Geldangebots und monetärer Transmission
- Geldpolitische Strategien und Instrumentarien von Zentralbanken
- Konventionelle und unkonventionelle geldpolitische Maßnahmen
- Analyse der Wirkungen der Geldpolitik auf makroökonomische Variablen
- Grundlagen der Währungstheorie und –politik

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (z.B.: Forschungs- und Analysemodelle):*
... Mathematisch formulierte volkswirtschaftliche Modelle
- *Quantitativ-Empirische Methoden (z.B.: Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
... Datenanalyse, grafische Darstellung und Interpretation, Regression
- *Qualitativ-Interpretative Methoden (z.B.: Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*
... Fallbeispiele

Lehr- und Lernmethoden:

- Vorlesung mit seminaristischem Unterricht

Literatur:

- Görgens, E., Ruckriegel, K., Seitz, F. Europäische Geldpolitik. Theorie, Empirie, Praxis. 6. Aufl. 2013.
- Gischer, H., Herz, B., Menkhoff, L. Geld, Kredit und Banken. 4. Aufl. 2020.
- Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekanntgegeben

6.3 Seminar

Die Modulbeschreibungen s. [5.3 Seminar](#)

Die Platzvergabe erfolgt durch ein Losverfahren in NINE. Der Zeitraum der Losverfahren wird im Semester-Terminplan auf der Webseite der Fakultät bekannt gegeben. Weitere Informationen zu den Losverfahren werden ebenfalls auf der [Webseite der Fakultät](#) veröffentlicht.

Ein Anspruch auf Teilnahme an einer konkreten Veranstaltung besteht nicht.

7.1 Entrepreneurship

Übersicht der einzelnen Lehrveranstaltungen im Sommersemester 2023

Mod. Nr.	Modultitel	Dozent/in
7.1.1	Entrepreneurship: Idea to Solution	Polzin (LB)
7.1.2	Entrepreneurship: Real Project - Zukunft gestalten	Prof. Zollner
7.1.4	Entrepreneurship: Real Project Digitalization	Stolze/ Kobilke (LB)
7.1.5	Entrepreneurship: Real Project MedTech, Health & Wellbeing	Prof. Maisch
7.1.6	Entrepreneurship: Real Project Green Tech, Agriculture & Food	Prof. Kaiser
7.1.7	Entrepreneurship: Social X Factor	Prof. Maisch
7.1.8	Entrepreneurship	Dent (LB)

Die detaillierten Modulbeschreibungen stehen in NINE zur Verfügung.

Modulnr.	7.1		
Titel	Entrepreneurship		
Verwendbarkeit	Bachelor		
Modultyp	Pflichtfach		
Lehrform	Seminar	Angebotsfrequenz	Wöchentlich/Block
Lehrsprache	Deutsch / English		
Semester	7		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen	-	Erforderliche Vorkenntnisse	Abgeschlossenes Grundstudium
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	keine
ErstprüferIn	Jeweilige Dozent:innen		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Georg Zollner		
DozentInnen	Kolleg:innen des Kompetenzbereichs Entrepreneurship, Lehrende des SCE, Lehrbeauftragte bzw. Gastdozenten		

Lernziele / Kompetenzen:

Die Studierenden sind in der Lage, unternehmerisches Denken und Handeln in unterschiedlichen Kontexten und Einsatzfeldern zu verstehen und selbst anzuwenden. Im Rahmen von konkreten

und/oder realen Projekten/Szenarien sollen Studierende befähigt werden, unternehmerische Chancen zu erkennen, unternehmerische Entscheidungen zu treffen, eintretende Szenarien zu verstehen und zu analysieren bis hin zu neue Dinge zu erschaffen. Darunter fallen sowohl Anwendungen im Hinblick auf die Unternehmensgründung (Entrepreneurship) als auch auf die Weiter- bzw. Neuentwicklung von Lösungsideen und Geschäftsfeldern in etablierten Unternehmen oder Organisationen (Intrapreneurship). Durch den starken Praxisbezug ist ein wesentliches Lernziel des Fachs die Vertiefung, Anwendung und Vernetzung der bis dato erworbenen Studieninhalte. Ziel des Fachs Entrepreneurship ist es, Studierende zu unternehmerisch denkenden Persönlichkeiten auszubilden. Dazu gehören der Erwerb von persönlichen Kompetenzen wie Eigeninitiative, Teamfähigkeit, Kreativität, Beobachtungsgabe oder Verantwortungsbewusstsein, die später sowohl für Gründer als auch für Angestellte in innovativen Unternehmen wichtig sind. Themen wie die Förderung von Leadership-Qualitäten, konsequente Lösungsorientierung, ganzheitliches Denken, das Verständnis von Innovationsprozessen oder die Rolle von Business-Modellen zielen stärker auf die Bildung sozialer Kompetenzen ab, die insbesondere in dynamischen Märkten gefragt sind. Die Vermittlung von Selbstkompetenz wie Reflexionsfähigkeit, Kritikfähigkeit und Zeitmanagement spiegelt sich in selbstgesteuerten Teams wieder und wird durch Feedback-Prozesse gefördert. Die Selbstkompetenz wird zudem dadurch gestärkt, dass den Studierenden die Möglichkeit geboten wird, entsprechend ihrer Studienausrichtung und ihrer Interessen aus einer festen Bandbreite an Angeboten zum Thema Entrepreneurship ein Themenfeld auszuwählen und zu vertiefen.

Mit einer erfolgreichen Durchführung des Seminars erhalten Sie Credits mit denen Sie das HM Zertifikat „Unternehmerisches Denken und Handeln“ erwerben können. Weitere Informationen unter: https://www.hm.edu/studierende/mein_studium/studienprofil/hochschulzertifikate/zertifikat_unternehmerisch.de.html

Inhalte:

Jedes Semester werden verschiedene Formate im Fach Entrepreneurship angeboten, aus denen die Studierenden im Rahmen des Wahlverfahrens denjenigen Kurs auswählen können, der ihrem Interesse am besten entspricht. Folgende grundsätzliche Formate werden angeboten:

- **Business Planning:** Entwicklung einer Geschäftsidee und Umsetzungsplanung in den Phasen Produkt/Dienstleistung, Industrie und Markt, Marketing und Vertrieb, Wettbewerb, Management und Schlüsselpersonen, Finanzierung und Realisierung
- **Business Simulation:** Entwicklung eines Geschäftsfelds im etablierten Unternehmen über mehrere Perioden in einer Wettbewerbssituation unter Berücksichtigung von strategischen Konzepten anhand von computerbasierten Simulationsprogrammen
- **Social Entrepreneurship:** Entwicklung einer Geschäftsidee mit social Impact und Umsetzungsplanung in den Phasen Produkt/Dienstleistung, Industrie und Markt, Marketing und Vertrieb, Wettbewerb, Management und Schlüsselpersonen, Finanzierung und Realisierung
- **International Entrepreneurship:** Entwicklung einer international ausgerichteten Geschäftsidee und Umsetzungsplanung in den Phasen Produkt/Dienstleistung, Industrie und Markt, Marketing und Vertrieb, Wettbewerb, Management und Schlüsselpersonen, Finanzierung und Realisierung
- **„i2S – Idea to Solution“ / „RealProject“ / „ZukunftGestalten@HM“:** Entwicklung einer interdisziplinär ausgerichteten Geschäfts- bzw. nachhaltigen Lösungsidee und Umsetzungsplanung in den Phasen Produkt/Dienstleistung, Industrie und Markt, Marketing und Vertrieb, Wettbewerb, Management und Schlüsselpersonen, Finanzierung und Realisierung (in Kooperation mit dem SCE und externen Partnern)

Den Studierenden wird empfohlen, sich vor dem Entrepreneurship-Wahlverfahren die konkreten Formate und Themenstellungen der einzelnen Kurse in NINE anzusehen, um eine informierte Wahl treffen zu können.

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):*
Im Rahmen der Veranstaltung werden relevante Methoden und Modelle von Entrepreneurship (z.B. Design Thinking, Lean Startup, Business Model Canvas) in die Entwicklung eines Geschäftsmodells eingebaut und anhand von Feedbackmechanismen analysiert, reflektiert und verbessert.
- *Qualitativ-Empirische Methoden (Beobachtung und Interviews):*
Neben Methoden der qualitativen Sozialforschung zur Zielgruppendefinition, Ermittlung von Kundenbedarfen werden ausführliche Desk Research Verfahren zur Ermittlung von Marktpotentialen und Identifikation von relevanten Trends eingesetzt.
- *Qualitativ-Interpretative Methoden (Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*
In der Veranstaltung werden Befragungen der potentiellen Kunden-/Stakeholdergruppen zur Entwicklung eines geeigneten Geschäfts-/Lösungsmodells eingesetzt.

Zur Vorbereitung des Kurses wird das Massive Open Online Course (MOOC) „Introduction to Entrepreneurship“ empfohlen <https://www.deepdive.school/pages/courses>. Bei einem erfolgreichen Abschluss des MOOCs erhalten Sie 2 ETCS und schließen das erste Pflichtmodul zum Hochschulzertifikat Unternehmerisches Denken und Handeln ab.

Lehr- und Lernmethoden:

Projektbasiertes und aktivierendes Lernen, mehrstufiges Leistungsfeedback, Präsentation von Arbeitsergebnissen in der Kleingruppe und im Plenum, Auswertung von statistischem Datenmaterial, quantitative und qualitative Erhebungsmethoden, Exkursionen, Praxisvorträge.

Literatur:

- Aulet, B., Disciplined Entrepreneurship, 2013
- De, Dennis, Entrepreneurship, München, 2005
- Gassmann, O. et al., The Business Model Navigator, 2014
- Hisrich, Robert D./ Peters, Michael P./ Shepherd, Dean A.: Entrepreneurship, 2010
- Osterwalder, A./ Pigneur, Y., Business Model Generation, 2010
- Osterwalder, A. et al., Value Proposition Design, 2015
- Ries, E.: The Lean Startup, 2011
- Volkmann, Christine/ Tokarski, Kim Oliver, Entrepreneurship: Gründung und Wachstum von jungen Unternehmen, 2006

Darüber hinaus weitere fach- bzw. themenspezifische Empfehlungen in den jeweiligen Veranstaltungen.

Die Entrepreneurship Aktivitäten der Fakultät werden in enger Kooperation mit dem Strascheg Center for Entrepreneurship (SCE) durchgeführt. Das SCE wird an einer Gründung interessierte Studierende mit Rat und Tag in ihrem Vorhaben unterstützen. Informationen zum Leistungsspektrums des SCEs unter: www.sce.de

7.2 Unternehmensführung

Module Nr.	7.2		
Title	Unternehmensführung / Corporate Strategy		
Applicability / Relevance	General Module		
Module Type	Core		
Teaching Methods	SU	Frequency of Delivery	Weekly
Language of Instruction	Deutsch/English		
Semester	5		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 20 / 40
Related Courses	7.1	Prerequisite Courses	Foundation Courses
Assessment Method	ModA (Assignment)	Exam aids permitted	
First Examiner	Prof. Dr. Peisl		
Second Examiner	Prof. Dr. Hammer, Prof. Dr. Peisl, Prof. Dr. Riegger, Prof. Dr. Bernhard Wach		
Lecturer(s)	Prof. Dr. Hammer, Prof. Dr. Peisl, Prof. Dr. Riegger, Prof. Dr. Bernhard Wach		

Learning outcomes / skills:

Die Studierenden sind in der Lage, die zentralen Entscheidungstatbestände der Unternehmensführung differenziert zu bewerten, den Prozess der strategischen Planung im Bereich der Strategieentwicklung anzuwenden sowie ausgewählte Planungsinstrumente sinnvoll und zweckmäßig in verschiedenen Phasen des Planungsprozesses anzuwenden und zu bewerten. Sie sind in der Lage, Internationalisierung bzw. Globalisierung als zentrale ökonomische Komponenten jeder entwickelten Volkswirtschaft zu reflektieren und die Bedeutung für deutsche und europäische Unternehmen in einem ganzheitlichen Konzept umsetzen zu können, die Basis dieser immer stärkeren Verflechtung von makro- und mikroökonomischen Parameter zu bewerten und daraus abgeleitet Internationalisierungsstrategien und deren Umsetzung auf einzelwirtschaftlicher Ebene zu entwickeln sowie Internationalisierung als spezifische Anforderung an die Qualifikation des Managements von Organisationen im konzeptionellen und methodischen Bereich zu verstehen und anzuwenden. Sie bearbeiten Fallstudien und Problemstellungen eigenständig unter den Gesichtspunkten Analysefähigkeit, Transferfähigkeit, abstraktes und vernetztes Denken sowie Lösungsorientierung. Die eingesetzten Fallstudien ermöglichen es den Studierenden befähigen situationsgerecht und angemessen zu handeln sowie individuelle und gemeinsame Handlungsoptionen zu erarbeiten und gemeinsames Lernen zu realisieren. Die Fähigkeit, Möglichkeit und Bereitschaft, eigene Gedanken und Analysen einzubringen und Aspekte einer individuellen Führungspersönlichkeit wird durch den seminaristischen Charakter der Veranstaltung ermöglicht.

Inhalte

Die Lehrveranstaltung Unternehmensführung ist in einen grundlegenden Abschnitt zur strategischen Planung und dem Planungsprozess sowie einen darauf aufbauenden Teil zum internationalen Management gegliedert. Die Inhalte umfassen:

- Grundlagen der Strategischen Planung und darauf aufbauend die grundlegenden Kenntnisse zu einer erfolgreichen Strategieentwicklung
- Darstellung der wichtigsten Denkschulen für die strategische Planung
- Ursache-Wirkungsbetrachtung der Strategieentwicklung

- Struktur und Ablauf der strategischen Planung
- Anwendung von strategischen Planungsinstrumenten
- Grundlagen des Internationalen Management, Integration in den strategischen Planungsprozess und darauf aufbauend die grundlegenden Kenntnisse zu einer erfolgreichen Bearbeitung eines Auslandsmarkts,
- Darstellung der wichtigsten Erklärungsansätze und Managementmodelle für internationale Unternehmenstätigkeit als Basis für das Verständnis der Wirkungszusammenhänge im Internationalen Management,
- Ursache-Wirkungsbetrachtung der Internationalisierung auf Strategien und Organisationsmodelle, insbesondere der Gegensatz zwischen der Zentralisierung und der Dezentralisierung,
- Bewertung der wesentlichen Funktionsfelder eines internationalen Unternehmens und Reflexion auf einen integrierten Planungs- und Steuerungsansatz
- Management von Risiken (Geschäfts-, Länder- und Wechselkursrisiken), das durch die Auslandstätigkeit erforderlich wird
- Soziale und ethische Aspekte im internationalen Kontext

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre

- Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle): Im Rahmen der Veranstaltung werden die relevanten Methoden und Modelle der Management- und Führungslehre in ein eigenes Modell eingebaut und durch verschiedene Fallstudien analysiert und reflektiert.
- Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen): Neben Statistiken zur Entwicklung von Export, Direktinvestitionen sowie Daten zu M&A werden quantitative Methoden, insbesondere Trendanalysen zur Diskussion eingesetzt.
- Qualitativ-Interpretative Methoden (Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen): Im Rahmen von Zukunftsanalysen sowie (Mega-)Trend Diskussionen werden in der Veranstaltung Expertenmeinungen sowie Umfragen eingesetzt.

Lehr- und Lernmethoden

- Seminaristischer Unterricht
- Exkursionen
- Fallstudien
- Lehrfilme
- Expertendiskussionen und Gastbeiträge

Literatur

Prüfungsrelevante Literatur

- Macharzina/Wolf (2014) Unternehmensführung, 5. A., München
- Meckl, R. (2014) Internationales Management, 3. A., München

Ergänzende Literatur:

- Achleitner, A. und Thommen, J. (2018) Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Gabler Verlag; 8. Auflage, München.
- Kutschker, M. und Schmid, S. (2012) Internationales Management, 7. A., München.
- Perlit, M. und Schrank, R. (2013) Internationales Management, 6. A., UTB.
- Holtbrügge, D. und Welge, M.K. (2010) Internationales Management: Theorien, Funktionen, Fallstudien, 5. A., Stuttgart.
- Robbins, S., Coulter, M. und Fischer, I. (2016) Management: Grundlagen der Unternehmensführung, 12. A., Person
- Wirtschaftsmagazine, Handelsblatt, etc.

Ergänzend wird unter Moodle interaktiv bereitgestellt:

- Reader
- Artikel
- Fallstudien und ergänzende Unterlagen

7.4 Bachelorarbeit

Modulnr.	7.4		
Titel	Bachelorarbeit		
Verwendbarkeit			
Modultyp	Pflichtfach		
Lehrform		Angebotsfrequenz	jederzeit
Lehrsprache	Deutsch/Englisch		
Semester	7		
SWS	Dauer: 4 Monate		
ECTS-Credits	12	Workload	
Korrespondierende Veranstaltungen	7.5 Bachelorkolloquium	Erforderliche Vorkenntnisse	mindestens Semester 6
Leistungsnachweis	BA	Zugelassene Hilfsmittel	
ErstprüferIn			
ZweitprüferIn			
DozentInnen	Alle prüfberechtigten Dozent:innen oder Professor:innen und wissenschaftliche Mitarbeitenden der Fakultät		

Lernziele / Kompetenzen:

Nach Abschluss der Bachelorarbeit sind die Studierenden in der Lage, eine Aufgabenstellung aus dem Bereich der Betriebswirtschaft selbständig und systematisch zu bearbeiten und praxisorientiert zu lösen.

Insbesondere können Studierende

- relevante Daten im wirtschaftlichen bzw. interdisziplinären Umfeld sammeln und nach wissenschaftlichen Methoden analysieren und bewerten,
- Fachliteratur recherchieren und Fachinformationsquellen zur Anfertigung von Arbeitsergebnissen nutzen,
- Entscheidungen, Konzepte, bzw. Lösungen für interdisziplinäre, Problemstellungen durch wissenschaftlich fundierte Vorgehensweisen unter Rücksichtnahme auf unternehmerische Bedingungen herbeiführen und diese rational bewerten,
- sich logisch und überzeugend in mündlicher und schriftlicher Form artikulieren sowie über Inhalte und Probleme der jeweiligen Disziplin mit Fachkolleg:innen und -kollegen kommunizieren.

Inhalte:

Die Bachelorarbeit ist der Nachweis der Fähigkeit, eine komplexe gestalterische Fragestellung zu formulieren, zu planen und in einem vorgegebenen Zeitrahmen mit den zur Verfügung stehenden Ressourcen selbständig durchzuführen und darzustellen. Entsprechend wird im Modul Bachelorarbeit ein vom Studierenden vorgelegtes und mit der Betreuerin/dem Betreuer abgestimmtes Thema innerhalb von vier Monaten selbständig bearbeitet. Dabei hat die/der Studierende die Möglichkeit, ihre/seine Kompetenzen, darunter auch die Planungskompetenz und das Ressourcenmanagement umfassend zu belegen. Die kontinuierliche Betreuung durch den Prüfenden beschränkt sich auf Hinweise zu strukturellen, inhaltlichen und praxisrelevanten Aspekten. Das Thema wird wissenschaftlich-theoretischer Natur sein. Entsprechend entsteht eine schriftliche Abhandlung mit schriftlicher Dokumentation. Unabhängig von der Kategorie entspricht der schriftliche Teil (Thesis) den Bedingungen einer wissenschaftlichen Arbeit. Die Ergebnisse werden in einem Kolloquium 7.5

(mündliche Prüfung) vorgestellt. Die Bachelorarbeitsnote gibt die Qualität des Ergebnisses und des Kolloquiums wieder.

7.5 Bachelorkolloquium

Modulnr.	7.5		
Titel	Bachelorkolloquium		
Verwendbarkeit	exklusive Ergänzung zur Bachelorarbeit		
Modultyp	Pflichtfach		
Lehrform		Angebotsfrequenz	jederzeit
Lehrsprache	Deutsch/Englisch		
Semester	7		
SWS			
ECTS-Credits	3	Workload	20 / 40 / 30 / 0
Korrespondierende Veranstaltungen	7.4 Bachelorarbeit	Erforderliche Vorkenntnisse	Bachelorarbeit
Leistungsnachweis	Kolloquium	Zugelassene Hilfsmittel	
ErstprüferIn			
ZweitprüferIn			
DozentInnen	Alle prüfberechtigten Dozent:innen oder Professor:innen und wissenschaftliche Mitarbeitenden der Fakultät		

Lernziel:

Die Studierenden erhalten Gelegenheit, Probleme und Fragen, die während der Anfertigung der Bachelorarbeit anfallen mit dem Betreuer / der Betreuerin zu besprechen. Dabei können sie Anregungen und Hilfen für den Fortgang Ihrer Arbeit erhalten.

Inhalte:

Darstellung von Zwischenergebnissen und kritische Bewertung. Präsentation der Abschlussarbeit und Verteidigung der Ergebnisse in einer mündlichen Befragung.

Lehr-und Lernmethoden:

Form und Häufigkeit der Treffen werden dem jeweiligen Bedarf angemessen durch den Betreuer / die Betreuerin geregelt.

Schwerpunkte

Agiles Projektmanagement (AP)

Modulnr.	AP.1		
Titel	Modernes Projektmanagement		
Verwendbarkeit	für alle betriebswirtschaftlichen Studiengänge		
Modultyp	Wahlpflicht (Schwerpunktmodul im Schwerpunkt AP.1 - AP.3)		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	5. Semester oder 6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 20 / 40
Korrespondierende Veranstaltungen	AP.2 und AP.3	Erforderliche Vorkenntnisse	keine
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	keine
ErstprüferIn	Prof. Dr. Lars Brehm		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Holger Günzel		
DozentInnen	Prof. Dr. Lars Brehm und externe Dozenten		

Lernziele / Kompetenzen:

Die Studierenden sind nach der erfolgreichen Teilnahme an diesem Modul in der Lage, die Grundlagen und wesentliche Konzepte der modernen Projektarbeit zu erklären und auf betriebliche Situationen anzuwenden. Zudem sind Sie in der Lage Projekte strukturiert anzugehen, durchzuführen und abzuschließen. Sie bearbeiten projektbezogene Problemstellungen im betriebswirtschaftlichen Kontext eigenständig unter Anwendung der vermittelten Methoden und Instrumente. Die Studierenden können sich insbesondere in den Übungseinheiten in kleineren Gruppen über die zu behandelnden Problemstellungen austauschen. Durch den Besuch des Moduls erkennen die Studierenden die Herausforderungen und Wirkungszusammenhänge im modernen Projektmanagement.

Inhalte:

- Grundlegende Begriffe und Konzepte im Projektmanagement Projektinitiierung und -definition
- Projektteam-Anforderungen
- Projektplanung
 - Planungsprozesse
 - Projektstrukturplan
 - Risikomanagement
 - Abschätzung
 - Zeit- und Ablaufplan
 - Netzplantechnik
 - Einsatzplanung
 - Wirtschaftlichkeit
 - Qualitätsmanagement
- Projektsteuerung
 - Soll/Ist-Vergleich
 - Analyse des Status

- Earned-Value Analyse
- Meilensteintrendanalyse
- Status- und Aktionslisten
- Änderungsmanagement
- Reviews/ Audit
- Projektabschluss
 - Projektabnahme
 - Projektabschluss

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (z.B.: Forschungs- und Analysemodelle):*
 - Projektinitiierung und Projektplanung (u.a. Risikomanagement, Wirtschaftlichkeitsrechnung)
 - Projektsteuerung und -monitoring (u.a. Soll/Ist-Vergleich, Analyse des Status)
 - Projektabschluss/Projektabschluss-Verfahren
- *Quantitativ-Empirische Methoden (z.B.: Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
 - Abschätzung (Personal, Vorgänge, Termine, Kosten)
 - Netzplan (Einsatz- und Ablaufplan)
 - Quantitative Risikoanalyse
- *Qualitativ-Interpretative Methoden (z.B.: Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*
 - Experteninterviews (aktuelle Entwicklungen kritisch zu reflektieren und ihre Auswirkungen auf das Unternehmen zu erkennen) ^[1]_[SEP]
 - Fallstudien in Form von Case Studies ^[1]_[SEP]

Lehr- und Lernmethoden:

Seminaristischer Unterricht
Fallstudien
Übungen

Literatur:

- GPM Deutsche Gesellschaft für Projektmanagement / Michael Gessler (Hrsg.) Kompetenzorientiertes Projektmanagement Band 1 – 4 4. Auflage 2011
- Habermann, F., Schmidt, K., 2018. Over the Fence: Projekte neu entdecken, neue Vorhaben besser durchdenken und gemeinsam mehr Spaß bei der Arbeit haben, völlig neu bearbeitete Auflage von "Project Canvas." ed. Becota.
- Meyer, H., Reher, H.-J., 2016. Projektmanagement. Springer Fachmedien Wiesbaden, Wiesbaden.
- Timinger, H., 2017. Modernes Projektmanagement: Mit traditionellem, agilem und hybridem Vorgehen zum Erfolg. Wiley-VCH Verlag GmbH & Co. KGaA, Weinheim.

Modulnr.	AP.2		
Titel	Projekt- und Change Management		
Verwendbarkeit	Für alle betriebswirtschaftlichen Bachelorstudiengänge		
Modultyp	Wahlpflicht (Schwerpunktmodul im Schwerpunkt AP.1 - AP.3)		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	Wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	5. Semester oder 6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50/40/40/20
Korrespondierende Veranstaltungen	AP.1 und AP.3	Erforderliche Vorkenntnisse	keine
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	keine
ErstprüferIn	Prof. Dr. Wolfgang Habelt		
ZweitprüferIn	Mathias Strobl		
DozentInnen	Mathias Strobl & Prof. Dr. Wolfgang Habelt		

Lernziele:

Die Bachelorstudierenden erlernen an einem Praxisprojekt, wie eine **Führungsnachwuchskraft** ein Veränderungskonzept bzw. eine Veränderungsstrategie für eine unternehmensbezogene Situation zu entwickeln hat. Damit wird dem „Konzept des Forschenden Lernens“ besonderer Raum gegeben.

Kompetenzen:

- **Fachkompetenz**

Nach dem Seminar haben sich die Bachelorstudierenden ein umfassendes Wissen angeeignet, wie man ein konkretes Veränderungsprojekt entwickelt bzw. in die Umsetzung bringt. Sie verstehen wesentliche Kernbereiche des Change Management, u.a. Erfolgs- und Misserfolgskriterien von Change Management Projekten, die Bedeutung von Widerstand und Kommunikation in Change Management Projekten und die Rollen von „Change Agents / internen oder externen Prozessberatern“ bei Change Management Projekten.

- **Methodenkompetenz**

Die Bachelorstudierenden entwickeln eine mindestens 20seitige Change Management Konzeption (Projektstudie). Sie erlernen damit ein strategisches Konzept zur Umsetzung von Change Management Projekten aufzubauen, das in der Unternehmenspraxis seine Anwendung finden kann. Hierzu erwerben sie sich Kenntnisse aus der Analyse von Veröffentlichungen im Bereich Change Management (z.B. zu bestimmten Veränderungsmodellen); fokussieren ein Spezialgebiet (hier der Einsatz von Digital Tools“ in Change Management Projekten und entwickeln eigenständig und kreativ einen „Change Aktionsplan“, mit dem Führungskräfte in der Praxis Veränderungsvorhaben erfolgreicher managen können. Die Bachelorstudierenden realisieren Befragungen/Interviews, um „im Feld“ ihre Konzeption zu falsifizieren / zu verifizieren. Ihr Konzept müssen Sie über eine Präsentation darstellen.

- **Selbstkompetenz**

Die Bachelorstudierenden tragen eine hohe zeitliche und inhaltliche Eigenverantwortung, um in kompetenter und kreativer Weise ein „strategisches Veränderungskonzept“ im Sinne eines „real projects“ zu erstellen. Sie managen ihre Zeit zwischen Präsenzveranstaltungen, Projektcoachings, teilweise Gruppenarbeit (maximal 2 Personen) sowie Interviews in Unternehmen. Zentral ist, die Verantwortung für die Qualität des Change Management Projekts in die Hände der Beteiligten, sozusagen der jungen Forscher:innen, zu legen.

- **Sozialkompetenz**

Die Bachelorstudierenden sollen das Change Management Projekt in einem Zweierteam entwickeln, um miteinander ihre Aufgabe zu stemmen. Sie werden ermuntert, Fragen im Seminar zu stellen, zudem Möglichkeiten zur Mitwirkung in den Präsenzveranstaltungen (Whiteboard, Flipchart, Metaplan) gegeben. Darüber hinaus stehen die Dozenten für regelmässige Projektcoachings zur Verfügung. Es wird darauf geachtet, dass „Interaktions-/Kreativräume“ den passenden Rahmen für das Seminar bilden, um die Kommunikation in Gruppenarbeit zu fördern.

Die Studierenden erwerben erste Informationen (Modelle und Methoden), wie eine Führungskraft oder ein Berater „Change/Veränderung“ erfolgreich gestalten / begleiten kann, hier zum Thema „Aktionsplan für Führungskräfte zum digitalen Management von Veränderungsprojekten“.

Inhalte:

Zur Führung von Change Management Projekten:

- Auslöser und Ziele für Veränderungsprojekte
- Die Rolle von Führungskräften in Veränderungsprojekten
- Ursachen für das Scheitern von Veränderungsprojekten
- Phasengestaltung von Veränderungsprojekten
- Stakeholder-Mapping in Change Projekten

Digitale Instrumente für Change Management Projekte:

- Die Bedeutung von „Digitalen Instrumenten“ in Veränderungsprojekten
- Die Rolle der Führungskräfte als „Digital Leader / Digital Change Manager“
- Kritische Erfolgsfaktoren von „Digitalen Instrumenten“ in Veränderungsprojekten

Eingesetzte Modelle / Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- Das Konzept des Forschenden Lernens
- Das Modell von Streich als Ansatz für das Management von Veränderungen
- Qualitativ-Interpretative Methoden
Experteninterviews bzw. Befragungen in der Praxis (Untersuchungsfeld/Untersuchungsmethode; Aufbau Fragebogen; Auswertung und Bewertung der Untersuchungsergebnisse)

Lehr-und Lernmethoden:

- Diskussionsförderndes Seminar; projektorientiertes Lernen, dozentenbasiertes Coaching, Präsentation

Literatur:

- Ein „Reader“ mit ausgewählter Literatur wird zu Beginn der Lehrveranstaltung ausgegeben

Modulnr.	AP.3		
Titel	Projektstudie: Agilität		
Verwendbarkeit	Bachelor		
Modultyp	Wahlpflicht (Schwerpunktmodul im Schwerpunkt AP.1 - AP.3)		
Lehrform	Seminar	Angebotsfrequenz	Blockkurs
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	5. Semester oder 6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 10 / 30 / 60
Korrespondierende Veranstaltungen	AP.1 und AP.2	Erforderliche Vorkenntnisse	keine
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	keine
ErstprüferIn	Prof. Dr. Holger Günzel		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Lars Brehm		
DozentInnen	Prof. Dr. Holger Günzel		

Lernziele / Kompetenzen:

Nach dem Besuch des Moduls sind die Studierenden in der Lage, die Grundlagen und Methoden des agilen Projektmanagements in Projektsituationen anzuwenden und Projekte als Coach oder Requirements Manager/ Product Owner zu leiten. Die Studierenden können die benötigten Werkzeuge analysieren und optimieren. Sie können Projektaufträge aus den Geschäftsbereichen durch agile und flexible Ansätze und Konzepte selbstständig bearbeiten. In kleinen Teams untersuchen die Studierenden die Ansätze in praktischen Übungen. Durch den Besuch dieses Moduls entwickeln die Studierenden ein Verständnis für den Unterschied zwischen agilen und konventionellen Projektmanagementmethoden.

Inhalte:

- Wissenschaftliche Grundlagen agiler Projektmanagementmethoden
- Voraussetzungen für den erfolgreichen Einsatz agiler Methoden
- Überblick über agile Methoden, Prinzipien und Werte
- Planung, Steuerung und Durchführung von agilen Projekten mit SCRUM
- Agile Tools
- Rollen und Verantwortlichkeiten der Projektbeteiligten
- Umsetzung der Inhalte in einem Gemeinschaftsprojekt

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (z.B.: Forschungs- und Analysemodelle):*
-
- *Quantitativ-Empirische Methoden (z.B.: Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
-
- *Qualitativ-Interpretative Methoden (z.B.: Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*
-

Lehr-und Lernmethoden:

- Vorträge
- Gruppenarbeit
- Simulationen
- Präsentationen
- Learning Lab

Literatur:

- Adkins, L: Coaching agile Teams, Addison-Wesley, 2010
- Boehm, B., Turner, R.: Balancing Agility and Discipline: A Guide for the Perplexed, Portable Documents. Addison-Wesley Professional, 2003
- Cohn, M.: Agile Estimating and Planning, 2014
- Cohn, M.: Succeeding with Agile: Software Development Using Scrum, Addison-Wesley, 2009
- Freedman, R.: The Agile Consultant. Apress, Berkeley, CA, 2016
- Griffiths, M.: PMI-ACP Exam Prep, 2012
- Schwaber, K.: Agile Project Management with Scrum, 2004
- Tousignant, D.: Product Owner and User Story Training: Part of the Agile Education Series, 2014

Bank-, Finanz- und Risikomanagement (BF) I

Modulnr.	BF.1		
Titel	Investitionsmanagement		
Verwendbarkeit	Tiefgehendes Verständnis und praktische Umsetzbarkeit des Investitionsmanagements		
Modultyp	Wahlpflicht (Studienschwerpunkt in Bank-, Finanz- und Risikomanagement I)		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	Wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	5. Semester oder 6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen	Keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Keine
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	MS Excel
ErstprüferIn	Prof. Dr. Bernd Hofmann		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Dr. Joachim Häcker		
DozentInnen	Prof. Dr. Bernd Hofmann		

Lernziele / Kompetenzen:

Nach dem Besuch dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, die Methoden des Investitionsmanagements kontextspezifisch anzuwenden und die Ergebnisse im ökonomischen Kontext zu bewerten. Sie bearbeiten die im Zusammenhang mit Investitionsvorhaben entstehenden Problemstellungen eigenständig mithilfe entsprechender finanzmathematischer Ansätze und Modelle. Die Studierenden können sich insbesondere in den Übungsaufgaben über die jeweiligen Herausforderungen und Lösungsansätze austauschen und diese kritisch reflektieren. Durch den Besuch dieses Moduls erkennen die Studierenden die Notwendigkeit die verschiedenen Methoden der Investitionsrechnung vor dem Hintergrund des erworbenen betriebswirtschaftlichen Verständnisses kontextspezifisch und zielgerichtet einzusetzen.

Inhalte:

- Praxisorientierte Problemstellung
- Methoden und Ansätze der Investitionsrechnung
- Optimale Nutzungsdauer und Ersatzinvestition
- Investitionsprogrammrechnung: Entscheidung bei sicherer Erwartung
 - Klassisch sukzessive Investitions- und Finanzplanung
 - Lösung mittels linearer Planungsrechnungsmodelle
- Risikoüberücksichtigung in der Investitionswirtschaft
 - Ermittlung Präferenzwerte
 - Entscheidungskriterien bei Risiko
 - Risikoanalysen
 - Szenarioanalyse
- Sensitivitätskennzahlen
- Portfolio Selection

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse:*
 - Analyse der Vorteilhaftigkeit einzelner Investitionsvorhaben und Investitionsprogramme
 - Analyse der optimalen Projektlaufzeit sowie des optimalen Zeitpunktes einer Projektersetzung
- *Quantitativ-Empirische Methoden:*
 - Kapitalwertkriterium (Net Present Value)
 - Interner Zinsfuß (Internal Rate of Return)
 - Annuitätenmethode
 - Amortisationsdauerrechnung
 - Dean Modell
 - Risikonutzenfunktion
 - Sensitivitätsanalysen und kritische Werte Rechnung
 - Szenarioanalysen
- *Qualitativ-Interpretative Methoden:*
 - Vergleichsanalysen
 - Vorteilhaftigkeitsanalysen

Lehr- und Lernmethoden:

Seminaristischer Unterricht durch Einsatz von Übungsaufgaben und Verwendung quantitativer Methoden.

Literatur:

Kruschwitz/ Lorenz (2019): Investitionsrechnung, 15. Auflage.

Perridon/ Steiner/ Rathgeber (2017): Finanzwirtschaft der Unternehmung, 17. Auflage.

Modulnr.	BF.2		
Titel	Corporate Finance		
Verwendbarkeit	Verständnis des Bereichs Corporate Finance mit starkem Bezug zu aktuellen Themenstellungen und praktischer Anwendbarkeit		
Modultyp	Wahlpflicht (Studienschwerpunkt in Bank-, Finanz- und Risikomanagement I)		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	5. Semester oder 6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 20 / 40 / 40
Korrespondierende Veranstaltungen	keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Keine
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	Videosoftware
ErstprüferIn	Prof. Dr. Bernd Hofmann		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Dr. Joachim Häcker		
DozentInnen	Prof. Dr. Bernd Hofmann		

Lernziele / Kompetenzen:

Nach dem Besuch dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, vertieftes Spezialwissen des Themenumfeldes Finanzmanagement zu analysieren und wichtige Kernbereiche zu beurteilen. Sie bearbeiten wissenschaftlich Problemstellungen aus betriebs- und insbesondere finanzwirtschaftlichen Bereichen eigenständig mithilfe entsprechender Fachliteratur, quantitativer Modelle und ggf. unter Einbeziehung von geeigneter Software. Die Studierenden können sich insbesondere während der Blockveranstaltung sowie über eingesetzte E-Learning Methoden über die zu behandelnden Problemstellungen austauschen. Durch den Besuch dieses Moduls erarbeiten sich die Studierenden ein Urteil über die verschiedenen Möglichkeiten des Finanzmanagements.

Inhalte:

Praxisorientierte Vermittlung von Spezialwissen aus folgenden Bereichen:

1. Kapitalmarkttheorie

- Modigliani-Miller-Theorem
- Portfoliotheorie (Zusammenstellung des Wertpapierdepots unter Diversifikation)
- Capital Asset Pricing Modell
- Behavioral Finance

2. Methoden der Unternehmensbewertung

- Substanzwertverfahren
- Ertragswertverfahren
- Discounted Cashflow-Verfahren (WACC-Ansatz, APV-Ansatz, Equity-Ansatz)
- Economic Value Added (EVA) / Market-Value-Added (MVA)

3. Methoden der Unternehmensfinanzierung

- Außen- und Innenfinanzierung
- Beteiligungsfinanzierung

- Eigen- und Fremdfinanzierung
- Kapitalmarktfinanzierung
- Mezzanine-Finanzierung
- Fremdwährungsfinanzierung
- Leasing
- Factoring
- Crowdfunding
- Crowdinvesting
- Initial Public Offering / Public-to-Private
- Akquisitionsfinanzierung (M&A)

4. Finanz- und Liquiditätsmanagement

- Working Capital
- Cash-, Bilanz- und Finanzplanung
- Optimaler Verschuldungsgrad

5. Digitalisierung des Finanzmanagements

- Artificial Intelligence
- Robo Advisory
- Blockchain
- E-Payment

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):*
Eingehende Untersuchung der verschiedenen Unternehmensbewertungsansätze, Kapitalmarkttheorien und weiteren Finanzmanagementthemenstellungen
- *Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
 - Unternehmensbewertung: Ewige Rente, Gordon-Formel, Discounted-Cashflow-Verfahren, Economic-Value-Added
 - Kapitalmarkttheorien: Capital Asset Pricing Model, Financial Leverage, Modigliani-Miller Theorem
- *Qualitativ-Interpretative Methoden (Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*
 - Interpretation von Lösungen im Sachkontext
 - Praxisorientiertes Anwenden von theoretischen Inhalten
 - Diskussionen

Lehr- und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht (ggfs. mit einem mehrtägigen Seminar außerhalb der Hochschule München)
- Selbstgesteuertes Lernen und wissenschaftliches Arbeiten
- Just in Time Teaching
- E-Learning:
 - Das Erstellen von Erklärvideos von Studierenden für Studierende bietet viele Vorteile:
 - Die Studierenden müssen sich ein Thema fachlich umfassend erarbeiten, um daraus eine griffige und verknappte Darstellung in einem anderen Medium (Lehrvideo) leisten zu können.
 - Zusätzlich werden überfachliche Kompetenzen wie aktive Medienkompetenz, Teamarbeit, Präsentationsfähigkeit und Kommunikationskompetenz gefördert.
 - Die erstellten Videos dienen nachfolgenden Kohorten zudem als zusätzliches multimediales Selbstlernmaterial.

Literatur:

- Guserl / Pernsteiner: Finanzmanagement, 2. Auflage, Berlin 2015

- Prätsch / Schickorra / Ludwig: Finanzmanagement, 4. Auflage, Berlin 2015
 - Stiefl: Finanzmanagement, 2. Auflage, Oldenbourg 2008
- Darüber hinaus themenbezogene Bekanntgabe in den Veranstaltungen

Modulnr.	BF.3		
Titel	Bank- und Risikomanagement		
Verwendbarkeit	Das Modul schafft ein grundlegendes Verständnis für das Bankmanagement, die Gesamtbanksteuerung und die Strategieentwicklung in Finanzdienstleistungsunternehmen.		
Modultyp	Wahlpflicht (Studienschwerpunkt in Bank-, Finanz- und Risikomanagement I)		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	Wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	5. Semester oder 6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen	keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Keine
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	Taschenrechner
ErstprüferIn	Prof. Dr. Jens Kleine		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Bernd Hofmann		
DozentInnen	Prof. Dr. Jens Kleine		

Lernziele / Kompetenzen:

Die Studierenden sind nach dem Besuch dieses Moduls in der Lage, die grundlegenden geschäftspolitischen Zusammenhänge des Bankmanagements sowie der Gesamtbanksteuerung zu verstehen und Methoden zur Strategieentwicklung in Finanzdienstleistungsunternehmen anzuwenden und zu bewerten. Sie bearbeiten Übungsaufgaben und Fallstudien eigenständig mithilfe betriebswirtschaftlicher Modelle und ggf. unter Verwendung geeigneter Software. Während den Übungseinheiten können sich die Studierenden in Kleingruppen über die anstehenden Problemstellungen austauschen. Dies führt bei den Teilnehmerinnen und Teilnehmern zu einer Verbesserung der Selbst- und Sozialkompetenz.

Inhalte:

- Gesamtbanksteuerung
Eigenkapitalkosten / Stückkosten / Margenkalkulation nach der Marktzinsmethode / Steuerungsrechnungen der Geschäftsstellen- und Beraterkalkulation, Produktkalkulation, Margensteuerung, / Barwertmethode als zahlungsstromorientiertes Konzept zur Margenkalkulation /
- Risikosteuerung
Europäische Bankrisikosteuerung, Liquiditätsrisiken, Ausfallrisiken, Zinsänderungsrisiken
- Finanzmarkt
Finanzmarktentwicklung / Globalisierung / Bankengruppen / Zielkonzeption / Banksystem / Produkthanbieter / Strukturdaten
- Bankstrategie
Geschäftsfeldanalyse, Geschäftsfeldplanung, Geschäftspolitische Strategien
- Bankorganisation
Kooperations- und Verbundstrategie / Entwicklungsstrategie / Akquisitionsstrategie (M & A)
- Analyse und Strategie im Retail Banking & Corporate Banking
Analyse des Retail & Corporate Marktes / Strategieentwicklung
- Segmentierung

- Segmentierungsanalyse / Segmentierungskriterien / Allfinanzgeschäftsfelder / Allfinanzbedürfnisfelder / Beratungsbedarfsfelder / Lebenszyklus und Lebensphasen
- Vertriebsorganisation
Vertriebsorganisation / Markenzeichen / Basismodelle der Kundenbetreuung / Vertriebswege / Stationärer Vertrieb / Vertriebsmodelle im Bankenvertrieb / Mobiler Vertrieb / Multikanalvertrieb / Online-Banking / Mehrnutzenvertrieb / Strukturvertrieb / Versicherungsvertrieb

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):*
 - Methoden und Analyse der Geschäftstätigkeit und des Umfeldes von Unternehmen
 - Konzeption von idealtypischen Strategiemodellen
 - Prozessmodelle
- *Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
 - Quantitative Unternehmensanalyse
 - Komponentenmodelle
 - Quantitative Vergleichsanalysen
 - Statistische Analysen
 - Empirische Analysen in Rahmen von Fallbeispielen und Übungsaufgaben
 - Szenarioanalysen
 - Datenanalysen
- *Qualitativ-Interpretative Methoden (Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*
 - Qualitative Vergleichsanalysen
 - Qualitative Unternehmensanalysen
 - Deskriptive Determinantenanalysen

Lehr- und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht mit umfassenden Übungsaufgaben und Fallbeispielen
- Gruppenarbeiten, Diskussionen
- Im Rahmen dieses Moduls werden ggf. Exkursionen zu Unternehmen aus der Finanzbranche durchgeführt

Literatur:

- Schierenbeck, H.: „Ertragsorientiertes Bankmanagement“, Gabler Verlag Band 1 – 3
- Peppmaier: Bankbetriebslehre, 11. Auflage, 2016
- Brost/Dahmen/Lippmann: Corporate Banking, 7. Auflage, 2012
- Eilenberger, G.: Bankbetriebswirtschaftslehre, 8. Auflage, 2012
- Ostendorf, R.J.: Bankwirtschaft, München 2015
- Ostendorf R.J.: Bankwirtschaft, Arbeitsbuch, München 2015
- Weitere Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben

Bank-, Finanz- und Risikomanagement (BF) II

Modulnr.	BF.4		
Titel	Corporate and Commercial Banking		
Verwendbarkeit	Das Modul vermittelt die essentiellen Grundlagen für das umfassende Verständnis des Corporate und Commercial Bankings und der dabei zugrunde liegenden Risikomanagementprozesse.		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	Wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	5. Semester oder 6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen		Erforderliche Vorkenntnisse	Grundlagen der Finanzierung & Investition
Leistungsnachweis	schrP	Zugelassene Hilfsmittel	Formelsammlung 1 Seite DIN A4 (beidseitig beschrieben), nicht-programmierbarer Taschenrechner, Excel
ErstprüferIn	Prof. Dr. Philipp Gann		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Bernd Hofmann		
DozentInnen	Prof. Dr. Philipp Gann		

Lernziele / Kompetenzen:

Nach dem Besuch dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, die Grundlagen des Corporate Banking & Commercial Bankings zu verstehen und zu bewerten. Sie kennen die wesentlichen Rahmenbedingungen sowie bankinternen (Risikomanagement-) Prozesse und Anforderungen und können die Finanzierungsansätze im Rahmen von unternehmerischen Entscheidungen einsetzen. Sie bearbeiten wesentliche Fragestellungen des Corporate & Commercial Bankings eigenständig mithilfe geeigneter Lösungsansätze. Die Studierenden können sich in den Übungseinheiten in kleineren Gruppen über die zu behandelnden Problemstellungen austauschen. Durch den Besuch dieses Moduls erkennen die Studierenden die zentralen Herausforderungen des heutigen Bankbetriebs und erlernen Fähigkeiten, um diesen Herausforderungen mit geeigneten betriebswirtschaftlichen Lösungsansätzen zu begegnen.

Inhalte sind u.a.:

Corporate & Commercial Banking im aktuellen Kontext

- Regulatorische Rahmenbedingungen und Wettbewerb
- Geschäftsfelder und Strategien
- Spezifika von Zahlungsverkehr, Kreditgeschäft, Anlagegeschäft und Wertpapiergeschäft
- Herausforderungen und Lösungsansätze

Bankcontrolling und Rentabilitätssteuerung

- Zinsmarge und deren Determinanten
- Marktzinsmethode

- Fristentransformation
 - Risikoadjustierte Kennzahlen zur Banksteuerung
- Kreditvergabeprozess und bankinterne Steuerung

- Kreditanalyse
- Rating
- Kreditstrukturierung
- Kreditportfolio-Management

Risikomanagement

- Value-at-Risk
- Simulationsansätze zur Messung bankbetrieblicher Risiken
- Regulatorisches und ökonomisches Risikomanagement
- Marktrisikomanagement
- Stresstesting

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse:*
 - Empirische Analysen
 - Case Studies
 - Aktuelle Beispiele
- *Quantitativ-Empirische Methoden:*
 - Datenanalysen
 - Historische Simulation
 - Prozessmodelle
 - Bilanzanalyse
 - Balanced Scorecard Ansatz
- *Qualitativ-Interpretative Methoden:*
 - Qualitative Vergleichsanalysen
 - Qualitative Produktanalysen
 - Analyse des Business Modells
 - Relative Wettbewerbsanalysen

Lehr-und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht / Diskussion
- Fallbeispiele / Übungen / Gruppenarbeit
- Selbstgesteuertes Lernen / Erfahrungslernen / Experimente

Literatur:

- Brost/ Dahmen/ Lippmann: Corporate Banking, Frankfurt 2012
- Kunschke, Dennis / Schaffelhuber, Kai (Hrsg.): FinTech: Grundlagen - Regulierung - Finanzierung - Case Studies, 2018.
- Olfert, Klaus: Finanzierung, 17. Auflage, 2017
- Chrubasik/Schütz: Auslagerungen in der Kreditwirtschaft, 1. Auflage, Göttingen 2018

Modulnr.	BF.5		
Titel	Finanzderivate		
Verwendbarkeit	Das Modul schafft essentielle Grundlagen zur Bewertung und der Anwendung von Finanzderivaten im Rahmen der Vermögensabsicherung und des Risikomanagements.		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	Wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	5. Semester oder 6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen		Erforderliche Vorkenntnisse	Grundlagen der Finanzierung & Investition
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	Keine Einschränkungen
ErstprüferIn	Prof. Dr. Dr. Joachim Häcker		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Bernd Hofmann		
DozentInnen	Prof. Dr. Dr. Joachim Häcker		

Lernziele / Kompetenzen:

Im Hinblick auf die Stufe der **Fachkompetenz** sind die Kursteilnehmer:innen in der Lage,

- die Grundlagen von Optionen und Futures in eigenen Worten wiederzugeben
- ein Anlage- oder Absicherungsproblem zu analysieren und eine objektive Einschätzung zu geben, wie das Problem mit Hilfe von Derivaten gelöst werden kann sowie
- die Chancen und Risiken bedingter und unbedingter Termingeschäfte kritisch zu diskutieren.

Im Hinblick auf die Stufe der **Methodenkompetenz** sind die Kursteilnehmer:innen in der Lage

- die Funktionsweise bedingter und unbedingter Termingeschäfte zu veranschaulichen und den Einfluss unterschiedlicher Werttreiber erklären und interpretieren zu können.
- von Informationsanbietern die notwendigen Daten für die Berechnung von Plain-Vanilla-Derivaten zu beschaffen und zu verarbeiten.
- ein Problem im Anlage- und Absicherungsbereich mit Hilfe von Derivaten zu strukturieren, um Aufgaben im Anlage- und Absicherungsbereich zu lösen.
- selbständig Modelle zum Pricing von Derivaten zu erstellen und dabei unterschiedliche Excel Funktionen zu verwenden.
- die Ergebnisse beim Einsatz von Derivaten kritisch zu prüfen und Chancen und Risiken zu interpretieren.

Im Hinblick auf die Stufe der **Selbstkompetenz** sind die Kursteilnehmer:innen in der Lage,

- die im Modul Derivate erzielten Ergebnisse auf andere finanzwirtschaftliche Bereiche wie Investition und Finanzierung, Corporate Finance, Risikomanagement und Portfolio Management zu übertragen und mit diesen zu kombinieren.
- den Prozess bei der Modellierung von Derivaten zu strukturieren.
- neue und unbekannte Aufgabenstellungen im Bereich Anlage- oder Absicherung durch den Einsatz von Derivaten zu lösen.
- Strategien für den Einsatz von Derivaten eigenständig zu entwickeln.
- von Dritten erstellte Strategien für den Einsatz von Derivaten kritisch zu überprüfen.
- innerhalb eines begrenzten Zeitrahmens wissenschaftlich basierte Entscheidungen zu treffen.
- Ergebnisse und Schlussfolgerungen vor einem professionellen Auditorium zu präsentieren und zu diskutieren.

Im Hinblick auf die Stufe der **Sozialkompetenz** sind die Lehrgangsteilnehmer:innen in der Lage, im Rahmen von Gruppenarbeiten und Präsentationen der Excelmodelle gruppenspezifische Effekte und soziale Interaktionen zu verstehen.

Inhalte:

Optionen, Bewertung von Optionen, Optionsstrategien, Futures, Bewertung von Futures, Strategien für den Einsatz von Futures.

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):*
Die dort dargestellten Modelle werden auf aktuelle Fragestellungen in der Finanzwirtschaft angewendet. Bei den Modellen handelt es sich im Wesentlichen um das
 - Duplikationsmodell
 - Modell von Cox, Ross, Rubinstein
 - Black Scholes Modell
 - Black Scholes Merton Modell
- *Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
Es werden EXCEL-basierte quantitative Methoden angewendet, um die oben aufgezeigten Modelle abzubilden. Hierbei handelt es sich im Wesentlichen um:
 - Szenarioanalysen (z.B. Best Case und Worst Case Szenarien)
 - Simulationstechniken
 - Iterationsverfahren
 - Sensitivitätsanalysen
 - Input-Outputmodelle
- *Qualitativ-Interpretative Methoden (Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*
 - Es erfolgt eine qualitative Analyse der Pricingmethoden (z.B. vom „Wert“ zum „Preis“) die in einem Marktpreis mündet.
 - Im Anschluss werden qualitative Handlungsempfehlungen abgeleitet (z.B. Einsatz bei Verhandlungen (M&A) oder IPO).

Lehr- und Lernmethoden:

Seminaristischer Unterricht mit quantitativen Excel-modellierten Berechnungen

Literatur:

- Bloss, Michael; Ernst, Dietmar; Häcker, Joachim; Sörensen, Daniel: Financial Engineering, München 2011.
- Häcker, Joachim; Ernst, Dietmar, Financial Modeling, London 2017(Sprache Englisch)
- Häcker, Joachim; Dietmar Ernst, Financial Modeling, Stuttgart 2016 (Sprache Deutsch)
- Bloss, Michael; Ernst, Dietmar; Häcker, Joachim: Derivatives, München 2011 (auf Englisch, Deutsch, Mandarin, Traditionell sowie portugiesisch erhältlich).
- Hull John C.: Optionen, Futures und andere Derivate, München 2013, 8. Auflage

Modulnr.	BF.6		
Titel	Financial Modeling		
Verwendbarkeit	Banking, Investment Banking, Finance, Corporate Practice		
Modultyp	Elective compulsory		
Lehrform	Lecture (SU)	Angebotsfrequenz	Weekly
Lehrsprache	English		
Semester	7. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen	None	Erforderliche Vorkenntnisse	None
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	Open book
ErstprüferIn	Prof. Dr. Dr. Joachim Häcker		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Bernd Hofmann		
DozentInnen	Prof. Dr. Dr. Joachim Häcker		

Qualifications targeted:

With regard to the qualification category of **expertise**, the course participants are able to:

- provide an overview of the most important valuation methods and compare these.
- Relate corporate finance to other modules such as financial management, portfolio management and derivatives
- Relate corporate planning to corporate valuation and to describe the linkages in their own words

With regard to the qualification category of **methodological competence**, the course participants are able to:

- use their knowledge about planning and valuation methods to develop a professional standard model for corporate valuation which incorporates the principles of financial modeling
- obtain the data necessary for a corporate valuation which incorporates the principles of financial modeling.
- Independently structure complex task in corporate valuation and to develop independent modules to solve these tasks.
- Critically evaluate the results of the corporate valuation and to clarify any differences.
- Interpret the results of the corporate valuation and to independently draw conclusions for corporate finance transactions
- Review the structure of the valuation model and the results of the corporate valuation with the help of a model review

With regard to the qualification category of **self-competence**, the course participants are able to:

- transfer the results from the corporate valuation to other modules such as financial management, portfolio management and derivatives and to combine them with these modules.
- manage a project in the field of corporate valuation and to develop proprietary solutions in a team of valuation experts
- compile a transparent and comprehensive documentation of assumptions and methods for a given valuation project.
- structure the process of corporate valuation and to apply the standards of professional financial modeling

- master theoretical and empirical challenges of corporate valuation.
- apply their knowledge to specific valuation projects and to adjust it to actual valuation situations
- critically challenge the assumptions, algorithms and results of every valuation approach.
- present and defend the valuation results

With regard to the qualification category of **social competence**, the course participants are able to interact in groups and present their results in front of experts.

Methods of teaching and study:

Literature study, case studies on the implementation of a corporate valuation exercise as well as Excel-based exercises. The cases studies help to implement the valuation methods for a given task in a model-based and applied fashion. The self-study of the participants is supported via e-learning.

Content:

- Discounted cash flow method
- Market cap
- Book value
- Trading multiples
- Transaction multiples
- Deriving the valuation range
- Risk
- Return
- VaR
- Financial Modeling Standards

Literature/ Study materials

- Häcker, J., Ernst, D. (2017): Financial Modeling – An Introductory Guide to Excel and VBA Applications in Finance, 1st edition, New York, MacMillan.
- Tjia, J. (2009): Building financial models, the complete guide to designing, building, and applying projection models, 2nd edition, New York, McGraw-Hill).

Controlling (CO)

Modulnr.	CO.1		
Titel	Operatives Controlling		
Verwendbarkeit	Kenntnisse im operativen Controlling, einsatzfähig in einer großen Bandbreite im Unternehmenscontrolling		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	5. Semester oder 6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50/40/40/20
Korrespondierende Veranstaltungen	RC.5, RC.6	Erforderliche Vorkenntnisse	Buchführung und Bilanzierung, sowie Kosten und Leistungsrechnung
Leistungsnachweis	SchrP	Zugelassene Hilfsmittel	Taschenrechner
ErstprüferIn	Prof. Dr. Langmann		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Trauttmansdorff		
DozentInnen	Prof. Dr. Langmann, Prof. Dr. Trauttmansdorff		

Lernziele / Kompetenzen:

Die Studierenden erlernen und verstehen die Rolle des Controllers und des Controllings im Unternehmenskontext. Sie sind darüber hinaus in der Lage, aktuelle Controllingansätze selbständig anzuwenden sowie eine aussagekräftige Kosten- u. Leistungsrechnung zur Entscheidungsvorbereitung und Kontrolle aufzubauen. Neben der Vorgabe und Ermittlung von Kennzahlen und Kennzahlensystemen zur Unternehmenssteuerung, lernen sie Zusammenhänge der Unternehmensplanung, -kontrolle, sowie der -steuerung aufzuzeigen. Sie bearbeiten Problemstellungen des Controllings eigenständig auf Grundlage entsprechender Aufgaben, Fallstudien und Praxisbeispiele. Insbesondere in Übungseinheiten in kleineren Gruppen sollen sich die Studierenden über die zu behandelnden Problemstellungen austauschen und mit Peers zu diskutieren. Durch den Besuch dieses Moduls verstehen sie die Notwendigkeit des Zusammenspiels von kostenrechnerischem Wissen und betriebswirtschaftlichem Verständnis.

Inhalte:

- Rolle des Controllers im Unternehmen
Controlling und Management /Ziel-, Planungs-, Kontroll- und Informationssystem / Aufgaben des Controllings / Controllingssystem / Koordinationsinstrumente des Controllings / Strategisches und operatives Controlling
- Konvergenz des Rechnungswesens
- Prozessorientierte Kostenrechnung
Veränderte Bedingungen für die Kostenrechnung / Activity-based Costing / Konzeption der Prozesskostenrechnung / Prozessorientierte Kalkulation
- Zielkostenplanung und -kontrolle

- Besonderheiten eines Zielkostenmanagements / Kritik an den Annahmen des Zielkostenmanagements / Rechnungszwecke einer Lebenszyklusrechnung / Top-Down Budgetierung
- Budgetierung
Budgets und Funktionen von Budgets / Aufbau der Plankosten- und Erfolgsrechnung / Organisatorische Voraussetzungen der Kostenplanung / Methoden der Kostenplanung / Operatives Budgetsystem / Koordination der Budgetierung / Budgetkontrolle und Abweichungsanalyse / Verschiedene Budgetierungsansätze
 - Forecasting
 - Mittelfristplanung
 - Reporting
 - Deckungsbeitragsrechnung
 - Verrechnungspreise
Divisionale Organisationsstruktur und Erfolgsrechnung / Verrechnungspreis und Profit-Center / Rechnungszwecke von Verrechnungspreisen / Methoden der Verrechnungspreisbildung / Arten von Verrechnungspreisen
 - Taktische Planung und Kontrolle
Mittelfristplanung, Investitionsentscheidung
 - Funktionscontrolling
 - Kennzahlen und Kennzahlensysteme
Arten und Funktionen von Kennzahlen, wichtige Kennzahlen, Traditionelle und wertorientierte Kennzahlen, Kennzahlensysteme
 - Greencontrolling

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):*
Abweichungsanalysen auf Voll- und Teilkostenbasis
- *Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
Analyse von Kennzahlen und Kennzahlensystemen zur Unternehmensteuerung
- *Qualitativ-Interpretative Methoden (Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*
Experteninterviews im Rahmen von Gastvorträgen

Lehr- und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht
- Fallbeispiele

Literatur:

Detaillierte Literaturhinweise erfolgen in der Veranstaltung.

Literaturauswahl:

- Heuer, K., Controlling, akt. Aufl., München
- Horvath, P.: Controlling, akt. Aufl., München,
- Horvath, P., Gleich, R., Voggenreiter, D.; Controlling umsetzen, akt. Auflage, Stuttgart
- Peemöller K.: Controlling, akt. Aufl., Herne
- Reichmann, T.: Controlling mit Kennzahlen und Managementberichten, akt. Aufl., München
- **Schaeffer/ Weber, J.: Einführung in das Controlling, akt. Aufl., Stuttgart**
- Weber, J. Das Advanced Controlling Handbuch, akt. Aufl., Stuttgart
- Witt F.-J.: Controlling, akt. Aufl., Stuttgart
- Ziegenbein, K.: Controlling, akt. Aufl., Ludwigshafen

Modulnr.	CO.2		
Titel	Aspekte der Strategie und Digitalisierung im Controlling		
Verwendbarkeit	Dieses Modul vertieft Kenntnisse im Controlling, insbesondere strategisches Controlling und legt dadurch die fachliche Grundlage für eine Tätigkeit im Unternehmenscontrolling		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	Wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	5. Semester oder 6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen	RC.4	Erforderliche Vorkenntnisse	Buchhaltung und Bilanzierung, Kosten- und Leistungsrechnung
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	Taschenrechner
ErstprüferIn	Prof. Dr. Langmann		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Trauttmansdorff		
DozentInnen	Prof. Dr. Langmann, Prof. Dr. Trauttmansdorff		

Lernziele / Kompetenzen:

Die Studierenden sind in der Lage, die Aufgaben des strategischen Controllings zu erläutern sowie die Methoden/Instrumente des strategischen Controllings anzuwenden und die daraus gewonnenen Ergebnisse zu interpretieren und zu analysieren. Sie lernen eigenständig den Aufbau und sachgerechten Einsatz der Instrumente des strategischen Controllings anhand entsprechender Case-Studies (Fallbeispielen). Im Rahmen von Übungseinheiten in Gruppen zu den Fallstudien und fachspezifischen Fragestellungen lernen die Studierenden, die Fachinhalte adäquat zu verbalisieren und zu diskutieren. Durch den Besuch des Moduls erkennen die Studierenden die Abgrenzung des strategischen vom operativen Controlling und entwickeln ein Verständnis für das strategische Controlling in der Unternehmenspraxis. Des Weiteren erlernen Sie, welchen Einfluss die Digitalisierung auf das strategische Controlling im Hinblick auf Prozesse, Rolle und Inhalte hat.

Inhalte:

- Rolle und Einordnung des strategischen Controllings
- Unternehmens- und Umfeldanalysen (insb. SWOT, Branchenstrukturanalyse)
- Einführung in Grundelemente und Typologien von Geschäftsstrategien
- Einführung in Unternehmensstrategien und Abgrenzung zu Geschäftsstrategien
- Methoden und Konzepte der strategischen Planung (z.B. Portfoliokonzepte, Kernkompetenzen-Ansatz, Wettbewerbsmatrizen)
- Strategische Steuerung und Kontrolle (wertorientierte Controlling-Ansätze, Shareholder-Value-Ansatz)
- Strategische Frühaufklärung
- Implementierung von Strategien mit Performance Management Systemen (insb. Balanced Scorecard)
- Elemente der Digitalisierung im strategischen Controlling (z.B. RPA, Big-Data)

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (z.B.: Forschungs- und Analysemodelle):*

- Analyse und Bewertung von Geschäftsstrategien
- *Quantitativ-Empirische Methoden (z.B.: Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
 - Berechnung und Analyse von Kennzahlen (z.B. im Rahmen der Balanced Scorecard)
- *Qualitativ-Interpretative Methoden (z.B.: Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*
 - Experteninterviews im Rahmen von Gastvorträgen
 - Interpretation von Lösungen, Diskussionen

Lehr-und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht
- Bearbeitung von themenspezifischen Case-Studies (inkl. Aufstellung eigener Lösungen)

Literatur:

- Baum, H.-G./Coenenberg, A. G./ Günther, T. (2013): Strategisches Controlling, 5. Auflage, Schaeffer-Poeschel.
- Horváth, P./Gleich, R./Seiter, M. (2015): Controlling, 13. Auflage, Vahlen.
- Weber, J./Schäffer, U. (2016): Einführung in das Controlling, 15. Auflage, Schaeffer-Poeschel.
- Langmann, C. (2019): Digitalisierung im Controlling, Wiesbaden.

Modulnr.	CO.3		
Titel	Modelling und Unternehmensbewertung		
Verwendbarkeit	Erstellung eines integrierten Finanzmodells, Bewertung eines Unternehmens		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	5. Semester oder 6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen	RC.4, RC.5	Erforderliche Vorkenntnisse	Grundlagen BWL, Buchhaltung und Bilanzierung, operatives Controlling
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	Taschenrechner
ErstprüferIn	Prof. Dr. Trauttmansdorff		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Langmann		
DozentInnen	Prof. Dr. Langmann, Prof. Dr. Trauttmansdorff		

Lernziele / Kompetenzen:

Nach dem Besuch dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage:

- Eine integrierte Planung selbständig zu erstellen
- den möglichen Wert eines Unternehmens auf Basis unterschiedlicher Methoden zu bestimmen.
- auf Basis eines selbsterstellten integrierten Modells eine Unternehmensbewertung vorzunehmen

Im Rahmen einer Fallstudie erwerben die Studierenden die Fähigkeit, eigenständig eine integrierte Jahresabschlussplanung mit Excel zu erstellen (Financial Modelling). Die Studierenden sind in der Lage, die Zusammenhänge der einzelnen Rechenwerke des Jahresabschlusses und der verschiedenen GuV- und Bilanzpositionen zu verstehen, zu analysieren und planungstechnisch zu berücksichtigen. Sie können sich insbesondere in Übungseinheiten in kleineren Gruppen über die zu behandelnden Problemstellungen austauschen. Durch den Besuch dieses Moduls verstehen die Studierenden die Notwendigkeit eines Zusammenspiels von bilanziellen Aspekten und betriebswirtschaftlichem Verständnis.

Inhalte:

Teil 1:

Es werden die wesentlichen Bereiche der Unternehmensplanung schrittweise erarbeitet und veranschaulicht. Dazu gehören:

- Aufbereitung von Bilanz, GuV und Anhang
- Ergebnisanalyse anhand von Erfolgskennzahlen wie z.B. Betriebsleistung, Personalkostenintensität, Rohmarge, EBIT.
- Rentabilitätsanalyse anhand von Renditekennzahlen wie Umsatzrentabilität, DuPontBaum, Gesamtkapitalrentabilität.

- Investitions-/Vermögensstrukturanalyse anhand von Vermögenskennzahlen wie Gesamtkapitalumschlag, Vorratsreichweite, Debitorenreichweite.
- Finanzierungs-/Kapitalstrukturanalyse anhand von Eigenkapital und Fremdkapitalquote.
- Liquiditätsanalyse anhand von Liquiditätsgraden, Cashflow und Kapitalflussrechnung.

Teil 2:

Anhand unterschiedlicher Methoden wird erarbeitet, wie ein möglicher Unternehmenswert bestimmt und im integrierten Modell berechnet werden kann.

- Anlässe der Unternehmensbewertung
- Kapitalisierungszins (Eigenkapitalkosten (CAPM, Mehrfaktorenmodell), Fremdkapitalkosten, gewichteter Kapitalkostensatz (WACC))
- Methoden der Unternehmensbewertung
 - Substanzwertverfahren
 - Liquidationsverfahren
 - Ertragswertverfahren
 - Multiplikatorverfahren
 - Adjusted Present Value
 - **Schwerpunkt** Discounted Cash Flow-Verfahren
- Kennzahlen der Unternehmensbewertung (z.B. Kurs-Gewinn-Verhältnis, Cashflow pro Aktie, Marktkapitalisierung)

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):*
 - Vergleichende Analyse verschiedener Jahresabschlussberichte
 - Analyse von Bilanzstrukturen
- *Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
Quantitative Berechnung und Analyse von bilanziellen Größen und Kennzahlen
- *Qualitativ-Interpretative Methoden (Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*
Interpretation von Lösungen im Sachkontext, Diskussion

Lehr- und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht
- Fallbeispiele
- Eigene Bewertung anhand eines selbsterstellten Excel-Modells

Literatur:

- Küting, K.H., Weber, C.P., Becker, C.: Die Bilanzanalyse: Beurteilung von Abschlüssen nach HGB und IFRS, aktuelle Auflage, Schäffer-Poeschel
- Coenenberg, A.: Jahresabschluss u. Jahresabschlussanalyse, aktuelle Auflage, Schäffer-Poeschel
- Heese, B., Gruber, W., : Bilanzanalyse und Kennzahlen: Fallorientierte Bilanzoptimierung, aktuelle Auflage, Gabler
- Gräfer, H.: Bilanzanalyse, aktuelle Auflage, nwb Studium
- **Ernst, D., Schneider, S., Thielen, B., Unternehmensbewertungen erstellen und verstehen, aktuelle Auflage, Vahlen**
- Ballwieser, Unternehmensbewertung, Prozess, Methoden und Probleme, aktuelle Auflage, Schäffer-Poeschel
- Drukarczyk, J., Schüler, A.: Unternehmensbewertung, aktuelle Auflage, Vahlen
- Wiehle, U./Diegelmann, M./u.a.: Unternehmensbewertung: Methoden, Rechenbeispiele, Vor- und Nachteile, aktuelle Auflage, Cometis

Vorlesungsbegleitendes Skriptum / weitere aktuelle Literaturhinweise in der Veranstaltung.

Digital Business Transformation (DB)

Modulnr.	DB.1		
Titel	Digital Process Management		
Verwendbarkeit	Bachelor		
Modultyp	Elective compulsory (Specialization Module in the Specialization DB.1 - DB.3)		
Lehrform	SU	Angebotsfrequenz	weekly
Lehrsprache	English		
Semester	5 or 6		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 20 / 40
Korrespondierende Veranstaltungen	DB.2 & DB.3	Erforderliche Vorkenntnisse	None
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	All
ErstprüferIn	Prof. Dr. Holger Günzel		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Lars Brehm		
DozentInnen	Prof. Dr. Holger Günzel		

Lernziele / Kompetenzen:

After successful participation in this module, students will be able to explain, apply and examine the basics, success factors, principles and methods of effective business process management in business situations. They independently model, analyse and question business processes in a business context using the methods and instruments they have learned. The students can discuss the problems to be dealt with in smaller project groups, especially in the exercise units. By attending this module, the students recognize the challenges and interdependencies of business process management.

Inhalte:

- Introduction: What are processes/business processes, what role do business processes play in order to sustainably increase the competitiveness of companies?
- Business process recording and analysis,
- Business process modelling with BPMN,
- Business process simulation
- Business process optimization and control,
- Business Process and Workflow Management

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- Models and methods of analysis (research and analysis models):
 - Modelling languages
 - Activity-Based Costing (evaluation of key figures and rating)
- Quantitative empirical methods (comparative - statistical, mathematical method, data analysis):
 - Quantitative process analysis
 - Process simulation
- Qualitative interpretative methods (expert interviews, surveys, standardised surveys):
 - Interviews (significance of customer/business processes on business success)

- Case Studies

Lehr-und Lernmethoden:

- Lessons
- Case studies
- Workshop
- Group work
- Learning Lab

Literatur:

- Grosskopf, A., Decker, G., Weske, M., (2009): The process: business process modeling using BPMN.
- Brocke, J., Rosemann, M.: (Ed): Handbook on Business Process Management 1: Introduction, Methods, and Information Systems (International Handbooks on Information Systems), Springer, 2009
- European Association of Business Process Management EABPM (Ed.): BPM CBOK® - Business Process Management BPM Common Body of Knowledge, 2014
- vom Brocke, J. and Mendling, J. (eds) (2018) Business Process Management Cases. Cham: Springer International Publishing (Management for Professionals). doi: 10.1007/978-3-319-58307-5.
- vom Brocke, J. and Schmiedel, T. (eds) (2015) BPM - Driving Innovation in a Digital World. Cham: Springer International Publishing (Management for Professionals). Available at: <http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-14430-6>
- Grambow, G., Oberhauser, R. and Reichert, M. (eds) (2017) Advances in Intelligent Process-Aware Information Systems. Cham: Springer International Publishing (Intelligent Systems Reference Library). doi: 10.1007/978-3-319-52181-7.
- Grosskopf, A., Decker, G. and Weske, M. (2009) The process: business process modeling using BPMN. Meghan Kiffer Press.
- Grover, V. and Markus, M. L. (eds) (2008) Business Process Transformation. M.E. Sharpe.
- Rosa, M. L. (2015) 'Interview with Michael Rosemann on "The Role of Business Process Management in Modern Organizations"', Business & Information Systems Engineering, 58(1), pp. 89–91. doi: 10.1007/s12599-015-0419-8.
- Wang, P. (2008) 'Whatever Happened to Business Process Reengineering?', in Grover, V. and Markus, M. L., Business Process Transformation. M.E. Sharpe, pp. 23–40.

Modulnr.	DB.2		
Titel	Digital Business Models		
Verwendbarkeit	For all business administration courses		
Modultyp	Elective compulsory (Specialization Module in the Specialization DB.1 - DB.3)		
Lehrform	Seminar	Angebotsfrequenz	Weekly and block course
Lehrsprache	English		
Semester	5 or 6		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 10 / 30 / 60
Korrespondierende Veranstaltungen	DB.1 & DB.3	Erforderliche Vorkenntnisse	None
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	None
ErstprüferIn	Prof. Dr. Jessica Slamka		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Lars Brehm		
DozentInnen	Andreas Hell, Robert Schweinar		

Intended Learning Outcomes (Skills, Knowledge, Attitude):

While digital technologies are major factors in the transformation of companies and industries, digital transformation is never achieved by digital technologies alone. To achieve such transformation, business models are needed that can link new digital technologies to emerging market needs.

In this course, students will develop a profound understanding of digital business models. They will be introduced to the unique components of digital business models as well as to frameworks and methods based on which digital business models are created, evaluated and implemented. Case examples of digital business model generation in different industries will be discussed in small groups, enabling students to apply the obtained methodological knowledge and to evaluate digital business model effectiveness. Obtained results will be presented orally and in writing.

Contents:

- Characteristics and components of digital business models
- Digital transformation of business models
- Creation, evaluation and implementation of digital business models
- Digital business models in different industries
- Organizational prerequisites

Applied Methods in Business Administration:

- **Models and methods of analysis (research and analysis methods)**
 - Business model generation, analysis and evaluation
 - Lean startup approach

Teaching and learning methods:

- Seminar lectures
- Case study analysis
- Case project, virtual team work
- Learning Lab

- Presentations

Literature:

- Blaschke M., Cigaina M., Riss U.V., Shoshan I., 2017. Designing Business Models for the Digital Economy. In: Oswald G., Kleinemeier M. (eds) Shaping the Digital Enterprise. Springer, Cham.
- Greff T., Neu C., Johann D., Werth D. (2018) Digitization Driven Design – A Guideline to Initialize Digital Business Model Creation. In: Shishkov B. (eds) Business Modeling and Software Design. BMSD 2018. Lecture Notes in Business Information Processing, vol 319. Springer, Cham.
- Hanafizadeh, P., Mehrabioun, M., Badie, K., & Soofi, J. B., 2018. A Systemic Framework for Business Model Design and Development-Part A: Theorizing Perspective. Systemic Practice and Action Research, 31(4), 437-461.
- Iansiti, M., Lakhani, K.R., 2014. Digital Ubiquity: How Connections, Sensors, and Data Are Revolutionizing Business. Harvard Business Review, November 2014.
- Kane, G.C., Palmer, D., Phillips, A.N., Kiron, D., Buckley, N., 2015. Strategy, not Technology, Drives Digital Transformation. MIT Sloan Management Review.
- Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F. L., Spitzer, J., 2018. Digital entrepreneurship: A research agenda on new business models for the twenty-first century. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., 2010. Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers, 1st ed. John Wiley & Sons, Hoboken, NJ.
- Porter, M.E., Heppelmann, J.E., 2015. How Smart, Connected Products Are Transforming Companies. Harvard Business Review October 2015.
- Remane, G., Hanelt, A., Nickerson, R.C., Kolbe, L.M., 2017. Discovering digital business models in traditional industries, Journal of Business Strategy, 38, 41-51.
- Ries, E., 2011. The lean startup. Portfolio Penguin, London.
- Tesch, J., Brillinger, A., 2017. The Evaluation Aspect of Digital Business Model Innovation: A Literature Review on Tools and Methodologies. In Proceedings of the 25th European Conference on Information Systems (ECIS), Guimarães, Portugal, 2250-2268.
- Weill, P., Woerner, S.L., 2013. Optimizing Your Digital Business Model. MIT Sloan Management Review, Spring 2013.
- Westerman, G., Bonnet, D., McAfee, A., 2014. The Nine Elements of Digital Transformation. MIT Sloan Management Review.

Introduction of further literature during the course

Modulnr.	DB.3		
Titel	Project Study: Digital Technologies		
Verwendbarkeit	For all business administration courses		
Modultyp	Elective compulsory (Specialization Module in the Specialization DB.1 - DB.3)		
Lehrform	Seminar	Angebotsfrequenz	Weekly and Block course
Lehrsprache	English		
Semester	5 or 6		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 10 / 30 / 60
Korrespondierende Veranstaltungen	DB.1 & DB.2	Erforderliche Vorkenntnisse	None
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	None
ErstprüferIn	Prof. Dr. Lars Brehm		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Holger Günzel		
DozentInnen	Prof. Dr. Lars Brehm and Colleagues		

Learning Objectives / Competencies:

After finishing the module, students are enabled to understand and apply the fundamentals of digital technologies and the corresponding architectures as well as the business models of digital companies. The students learn to develop and implement innovations based on digital technology as a prototype and create related innovative business models. The aim of this lecture is to provide the necessary methodologies and competences for a new kind of business development. Moreover, the students work in small groups to develop solution proposals to assigned topics in the context of the course and to present obtained results orally and in writing.

Content:

The students

- understand the fundamentals of digital technologies and the corresponding architectures
- utilize digital technologies to develop new solutions for startups and established enterprises and develop a solution prototype
- understand and develop digital business models
- obtain the capabilities to consult and apply new technologies in different environments

Applied Methods in Business Administration:

- **Models and methods of analysis (research and analysis methods)**
 - Business model and business process creation, analysis and evaluation
 - Lean startup approach

Teaching and Learning Methods:

- Lectures
- Team work
- Learning lab
- Co-Innovation Lab
- Project work

- Presentations

Literature

- Alstynne, M.W.V., Parker, G.G., Choudary, S.P., 2016. Pipelines, Platforms, and the New Rules of Strategy. *Harvard Business Review* 94, 54–62.
- Blaschke M., Cigaina M., Riss U.V., Shoshan I., 2017. Designing Business Models for the Digital Economy. In: Oswald G., Kleinemeier M. (eds) *Shaping the Digital Enterprise*. Springer, Cham.
- Hoffman, R., Sullivan, T., 2016. Blitzscaling. *Harvard Business Manager* 32–41.
- Johnson, M.W., 2018. Reinvent your business model: how to seize the white space for transformative growth. *Harvard Business Review Press*, Boston, Massachusetts.
- Kavadias, S., Ladas, K., Loch, C., 2016. The Transformative Business Model. *Harvard Business Review* October 2016.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Clark, T., 2010. *Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers*. Wiley, Hoboken, NJ.
- Porter, M.E., Heppelmann, J.E., 2014. How Smart, Connected Products Are Transforming Competition. *Harvard Business Review* November 2014.
- Ries, E., 2011. *The lean startup: how today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. Crown Business, New York.
- Rogers, D.L., 2016. *Digital Transformation Playbook: Rethink Your Business for the Digital Age*. Columbia Univers. Press, New York.
- Ross, J.W., Sebastian, I.M., Beath, C.M., 2017. How to Develop a Great Digital Strategy. *MIT Sloan Management Review* Winter 2017.

Human Resource Management (HR) I

Modulnr.	HR.1		
Titel	Führung & People Management		
Verwendbarkeit	Betriebswirtschaftliche Studiengänge mit Schwerpunkt Führung, Personalmanagement oder Human Resource Management		
Modultyp	Studienschwerpunktmodul in Human Resource Management I		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	wöchentlich
Lehrsprache	deutsch		
Semester	5. Semester oder 6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 10 / 50 *
Korrespondierende Veranstaltungen		Erforderliche Vorkenntnisse	1.5 Human Resource Management
Prüfungsform	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	wird in der Veranstaltung bekannt gegeben
ErstprüferIn	Prof. Dr. Robert Holzapfel		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Wilhelm Maier		
DozentInnen	Prof. Dr. Robert Holzapfel		

Lernziele / Kompetenzen:

In der Annahme, dass ein großer Anteil der BWL-Studenten in ihrer beruflichen Entwicklung in *Führungsaufgaben* hineinwächst, ist das übergeordnete Lernziel, die Aufgaben der Führungskräfte im Bereich Human Resource Management zu verstehen, Ursachen für Schwierigkeiten analysieren zu können und hilfreiche und weniger hilfreiche Strategien zu entwickeln, diese effektiv durchzuführen.

Kompetenzen:

- Verstehen der Schnittstelle zwischen HR Bereich und Management
- Beurteilen der verschiedenen Kooperationsmodelle in der Praxis zwischen HR Bereich und Management
- Verstehen der Schnittstelle zwischen Betriebsrat und Management und Ableitung von Handlungsstrategien zur effizienten Gestaltung dieser Form betrieblicher Mitbestimmung
- Aufgaben der Führungskräfte kennen, beschreiben, analysieren hinsichtlich der Schwierigkeiten, Ambivalenzen, Probleme und Erkennen von guten und weniger guten Lösungen entlang der Personalprozesse.

Inhalte:

Human Resource Management oder **People Management** ist v.a. wenn es um die operative Umsetzung geht - **Führungsaufgabe**. In diesem Modul sollen insbesondere die mannigfaltigen *Aufgaben für Führungskräfte* in der Zusammenarbeit mit dem HR Bereich eines Unternehmens beleuchtet werden. Entlang der Wertschöpfungskette des HR (von der Personalgewinnung bis zur Freisetzung) sollen die Aufgaben, Herausforderungen und Instrumente aus der Perspektive von

* Arbeitsbelastung in Stunden: Präsenz / Vor- und Nachbereitung / angeleitetes Selbststudium / Prüfungsvorbereitung und Prüfung

Führungskräften betrachtet werden. Alternative Modultitel könnten deshalb sein: "Rolle und Aufgaben der Führungskräfte im HRM eines Unternehmens.

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- Arbeitsrechtliche Schemata zur systematischen Fallanalyse

Lehr-und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht
- Fallbeispiele für Gruppenarbeiten / Einzelarbeiten
- Diskussionen
- Rollenspiele (Überzeugen, Argumentieren)

Literatur:

- Rosenstiel L.v., Regnet, E.: Führung von Mitarbeitern : Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement, Ausgabe: 8. aktualisierte und überarbeitete Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag für Wirtschaft Steuern Recht GmbH, 2020
- Troger, H.: Die Führungskraft als Personalmanager: Eine neue Rollenverteilung zwischen Führungskräften und HR-Management, Springer Fachmedien Wiesbaden, 2018
- Gmür, M.: Human Resource Management : Strategien und Instrumente für Führungskräfte und das Personalmanagement in 14 Bausteinen, überarb. und erw. Aufl., Versus-Verl., Zürich, 2014

Modulnr.	HR.2		
Titel	Employer Branding & HR Marketing		
Verwendbarkeit	Wirtschaftswissenschaftliche Studiengänge, Grundlagenfach für HR Management		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	5. Semester oder 6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen	Keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Keine
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	Keine
ErstprüferIn	Prof. Dr. Gärtner		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Wilhelm Maier		
DozentInnen	Prof. Dr. Gärtner		

Lernziele / Kompetenzen:

Die Studierenden sollen durch den Besuch der Vorlesung und der damit verbundenen Selbststudiums- und Projektarbeiten Kenntnisse der wesentlichen Grundlagen des HR Marketing und Employer Branding, z.B. der klassischen und aktuellen Instrumente /Techniken sowie deren Anwendungsmöglichkeiten und -grenzen im betrieblichen Kontext, erlangen und aktuelle Entwicklungen im HR Marketing und deren Auswirkungen auf das Arbeitsumfeld von HR Experten beurteilen können. In anwendungsorientierten Projektenproblemstellungen sollen die Studierenden zudem die Fähigkeiten erwerben, eigenständig und in Teamarbeit die Umsetzung der erlernten Instrumentarien durchzuführen: z.B. durch Entwicklung eines Schülerbewerbungstrainings, Entwicklung von fallbezogenen Employer Branding Konzepten, Erstellung von Videotutorials für den HR Bereich etc. Die Planung, Organisation und Durchführung von aktuellen Fallstudien ermöglicht das Erlernen von fachübergreifenden analytischen und konzeptionellen Fähigkeiten sowie die Qualifizierung von personal-sozialen Kompetenzen, wie Eigeninitiative, Ergebnisorientierung, Selbststeuerungsfähigkeit, Teamkommunikation und -kooperation usw. Über die Kombination der Erarbeitung von fachlichem Wissen im Rahmen des seminaristischen Unterrichts und der selbstgesteuerten Projektumsetzung soll eine Sensibilisierung der Studierenden für die ökonomischen und personal/sozialen Belange der Mitarbeiterrekrutierung und -bindung verfestigt werden.

Inhalte:

- Grundlagen des HR Marketing & Employer Branding
- Rahmenbedingungen des HR Marketing und aktuelle Aspekte des Arbeitsmarktes
- Employer Branding Konzepte
- Instrumente und Konzepte im digitalen und analogen Zielgruppen-Recruiting
- Touchpointmanagement / Candidate / Employee Journey
- Auswahlverfahren und –Instrumente
- Kompetenzshifts

Lehr- und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht
- Vorträge von HR Experten
- Projekt-/Fallstudien, Rollenspiele, Gruppenarbeiten, Präsentationen
- Medien: Beamer, Internet, Video, Softwareanwendungen

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

Quantitative und qualitative Methoden der empirischen Sozialforschung, angewandt in diversen Projekten

Es besteht die Möglichkeit zum Erwerb eines Medienzertifikates der Fakultät für BWL.

Literatur:

Print- sowie Digitale Veröffentlichungen, insbesondere einschlägige Zeitschriften und aktuelle Studien von namhaften HR-Beratungsgesellschaften

- Baran E.: Employer Branding: Komm zu uns, bleib bei uns, binde dich an uns – so bauen Sie eine starke Arbeitgeber-Marke auf, 1. Auflage, 2018
- Beck, Ch. (Hrsg.): Personalmarketing 2.0: Vom Employer Branding zum Recruiting, 2. Auflage, 2012
- Bernauer, D. et al.: Social Media im Personalmarketing, 2010
- Buckmann, J.: Personalmarketing to go: Frechmutige Inspirationen für Recruiting und Employer Branding, 2016
- Gärtner, C.: Smart HRM: Tools für die digitale Personalarbeit. Wiesbaden 2020
- Hagen, A.; Kramer, J. W.: Personalmarketing: Rekrutierung von Nachwuchskräften in deutschen Unternehmen, 1. Auflage, 2014
- Kanning, U.: Personalmarketing, Employer Branding und Mitarbeiterbindung: Forschungsbefunde und Praxistipps aus der Personalpsychologie, 2016
- Kriegler W.: Praxishandbuch Employer Branding, 3. Auflage, 2018
- Lippold, D.: Einführung in die Personalmarketing-Gleichung, 1. Auflage, 2015

Zusätzlich sind Studien sowie sonstige Veröffentlichungen zu bearbeiten.

Modulnr.	HR.3		
Titel	Talentmanagement & Development		
Verwendbarkeit	Wirtschaftswissenschaftliche Studiengänge, insbesondere für die Vertiefung im HRM		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50/40/40/20
Korrespondierende Veranstaltungen	keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Grundlagen des HRM
Leistungsnachweis	schrP	Zugelassene Hilfsmittel	keine
ErstprüferIn	Prof. Dr. Schweitzer		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Holzapfel		
DozentInnen	Prof. Dr. Jutta Schweitzer / Kolleg:innen		

Lernziele / Kompetenzen:

Nach dem Besuch der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage Talentmanagement und People Development zu erklären. Sie beschreiben das Talentmanagement und die betriebliche Personalentwicklung anhand verschiedener Modelle und können diese kritisch würdigen und paradigmatisch einordnen. Sie verstehen die Ziele und Handlungsfelder des Talentmanagement und Development auch unter strategischen Gesichtspunkten. Die Studierenden können selbständig ausgewählte Instrumente der Personalentwicklung mit professionellen Mitteln planen, entwerfen und evaluieren und in der betrieblichen Praxis implementieren.

Die Studierenden kennen die Methoden der Planung (z.B. Bedarfsanalyse), Durchführung und Evaluation (z.B. KPIs) von Talentmanagement und Development und können dies anwenden und kritisch beurteilen.

Die Studierenden erwerben soziale Kompetenzen in Gruppenarbeiten und kommunikative Kompetenzen auch zur Beratung der Stakeholder.

Inhalte:

- Grundlagen des Talentmanagement und Development,
- Planung und Evaluation in der Personalentwicklung
- Modellhafte Systematik der Instrumente von Talentmanagement & Personalentwicklung
- Vertiefung ausgewählter Instrumente mittels studentischer Präsentationen

Lehr- und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht, Firmenbesuche -/ -vorträge
- Studentische Präsentationen zu ausgewählten Instrumenten,
- Fallstudien, Rollenspiele, Videos
- Gruppenarbeiten, Diskussionen

Literatur: Personalentwicklung

Becker, Manfred.: Personalentwicklung. Bildung, Förderung und Organisationsentwicklung in Theorie und Praxis. 6., aktualisierte und erw. Aufl., Schäffer-Poeschel, Stuttgart, 2013

Bröckermann, Reiner (Hrsg) .: Handbuch Personalentwicklung. Neuwied 2010

Doppler, Klaus; Lauterburg, Christoph: Change Management. Den Unternehmenswandel gestalten. 12., aktualis. u. erw. Aufl., Campus Verlag, Frankfurt am Main, 2008

Meifert, M. T. (Hrsg.): Strategische Personalentwicklung: Ein Programm in acht Etappen, Berlin/Heidelberg: Springer, 2010

Negri, Christoph (Hrsg.): Angewandte Psychologie für die Personalentwicklung. Konzepte und Methoden für Bildungsmanagement, betriebliche Aus- und Weiterbildung. Springer-Verlag, Berlin, Heidelberg, 2010.

Peterke; Jürgen: Handbuch Personalentwicklung. Berlin 2006.

Ryschka, Jurij, Solga, Marc, Mattenklott, Axel (Hrsg.): Praxishandbuch Personalentwicklung. Instrumente, Konzepte, Beispiele. 3., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Gabler Verlag, Wiesbaden, 2011...

Talentmanagement

Bittlingmaier, Torsten: Talent Management erfolgreich implementieren. In 10 Schritten zur nachhaltigen Employee Experience.

Enaux, Claudius; Meifert, Matthias ;Henrich, Fabian: Strategisches Talent Management. Talente systematisch finden, entwickeln und binden.

Ritz, Adrian ;Thom, Norbert: Talent Management. Talente identifizieren, Kompetenzen entwickeln, Leistungsträger erhalten.

Wehrlin, Ulrich: Talentmanagement . Theorien, Konzeptionen, Strategien und praktische Umsetzung.

Wollsching-Strobel, Peter; Prinz, Birgit (Hg.): Talentmanagement mit System. Von Top-Performern lernen - Leistungsträger im Unternehmen wirksam unterstützen Der PWS-Ansatz.

Human Resource Management (HR) II

Modulnr.	HR.4		
Titel	Compensation & Benefits		
Verwendbarkeit	Betriebswirtschaftliche Studiengänge mit Schwerpunkt im Bereich Personalmanagement, Human Resource Management		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	5. Semester oder 6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50/40/40/20
Korrespondierende Veranstaltungen	keine	Erforderliche Vorkenntnisse	keine
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	keine
ErstprüferIn	Prof. Dr. Wilhelm Maier		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Jutta Schweitzer		
DozentInnen	Prof. Dr. Wilhelm Maier, Prof. Dr. Jutta Schweitzer		

Lernziele / Kompetenzen:

Die Studierenden sind in der Lage, grundlegende Kenntnisse über die Motivationswirkung von Anreiz- und Vergütungssystemen, von ausgewählten Komponenten betrieblicher Sozialleistungen, von speziellen Aspekten der Beteiligung von Mitarbeitern am Erfolg und Kapital der Unternehmen sowie von internationalen Vergütungssystemen selbständig anzuwenden.

Die Studierenden sind in der Lage motivationale, finanzielle sowie rudimentäre rechtliche Aspekte von tariflichen und außertariflichen Vergütungssystemen zu analysieren und Verbesserungsvorschläge abzuleiten. In Gruppenarbeiten erlernen und üben die Studierenden ein konstruktives und lösungsorientiertes Diskutieren und Überzeugen.

Durch ein selbständiges Begutachten von Fallstudien und Praxisbeispielen wird analytisches Denken gefördert, das Fachwissen vertieft sowie die Anwendung des gelernten Wissens in praxisrelevanten Situationen trainiert.

Inhalte:

1. Aufgaben eines betrieblichen Vergütungssystems
2. Tarifliche Vergütungssysteme
3. Betriebliche Sozialleistungen (betriebliche Altersvorsorge, Gesundheitsfürsorge, Kinderbetreuung etc.)
4. Leistungsorientierte Bezahlung und Performance Management
5. Erfolgs- und Kapitalbeteiligungen
6. Vergütungsmodelle für Führungskräfte
7. Internationale Aspekte

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- Analyse von Vergütungsstudien
- Gehaltssimulationen
- Methoden zur Messung psychologischer Wirkungen von Vergütungssystemen

- Ausgewählte verhaltenswissenschaftliche (motivationstheoretische) Modelle

Lehr-und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht/Diskussionen
- Fallbeispiele
- Gruppenarbeiten
- Selbstgesteuertes Lernen (Übungsfragen)

Literatur:

- Gerd Ulmer (2017), Gehaltssysteme erfolgreich gestalten
- Dietmar Heise (2015) Personalvergütung rechtssicher gestalten
- K. Watzka (2017) Konzepte mit Zielboni. In: Zielvereinbarungen in Unternehmen.
- Konrad Reiher (2015) Compensation and Benefits: Job Evaluation in Handbook of Human Resources Management
- Jürgen Weißenrieder (2014) Nachhaltiges Leistungs- und Vergütungsmanagement

Aktuelle Literaturempfehlungen werden in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Modulnr.	HR.5		
Titel	HR-Controlling		
Verwendbarkeit	Wirtschaftswissenschaftliche Studiengänge, insbesondere für die Vertiefung im HRM		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht, Projektstudie	Angebotsfrequenz	wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	5. Semester oder 6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen	keine	Erforderliche Vorkenntnisse	keine
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	keine
ErstprüferIn	Prof. Dr. Schweitzer		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Schweitzer		
DozentInnen	Prof. Dr. Schweitzer		

Lernziele / Kompetenzen für Teilmodul Personalcontrolling:

Die Studierenden unterscheiden verschiedene Konzeptionen des Personalcontrollings und können diese praktisch umsetzen, insbesondere zum Aufbau/ Ausbau des Personalcontrollings im betrieblichen Personalbereich.

Sie lernen ausgewählte Planungs-, Steuerungs- und Kontrollmethoden kennen und kritisch würdigen!

Lernziele / Kompetenzen für Teilmodul HR Projekt:

In anwendungsorientierten Projektenproblemstellungen aus dem aktuellen HR Umfeld sollen die Studierenden Fähigkeiten erwerben, eigenständig und in Teamarbeit erlernte HR Instrumentarien umzusetzen. Beispiele für Projektstudien können sein: Umfragen zu aktuellen Fragestellungen im HR (emp. Sozialforschung), Planung, Organisation und Durchführung von HR relevanten Events, z.B. HR Symposien, Karriereevents, Erstellung von Newsletterbeiträgen, Podcasts, HR - Kooperationsprojekte mit Unternehmen usw.

Inhalte Teilmodul Personalcontrolling:

Grundlegende Gedanken zum PC erfassen und kontrovers diskutieren, verschieden Arten des PC systematisieren, Träger und Verantwortliche des PC klären, Ziele und Aufgaben des PC systematisieren, mögliche Informationsquellen identifizieren und einsetzen.

Erfolgversprechende Implementierungskonzepte des betrieblichen PC anwenden.

Klassische und moderne Instrumente des Personalcontrollings (Kennzahlen(systeme), Benchmarking, Audits, Cockpits, Mitarbeiterbefragungen usw.), beschreiben, beurteilen und professionell anwenden.

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):*
Risikoanalyse, Wahrscheinlichkeitsrechnung, Szenarioanalyse, induktive Heuristiken
- *Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
Statistik, Kennzahlensysteme, Benchmarking, Wirtschaftlichkeitsberechnungen, Kalkulationen,

- *Qualitativ-Interpretative Methoden (Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):* Inhaltsanalyse, Befragung, Beobachtung usw.

Lehr-und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht / Diskussion / ggf. Firmenbesuch oder Firmenvorträge
- Fallbeispiele / Übungen / Gruppenarbeiten
- Selbstgesteuertes Lernen

Literatur:

DGFP (Hrsg.): Personalcontrolling für die Praxis. 2009

Hentze, J.; Kammel, A.: Hoss, G: Personalcontrolling in industriellen Unternehmen. 1999

Schulte, Christoph: Personal-Controlling mit Kennzahlen. 2011

Wunderer, Rolf; Jaritz, Andre: Unternehmerisches Personalcontrolling: Evaluation der Wertschöpfung für das Personalmanagement. 2007

Zdrowomyslaw; Norbert (Hrsg.): Personalcontrolling. Gernsbach 2007

Modulnr.	HR.6		
Titel	Arbeitsrecht für Manager		
Verwendbarkeit	Betriebswirtschaftliche Studiengänge mit Schwerpunkt Führung, Personalmanagement oder Human Resource Management		
Modultyp	Studienschwerpunktmodul in Human Resource Management II		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	wöchentlich
Lehrsprache	deutsch		
Semester	5. Semester oder 6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 10 / 50 *
Korrespondierende Veranstaltungen		Erforderliche Vorkenntnisse	1.5 Human Resource Management
Prüfungsform	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	unkommentierte Gesetzestexte
ErstprüferIn	Prof. Dr. Robert Holzapfel		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Wilhelm Maier		
DozentInnen	Prof. Dr. Robert Holzapfel		

Lernziele / Kompetenzen:

Die Studierenden sind in der Lage, **grundlegende Normen des Arbeits- und Sozialrechts Deutschlands** auf verschiedene Fragestellungen der **betriebspersonalwirtschaftlichen Praxis** rund um die Entstehung, Gestaltung, Veränderung und Beendigung von Arbeitsverhältnissen oder anderer arbeitnehmerähnlicher Vertragsbeziehungen (Arbeiter, Angestellte, leitende Angestellte, Auszubildende, Praktikanten, Werkstudenten) **selbständig anzuwenden**.

Die Studierenden sind in der Lage betriebliche Fälle zu **analysieren** und arbeitsrechtliche **Folgerungen abzuleiten**. In Gruppenarbeiten erlernen die Studierenden konstruktives, auf sachlichen Argumenten beruhendes **Diskutieren** und **Überzeugen**.

Durch selbständiges Begutachten von Fällen (in Einzelarbeit) wird **analytisches Denken** gefördert und die Vertiefung des Fachwissens sowie die **Anwendung** des gelernten Wissens auf praxisrelevante Fallkonstellationen. Durch **Verschriftlichung** in verschiedenen, typischen betrieblichen Dokumenten (z.B. Vertragszusätze, Versetzungsschreiben, Kündigungsschreiben, etc.) wird eine **fachterminologisch korrekte Ausdrucksweise** eingeübt.

Inhalte:

- Grundlagen des Arbeitsrechts (Gegenstand, Aufgaben, Grundgesetz und EU-Arbeitsrecht, Normenkonkurrenz)
- Individualarbeitsrecht (Parteien, Begründung, Inhalt, Störungen, Beendigung, Nachwirkung)
- Kollektivarbeitsrecht (Koalitionsfreiheit, Tarifvertragsrecht, Arbeitskampf und Schlichtung, Betriebsverfassungsrecht, Mitbestimmung)

* *Arbeitsbelastung in Stunden: Präsenz / Vor- und Nachbereitung / angeleitetes Selbststudium / Prüfungsvorbereitung und Prüfung*

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- Arbeitsrechtliche Schemata zur systematischen Fallanalyse

Lehr-und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht
- Fallbeispiele für Gruppenarbeiten / Einzelarbeiten
- Diskussionen
- Rollenspiele (Überzeugen, Argumentieren)
- Die Veranstaltung wird hybrid angeboten (Video-Serie, Präsenzübungen, ...)

Literatur:

- Arbeitsgesetze, Beck Texte, aktuelle Auflage
- Arbeitsrechts-Handbuch, Schaub, aktuelle Auflage
- Marschollek, Günter: Arbeitsrecht. Alpmann und Schmidt Verlag, 2010
- Junker, Abbo: Grundkurs Arbeitsrecht, 2009

International Management (IM) I

Module Nr.	IM.1		
Title	Global Leadership		
Applicability / Relevance	Major International Business Core Module		
Module Type	Elective compulsory		
Teaching Methods	SU	Frequency of Delivery	Weekly
Language of Instruction	English		
Semester	5. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 20 / 40
Related Courses	IM Electives	Prerequisite Courses	Foundation Courses
Assessment Method	ModA (Assignment and Presentation)	Exam aids permitted	None
ErstprüferIn	Prof. Dr. Hammer		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Peisl		
Lecturer(s)	Prof. Dr. Hammer, Prof. Dr. Kaiser, Prof. Dr. Peisl, Dozenten aus anderen Kompetenzbereichen		

Learning outcomes / skills:

Students can identify the principal factors underlying corporate leadership with particular focus on internationalization, recognize the various global challenges faced by managers and leaders today, and give examples of organizations dealing with the various challenges of businesses globally. Once completed this module students will:

- Demonstrate a critical understanding of the complex nature of the global business development environment and how the social, economic and political factors have influenced, and continue to influence, global business and especially internationalization.
- Develop a sound understanding of the major theories and application types of leadership.
- Be aware of the role of personalities, regional cultures and organizational behavior and their interaction with leadership.
- Evaluate and apply learned concepts and theories.

Competence Profile (Content and Methods). Students are trained:

- To understand the use of leadership models and concepts in crafting international strategies
- To integrate the different views on leadership.
- To analyze the various conflicting stakeholder interests in the context of leadership styles and management theories.
- To become aware of how different cultures and resources directly and indirectly influence leadership and the evaluation of leadership styles in various countries.
- To recognize the benefits and difficulties of adapting and adopting leadership techniques and systems from another culture.

Competence Profile (Cross-functional)

Teamwork: Students will be assigned to teams, with case assignment, for analysis and class presentation. Students not responsible for case presentation on that specific day will be expected to have analyzed the case and be prepared to ask questions.

Case studies: The context of international management issues will be covered and discussed through lectures, cases, note sets, and readings.

Action Learning: Assigned cases and readings will be the responsibility of the student and may not be part of the classroom lectures. Students are expected to have read the class text assignments and be prepared to discuss the contents in detail.

Contents:

The module is designed to develop an in-depth knowledge and understanding of the major leadership issues businesses are confronted with when developing and operating in global markets. It is devoted to the theoretical and applied aspects of corporate leadership. A special focus is put to the global context of leadership application. It introduces key theories of international leadership, including the determinants and the impact of leadership models. Business environmental issues such as business ethics in the global leadership context are also discussed. The theoretical understanding is illustrated and examined by reference to the examples of countries, international institutions, industries and companies.

- Individuals as Leaders
 - Introduction to the leadership theory
 - Traits and Ethics
 - Behavior and Motivation
- Team Leadership
 - Communication, Coaching and Conflict Skills
 - Leader-Member Exchange and Followership
 - Self-Managed Teams
- Organizational Leadership
 - Culture, Ethics and Diversity
 - Change Management
 - Crisis Management and Negotiation

Deployed methods of business administration:

- *Models and Methods of analytics (research- and analytic models):*
 - Content discussion and delivery follows a case-based research philosophy. Cases will be used to support student learning.
- *Quantitative-empirical methods (comparative – statistic, mathematic methods, data analyses):*
 - In selected cases qualitative, inductive theory will be used to display the critical deficits in using (historical) data only.
- *Qualitative-interpretative methods (expert interview, surveys, standardized inquiry):*
 - Current research findings will be continuously used in class to provide frameworks and content focus.

Methods of Teaching and Learning:

Prerequisites include: In order to successfully pass this module you need to have a sound understanding of business and strategy as well as appropriate English language skills. The seminar is open to qualified Erasmus students.

The pedagogical approach for this class will include interactive lectures, case analysis and group work. Class participation is expected as a part of the learning process. You are encouraged to bring in relevant current event updates and articles to share with the class. In class activities students will

analyze corporate actions, successes and failures, strategy effectiveness, profit results, in view of corporate objectives. We will use the Moodle learning platform to distribute course material. The assessment will be through participation and a final assignment. Assigned readings will be the responsibility of the student and may not be part of the classroom lectures. Students are expected to have read the class text assignments and be prepared to make quality comments during class discussions.

The course also includes an (optional) Off-Site Excursion to intensively work on applied trainings in order to develop applicable skills.

Literature:

Lussier, R. and Achua, C. (2016). Leadership, 6e, Cengage, ISBN 978-1-285-86635-2

Peng, M. and Meyer, K. (2019). International Business. 3e, Cengage, ISBN 978-1473758438

Hill, C. (2009). Global business today. 6e, McGraw Hill, ISBN 13-9780073381398

SUPPLEMENTARY READING AND MATERIALS

The Economist, Business Week, The Financial Times, The Wall Street Journal.

Corporate Annual Reports

Class Handouts, Readings, Journal Articles and other business publications as announced in class.

In addition to the above texts and materials, several articles and multimedia presentations are recommended. These will be listed in the updates on Moodle.

Module Nr.	IM.2		
Title	Going Global		
Applicability / Relevance	All business administration courses		
Module Type	Elective compulsory		
Teaching Methods	Seminar	Frequency of Delivery	Block
Language of Instruction	English		
Semester	5		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	75 / 20 / 35 / 20
Related Courses	IM Electives	Prerequisite Courses	Foundation Courses
Assessment Method	ModA	Exam aids permitted	None
ErstprüferIn	Prof. Dr. Dominik Hammer		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Peisl		
Lecturer(s)	Prof. Dr. Dominik Hammer, Prof. Dr. Peisl, External Lecturers		

Learning outcomes / skills:

Going Global is a strategic simulation, in which the positions of companies in international markets with very diverse regions are maintained and expanded if necessary. This includes, among other things, clear analysis of strengths and weaknesses as well as the competition, and opportunities and risks in the various sales and supply markets. It calls for strategic thinking and management of the overall business, applicable beyond the day's activities. It is particularly appropriate for conveying the business challenges brought about by the globalization of markets.

The participants of the seminar take over an existing company (MBI), assess international markets and evaluate market penetration and other strategic tasks. It is an interactive teaching and learning system based on the following principles:

Competence Profile (Content and Methods). Students are:

- Recognizing and formulating the general conditions for business success
- Experiencing relationships in management by adopting a holistic approach
- Defining goals and strategies, and realizing them in an environment in which economic and ecological factors play significant roles
- Deriving insights and decisions from industry figures which can be put into practice
- Understanding the fundamentals of marketing
- Learning to use the instruments of cost accounting, income analysis, product costing, and marginal costing
- Coping with complex decision making in uncertain situations
- Maintaining control of a business in difficult situations
- Developing a sense for the essential and a holistic view on business
- Learning to think and act in an inter-disciplinary way
- Learning how to define and solve problems
- Practicing effective communication through visualization
- Arriving at decisions within a team by using various planning models.

Competence Profile (Cross-functional)

1. **Teamwork:** Students will be assigned to teams for analysis and class presentation. Students not responsible for case presentation on that specific day will be expected to have analyzed the results and be prepared to ask questions.
2. **Simulation:** The context of international management issues will be covered and discussed through the simulation, lectures, note sets, and readings.
3. **Action Learning:** Assigned tasks and readings will be the responsibility of the student and may not be part of the classroom lectures. Students are expected to have read the text assignments and be prepared to make quality comments during class discussions.

Contents:

- To understand the use of general management skills and concepts in conducting international operations and to integrate the principles of management, marketing, accounting, and finance to successfully manage market entry transactions.
- To become aware of how different national cultures directly and indirectly influence the management and the evaluation of businesses in various countries.
- To include the concept of Mergers and Acquisitions in the strategic framework of global and multinational companies.
- To recognize various differences and similarities between the management techniques and systems of organizations.
- To understand the benefits and difficulties of borrowing management techniques and systems from another cultures.
- To understand the complexity of decision making and to integrate the principles of management, marketing, accounting, and finance to successfully manage a company.
- To communicate the actions and decisions after six periods to a board of directors.

Deployed methods of business administration:

- *Models and Methods of analytics (research- and analytic models):*
Content discussion and delivery follows a case-based research philosophy. Cases will be used to support student learning.
- *Quantitative-empirical methods (comparative – statistic, mathematic methods, data analyses):*
In selected cases qualitative, inductive theory will be used to display the critical deficits in using (historical) data only.
- *Qualitative-interpretative methods (expert interview, surveys, standardized inquiry):*
Current research findings will be continuously used in class to provide frameworks and content focus.

Methods of Teaching and Learning:

Prerequisites include: In order to successfully pass this module you need to have a sound understanding of business and strategy as well as appropriate English language skills. The seminar is open to qualified Erasmus students.

This simulation focuses on business strategies and the process, difficulties, and opportunities of management across functions. The teaching objectives synthesize the theoretical aspects of corporate strategy with practical application of management principles in a simulated work environment. In class students will analyze corporate results, corporate actions, successes and failures, strategy effectiveness, profit results, in view of corporate objectives and make decisions for six game periods.

Literature:

Going Global User Manual and Class Handouts

Supporting Literature:

- Peng, M. and Meyer, K. (2016). International Business. 2e, Cengage, ISBN 978-1473722644

- Hill, C. (2017). International Business: Competing in the Global Marketplace. 11e, McGraw Hill, ISBN ISBN-13: 978-1260084153
- Burgelman, R., Christensen, C. and Wheelwright, S. (2008). Strategic Management of Technology and Innovation. 5e, McGraw-Hill, ISBN-13: 978-0071263290
- SUPPLEMENTARY READING AND MATERIALS
The Economist, Business Week, The Financial Times, The Wall Street Journal.
- Corporate Annual Reports
- Class Handouts, Readings, Journal Articles and other business publications as announced in class.
- In addition to the above texts and materials, several articles and multimedia presentations are recommended. These will be listed in the updates on Moodle.

Module Nr.	IM.3		
Title	Managing Innovation		
Applicability / Relevance	Major International Business Core Module		
Module Type	Elective compulsory		
Teaching Methods	SU	Frequency of Delivery	Weekly
Language of Instruction	English		
Semester	5		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 20 / 40
Related Courses	IM Electives	Prerequisite Courses	Foundation Courses
Assessment Method	ModA (Assignment and Presentation)	Exam aids permitted	None
ErstprüferIn	Prof. Dr. Hammre		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Peisl		
Lecturer(s)	Prof. Dr. Hammer, Prof. Dr. Peisl		

Learning outcomes / skills:

Students can identify the principal factors underlying the successful management of innovation with particular focus on volatile, complex, uncertain und ambidextrous environments, recognize the various global challenges faced by managers and leaders today, and give examples of organizations dealing with the various challenges of businesses globally. Once completed this module students will:

- Demonstrate a critical understanding of the complex nature of the management of innovation and how the social, economic and political factors have influenced, and continue to influence, global decision makers.
- Develop a sound understanding of the major theories of leadership and innovation.
- Be aware of the role of markets, resources and institutions and their interaction with innovation.
- Evaluate and apply learned concepts and theories.

Competence Profile (Content and Methods). Students are trained:

- To understand the use of innovation models and concepts in crafting international strategies.
- To integrate the different dimensions of innovation.
- To analyze the various conflicting stakeholder interests in the context of searching, synthesizing and selecting innovations.
- To become aware of how different cultures and resources directly and indirectly influence innovation capability and the evaluation of innovation styles in various countries.
- To recognize the benefits and difficulties of adapting and adopting innovation (eco-)systems from another culture.

Competence Profile (Cross-functional)

Teamwork: Students will be assigned to teams, with case assignment, for analysis and class presentation. Students not responsible for case presentation on that specific day will be expected to have analyzed the case and be prepared to ask questions.

Case studies: The context of international management issues will be covered and discussed through lectures, cases, note sets, and readings.

Action Learning: Assigned cases and readings will be the responsibility of the student and may not be part of the classroom lectures. Students are expected to have read the class text assignments and be prepared to

Contents:

The module is designed to develop an in-depth knowledge and understanding of the major leadership and innovation issues businesses are confronted with when developing and operating in global markets. It is devoted to the theoretical and applied aspects of corporate leadership. A special focus is put to innovation procedures, models and processes. It introduces key theories, including the determinants and the impact of innovation management models. Business environmental issues such as business ethics in the global leadership context are also discussed. The theoretical understanding is illustrated and examined by reference to the examples of countries, international institutions, industries and companies and includes the following parts:

- PART 1: MANAGING INNOVATION.
 1. Innovation - what it is and why it matters.
 2. Innovation as a core business process.
- PART 2: CONTEXT.
 3. Building the innovative organization.
 4. Developing an innovation strategy.
- PART 3: SEARCH.
 5. Sources of innovation.
 6. Innovation networks.
- PART 4: SELECT.
 7. Decision making under uncertainty.
 8. Building the innovation case.
- PART 5: IMPLEMENT.
 9. Creating new products and services.
 10. Exploiting new ventures.
- PART 6: CAPTURE.
 11. Capturing the benefits of innovation.
 12. Capturing learning from innovation.

Deployed methods of business administration:

- *Models and Methods of analytics (research- and analytic models):*
 - Content discussion and delivery follows a case-based research philosophy. Cases will be used to support student learning.
- *Quantitative-empirical methods (comparative – statistic, mathematic methods, data analyses):*
 - In selected cases qualitative, inductive theory will be used to display the critical deficits in using (historical) data only.
- *Qualitative-interpretative methods (expert interview, surveys, standardized inquiry):*
 - Current research findings will be continuously used in class to provide frameworks and content focus.

Methods of Teaching and Learning:

Prerequisites include: In order to successfully pass this module you need to have a sound understanding of business and strategy as well as appropriate English language skills. The seminar is open to qualified Erasmus students.

The pedagogical approach for this class will include interactive lectures, excursions, case analysis and group work. Class participation is expected as a part of the learning process. You are encouraged to bring in relevant current event updates and articles to share with the class. In class activities students will analyze corporate actions, successes and failures, strategy effectiveness, profit results, in view of corporate objectives. We will use the Moodle learning platform to distribute course material.

The assessment will be through participation and a final assignment. Assigned readings will be the responsibility of the student and may not be part of the classroom lectures. Students are expected to have read the class text assignments and be prepared to make quality comments during class discussions.

Literature:

Tidd, J. and Bessant, J. (2013). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change*, Wiley, ISBN-13: 978-1118360637

Peng, M. and Meyer, K. (2019). *International Business*. 3e, Cengage, ISBN 978-1473758438

Hill, C. (2017). *International Business: Competing in the Global Marketplace*. 11e, McGraw Hill, ISBN ISBN-13: 978-1260084153

Burgelman, R., Christensen, C. and Wheelwright, S. (2008). *Strategic Management of Technology and Innovation*. 5e, McGraw-Hill, ISBN-13: 978-0071263290

SUPPLEMENTARY READING AND MATERIALS

The Economist, Business Week, The Financial Times, The Wall Street Journal.

Corporate Annual Reports

Class Handouts, Readings, Journal Articles and other business publications as announced in class.

In addition to the above texts and materials, several articles and multimedia presentations are recommended. These will be listed in the updates on Moodle.

International Management (IM) II

Module Nr.	IM.4		
Title	Cross-cultural Management and Negotiations		
Applicability / Relevance	Major International Business		
Module Type	Elective compulsory		
Teaching Methods	Seminar (SU)	Frequency of Delivery	Block
Language of Instruction	English		
Semester	7th semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 40
Related Courses	IM Major Modules	Prerequisite Courses	Modules 2.2, 3.2 & 5.2; at least Business English B2 and basic knowledge of intercultural communication
Assessment Method	Presentation	Exam aids permitted	N/A
First examiner	Prof. Dr. Sierk Horn		
Second examiner	Prof. Dr. Nicole Brunnhuber, Ms. Sheila Scott		
Lecturer(s)	Prof. Dr. Sierk Horn		

Learning outcomes / skills

This module is intended to develop students' cross-cultural effectiveness in the contexts of international business and diversity in the workplace with a focus on leadership and negotiation. After gaining deeper insight into the business practices of other regions, they will be able to understand and navigate other international business environments to foster synergies, create added value and competitive advantage. Students will also have a critical understanding of established theories of cross-cultural management and negotiation in business for practical application and further academic inquiry and research in this field.

Professional competences

After successful completion of this module, students will have:

- critical understanding of leading theory in cross-cultural management and negotiation
- in-depth understanding of the influence of culture, particularly as regards leadership and negotiation
- insight into how to work in, build and manage cross-cultural teams
- the skills to identify, avoid and resolve potential sources of culturally-based misunderstanding and/or conflict in business situations
- the tools to prepare and execute business negotiations in a cross-cultural context

Technical competencies

After successful completion of this module, students will be able to:

- independently research and further develop their knowledge of current trends in cross-cultural management for application in individual business situations
- autonomously develop further their own cross-cultural and communication skills for effective business practice
- demonstrate practical experience in cross-cultural teamwork
- evaluate, compare and present cross-cultural business theory and approaches in English in academic and professional contexts

Personal competences

After successful completion of this module, students will be able to:

- reflect on and contribute to international and cross-cultural dialogue and co-operation in and beyond the business world
- evaluate and develop their own negotiation and communication skills in English
- understand, analyse and respond effectively to different negotiation and communication styles

Social competences

After successful completion of this module, students will have the resources to:

- interact appropriately and effectively in culturally diverse business environments
- communicate appropriately in international academic and business settings
- identify and implement strategies to develop synergies and co-operation
- share their knowledge and experience to foster effective cross-cultural interaction among peers and teams

Contents

- Globalization and localization
- Culture (organizational, corporate, regional): definitions and applications in business
- Cross-cultural management: theory, research and practice
- Cross-cultural business communication
- Conflict avoidance, resolution and synergies
- Negotiation theory, strategy and tactics

Methods of Teaching and Learning

- Interactive seminar
- Self-awareness, reasoned analysis and group participation are key skills for developing cultural effectiveness. The module seeks to develop team and communication skills in addition to continual reflection throughout the semester.
- Written and research assignments
- Case studies and analysis in small groups
- Independent study and research
- Constructive discussion and application
- Presentations and Q&A for a cross-cultural audience

Literature

Further reading and resources will be listed on the syllabus distributed at the beginning of the course.

Module Nr.	IM.5		
Title	International Financial Modeling		
Applicability / Relevance	Major International Business		
Module Type	Elective compulsory		
Teaching Methods	SU	Frequency of Delivery	Blocked Mode
Language of Instruction	English		
Semester	6th Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 20 / 40
Related Courses	IM Major Modules	Prerequisite Courses	Foundation Courses
Assessment Method	ModA (Assignment and Presentation)	Exam aids permitted	None
ErstprüferIn	Prof. Dr. Häcker		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Peisl		
Lecturer(s)	Prof. Dr. Häcker, External Lecturers		

Learning outcomes / skills:

Course objective is to provide students with a global overview of various types of business organizations and environments that shape organizational decisions. Emphasis is on the MARKET-BASED view as well as the INSTITUTIONS-BASED view, i.e. regulatory structures, legal systems, governance models, and policy making that define the internal and external functions of business at the confluence of local, state, national, and international affairs.

Competence Profile (Content and Methods) - Students are trained:

- To understand the use of management models and concepts in crafting international strategies
- To integrate the different views on international operations, i.e. markets and institutions.
- To analyze the various conflicting stakeholder interests in the context of dynamic environments and futures.
- To become aware of how different cultures and resources directly and indirectly influence the management and the evaluation of businesses in various countries.
- To recognize the benefits and difficulties of adapting and adopting management techniques and systems from another culture.

Cross-functional Competence Profile

Teamwork: Students will be assigned to teams, with case assignment, for analysis and class presentation. Students not responsible for case presentation on that specific day will be expected to have analyzed the case and be prepared to ask questions.

Case studies: The context of international management issues will be covered and discussed through lectures, cases, note sets, and readings.

Action Learning: Assigned cases and readings will be the responsibility of the student and may not be part of the classroom lectures. Students are expected to have read the class text assignments and be prepared to make quality comments during class discussions.

Contents:

Topics include:

- local-global interaction,
- critical thinking,
- international ethics,
- business strategy, *innovation,
- social responsibility, and
- the impact of economics and technology.

Though the focus is primarily from a management perspective, we will look at the implications of international business from a varied angle.

Deployed methods of business administration:

- *Models and Methods of analytics (research- and analytic models):*
 - Content discussion and delivery follows a case-based research philosophy. Cases will be used to support student learning.
- *Quantitative-empirical methods (comparative – statistic, mathematic methods, data analyses):*
 - In selected cases qualitative, inductive theory will be used to display the critical deficits in using (historical) data only.
- *Qualitative-interpretative methods (expert interview, surveys, standardized inquiry):*
 - Current research findings will be continuously used in class to provide frameworks and content focus.

Methods of Teaching and Learning:

Prerequisites include: In order to successfully pass this class you need to have a sound understanding of business and strategy as well as appropriate English language skills. The seminar is open to qualified Erasmus students.

The pedagogical approach for this class will include interactive lectures, case analysis and group work. Class participation is expected as a part of the learning process. You are encouraged to bring in relevant current event updates and articles to share with the class. In class activities students will analyze corporate actions, successes and failures, strategy effectiveness, profit results, in view of corporate objectives. We will use the Moodle learning platform to distribute course material.

The assessment will be through participation and a final assignment. Assigned readings will be the responsibility of the student and may not be part of the classroom lectures. Students are expected to have read the class text assignments and be prepared to make quality comments during class discussions.

Literature:

Peng, M. and Meyer, K. (2019). International Business.3, Cengage, ISBN 978-1473722644

Hill, C. (2017). International Business: Competing in the Global Marketplace. 11e, McGraw Hill, ISBN ISBN-13: 978-1260084153

Burgelman, R., Christensen, C. and Wheelwright, S. (2008). Strategic Management of Technology and Innovation. 5e, McGraw-Hill, ISBN-13: 978-0071263290

SUPPLEMENTARY READING AND MATERIALS

The Economist, Business Week, The Financial Times, The Wall Street Journal.

Corporate Annual Reports

Class Handouts, Readings, Journal Articles and other business publications as announced in class.

In addition to the above texts and materials, several articles and multimedia presentations are recommended. These will be listed in the updates on Moodle.

Module Nr.	IM.6		
Title	International Management Accounting and Financial Reporting		
Applicability / Relevance	Major International Business		
Module Type	Elective compulsory		
Teaching Methods	Seminar	Frequency of Delivery	Weekly
Language of Instruction	English		
Semester	6th Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Related Courses	IM Major Modules	Prerequisite Courses	Foundation Courses; knowledge in mathematics of finance, investment and financing, general taxation, basics in macroeconomics and accounting
Assessment Method	ModA	Exam aids permitted	IFRS
Erstprüfer	Prof. Dr. Ruhnke		
Zweitprüfer	Prof. Dr. Peisl		
Lecturer(s)	Prof. Dr. Ruhnke, External Lecturers		

Learning outcomes / skills:

To extent knowledge in Management Accounting and Financial Reporting, IFRS:

“The age of free trade and the interdependence of national economies is now with us. Many of the largest companies in the world often do more of their business in foreign lands than in their home country. Companies now access not only their home capital markets for financing but others as well. As this globalization takes place, companies are recognizing the need to have one set of financial reporting standards.” Kieso (Accounting 2014) S. 2, pls. see literature

The basic concepts of IFRS shall be part of this course.

The course should also help students to find a more elaborate access to cost accounting in order to fulfill requirements being asked for in a commercial management position. Beside the traditional methods of cost accounting, the students will get familiar with the concepts of Activity based costing, Target Costing and capital investment decisions, planning and budgetary control systems as well as the concept of performance measurement.

On the basis of an integrated financial model, which the students will design and build themselves, they will intensify their understanding regarding the connection between income and balance sheet and the cash flow statement. Furthermore will the students be introduced to the requirements a reporting system asks for in order to be able to develop an adequate controlling system.

Contents:

IFRS (International Financial Reporting Standards)
Financial Reporting and Accounting Standards

Conceptual Framework for Financial Reporting
 The Accounting Information System
 Income Statement and Related Information
 Statement of Financial Position and Statement of Cash Flows
 Accounting and the Time Value of Money
 Accountants' role in an organization
 Cost Terms and purposes
 Cost Allocation
 Process costing system – Activity based costing
 Target Costing
 Capital investment decisions
 Planning budgetary control systems
 Performance measurement

Deployed methods of business administration:

- *Models and Methods of analytics (research- and analytic models):*
 - Process models (e. g. procedure of due diligence)
 - Component models (e. g. time series analyses for key figures development)
 - Normative decision theory (e. g. assessment of the impacts of individual forms of financing)
 - Qualitative optimization models
 - Quantitative optimization models
 - Forecasting models (budget figures)
 - Models of interaction (communication)
- *Quantitative-empirical methods (comparative – statistic, mathematic methods, data analyses):*
 - Key figures on the financial situation (such as liquidity, inventory turnover period), the income situation (e. g. return on investment, interest expense ratio), the financial position (e. g. cash flow figures, days payables outstanding); in this context, working with primary data and secondary data
 - Quantitative comparative analyses (e. g. statistical references from Standard & Poor's)
 - Statistical analyses (e. g. medians of key figures in rating classes)
- *Qualitative-interpretative methods (expert interview, surveys, standardized inquiry):*
 - Qualitative company analyses (branch, organizational structure, management, business relationships, payment behavior)
 - Descriptive decision theory
 - Prescriptive decision theory
 - It is possible to conduct expert interviews as part of the project work

Methods of Teaching and Learning:

- Lectures and discussions: Theory and Reality
- Case studies and group work
- Self-controlled learning
- Special guests lectures (N.N.)
- Seminar paper

Literature:

- A. Bhimani, C. Horngren, S. Datar; Management and Cost Accounting, Prentice Hall International, 2011
- Kieso, Donald E., Weygandt, Jerry J., Warfield, Terry D.; Intermediate Accounting, IFRS Edition, John Wiley & Sons, Inc., 2nd Edition, 2014
- More literature at the beginning of the course

Marketingmanagement (MM) I

Modulnr.	MM.1		
Titel	Marketingkommunikation		
Verwendbarkeit	Grundlagenwissen für praktische Tätigkeiten in der Marketingkommunikation von Unternehmen und in Kommunikationsagenturen.		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	Wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	5. Semester oder 6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen	keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Marketing-Grundlagen
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	Beliebig
ErstprüferIn	Prof. Dr. Werner M. Thieme		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Susanne Wigger-Spintig		
DozentInnen	Prof. Dr. Werner M. Thieme		

Lernziele / Kompetenzen:

Die Studierenden sind in der Lage, die Besonderheiten der Marketingkommunikation zu verstehen und aktuelle Entwicklungen einzuordnen. Wichtige Inhalte der Planung der verschiedenen Instrumente der Marketingkommunikation können benannt und erklärt werden. Im Rahmen der Bearbeitung von Übungsaufgaben und Praxisbeispielen werden die Studierenden befähigt, ihr Grundlagenwissen selbstständig und in der Gruppe anzuwenden, ihre Ergebnisse adäquat zu präsentieren und die entsprechenden Fachdiskussionen zu führen. Ziel dieser Lehrveranstaltung ist es, die Studierenden für die vielfältigen und spannenden Aufgabenfelder einer modernen Marketingkommunikation zu interessieren, und so einen selbstgesteuerten und wissenschaftlich fundierten Prozess der Erkenntnisgewinnung zu initiieren.

Inhalte:

- Gegenstandsbereich und Rahmenbedingungen der Marketingkommunikation
- Planungsprozesse der Marketingkommunikation
- Integrierte Kommunikation als Kommunikationsstrategie
- Kommunikationsorientierte Situationsanalyse
- Ziele und Zielgruppenplanung
- Entwicklung von Strategien für einzelne Kommunikationsinstrumente
- Budgetierung und Budgetallokation
- Maßnahmenplanung für verschiedene Instrumente
- Gestaltung der Kommunikationsbotschaft
- Erfolgskontrolle

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):*

- Kommunikationsbezogene Situationsanalysen: Lebenszyklusanalyse, Means-End-Analyse, Zielgruppenanalyse, Persona-Konzept, Netzwerkanalyse, Imageanalyse, Positionierungsanalyse.
 - Ausgewählte verhaltenswissenschaftliche und kommunikationspsychologische Ansätze: S-R- und S-O-R-Modell, aktivierende und kognitive Prozesse, klassische Konditionierung.
 - Entscheidungsorientierte Ansätze: Planungsprozess der Kommunikation, Marktreaktionsfunktionstypen, Managementansatz der integrierten Kommunikation, Besonderheiten der Strategieentwicklung für die verschiedenen Kommunikationsinstrumente.
 - Heuristische und analytische Ansätze der Kommunikationsbudgetierung.
 - Methoden der Intermedia- und der Intramediaselektion.
 - Methoden zur Messung psychologischer Wirkungen, Einsatz von Tracking-Methoden zur Kommunikationserfolgskontrolle
- **Quantitativ-empirische Methoden** (*Vergleichende statistische, mathematische Methode, Datenanalyse*): Auswertung empirischer Studien, z.B. zur Mediennutzung ausgewählter Zielgruppen. Media- und Strukturanalysen mit ausgewählten Online-Planungstools und Markt-Media-Studien.
 - **Qualitativ-interpretative Methoden** (*Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen*): Fallstudien und Praxisprojekte, Einsatz der SINUS-Milieus zur Zielgruppenplanung.

Lehr- und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht / Übungen
- Selbstgesteuertes Lernen / Gruppenarbeiten
- Gastvorträge / Praxisprojekte

Literatur:

- Bruhn, M., Kommunikationspolitik + Übungsbuch.
- Bruhn, M., Esch, F.-R. & Langner, T., Handbuch Instrumente der Kommunikation
- Egans, J., Marketing Communications.
- Fuchs, W. & Unger, F., Management der Marketing-Kommunikation.
- Kloss, I., Werbung. Handbuch für Studium und Praxis
- Kreuzer, R.T., Praxisorientiertes Online-Marketing.
- Kroeber-Riel, W. & Esch, F.-R., Strategie und Technik der Werbung.
- Schweiger, G. & Schrattenecker, G., Werbung.

Aktuelle Literaturempfehlungen werden in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Modulnr.	MM.2		
Titel	Konsumgütermarketing und Marktforschung		
Verwendbarkeit	Vertiefendes Wissen über Marketingentscheidungen von Konsumgüterherstellern und die praktische Anwendung von Marktforschung im Rahmen des Konsumgütermarketing.		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	Wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	5. Semester oder 6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen	Keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Marketing – Grundlagen
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	Keine
ErstprüferIn	Prof. Dr. Susanne Wigger-Spintig / Michael Schmid		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Werner Thieme		
DozentInnen	Prof. Dr. Susanne Wigger-Spintig / Michael Schmid		

Lernziele / Kompetenzen:

Die Studierenden kennen die Spezifika von Konsumgütermärkten und beherrschen die Grundlagen des strategischen und operativen Konsumgütermarketing. Sie verstehen die Zusammenhänge der Marketingplanung, Marktanalyse, insbesondere der quantitativen Marktforschung, sowie die praktische Umsetzung der Planung. Die Studierenden sind der Lage eigenständig typische Entscheidungsprobleme in Konsumgütermärkten zu lösen und konkrete Handlungsempfehlungen abzuleiten.

Inhalte:

- Grundlagen des Konsumgütermarketing
- Verhalten der Konsumenten
- Marktanalyse - Informationsbezogene Perspektive
- Zentrale Erkenntnisobjekte der Marktforschung in Konsumgütermärkten
 - Datenerhebung
 - Datenanalyse
- Strategische Perspektive
 - Formulierung von Marketingzielen
 - Auswahl und Bewertung von Marketingstrategien
- Operative Perspektive – Marketing Mix
- Implementationsbezogene Perspektive
- Führungsbezogene Perspektive

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):*
 - Marktprognosen
 - Käuferverhaltensmodelle

- Produktlebenszyklusmodelle
- Marktreaktionsmodelle
- Semantische Differentiale
- *Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
 - Bivariate Analysen (z.B. Korrelationsanalyse, Kontingenzanalyse)
 - Multivariate strukturentdeckende Verfahren (z.B. Faktorenanalyse, Clusteranalyse, Multidimensionale Skalierung)
 - Multivariate strukturprüfende Verfahren (z.B. Regressionsanalyse, Varianzanalyse, Diskriminanzanalyse)
- *Qualitativ-Interpretative Methoden (Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*
 - Fokusgruppen / Gruppendiskussionen
 - Tiefenexploration / Leitfadeninterview

Lehr- und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht / Diskussion
- Fallbeispiele / Übungen / Gruppenarbeit
- Selbstgesteuertes Lernen / Erfahrungslernen / Experimente

Literatur:

- Homburg, C., Marketingmanagement, (aktuellste Auflage)
- Becker, J.: Marketing-Konzeption (aktuellste Auflage)
- Kuss, A./Eisend, M.: Marktforschung (aktuellste Auflage)
- Backhaus, K./Erichson, B./Plinke, W./Weiber, R.. Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung. (aktuellste Auflage).
- Vertiefungsliteratur (wird in der Vorlesung bekannt gegeben)

Modulnr.	MM.3		
Titel	Digital Retail and Service Marketing		
Verwendbarkeit	Studiengänge mit betriebswirtschaftlicher Ausrichtung		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch / Englisch		
Semester	5. Semester oder 6. Smeester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 10 / 50*
Korrespondierende Veranstaltungen	Keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Marketing-Grundlagen, Tabellenkalkulation
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	alle
ErstprüferIn	Prof. Dr. Klaus Gutknecht		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Matthias Schlipf		
DozentInnen	Prof. Dr. Klaus Gutknecht, Lehrbeauftragte		

* Arbeitsbelastung in Stunden: Präsenz / Vor- und Nachbereitung / angeleitetes Selbststudium / Prüfungsvorbereitung und Prüfung

Lernziele / Kompetenzen:

Die Studierenden sind in der Lage, ein Thema im o.g. Modulbereich eigenständig zu erarbeiten und komprimiert aufzubereiten. Darüber hinaus können Sie die Qualität von Ausarbeitungen erkennen, die Inhalte verstehen, analysieren und anwenden. Die Themenstellungen beziehen sich schwerpunktmäßig auf typische Marketing-Instrumente im Bereich Digital Retail und Service sowie Nachhaltigkeit im Retail- und Service-Marketing.

Fach- und Methodenkompetenz:

- Marketing-Ziele setzen
- Modernes Marketing im Kontext der Stakeholder-Perspektiven interpretieren und analysieren, dabei die Perspektive der natürlichen Umwelt im Kontext der Nachhaltigkeit integrieren
- Innovative Business Modelle kennen
- Cross-Channel-Systeme analysieren
- Kundenwerte ermitteln können und Handlungsempfehlungen ableiten
- Digital Services entwickeln
- Produktprogramm-Entscheidungen (Sortiment und Preise) analysieren
- Verkaufsprozesse und Conversion über digitale Kanäle optimieren
- Marketing-Entscheidungen anhand von Fallbeispielen im Hinblick auf digitale Innovationskraft einerseits und Nachhaltigkeitsziele andererseits analysieren, reflektieren und bewerten

Selbstkompetenz:

- Recherche, Datenaufbereitung und Ergebnisbericht selbständig planen und umsetzen
- Wissenschaftliche Aussagen und Datenaufbereitungen verstehen, analysieren und anwenden können
- Ergebnisse wissenschaftlich im Text und im Vortrag präsentieren können

- Eigenes Konsumverhalten im Hinblick auf Nachhaltigkeit reflektieren (und ggf. verändern)

Sozialkompetenz

- In Kleingruppen zielorientiert zusammenarbeiten können
- Strukturiertes und systematisches Feedback geben können

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (z.B.: Forschungs- und Analysemodelle):*
 - Ökologische Auswirkungen des Konsums (stationär vs. Online-Handel)
 - Business Model Canvas
 - Kundenanalyse, Kundenbewertung und Beschreibung von Zielkundensegmenten (Personas etc.)
 - Analyse von Erfolgsfaktoren von E-Commerce- und Cross-Channel-Systemen
 - Analyse und Konzeption digitaler Produkte und Services
 - Technology Acceptance Model (TAM), UTAUT2 ff.
 - Lieferkettenbetrachtung, Konsumverhalten und Umweltauswirkungen
 - Verhaltenswissenschaftliche Analyse des Konsums im Kontext Nachhaltigkeit („Green Gap“), Digitalisierung als Beitrag zu nachhaltigerem Konsum
- *Quantitativ-Empirische Methoden (z.B.: Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
 - Marktanalyse im Kontext „Smart City“, Wachstumsprognosen E-Commerce
 - Wachstumsprognosen für Konsum
 - Kundenwertanalyse (Customer Lifetime Value)
 - Preiskalkulation
 - Produktprogramm-Analyse (Deckungsbeitragsanalyse etc.)
- *Qualitativ-Interpretative Methoden (z.B.: Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*
 - Literatursauswertung, Sekundärdatenanalyse

Lehr-und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht
- Selbstgesteuertes Lernen / Literaturarbeit
- Eigenständige Modellierung (Concept Maps, Excel-Modelle)
- Präsentationen
- Diskussion
- Fallbeispiele / Übungen / Gruppenarbeit
- Lernzielkontrollen (u.a. in Form von Multiple-Choice-Tests)

Literatur:

- Heinemann, G. et. al. (Hrsg.), Digitale Transformation oder digitale Disruption im Handel
- Heinemann, G., der neue Online-Handel, Springer: Wiesbaden
- Kotler et. al., Marketing 5.0: Technologie für die Menschheit
- Weitere aktuelle Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben

Marketingmanagement (MM) II

Modulnr.	MM.4		
Titel	BtB-Marketing & Sales Management		
Verwendbarkeit	Geschäfts-, Marketing- & Vertriebsmanagement		
Modultyp	Wahlpflicht Schwerpunkt		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	Wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	5 oder 6		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 20 / 40
Korrespondierende Veranstaltungen	Keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Marketing – Grundlagen
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	Keine
ErstprüferIn	Prof. Dr.-Ing. Matthias Schlipf		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Klaus Gutknecht		
DozentInnen	Prof. Dr.-Ing. Schlipf & Gastdozenten		

Lernziele / Kompetenzen:

Die Studierenden sind in der Lage, selbständig Grundlagen der B-to-B-Marketing- und Vertriebs-Konzepte zu entwickeln und im Unternehmenskontext anwenden zu können. Ein besonderes Augenmerk richtet sich hierbei auf den Aspekt (ökologische) Nachhaltigkeit bei der Leistungsvermarktung und den entsprechenden Geschäftsmodellen im BtB.

Angestrebte Lernergebnisse:

- Fachkompetenz:**
 Nach dem Besuch dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, nach unterschiedlichen Kriterien verschieden BtB Geschäfts- und Gütertypen zu identifizieren und hierfür passende grundlegende Marketingprogramme vorzuschlagen. Die Studierenden verstehen die Abläufe einer Produktdefinition und Produktentwicklung im BtB Unternehmenskontext und wissen um die Aufgaben und Verantwortungen der einzelnen Unternehmensabteilungen. Die Studierenden verstehen die Wichtigkeit der Realisierung von Vermarktung von Ressourceneffizienz, -konsistenz und –suffizienz. Die Studierenden verstehen die vertraglichen und kommerziellen Besonderheiten im BtB Sales Management.
- Methodenkompetenz:**
 Die Studierenden können qualitative und quantitative Methoden und Werkzeuge der Produktdefinition, -entwicklung und Markteinführung anwenden. Die Studierenden können Inputvariablen für die Rentabilität eines Neuprodukts oder eines Vertriebsprojekts identifizieren und die Rentabilität nach der Kapitalwertmethode berechnen.
- Selbstkompetenz:**
 Die Studierenden werden durch die kontinuierlichen Transfer Tasks und deren Präsentation im Rahmen der Lehrveranstaltung oder vor Gastreferenten befähigt, Sachverhalte selbstständig zu erschließen und sich eigenständig zu organisieren.
- Sozialkompetenz:**

Die Lehrveranstaltung befähigt die Studierenden dazu, die Fachinhalte adäquat zu verbalisieren und entsprechende Diskussionen mit Peers zu führen. Die Bearbeitung der Transfer Tasks in Kleingruppen schult die Fähigkeiten und Fertigkeiten der Studierenden im Hinblick auf das Kommunikations-, Kooperations- und Konfliktverhalten.

Inhalte:

- Besonderheiten von BtB Geschäften und deren Unterschiede zum BtC.
- Grundlegende BtB-Geschäfts- und Strategietypen.
- Trends im BtB-Geschäft.
- Situationsanalyse und Marketingprogramme nach den unterschiedlichen BtB Geschäftstypen.
- Produkt- und Technologiemanagement.
- Service-Modelle: Wartungsverträge, pay per use, Betreibermodelle etc.
- Grundlagen Sales Management.
- Ableitung von Buyer und Corporate Persona im BtB Kontext.
- Modelle und Werkzeuge in und für Verhandlungen.
- Kommerzielles und vertragliches Vorgehen im BtB Geschäft.
- Aspekt Nachhaltigkeit (ökologisch, ökonomisch und sozial) im B2B-Kaufprozess und zwischen Einkauf und Vertrieb.
- Nachhaltige B2B-Geschäftsmodelle mit Fokus auf Suffizienz-Marketing im B2B-Kontext.

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):*
Quality Function Deployment, CANVAS, Morphologie, Vertriebsstrukturanalyse, Kundensegmentierung, Lead-User Methode
- *Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
Kano-Methode, Korrelationen, Wirkungsanalysen, Clusteranalyse, Kapitelwertmethode, Sensitivitätsanalysen, Lebenszykluskostenberechnung
- *Qualitativ-Interpretative Methoden (Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*
ABC-Sales Modell, Metaanalysen, Experteninterviews, HIT-Strukturierung, Harvard-Verhandlungsmodell
- *Case Studies*

Lehr- und Lernmethoden:

Seminaristischer, interaktiver Unterricht, Bearbeitung und Anwendung von Praxis- und Fallbeispielen, fallbezogene Ausarbeitungen, Referate, Exkursionen und Transfer Tasks.

Literatur:

- Backhaus, K. & Voeth, M. (2015). Handbuch Business-to-Business-Marketing: Grundlagen, Geschäftsmodelle, Instrumente des Industriegütermarketing. Springer-Verlag.
- Backhaus K. & Voeth M. (2014). Industriegütermarketing: Grundlagen des Business-to-Business-Marketings. Vahlen Verlag.
- Braungart, M.; McDonough, W.: Cradle to Cradle: Einfach intelligent produzieren. Piper Verlag München, (2014).
- Chan Kim, W., Mauborgne, R. (2005). Blue Ocean Strategy, Expanded Edition: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant. Harvard Business Review Press.

- Hilker, C. (2017). Content Marketing in der Praxis. Ein Leitfaden - Strategie, Konzepte und Praxisbeispiele für B2B- und B2C-Unternehmen. Gabler Verlag.
- Homburg C. (2016). Marketingmanagement, Strategie - Instrumente - Umsetzung – Unternehmensführung. Springer Verlag.
- Kleinaltenkamp M. & Plinke W. (2002). Strategisches Business-to-Business-Marketing. Springer.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer. Campus Verlag.
- Pförtsch, W. & Godefroid, P. (2013). Business-to-Business-Marketing - Modernes Marketing für Studium und Praxis. NWB Verlag.
- Ploetner O. (2012). Counter Strategies in Global Markets. Springer Verlag.
- Porter M.E. (1998). Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. Free Press.
- Revella, A. (2015). Buyer Personas. How to Gain Insight into your Customer's Expectations, Align your Marketing Strategies, and Win More Business. Wiley Verlag.

Modulnr.	MM.5		
Titel	E-Commerce		
Verwendbarkeit	Studiengänge mit betriebswirtschaftlicher Ausrichtung		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	Wöchentlich
Lehrsprache	Englisch / Deutsch		
Semester	5. Semester oder 6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	40 / 20 / 20 / 80
Korrespondierende Veranstaltungen	Keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Marketing – Grundlagen
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	alle
ErstprüferIn	Prof. Dr. Klaus Gutknecht		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Matthias Schlipf		
DozentInnen	Prof. Dr. Klaus Gutknecht, Lehrbeauftragte		

Lernziele / Kompetenzen:

Die Studierenden sind in der Lage, die Besonderheiten des E-Commerce/E-Marketing zu verstehen und aktuelle Entwicklungen zu deuten. Die Teilbereiche des E-Commerce/E-Marketing können benannt und erklärt werden. In Kleingruppen können die Studierenden eine praxisorientierte Problemstellung im E-Commerce analysieren, die Daten aufbereiten und Handlungsempfehlungen ableiten. Alle Leistungen erfolgen in englischer Sprache.

Fach- und Methodenkompetenz:

- Online-Kaufverhalten und Customer Journeys analysieren und interpretieren
- Frontend-Design nutzerorientiert analysieren können (UX)
- Psychologische Grundlagen des Online-Kaufverhaltens kennen (PsyConversion),
- Tracking-Daten auswerten können
- Online-Marketing-Mix (Search, Display, Social etc.) analysieren können und Handlungsempfehlungen erarbeiten können
- Online-Marketing-Kampagnen konzipieren und umsetzen
- Performance-Kennzahlen analysieren und Optimierungsvorschläge erarbeiten können

Selbstkompetenz:

- Recherche, Datenaufbereitung und Ergebnisbericht selbständig planen und umsetzen
- Eigenständig die Grundlagen von Online-Marketing-Tools (z.B. im Suchmaschinenmarketing) erarbeiten können, unter Nutzung von Online-Selbstlerninhalten
- Ergebnisse (pyramidal) präsentieren können

Sozialkompetenz:

- In Kleingruppen zielorientiert zusammenarbeiten können
- Strukturiertes und systematisches Feedback geben können

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):*
 - *Analyse von Customer Journeys*
 - *Analyse der User Experience*
 - *Analyse der Nachhaltigkeit von Online-Shops*
 - *Analyse des Online-Marketing-Mix*
 - *Analyse von Performance-Daten*
- *Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
 - *Berechnung von KPI (Conversion Rates, Cost Revenue Ratio, Cost per Acquisition, Return on Marketing Investment etc.)*
 - *Online-Marketing-Mix-Optimierung und Budgetierung*
 - *Anwendung statistischer Verfahren der Datenanalyse (deskriptiv)*
- *Qualitativ-Interpretative Methoden (Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen): Fallstudien*

Lehr- und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht
- Selbstgesteuertes Lernen / Literaturarbeit
- Präsentationen
- Diskussion
- Fallbeispiele / Übungen / Gruppenarbeit
- Lernzielkontrollen (u.a. in Form von Multiple-Choice-Tests)

Literatur:

- Laudon, Traver, E-Commerce
- Chaffey et. al., Digital Marketing Excellence
- Heinemann, der neue Online-Handel
- Spreer, PsyConversion

Aktuelle Literaturempfehlungen werden in der Veranstaltung gegeben.

Modulnr.	MM.6		
Titel	Markenführung		
Verwendbarkeit	Grundlagenwissen für praktische Tätigkeiten im Markenmanagement		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	Wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch / Englisch		
Semester	5. Semester oder 6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50/40/40/20
Korrespondierende Veranstaltungen	Keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Marketing-Grundlagen
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	Alle
ErstprüferIn	Prof. Dr. Werner M. Thieme		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Susanne Wigger-Spintig		
DozentInnen	Prof. Dr. Werner M. Thieme		

Lernziele / Kompetenzen:

Die Studierenden verstehen die Grundlagen der Markenführung und können aktuelle Entwicklungen einordnen. Wichtige Inhalte der Markenforschung können benannt und erläutert werden. Die Studierenden sind ferner in der Lage, ein spezielles Thema im Rahmen einer Studienarbeit zu bearbeiten und zu reflektieren. Dafür ist die relevante Literatur zu recherchieren und auszuwerten und die Arbeit ist um eine anwendungsorientierte Perspektive zu ergänzen. Die Ergebnisse sind eigenständig zu bewerten und zu präsentieren. Die Studierenden erlernen so die betriebswirtschaftlichen Grundlagen der Markenführung und die Anwendung von Modellen und Methoden der Markenanalyse und werden befähigt, selbstständig eine Studienarbeit zu schreiben.

Inhalte:

- Markenverständnis und Rahmenbedingen der Markenführung
- Analyse- und Steuerungsebenen der identitätsbasierten Markenführung
- Planung und Umsetzung eines Brand Audits
- Strategien zum Markenaufbau und zur Markenpflege
- Planung und Umsetzung digitaler Markenstrategien
- Analyse und Bewertung von Markenkampagnen in ausgewählten Branchen
- Besonderheiten bei der Steuerung der verschiedenen Instrumente der Markenführung
- Markenbudgetierung und Markencontrolling

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- **Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):** Konzept der identitätsbasierten Markenführung, Ansatz zur Durchführung eines Brand Audits, Ansätze zur Erfassung und Bewertung der Markenidentität und des Markenimages, Markentreiberanalyse, Modelle zur Erklärung und Erfassung des Markenvertrauens und der Markenauthentizität, Modell zur Erfassung der Markennutzenarten und –ebenen, Markenpositionierungsmodelle, Markenkontaktpunktanalysen, Finanzwirtschaftliche und verhaltensorientierte Ansätze zur Markenbewertung.

- **Quantitativ-empirische Methoden** (*Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen*): Auswertung wissenschaftlicher Artikel und ggf. vorhandener empirisch gewonnener Daten.
- **Qualitativ-interpretative Methoden** (*Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen*): Bedarfsweise Durchführung von Experteninterviews, Fallbeispiele, Touch Point Analysen.

Lehr- und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht / Fallbeispiele / Übungen
- Gruppenarbeiten / Selbstgesteuertes Lernen
- Präsentation / Diskussion
- Gastvorträge von Referenten aus der Praxis

Literatur:

- Bauer, H.H., Huber, F. & Albrecht C.-M., Erfolgsfaktoren der Markenführung.
- Know-how aus Forschung und Management.
- Baumgarth, C., Markenpolitik.
- Burmann, C., Halaszovich, T., Schade, M. & Hemmann, F., Identitätsbasierte Markenführung.
- Domizlaff, H., Die Gewinnung des öffentlichen Vertrauens. Ein Lehrbuch der Markentechnik.
- Esch, F.-R., Strategie und Technik der Markenführung
- Gutjahr, G., Markenpsychologie.
- Keller, K.L., Strategic Brand Management
- Thieme, W.M. (Hrsg.), Luxusmarkenmanagement.

Aktuelle Literaturempfehlungen in der Veranstaltung.

Nachhaltigkeitsmanagement (NM) II

Modulnr.	NM.4		
Titel	Normativ-strategisches Nachhaltigkeitsmanagement II - Wirtschaftsethik		
Verwendbarkeit	Wirtschaftsethische Kompetenzen bilden im Nachhaltigkeitsmanagement eine fundamentale Grundlage für ausgewogene Entscheidungen, insbesondere bei Konflikten zwischen ökonomischen, ökologischen und sozialen Nachhaltigkeitszielen. In diesem Lehrmodul werden vor diesem Hintergrund Kompetenzen aufgebaut, um zentrale Fragestellungen im Bereich der Wirtschaft ethisch reflektieren, analysieren und entscheiden sowie Entscheidungen argumentativ begründen und kommunizieren zu können. Wirtschaftsethik wird hierbei als Kunst des guten Auskommens miteinander, d.h. im Einklang mit Gesellschaft und Natur im Rahmen des Nachhaltigkeitsmanagements verstanden.		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	Wöchentlich
Lehrsprache	deutsch		
Semester	5./6.		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen	Keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Keine
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	Beliebig
ErstprüferIn	LBA Michael Christoph Schmid		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Georg Zollner		
DozentInnen	LBA Michael Christoph Schmid		

Lernziele / Kompetenzen:

- Die Studierenden erwerben ein Verständnis und kritisches Bewusstsein für die - in einer zunehmend globalen, komplexen und kritischen Umwelt - zunehmende Relevanz der Reflexion und Bewertung von Entscheidungen und Verhalten von Wirtschaftsakteuren aus ethischer Perspektive.
- In diesem Kontext erwerben die Studierenden Kenntnisse, wie ethisch relevante Problemstellungen einer ethisch fundierten Analyse unterzogen werden können,
- sowie darauf aufbauend, wie ethisch reflektierte Entscheidungen zur Problembehandlung und -lösung getroffen werden können.
- Hierbei erwerben die Studierenden Kenntnisse in Bezug auf Möglichkeiten und Grenzen im Vergleich zu einer „konventionellen“ Management-Praxis in der Wirtschaft.
- Die Studierenden kennen die Grundprinzipien und Grundmodelle der Wirtschaftsethik und können diese an praktischen Fallbeispielen anwenden.
- Anhand konkreter Praxisbeispiele, Fallstudien sowie Kooperationsprojekten mit Unternehmen lernen die Studierenden Dilemmata in der Wirtschaft zu erkennen und sich mit ethischen Fragestellungen kritisch und lösungsorientiert auseinanderzusetzen.
- Der seminaristische Charakter der Veranstaltung ermöglicht den Studierenden, sich zu wirtschaftsethischen Problemstellungen in Diskussionen offen und fair auszutauschen, eigene ethisch

fundierte Standpunkte in Bezug auf betriebswirtschaftliche, ethisch reflektierte, mehrdimensional verantwortungsvolle Management-Entscheidungen zu gewinnen und diese argumentativ in Vorbereitung späterer Managementfunktionen in der Praxis zu vertreten.

Inhalte:

- Ethik als Teildisziplin der Philosophie
- Grundlagenbegriffe der Ethik sowie insbesondere der Wirtschaftsethik
- Theoretische Grundlagen, Modelle und Konzepte der Wirtschaftsethik
- Ethische Leitprinzipien einer stakeholderorientierten Unternehmensführung und Managementpraxis
- Analyse ökonomischer Probleme aus ethischer Perspektive
- Reflexion und Diskussion ökonomischer Probleme aus ethischer Perspektive
- Entscheidungsfindung zur Lösung ökonomischer Probleme aus ethischer Perspektive
- Kommunikation (von Dilemmata) ökonomischer Entscheidungen aus ethischer Perspektive
- Umsetzung von betriebswirtschaftlichen Maßnahmen (trotz Dilemmata) aus ethischer Perspektive

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

Modelle und Methoden der Analyse und Planung (Forschungs- und Analysemodelle):

- Vermittlung und Anwendung von Methoden der ethischen Fallanalyse und ethischen Stakeholder-Analysen
- Vermittlung und Anwendung von Methoden zur Erfassung von Werten im Kontext des Nachhaltigkeitsmanagements
- Vermittlung und Anwendung von Methoden der ethischen Argumentation sowie ethischer Entscheidungsfindung
- Vermittlung und Anwendung von auf die strategischen, institutionellen und personalen Komponenten der Wirtschaftsethik bezogenen Methoden zur Entwicklung von
 - Werte- und Kulturmanagement
 - Leitbildern, Code of Ethics, Code of Conducts, ethisch fundierter CSR-Strategien
 - ethische Sustainable Corporate Responsibility Check-Listen und Ethic Balanced Scorecards

Lehr- und Lernmethoden:

Seminaristischer Unterricht, praxisbezogenes, fallstudienorientiertes Lernen, Gruppenarbeiten/-Übungen, Diskussionen, Präsentation von Arbeitsergebnissen im Rahmen von Gruppen-Coachings mit Leistungs-Feedback, selbstgesteuertes Lernen, ggf. Gastvorträge von Referenten aus der Praxis.

Literatur (Beispiele):

- Beschorner, T. et al. (Hrsg.). (2020). *Wirtschafts- und Unternehmensethik*. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Bendixen, P. (2013). *Ethik und Wirtschaft: Über die moralische Natur des Menschen*. Wiesbaden: Springer VS.
- Erpenbeck, J. & Sauter, W. (2020). *Werteerfassung und Wertemanagement: Gezielte Werteentwicklung von Persönlichkeiten, Teams und Organisationen*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Kottmann, T. & Smit, K. (2014). *Führungsethik: Erkenntnisse aus der Soziobiologie, Neurobiologie und Psychologie für wertorientiertes Führen*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Meyer-Galow, E. (2020). *Business Ethik 3.0: Die neue integrale Ethik aus der Sicht eines CEOs*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Schwegler, R. (2008). *Moralisches Handeln von Unternehmen: Eine Weiterentwicklung des neuen St. Galler Management-Modells und der Ökonomischen Ethik*. Wiesbaden: Gabler.
- Schweidler, W. (2018). *Kleine Einführung in die Angewandte Ethik*. Wiesbaden: Springer.
- Werner, M. (2021). *Einführung in die Ethik*. Wiesbaden: J.B. Metzler.
- Wühle, M. (2015). *Die Moral der Märkte: Warum Ethik neu gedacht werden muss*. Wiesbaden: J.B. Metzler.

Die im jeweiligen Semester relevante Fachliteratur wird während der Vorlesung konkret benannt.

Modulnr.	NM.5		
Titel	Operatives Nachhaltigkeitsmanagement II - Aspekte der Nachhaltigkeit in den Bereichen Finanzmanagement, Rechnungswesen und Controlling sowie Steuern		
Verwendbarkeit	Studiengänge mit betriebswirtschaftlicher Ausrichtung		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	Seminar	Angebotsfrequenz	wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	5 oder 6		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 50 / 50 / 20*
Korrespondierende Veranstaltungen	Keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Keine
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	-
ErstprüferIn	Prof. Dr. Gutknecht		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Krischke		
DozentInnen			

* Arbeitsbelastung in Stunden: Präsenz / Vor- und Nachbereitung / angeleitetes Selbststudium / Prüfungsvorbereitung und Prüfung

Lernziele / Kompetenzen:

- Verstehen der Rolle des Finanzsystems als Katalysator für strukturelle Veränderung in einer Volkswirtschaft.
- Verstehen der Ursachen staatlicher Maßnahmen zur Förderung von Sustainable Finance und Erlernen der zentralen Regulierungsinstrumente zur Förderung der Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in finanzielle Entscheidungen.
- Erlernen potentieller Transmissionskanäle von Klimarisiken auf finanzielle Risiken wie Kredit- und Marktrisiken.
- Verständnis für die Implikationen der Materialisierung von Nachhaltigkeitsrisiken auf das Finanzsystem entwickeln.
- Erlernen ausgewählter Ansatzpunkte für die Integration von Nachhaltigkeitsrisiken in das Risikomanagement von Kreditinstituten.
- Förderung der Fähigkeit zur kritischen Auseinandersetzung mit der Motivation und Effektivität staatlicher Eingriffe in den Marktmechanismus hinsichtlich der Kapitalallokationsfunktion des Finanzsystems (insbesondere bzgl. der gewählten Regulierungsinstrumente zur Förderung der Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in finanzielle Entscheidungen).
- Entwicklung der Fähigkeit zur kritischen Differenzierung zwischen Ideologie-getriebenen und ökonomisch sinnvollen Staatseingriffen zur Förderung der Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in finanzielle Entscheidungen.
- Differenzierung zwischen traditionellem und nachhaltigem Controlling
- Erlernen der Umsetzung von Nachhaltigkeit im Controlling
- Erkennen der Möglichkeiten und Grenzen eines Nachhaltigkeitscontrolling im Unternehmen
- Verstehen des Sinnes und Zweckes der Berichterstattung zur Nachhaltigkeit

- Kennenlernen der gegenwärtigen und zukünftigen Anforderungen an die Nachhaltigkeitsberichterstattung (inklusive EU-Taxonomie-Verordnung) hinsichtlich Aufstellung und Prüfung
- Kennenlernen der relevanten Rahmenwerke für die Nachhaltigkeitsberichterstattung und kritische Würdigung der Standardisierungsbestrebungen
- Qualitative Einordnung und kritische Würdigung von Praxisbeispielen der Nachhaltigkeitsberichterstattung
- Verstehen von fiskalpolitischen Instrumenten der Umweltpolitik (Investitionsförderung, Besteuerung, Praxisbeispiele)
- Verstehen der Bedeutung von Nachhaltigkeit im Steuerrecht

Inhalte:

- Zum Wirtschaftssystem Kapitalismus aus finanzwirtschaftlicher Perspektive und Nachhaltigkeit
- Die Kapitalallokationsfunktion des Finanzsystems
- Finanzmärkte als Treiber struktureller Veränderungen
- Rechtfertigung von Staatseingriffen in den Markt
- Die Rolle der Nachhaltigkeit im Finanzsystem
- Regulierungsinstrumente zur Förderung von Sustainable Finance
- Integration von Nachhaltigkeit in das EU-Finanzsystem
- Sustainable Finance – Initiativen, Gremien und Standards
- Konzeption eines Nachhaltigkeitscontrolling
- Messung von Nachhaltigkeit anhand von Kennzahlen
- Interne und externe Nachhaltigkeitskommunikation
- Kalkulation auf Basis der Nachhaltigkeit
- Grundlagen der Berichterstattung zur Nachhaltigkeit
- Aufstellung, Prüfung und Analyse von Nachhaltigkeitsberichten
- Normativer Rahmen der Nachhaltigkeitsberichterstattung
- Nachhaltigkeit im Steuerrecht
- Fiskalpolitik und deren Instrumente in der Umweltpolitik

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- Analysen und Synthesen
- Datenanalysen
- Qualitativ-interpretative Methoden
- Präsentationen
- Simulation
- Dokumentarfilm, Gastvortrag
- Fallstudien

Modulnr.	NM.6		
Titel	Elective Projektstudium I/II		
Verwendbarkeit	Studiengänge mit betriebswirtschaftlicher Ausrichtung		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	Seminar	Angebotsfrequenz	wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	5 oder 6		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	60 / 20 / 50 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen	Keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Keine
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	-
ErstprüferIn	Prof. Dr. Verena Kaiser		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Dominik Hammer		
DozentInnen	Prof. Dr. Lars Brehm, Prof. Dr. Christian Greiner, Prof. Dr. Dominik Hammer, Prof. Dr. Verena Kaiser		

Lernziele / Kompetenzen:

Die Studierenden lernen erfolgreiche nachhaltige (in Bezug auf ökonomische, ökologische und soziale Nachhaltigkeit) Geschäftsmodelle, Startups und Unternehmen kennen. Sie sind in der Lage, existierende Geschäftsmodelle nachhaltiger auszurichten und Geschäftsideen für neue nachhaltige Lösungen zu entwickeln. Gemeinsam mit Praxispartnern arbeiten die Studierenden an einer definierten Challenge.

Neben diesen fachlichen Fähigkeiten können die Studierenden an einigen wichtigen sozialen und kommunikativen Kompetenzen arbeiten. Durch Teamarbeit in Kleingruppen werden sie ihre Teamfähigkeit verbessern. Durch Diskussion untereinander und mit relevanten Stakeholdern wird die Kommunikationsfähigkeit erhöht. Schließlich feilen die Studierenden in der Abschlusspräsentation an ihren Präsentationsfähigkeiten.

Inhalte:

- Nachhaltige Geschäftsmodelle entlang der drei Säulen Umwelt, Gesellschaft, Wirtschaftlichkeit
- Case Studies
- Real Projects
- Begleitende Coaching Sessions für Modularbeit
- Abschlusspräsentationen

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- Modelle und Methoden der Analyse (Literatur- und Internetrecherche zu ausgewählten Unternehmen)
- Qualitativ-interpretative Methoden (Experteninterviews mit Unternehmensvertretern)

Lehr-und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht
- Fallstudienbearbeitung
- Action-based Learning
- Coaching

Literatur:

- Miller/ Spoolman (2018): Living in the Environment, Cengage.
- Osterwalder/ Pigneur (2010): Business Model Generation, Wiley.
- Ernst/ Sailer/ Gabriel (Hg.) (2021): Nachhaltige Betriebswirtschaft, utb.
- Ahrend (2016): Geschäftsmodell Nachhaltigkeit, Springer Gabler.
- Aagard/ Lüdeke-Freund/ Wells (2021): Business Models for Sustainability Transitions – How Organisations Contribute to Societal Transformation, Palgrave Macmillan.

Rechnungswesen (RE)

Modulnr.	RE.1		
Titel	Einzelabschluss nach HGB und IFRS		
Verwendbarkeit	Dieses Modul ist fachliche Voraussetzung für eine Tätigkeit im Rechnungswesen (sowie auch für weiterführende Masterstudiengänge im Bereich Finanzen/Bilanzierung)		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	5. Semester oder 6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen	RC.2 Konzernrechnungslegung und -berichterstattung RC.3 Jahresabschlussanalyse, Wirtschaftsprüfung und Corporate Governance	Erforderliche Vorkenntnisse	Bilanzierung und Jahresabschluss
Leistungsnachweis	SchrP	Zugelassene Hilfsmittel	HGB, IFRS-Texte
ErstprüferIn	Prof. Dr. Rodt		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Schwarzmann		
DozentInnen	Prof. Dr. Rodt, Prof. Dr. Schwarzmann, Lehrbeauftragte		

Lernziele / Kompetenzen:

Nach dem Besuch des Moduls sind die Studierenden in der Lage, Geschäftsvorfälle nach den Regeln der nationalen und internationalen Rechnungslegung sachgerecht zu verbuchen und zu bilanzieren, Jahresabschlüsse nach den Regeln der nationalen und internationalen Rechnungslegung aufzustellen sowie Unterschiede zwischen nationaler und internationaler Rechnungslegung zu erkennen und Überleitungen von der nationalen auf die internationale Rechnungslegung und umgekehrt vorzunehmen. Sie bearbeiten Problemstellungen aus dem Bereich der nationalen und internationalen Bilanzierung eigenständig auf Grundlage entsprechender Fallstudien und Praxisbeispiele. Die Studierenden können sich insbesondere in den Übungseinheiten in kleineren Gruppen über die zu behandelnden Problemstellungen austauschen. Durch den Besuch dieses Moduls erkennen die Studierenden die Notwendigkeit eines Zusammenspiels von bilanziellen Aspekten und betriebswirtschaftlichem Verständnis.

Inhalte:

Die im nationalen Bilanzrecht und in den internationalen Bilanzierungsstandards verankerten Grundsätze werden umfassend dargestellt, verglichen und kritisch gewürdigt. Die im 1. Semester erworbenen Kenntnisse in Buchhaltung und Bilanzierung nach HGB werden als Vergleichsgrundlage für die IFRS-Rechnungslegungsstandards herangezogen und weiter vertieft.

Zunächst erfolgt eine Einführung in die Grundlagen und die Prinzipien der internationalen Rechnungslegung sowie ihren institutionellen Rahmen. Die Inhalte der nach IFRS erforderlichen

Rechenwerke Bilanz, Gesamtergebnisrechnung, Kapitalflussrechnung und Eigenkapitalveränderungsrechnung werden erarbeitet und anhand realer Beispiele illustriert.

Darauf aufbauend werden in Orientierung am Bilanzgliederungsschema die nationalen und internationalen Bilanzierungsregeln der bedeutendsten Positionen dargestellt und anhand zahlreicher Beispiele weiter vertieft:

- Sachanlagen und immaterielles Vermögen
- Latente Steuern
- Vorratsvermögen und langfristige Fertigungsaufträge
- Finanzinstrumente
- Eigenkapital
- Fremdkapital

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):*
 - Auslegung von Rechtsnormen
 - Analyse von Geschäftsberichten
- *Quantitativ-empirische Methoden:*
 - Empirische Analyse angewandter Bilanzierung
- *Qualitativ-Interpretative Methoden:*
 - Interpretation von Lösungen im Sachkontext
 - Diskussionen

Lehr- und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht
- Diskussion, Fallbeispiele
- Übungen
- Gruppenarbeit

Literatur:

- Buchholz, R.: Internationale Rechnungslegung, aktuelle Auflage, Berlin.
- Coenenberg, A. G. / Haller, A. / Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, aktuelle Auflage, Stuttgart.
- Kirsch, H.: Einführung in die internationale Rechnungslegung nach IFRS, aktuelle Auflage, Herne.
- KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft (Hrsg.): IFRS visuell, aktuelle Auflage, Stuttgart.
- Pellens, B. / Fülbier, R.U. / Gassen, J. / Sellhorn, T.: Internationale Rechnungslegung, aktuelle Auflage, Stuttgart
- Steiner, E./ Orth, J. / Schwarzmann, W.: Jahresabschluss und Konzernabschluss nach HGB und IFRS – Übungsbuch

Modulnr.	RE.2		
Titel	Konzernrechnungslegung und -berichterstattung		
Verwendbarkeit	Dieses Modul ist fachliche Voraussetzung für eine Tätigkeit im Konzernrechnungswesen (sowie auch für weiterführende Masterstudiengänge im Bereich Finanzen / Bilanzierung).		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	5. Semester oder 6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50/40/40/20
Korrespondierende Veranstaltungen	RC.1 Einzelabschluss nach HGB und IFRS, RC.3 Jahresabschlussanalyse, Wirtschaftsprüfung und Corporate Governance	Erforderliche Vorkenntnisse	Bilanzierung und Jahresabschluss
Leistungsnachweis	SchrP	Zugelassene Hilfsmittel	HGB, IFRS-Texte
ErstprüferIn	Prof. Dr. Schwarzmann		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Rodt		
DozentInnen	Prof. Dr. Schwarzmann / Prof. Dr. Rodt		

Lernziele / Kompetenzen:

Die Studierenden sind in der Lage, Konzernabschlüsse nach nationalen und internationalen Rechnungslegungsgrundsätzen zu erstellen, zu interpretieren und zu analysieren. Sie bearbeiten Problemstellungen der Konsolidierung und Konzernrechnungslegung eigenständig auf Grundlage entsprechender Fallstudien und Praxisbeispiele. Die Studierenden können sich insbesondere in den Übungseinheiten in kleineren Gruppen über die zu behandelnden Problemstellungen austauschen. Durch den Besuch dieses Moduls erkennen die Studierenden die Notwendigkeit eines Zusammenspiels von bilanziellen Aspekten (Konzernrechnungslegung) und betriebswirtschaftlichem Verständnis.

Die Studierenden verfügen über die für die Tätigkeit im Rechnungswesen eines Unternehmens bzw. bei einer Wirtschaftsprüfungsgesellschaft erforderlichen grundlegenden Kenntnisse im Bereich der Konzernrechnungslegung nach HGB und IFRS.

Inhalte:

- Grundlagen und Grundsätze der Konzernrechnungslegung
 - Betriebswirtschaftliche und rechtliche Grundlagen
 - Aufstellungspflicht
 - Konsolidierungskreis
 - Vereinheitlichung der Einzelabschlüsse
 - Währungsumrechnung
 - Organisation der Konzernabschlusserstellung, Softwareunterstützung
- Methoden und Techniken der Konzernabschlusserstellung
 - Kapitalkonsolidierung

- Schuldenkonsolidierung
- Eliminierung von Zwischenerfolgen
- Aufwands- und Ertragskonsolidierung
- Quoten- und Equity-Konsolidierung
- latente Steuerabgrenzung
- Lagebericht, Anhang und Ergänzungsrechnungen (Kapitalflussrechnung, Segmentberichterstattung, Eigenkapitalveränderungsrechnung)
- Prüfung von Konzernabschlüssen
- Nichtfinanzielle Berichterstattung

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):*
 - Konzernbilanzanalyse
 - Analyse von Geschäftsberichten
- *Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
Quantitative Ermittlung und Analyse von Kennzahlen, Kennzahlenvergleich unterschiedlicher Unternehmen
- *Qualitativ-Interpretative Methoden (Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*
Experteninterviews (Wirtschaftsprüfungsgesellschaften)

Lehr- und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht
- Diskussion, Fallbeispiele
- Übungen
- Gruppenarbeit

Literatur:

Detaillierte Literaturhinweise erfolgen in der Veranstaltung. Literaturauswahl:

- Baetge, J./Kirsch, H.-J./Thiele, S.: Konzernbilanzen, aktuelle Auflage, Düsseldorf.
- Baetge, J./Kirsch, H.-J./Thiele, S. (Hrsg.): Übungsbuch Konzernbilanzen, aktuelle Auflage, Düsseldorf.
- **Coenberg, A. G. u.a.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, aktuelle Auflage, Stuttgart**
- Steiner, E./Orth, J./Schwarzmann, W.: Konzernrechnungslegung nach HGB und IFRS, Stuttgart.
- Steiner, E./Orth, J./Schwarzmann, W.: Jahresabschluss und Konzernabschluss nach HGB und IFRS – Übungsbuch, Stuttgart.

Modulnr.	RE.3		
Titel	Jahresabschlussanalyse, Wirtschaftsprüfung und Corporate Governance		
Verwendbarkeit	Dieses Modul ist fachliche Voraussetzung für eine Tätigkeit insbesondere im Bereich Wirtschaftsprüfung (sowie auch für weiterführende Masterstudiengänge im Bereich Finanzen / Bilanzierung / Wirtschaftsprüfung)		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	5. Semester oder 6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50/40/40/20
Korrespondierende Veranstaltungen	RC.1 Einzelabschluss nach HGB und IFRS RC.2 Konzernrechnungslegung und -berichterstattung	Erforderliche Vorkenntnisse	Bilanzierung und Jahresabschluss
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	HGB, IFRS-Texte,
ErstprüferIn	Prof. Dr. Rodt		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Schwarzmann		
DozentInnen	Prof. Dr. Rodt / Prof. Dr. Schwarzmann		

Lernziele / Kompetenzen:

Die Studierenden verstehen und beurteilen die Corporate Governance eines Unternehmens als institutionellem Rahmen zur Sicherstellung der Ordnungsmäßigkeit der Finanzberichterstattung. Als Grundlage hierfür analysieren und vergleichen die Studierenden veröffentlichte Jahresabschlussberichte verschiedener Unternehmen anhand deren Struktur und unterschiedlicher Kennzahlen. Sie analysieren reale Fälle der Bilanzmanipulation als Beispiele für mangelhafte Corporate Governance. Sie verstehen und beurteilen die im Unternehmenskontext bestehenden Agency-Konflikte und lernen das komplexe Netz an Institutionen kennen, die der Sicherstellung der Qualität der Finanzberichterstattung dienen sollen. Ein besonderer Schwerpunkt wird hierbei auf das Interne Kontrollsystem an sich sowie die Jahresabschlussprüfung durch den Wirtschaftsprüfer gelegt. Zudem lernen die Studierenden das Thema der Corporate Social Responsibility als weiteren Teilbereich der Corporate Governance kennen. In diesem Kontext analysieren die Studierenden ausgewählte veröffentlichte Nachhaltigkeitsberichte verschiedener Unternehmen.

Inhalte:Grundlagen der Corporate Governance

- Corporate Governance und Agency-Theorie
 - Rechtliche und institutionelle Rahmenbedingungen mit Einfluss auf Führungsentscheidungen eines Unternehmens
 - Möglichkeiten und Grenzen von Regelungen für die Unternehmensleitung und -überwachung
- Jahresabschlussanalyse

- Aufbereitung von Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang
- Ergebnisanalyse anhand von Erfolgskennzahlen
- Rentabilitätsanalyse
- Investitions-/Vermögensstrukturanalyse
- Finanzierungs-/Kapitalstrukturanalyse
- Liquiditätsanalyse anhand von Liquiditätsgraden, Cashflow und Kapitalflussrechnung
- Sonstige Verfahren und Ansätze zur Jahresabschlussanalyse
- Bilanzmanipulationen: Ursachen, Muster und Gegenmaßnahmen

Wirtschaftsprüfung

- Zielsetzung der Jahresabschlussprüfung
- Der risikoorientierte Prüfungsansatz
- Planung der Jahresabschlussprüfung: Entwicklung einer Prüfungsstrategie und eines Prüfungsprogramms
- Prüfung des internen Kontrollsystems
- Aussagebezogene Prüfungshandlungen
- Prüfungsbericht und Bestätigungsvermerk

Corporate Social Responsibility (CSR) und Nachhaltigkeit

- Theoretische Grundlagen der CSR und der Nachhaltigkeitsberichterstattung
- Rechtliche und institutionelle Rahmenbedingungen der Nachhaltigkeitsberichterstattung
- Praxis der Nachhaltigkeitsberichterstattung – Best-Practice-Beispiele

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):*
 - Vergleichende Analyse verschiedener Geschäftsberichte (Finanzberichterstattung und Nachhaltigkeitsberichterstattung)
 - Agency-Theorie
- *Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
Quantitative Berechnung und Analyse von bilanziellen Größen und Kennzahlen;
Stichprobentheorie, Benford's Law
- *Qualitativ-Interpretative Methoden (Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*
Interpretation von Lösungen im Sachkontext, Diskussion; Experteninterviews
(Wirtschaftsprüfungsgesellschaften)

Lehr-und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht
- Diskussion, Fallbeispiele
- Übungen
- Gruppenarbeit

Literatur:

- Wagenhofer, A. / Ewert, R.: Externe Unternehmensrechnung, aktuelle Auflage, Heidelberg.
- Koch, C.: Corporate Governance case by case, aktuelle Auflage, Frankfurt am Main.
- Institut der Wirtschaftsprüfer (Hrsg.): Praxisleitfaden Governance, Risk und Compliance, Düsseldorf.
- Theis, J.: Nachhaltigkeitsberichterstattung in der Praxis, Anwendung im DAX 30, Düsseldorf.
- Mallin, Christine A.: Corporate Governance, aktuelle Auflage, Oxford.

- Coenenberg, A.: Jahresabschluss u. Jahresabschlussanalyse, aktuelle Auflage, Schäffer-Poeschel
- Förtschle, G./Peemöller, V. (Hrsg.): Wirtschaftsprüfung und Interne Revision, aktuelle Auflage, Heidelberg.
- Graumann, M.: Wirtschaftliches Prüfungswesen, aktuelle Auflage, Herne.
- Institut der Wirtschaftsprüfer (Hrsg.): IDW Prüfungsstandards (IDW PS), IDW Stellungnahmen zur Rechnungslegung (IDW RS), IDW Standards (IDW S), IDW Prüfungs- und IDW Rechnungslegungshinweise (IDW PH und IDW RH), aktueller Stand, Düsseldorf
- Institut der Wirtschaftsprüfer (Hrsg.): Wirtschaftsprüfer Handbuch, 2 Bände, aktuelle Auflage, Düsseldorf.
- Küting, K.H., Weber, C.P., Becker, C.: Die Bilanzanalyse: Beurteilung von Abschlüssen nach HGB und IFRS, aktuelle Auflage, Schäffer-Poeschel
- Marten, K.-U./Quick, R./Ruhnke, K.: Wirtschaftsprüfung, aktuelle Auflage, Stuttgart.

Vorlesungsbegleitendes Skriptum / weitere aktuelle Literaturhinweise in der Veranstaltung.

Steuern (ST) I

Modulnr.	ST.1		
Titel	Steuerbilanz, Gewerbesteuer und IFRS		
Verwendbarkeit	Basis aller steuer- und wirtschaftsberatenden Studienausrichtungen sowie der Fachbereiche Controlling, Finanzierung, Rechnungslegung, Wirtschaftsprüfung		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	Seminar	Angebotsfrequenz	wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	5. Semester oder 6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen	keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Steuerliche und handelsrechtliche Grundlagen (Fächer 3.1 und 1.3)
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	Steuergesetze, Steuerrichtlinien, HGB, Erlasse, IFRS
ErstprüferIn	Prof. Dr. Huber-Jahn		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Ruhnke		
DozentInnen	Prof. Dr. Huber-Jahn		

Lernziele / Kompetenzen:

Nach dem Besuch dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, die Steuerbilanz eines Einzelunternehmens, einer Personengesellschaft und einer Kapitalgesellschaft selbständig inklusive der Berechnung der Gewerbesteuer zu erstellen. Sie analysieren und lösen eigenständig Probleme der Bilanzierung nach HGB, EStG und IFRS und der Gewerbesteuer anhand der gesetzlichen Regelungen. Sie sind in der Lage, verantwortungsbewusst Entscheidungen für die Bilanzierung zu treffen und anzuwenden. Die Studierenden erarbeiten, insbesondere in den Übungseinheiten in kleineren Gruppen Problemstellungen. Nach Absolvierung dieses Moduls erkennen die Studierenden die Notwendigkeit eines Zusammenspiels von steuerrechtlichen Fertigkeiten und betriebswirtschaftlichem Verständnis.

Inhalte:

- Bilanzierung und Besteuerung der Unternehmen
- Sonderprobleme der Bilanzierung nach HGB, IFRS und EStG und Überleitung von Handelsbilanz, IFRS und Steuerbilanz
- Bilanzoptimierung durch Bilanztaktik und Bilanzpolitik
- Steuerliche Gestaltung im Jahresabschluss
- Steuerliche Optimierung betrieblicher Prozesse
- Steuerliche Aspekte bei der Rechtsformwahl und des Rechtsformwechsels des Unternehmens
- Grundzüge der Gewerbesteuer
- Fallstudien zum Bilanzsteuerrecht (HGB, IFRS, EStG) und zur Gewerbesteuer

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- **Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):**

- Subsumtion
- **Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):**
 - Vorteilhaftigkeitsanalysen bei Gestaltungsmöglichkeiten
 - Vergleichsberechnungen
- **Qualitativ-Interpretative Methoden (Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):**
 - Experteninterview und -vorträge
 - Diskussion

Lehr- und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht / Diskussion / Moderation
- Fallbeispiele / Bearbeitung von Fallstudien / Praxisbeispiele / Gruppenarbeiten / Vorträge / Gastreferenten aus der Praxis.
- Exkursion (z.B. BFH; Finanzministerium; Münchner Steuertag;
- Multimedialer Einsatz: Beamer / Internet / Flipchart / Videos

Literatur:

- Coenenberg, A. G. /Haller, A. /Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse (Schäfer/Pöschel Verlag), aktuelle Auflage
- Falterbaum, H. /Beckmann, H. /Bolk, W.: Grüne Reihe. Bd. 10, Buchführung und Bilanz (Fleischer Verlag), Achim, aktuelle Auflage
- Hayn, S./Graf Waldersee, G./Benzel, U.: HGB-BilMoG/Steuerbilanz im Vergleich (Schäfer/Pöschel Verlag), aktuelle Auflage
- Meyer, C.: Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht (NWB-Verlag), aktuelle Auflage
- Spangenmacher, K.: Grüne Reihe. Gewerbesteuer, Bd. 5 (Fleischer Verlag), Achim, aktuelle Auflage
- Stobbe, T.: Steuern kompakt, aktuelle Auflage
- Sicherer, K: Bilanzierung im Handels- und Steuerrecht. Gabler Verlag aktuelle Auflage
- Vollmuth H.J.: Bilanzen richtig lesen, verstehen, gestalten (Haufe Verlag) aktuelle Auflage
- Wöhe, G.: Bilanzierung und Bilanzpolitik, München, aktuelle Auflage
- Förtschle, G. et al.: Beck'scher Bilanzkommentar, Handels- und Steuerbilanz, §§238 bis 339, 342 bis 342e HGB mit IFRS- Abweichungen, aktuelle Auflage, München.
- Horschitz, H. et al.: Bilanzsteuerrecht und Buchführung, aktuelle Auflage, Stuttgart.
- Maus, G.: Steuern und Finanzen in Ausbildung und Praxis / Bilanzsteuerrecht und Buchführung, aktuelle Auflage, Weil im Schönbuch.
- Prinz, U.: NWB Praxishandbuch Bilanzsteuerrecht, aktuelle Auflage, Herne.
- Federmann, R.: Bilanzierung nach Handelsrecht, Steuerrecht und IAS/IFRS: Gemeinsamkeiten, Unterschiede und Abhängigkeiten, aktuelle Auflage, Berlin.
- Steuergesetze, -richtlinien, -erlasse, aktuelle Auflage

Weitere Angaben erfolgen aufgrund der Aktualität in der Veranstaltung. (Ständige Gesetzesänderungen machen hier eine flexible Handhabung erforderlich)

Modulnr.	ST.2		
Titel	Besteuerung der Rechtsformen		
Verwendbarkeit	Basis aller steuer- und wirtschaftsberatenden Studienausrichtungen, Controlling, Rechnungswesen, Finanzierung		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	Wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	5. Semester oder 6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen	Keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Steuerliche Grundlagen und Besuch der Veranstaltung 3.1
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	Gesetze, Richtlinien
ErstprüferIn	Frau Prof. Dr. Ingrid Huber-Jahn		
ZweitprüferIn	Frau Dr. Katrin Dorn		
DozentInnen	Frau Prof. Dr. Ingrid Huber-Jahn, Frau Dr. Katrin Dorn		

Lernziele / Kompetenzen

In der Veranstaltung werden die Besteuerung der Körperschaften und der Personengesellschaften vermittelt und deren Umsetzung auf konkrete Sachverhalte geübt. Die Studierenden sind in der Lage, grundsätzliche Probleme der rechtsformabhängigen Besteuerung zu erkennen, zu lösen und dabei sowohl Rechtsprechungs- als auch Verwaltungsmeinung vergleichend zu würdigen. Sie können die Besteuerung der Rechtsformen wertend beurteilen und auf dieser Basis zielorientierte Grundlagen für die Rechtsformwahl aus betriebswirtschaftlicher Sicht legen.

Sie können sorgfältig mit den Rechtsvorschriften umgehen und sind in der Lage fachbezogene Entscheidungen zu treffen.

Der sprachliche Ausdruck wird sowohl im Gutachten- wie auch im Aufsatzstil gefördert.

Inhalte

- Überblick über die persönliche Körperschaftsteuerpflicht.
- Ermittlung des zu versteuernden Einkommens für die Körperschaftsteuer unter Berücksichtigung aktueller Verwaltungsanweisungen und aktueller Rechtsprechung
- Vertiefung der Grundsätze der Transparenzbesteuerung
- Erstellung von Sonderbilanzen und Sonder-GuV
- Ergänzungsbilanzen und deren Anwendungsbereich
- Abgrenzung zwischen Eigenbetrieb und Beteiligung an Personengesellschaften
- Mehrstöckige Personengesellschaften
- Umgang mit Rechtsprechung auf Ebene der Finanzgerichte und des BFH
- Vergleich der Steuerbelastung der Rechtsformen

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):
 - Subsumtion

- Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):
 - Vorteilhaftigkeitsanalysen bei steuerlichen Wahlrechten
 - Vergleichsberechnungen zur Rechtsformwahl
- Qualitativ-Interpretative Methoden (Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):
 - Experteninterview
 - Diskussion

Lehr- und Lernmethoden

- Seminaristischer Unterricht

Literatur

- „Steuer und Studium“, NWB Verlag Herne
- „NWB“, NWB Verlag Herne
- „Deutsches Steuerrecht“, Beck Verlag München
- BMF v. 08.12.2011, BStBl 2011, S. 1279
Zweifelsfragen zur Überführung und Übertragung von einzelnen Wirtschaftsgütern nach § 6 Abs. 5 EStG
- Scheffler, Wolfram
Besteuerung von Unternehmen I: Ertrag-, Substanz- und Verkehrssteuern, C. F. Müller, Heidelberg 2012, 12. Auflage
- Scheffler, Wolfram
Besteuerung von Unternehmen III: Steuerplanung, C. F. Müller, Heidelberg 2010, 1. Auflage
- Schneeloch, Dieter
Betriebswirtschaftliche Steuerlehre Band 1: Besteuerung, Vahlen, München 2011, 6. Auflage
- Jacobs/Scheffler: Unternehmensbesteuerung und Rechtsform, aktuelle Auflage

Aktuelle Aufsätze und Rechtsprechung lt. Angabe in der Veranstaltung

Modulnr.	ST.3		
Titel	Internationale Aspekte der Unternehmensbesteuerung		
Verwendbarkeit	Basis aller steuer- und wirtschaftsprüfenden Studiaausrichtungen, Controlling, Rechnungswesen		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	Seminar	Angebotsfrequenz	wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	5. Semester oder 6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen	keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Grundkenntnisse Steuern (Fach 3.1) – paralleler Besuch ST.2
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	Alle Gesetze und Steuerrichtlinien
ErstprüferIn	Prof. Dr. Kießling		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Scharl		
DozentInnen	Prof. Dr. Kießling, Prof. Dr. Scharl		

Lernziele / Kompetenzen:

Die Studierenden sind in der Lage, die Grundprobleme der grenzüberschreitenden Einkunfts- und Umsatzerzielung aus steuerlicher Sicht erkennen, bearbeiten und optimieren zu können.

Es werden die nationalen und supranationalen Vorschriften der grenzüberschreitenden Besteuerung vermittelt, so dass die Studierenden auf dieser Basis konkrete Fallstellungen bearbeiten und tragfähige Lösungen entwickeln können.

Es ergibt sich hieraus die Fähigkeit komplexe Situationen schriftlich klar und eindeutig zu formulieren. Aus dem lösungsorientierten Ansatz erlernen die Studierenden sowohl die Reflexion bisher vermittelter Kompetenzen als auch eine entscheidungsorientierte Handlungsweise. Die Studierenden sind in der Lage, Handlungsempfehlungen in Gestaltungsfällen zu geben.

Inhalte:

- Steuergesetzliche Regelungen der grenzüberschreitenden Einkunftszielung in Einkommensteuer und Körperschaftsteuer
- Außensteuergesetz
- Doppelbesteuerungsabkommen und
- EU-Richtlinien
- Umsatzsteuergesetz und Umsatzsteueranwendungserlass

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:**Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):**

- Subsumtion
- Belastungsrechnungen

Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):

- Investitionsvergleiche national/international und rechtsformabhängig

Qualitativ-Interpretative Methoden (Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):

- Auslegung steuerrechtlicher Vorschriften (wörtlich, teleologisch)
- Diskussion
- Experteninterviews

Lehr- und Lernmethoden:

- Selbstgesteuertes Lernen
- Seminaristischer Unterricht / Diskussion
- Fallbeispiele/Übungen/Gruppenarbeit

Literatur:

- Steuergesetze neuste Aufl.
- Steuerrichtlinien neuste Aufl.
- „Steuer und Studium“, Zeitschrift NWB Verlag Herne
- „NWB“, Zeitschrift NWB Verlag Herne
- „Deutsches Steuerrecht“, Zeitschrift Beck Verlag München
- Grawe/Karg/Walden: Umsatzsteuer, aktuelle Auflage
- Wilke/Weber, Lehrbuch „Internationales Steuerrecht“, NWB-Verlag, neueste Auflage
- Brähler, Gernot, Lehrbuch „Internationales Steuerrecht“, Springer Gabler, Wiesbaden, neueste Auflage

Weitere Angaben erfolgen aufgrund der Aktualität in der Veranstaltung. (Ständige Gesetzesänderungen machen hier eine flexible Handhabung erforderlich)

Steuern (ST) II

Modulnr.	ST.4		
Titel	Abgabenordnung und anwendungsorientierte Fallstudien		
Verwendbarkeit	Erweiterung und Spezialisierung für alle Führungsaspekte im Bereich Steuern und Wirtschaftsprüfung sowie Rechnungswesen		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	Seminar	Angebotsfrequenz	wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen	Keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Grundkenntnisse Steuern (Besuch Fach 3.1)
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	Gesetze, Richtlinien
ErstprüferIn	Dr. Uwe Schildknecht		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Eva Kießling		
DozentInnen	Dr. Uwe Schildknecht		

Lernziele / Kompetenzen:

Nach dem Besuch der Veranstaltung haben die Studierenden die Fähigkeit, zollrechtliche Problemstellungen in der beruflichen Praxis zu erkennen und zu lösen. Des Weiteren erwerben sie Grundkenntnisse des Steuerverfahrensrechts und des allgemeinen Steuerschuldverhältnisses. Sie vertiefen die Fähigkeit in unbekanntem Sachthemen Kenntnisse zu erwerben und wenden steuerjuristische Grundkenntnisse in neuen Gebieten an. Das Erarbeiten neuer Inhalte vertieft und erweitert die Arbeitstechniken. Die Studierenden erkennen die Motivationen unterschiedlicher Parteien und finden für deren Interessen an Hand der gesetzlichen Vorschriften angemessene Lösungen.

Inhalte:

- Zollrechtliche Pflichten bei Ein- und Ausfuhr von Waren
- Zollverfahren und Zollbefreiungsmöglichkeiten
- Einreihung von Waren in den Zolltarif
- Regelungen der Präferenzabkommen/Freihandelsabkommen
- Überblick zu Exportkontrollbestimmungen (AWG, AWV, Dual Use VO)
- Grundlagen des Besteuerungsverfahrens
- Steuerschuldverhältnisse.
- aktuelle Problem aus der Praxis
- Steuerstrafrecht und anhand von konkreten Beispielen die praktische Bedeutung insbesondere bei Betriebsprüfungen erläutert.

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):*
Subsumtion

- *Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
Vergleichsrechnungen bei Handlungsalternativen
- *Qualitativ-Interpretative Methoden (Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*
Diskussion, Experteninterview

Lehr- und Lernmethoden:

- Seminar
- Fallorientierte Gruppenarbeit

Literatur:

- Witte/Wolfgang, Lehrbuch des europäischen Zollrechts, NWB-Verlag
- Wolfgang Jakob, Abgabenordnung, 5., überarbeitete Auflage 2010, C.H.BECK ISBN 978-3-406-59852-4
- Lammerding / Scheel / Brehm, Abgabenordnung und FGO, 16. Auflage 2012, ISBN 978-3-8168-1026-1

Weitere Angaben erfolgen aufgrund der Aktualität in der Veranstaltung. (Ständige Gesetzesänderungen machen hier eine flexible Handhabung erforderlich)

Modulnr.	ST.5		
Titel	Umwandlungssteuer und Erbschaftsteuer		
Verwendbarkeit	Basis aller steuer- und wirtschaftsprüfenden Studiaausrichtungen, Unternehmensberatung		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	Seminar	Angebotsfrequenz	wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	75 / 20 / 35 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen	Keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Steuerliche Grundlagen, Fach 3.1, ST. 2
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	Alle Gesetze und Steuerrichtlinien
ErstprüferIn	Prof. Dr. Ingrid Huber-Jahn		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Eva Kießling		
DozentInnen	Prof. Dr. Ingrid Huber-Jahn, Prof. Dr. Eva Kießling		

Lernziele / Kompetenzen:

Teil Erbschaftsteuer:

Nach dem Besuch dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, aktuell geltende erbschafts- und schenkungssteuerlichen Regelungen zu analysieren und zu bewerten. Sie bearbeiten anhand von Praxisfällen erbschaftsteuerliche Sachverhalte sowie überschneidende Sachverhalte zur vorweggenommenen Erbfolge natürlicher Personen und erarbeiten auf Basis gesetzlicher Regelungen entsprechende Lösungen. Die Studierenden können -insbesondere in den Übungseinheiten in kleineren Gruppen- Problemstellungen erarbeiten. Nach Absolvierung des Moduls erlernen die Studierenden Fragestellungen der erbschafts- und schenkungssteuerlichen Bewertung selbständig durchzuführen und die Ergebnisse angemessen zu präsentieren, auch in Form von selbsterstellten Videotutorials. Die Studierende sind zudem in der Lage die aktuelle wissenschaftliche Diskussion zu Gesetzesänderungen/-entwürfe im Bereich der Einkommensteuer und Erbschaftsteuer zu bewerten, zu analysieren, zu beurteilen.

Teil Umwandlungssteuer:

Den Studierenden werden die Grundlagen des Umwandlungsrechts sowie des Umwandlungssteuerrechts vermittelt sowie in der tatsächlichen Anwendung anhand von praxisorientierten Fallgestaltungen nahegebracht. Anschließend sind die Studierenden in der Lage, Umwandlungen gesellschaftsrechtlich und steuerrechtlich zu planen, umzusetzen und deren Auswirkungen zu erörtern. Sie erkennen und beurteilen dabei die Wechselwirkungen zwischen betriebswirtschaftlichen Zielen, rechtlichen Rahmenbedingungen sowie steuerlichen Implikationen.

Inhalte:

Teil: Erbschaftsteuer:

- Problemfelder des Erbschaft- und Schenkungssteuerrechts
- Erbschaftsteuerliche Bewertung und Steuerverschonung mit Unternehmensvermögen

- Fallstudien zu erbschaftsteuerlichen Sachverhalten und Gestaltungsmöglichkeiten bei vorweggenommener Erbfolge

Teil: Umwandlungssteuerrecht:

- Einbringung eines Betriebs, Teilbetriebs oder Mitunternehmeranteils in eine Personen- oder Kapitalgesellschaft
- Formwechsel aus oder in die Rechtsform der Kapitalgesellschaft
- Umwandlung einer Kapitalgesellschaft in ein Einzelunternehmen, eine Personengesellschaft oder in eine andere Kapitalgesellschaft.
- Spaltung von Kapitalgesellschaften

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle)*
 - Subsumtion
 - Bewertungsmodelle
- *Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
Vergleichsrechnungen und –analysen bei Handlungsalternativen
- *Qualitativ-Interpretative Methoden (Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*
Diskussion, Experteninterview, Anwendung in Praxisfällen

Lehr- und Lernmethoden:

- Seminar/ Diskussion/ Moderationbeispiele/ Fallbearbeitung/ Präsentation/Praxisbeispiele/ Guppenarbeit/ Vorträge/ Gastreferenten/ Exkursionen
- Multimedialer Einsatz: Beamer, Internet, Videos
- Erarbeitung von Videotutorials

Lehr- und Lernmethoden:

- Seminar
- Fallorientierte Gruppenarbeit

Literatur:

- Steuergesetze, -richtlinien, - erlasse, neueste Auflage
- Haas, R./ Heil, M.: Erbrecht, Erbschaftssteuer, Schenkungsteuer, aktuelle Auflage
- Scheller, S. / Zeifelder, B.: Erbschaftsteuer, Schenkungsteuer, aktuelle Auflage
- Stobbe, T.: Steuern kompakt, aktuelle Auflage
- Schmidt, L. (Hrsg.): Einkommensteuergesetz (EStG) Kommentar, aktuelle Auflage, München.
- Moench, D.: Erbschaftssteuerrecht, aktuelle Auflage
- Brüggemann, G./Stirnberg, M.: Erbschaftsteuer/Schenkungssteuer (Grüne Reihe), aktuelle Auflage.
- Lehrbuch Umwandlungssteuerrecht, Bern Junge, NWB-Verlag
- Fallsammlung Umwandlungssteuerrecht, Ott/Weber, NWB-Verlag

Weitere Angaben erfolgen aufgrund der Aktualität in der Veranstaltung. (Ständige Gesetzesänderungen machen hier eine flexible Handhabung erforderlich)

Modulnr.	ST.6		
Titel	Praxis der Steuerberatung		
Verwendbarkeit	Basis für alle steuerberatenden und wirtschaftsprüfenden Berufe; Erweiterung für den Schwerpunkt Rechnungswesen und Controlling		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	Deutsch	Angebotsfrequenz	Wöchentlich, teilweise geblockt
Lehrsprache	Projektstudium		
Semester	6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen	keine	Erforderliche Vorkenntnisse	Fach 044, ST.1, ST. 2, ST.3
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	Gesetze, Richtlinien, Rechtsprechung (für den Teil Fallstudien)
ErstprüferIn	Prof. Dr. Kießling		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Scharl		
DozentInnen	Prof. Dr. Scharl, Prof. Dr. Kießling		

Lernziele / Kompetenzen:

Teil Fallstudien:

Gegenstand der Veranstaltung ist die Hinführung der Studierenden zur wissenschaftlichen Arbeit in steuerrechtlichen Fragestellungen sowie die Erlangung der Fähigkeit, sich mit kontrovers diskutierten Themen eigenständig auseinanderzusetzen. Die Studierenden erarbeiten im Rahmen einer kurzen Seminararbeit anhand aktueller höchstrichterlicher Rechtsprechung spezifische steuerliche Probleme, erläutern dabei das Spektrum der vertretenen Meinungen und erlernen auf diesem Weg die Art und Weise der Rechtsfortbildung auf dem Gebiet des Steuerrechts. Gleichzeitig entwickeln sie die Fähigkeit, wissenschaftliche Arbeiten auf dem Gebiet des Steuerrechts zu erstellen.

Die Studenten entwickeln sich hinsichtlich der zu bewältigenden Aufgaben in Richtung Steuerberatung und Steuergestaltung

Es wird trainiert, konstruktiv an komplexen Problemen ohne eindeutige Lösung zu arbeiten und sich Literatur und Rechtsprechung eigenständig zu erschließen.

Durch eigenständiges Bearbeiten von Praxisbeispielen wird das Fachwissen vertieft und dessen Anwendung sowie analytisches Denken trainiert

Teil Existenzgründungsberatung:

Nach dem Besuch dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, die wesentlichen Fragestellungen von Existenzgründern an ihren steuerlichen Berater herauszufinden und ihre Relevanz für den unternehmerischen Erfolg eines Startups zu bewerten.

Die Studierenden erarbeiten im Rahmen einer kurzen Seminararbeit ausgewählte Themenbereiche. Dabei erörtern sie typischerweise auftretende Probleme und stellen Lösungsansätze vor.

Im Rahmen von Präsentationen diskutieren die Studierenden die Ergebnisse und suchen gemeinsam nach Optimierungsmöglichkeiten.

Durch den Besuch des Moduls erkennen die Teilnehmer die Notwendigkeit des Einsatzes fachübergreifender Beratungsansätze durch Steuerberater bei der Begleitung von Existenzgründern.

Inhalte:

Teil Fallstudien:

- Inhalte aktueller Rechtsprechung
- Interdependenzen steuerlicher Regelungen in Praxisfällen
- Wissenschaftliches Arbeiten in steuer(-rechtlichen) Themen
- Kenntnis und Beobachtung steuerjuristischer Entscheidungsprozesse

Teil Existenzgründungsberatung:

- Möglichkeiten und Grenzen der Existenzgründungsberatung durch steuerliche Berater
- Typische Fallstricke bei Unternehmensgründungen
- Steuerliche Aspekte der Existenzgründungsberatung
- Betriebswirtschaftliche Aspekte der Existenzgründungsberatung
- Rechtliche Aspekte der Existenzgründungsberatung

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse: Forschungs- und Analysemodelle, Subsumtion*
Analyse und Anwendung von Rechtsprechungsentwicklungen
Auslegungsanalysen
Anwendung praxisrelevanter betriebswirtschaftlicher Modelle (u.a. Benchmarking, SWOT-Analyse)
- *Quantitativ-Empirische Methoden: Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen*
Betriebswirtschaftliche Analyse von steuerlichen Gestaltungsentscheidungen
Empirische Analyse des Existenzgründungsmarktes in Deutschland
Empirische Analyse gescheiterter Existenzgründungen
- *Qualitativ-Interpretative Methoden:*
Befragungen, Experteninterviews im Rahmen von Gastvorträgen
Diskussion

Lehr- und Lernmethoden:

- Projektstudium/ Diskussion/ Moderation
- Selbstgesteuertes Lernen durch Erarbeitung und Analyse der Rechtsprechung
- Fallbeispiele/ Fallbearbeitung/ Fallstudien/ Praxisbeispiele/ Übungen/ Gastreferenten
- Multimedialer Einsatz: Beamer/ Internet/ Flipchart /Videos
- Erarbeitung von Präsentationen

Literatur:

- Plum, Geherer, Schmidt, Existenzgründung für Hochschulabsolventen, aktuelle Auflage
- Aktuelle Veröffentlichungen der Steuerberaterkammer zum Thema Existenzgründungsberatung
- Deutsche Gesetze
- Weitere Literaturangaben erfolgen aufgrund der Aktualität in der Veranstaltung.

Supply Chain Innovation (SI)

Modulnr.	SI.1		
Titel	Internationale Beschaffung		
Verwendbarkeit	Erweiterungen und Vertiefungen im Kompetenzbereich Produktion und Logistik / Supply Chain Management		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	SU	Angebotsfrequenz	Semester
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch		
Semester	5. Semester oder 6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen	SI.2, SI.3	Erforderliche Vorkenntnisse	Produktions- und Logistikmanagement
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	Werden in Vorlesung bekannt gegeben
ErstprüferIn	Prof. Dr. Dipl.-Wirtsch.-Ing. Dirk A. Weber		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Florian Kleemann		
DozentInnen	Ggf. alle Lehrenden der Vertiefung Supply Chain Management		

Lernziele / Kompetenzen:

Die Studierenden lernen und vertiefen Grundlagen strategischer, taktischer und operativer Einkaufsprozesse. Das vermittelte Grundverständnis baut auf einer strategischen Einkaufskonzeption auf und orientiert sich an den Besonderheiten einer internationalen Beschaffung („Global Sourcing“). Durch den Besuch dieses Moduls können die Studierenden die behandelten Einkaufsprozesse in der Praxis umsetzen bzw. anwenden sowie einen Beitrag zu deren Weiterentwicklung bei der Nutzung in Unternehmen leisten. Zudem werden methodische Kompetenzen, z. B. in Marktforschung oder Führen von Verhandlungen vermittelt.

Inhalte:

Exemplarisch

- Grundlagen der strategischen Beschaffung
- Überblick über Einkaufsprozessebenen und –Aufgaben
- Grundlagen der Einkaufsorganisation und internationale Sonderformen
- Inhalte und Bewertung eines „Global Sourcing“
- Erarbeitung internationaler Besonderheiten zentraler Einkaufsprozesse

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

Exemplarisch

- Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle): Nutzung ausgewählter betriebswirtschaftlicher Instrumente, z. B. Nutzwertanalyse
- Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen): Exemplarische Nutzung von mathematisch-statistischer Lieferantenauswahlmethoden
- Qualitativ-Interpretative Methoden (Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen): Interpretation von Sachtexten und Fallbeispielen sowie deren Diskussion

Lehr-und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht
- Fallbeispiele / Simulationen / Übungen / Gruppenarbeit

Literatur (exemplarisch):

- Kerkhoff, G. (2005): Zukunftschance Global Sourcing, Weinheim: Wiley
- Kleemann, F. C. (2012): Global Sourcing, Saarbrücken: VDM
- Lun, Y. H.; Lai, K.H.; Cheng, T. C. E. (2010): Shipping and Logistics Management, London: Springer
- Lysons, K./ Farrington, B. (2012): Purchasing and Supply Chain Management, Harlow: Pearson
- Trent, R. J. (2007): Strategic Supply Management, Plantation: J. Ross Publishing
- Van Weele, A.; Eßig (2016): Strategische Beschaffung, Wiesbaden: Springer

Modulnr.	SI.2		
Titel	Nachhaltiges Supply Chain Management		
Verwendbarkeit	Erweiterungen und Vertiefungen im Kompetenzbereich Produktion und Logistik / Supply Chain Management		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	SU	Angebotsfrequenz	Semester
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch		
Semester	5. Semester oder 6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen	SP.1-3 SI.1, SI.2	Erforderliche Vorkenntnisse	Produktions- und Logistikmanagement
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	Werden in Vorlesung bekannt gegeben
ErstprüferIn	Prof. Dr. André Krischke		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Florian Kleemann		
DozentInnen	Ggf. alle Lehrenden der Vertiefung Supply Chain Management		

Lernziele / Kompetenzen:

Das Thema Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility (CSR) wird bereits seit geraumer Zeit im Kontext des Supply Chain Management diskutiert. Es gibt bereits eine Reihe von Anwendungsfällen in den verschiedenen Bereichen des Supply Chain Managements, wobei häufig die Thematik als Kosten- oder Risikotreiber betrachtet wird. Aus betriebswirtschaftlicher Sicht ist jedoch die Frage zu beantworten ob, und wenn ja wie man aus diesen Ansätzen einen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil erzeugen kann.

Inhalte:

- Einführung in das Konzept der Nachhaltigkeit/CSR
- Identifikation der Anwendungsfälle auf das SCM
- Fallstudien zu Nachhaltigkeit/CSR im Transport und Lagerwirtschaft
- Fallstudien zur Nachhaltigkeit/CSR in der Produktgestaltung
- Fallstudien zur Nachhaltigkeit/CSR in der Produktion
- Fallstudien Nachhaltigkeit/CSR in der Beschaffung/Einkauf
- Zusammenhang zu Risiko und Resilienz in der Supply Chain
- Abschließende Bewertung und Ausblick

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):* Ausgewählte analytische Methoden zur Strukturmodellierung in Distributionsnetzwerken, z.B. Bullwhip-Effekt
- *Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):* Grundlagen ausgewählter Rechenmethoden zur Lösung von Problemen der Transportlogistik (z. B. Frachtkostenkalkulation, Routenplanung)
- *Qualitativ-Interpretative Methoden (Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):* Interpretation von Problembeschreibungen und Lösungen im Sachkontext und Diskussionen von Fallbeispielen

Lehr-und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht
- Fallbeispiele / Simulationen / Übungen / Gruppenarbeit

Literatur:

- Grant, David B et al.: Sustainable Logistics and Supply Chain Management, Kogan 2013
- Manners-Bell: Supply Chain Ethics - Using CSR and Sustainability to Create Competitive Advantage, Kogan 2017
- D'heur, Michael: CSR und Value Chain Management: Profitables Wachstum durch nachhaltig gemeinsame Wertschöpfung, Springer 2013
- Chopra, S. (2012): Supply Chain Management, New Jersey.
- Simchi-Levi, D. et al. (2008): Designing and Managing the Supply Chain, McGraw Hill
- Weitere Literatur wird in der Vorlesung bekannt gegeben

Modulnr.	SI.3		
Titel	Supply Chain Management und Digitalisierung		
Verwendbarkeit	Erweiterungen und Vertiefungen im Kompetenzbereich Produktion und Logistik / Supply Chain Management		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	SU	Angebotsfrequenz	Semester; Wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch		
Semester	5 oder 6		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen	SP.1-3 SI.1, SI.2	Erforderliche Vorkenntnisse	Produktion- und Logistikmanagement
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	Werden in Vorlesung bekannt gegeben
ErstprüferIn	Prof. Dr. Florian Kleemann		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. André Krischke		
DozentInnen	Prof. Dr. Florian Kleemann, Ronja Frühbeis		

Lernziele / Kompetenzen:

Nach dem Besuch dieses Moduls kennen die Studierenden zentrale Grundlagen des Digital Business Management im Allgemeinen und können dies auf die Teilbereiche Supply Chain Managements übertragen sowie spezifische Geschäftsmodelle hierin analysieren.

Die Studierenden werden aufgrund des didaktischen Vorgehens in die Lage versetzt, sich eigenständig in Themengebiete einzuarbeiten und anfallende Herausforderungen eigenständig zu organisieren sowie Lösungsvorschläge zu erarbeiten und zu bewerten. Durch Präsentationen von Ergebnissen wird auch die kommunikative Kompetenz vertieft.

Zudem werden die Studierenden mit ausgewählten thematischen Bezügen (agile Projektmanagementmethoden, Geschäftsmodellanalyse...) befähigt, fachübergreifend anwendbare Methoden anzuwenden. Dadurch wird auch eine gezielte Vorbereitung auf weitere wissenschaftliche Studien- und Abschlussarbeiten ermöglicht.

Inhalte:

Beispielhafte Inhalte:

- Grundlagen, z. B.:
 - Definition und Betrachtung von globalen Megatrends (z. B. Urbanisierung, Digitalisierung...)
 - Unterscheidung von Digitalisierung und Industrie 4.0
 - Einordnung digitalisierter Geschäftsmodelle
 - Kerntechnologien der Digitalisierung (z. B. Big Data, Künstliche Intelligenz, Blockchain...)
 - ...
- Auswirkungen der Digitalisierung im Einkauf als Teilgebiet des SCM, z. B.
 - Autonome Bestellprozesse
 - Smart Sourcing (Lieferantensuche, Ausschreibungen, Verhandlungen...)
 - Digitales Lieferantenmanagement
 - Innovationsmanagement und Digitalisierung

- Risiko- und Nachhaltigkeitsmanagement sowie Resilienz
- ...
- Auswirkungen der Digitalisierung in der Logistik als Teilgebiet des SCM, z. B.
 - Autonomer Transport
 - Technologiegestützte Kommissionierung
 - Intelligentes Behältermanagement
 - Simulation von Netzwerken
 - Big Data in Prognosemodellen
 - ...
- Auswirkungen der Digitalisierung in der Produktion als ergänzendem Teilgebiet des SCM, z. B.
 - Virtual Reality in der Fabrikplanung
 - Smart Factory
 - Mensch-Maschine-Interaktion
 - Agile Robotik
 - 3D-Druck
 - ...
- Ggf. vertiefende Themen im Bereich des digitalen Projektmanagements (z. B. agile Methoden im SCM-Umfeld) oder Führung im digitalen Zeitalter (z. B. Personalanforderungen oder Führungsmodelle im digitalen SCM-Umfeld)

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):* Ausgewählte analytische Methoden zur Strukturierung von Liefernetzwerken (z. B. SCOR-Modell) oder Geschäftsmodellen (z. B. *Business Model Canvas*)
- *Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):* Grundlagen und Potentiale von „Big Data Analytics“, Nutzwertanalysen...
- *Qualitativ-Interpretative Methoden (Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):* Interpretation von Problembeschreibungen und Lösungen im Sachkontext und Diskussionen von Fallbeispielen

Lehr- und Lernmethoden:

- *Seminaristischer Unterricht*
- *Fallbeispiele / Simulationen / Übungen / Gruppenarbeit*

Literatur:

- Bauernhansl, T./Hompel, M. ten/Vogel-Heuser, B. (Hrsg.) (2014): *Industrie 4.0 in Produktion, Automatisierung und Logistik: Anwendung - Technologien - Migration*, Wiesbaden: Springer
- Bousonville, T. (2017): *Logistik 4.0: Die digitale Transformation der Wertschöpfungskette*, Wiesbaden: Springer
- Kleemann, F. C./Glas, A. H. (2020): *Einkauf 4.0. Digitale Transformation der Beschaffung*, Wiesbaden: Springer
- Kreutzer, R. T./Neugebauer, T./Pattloch, A. (2016): *Digital Business Leadership*, Wiesbaden: Springer

Ergänzend z.B.:

- Brettel, M./Friedrichsen, N./Keller, M./Rosenberg, M. (2014): *How Virtualization, Decentralization and Network Building Change the Manufacturing Landscape: An Industry 4.0 Perspective*, in: *International Journal of Mechanical, Aerospace, Industrial and Mechatronics Engineering*, Vol. 8, S. 37–44
- Gehrke, L./Bonse, R./Henke, M. (2016): *Towards a management framework for the digital transformation of logistics and manufacturing*

Supply Chain Prozesse (SP)

Modulnr.	SP.1		
Titel	Beschaffungslogistik und Supply Management		
Verwendbarkeit	Erweiterung und Vertiefung im Kompetenzbereich Supply Chain Management		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	Seminaristischer Unterricht	Angebotsfrequenz	Wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	5. Semester oder 6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen	Keine	Erforderliche Vorkenntnisse	3.4 Produktions- und Logistikmanagement
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	
ErstprüferIn	Prof. Dr. Florian Klug		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Florian Kleemann		
DozentInnen	Prof. Dr. Florian Klug		

Lernziele / Kompetenzen:

Nach dem Besuch der Veranstaltung verfügen die Studierenden über Kenntnisse zur Planung, Steuerung und Kontrolle der Material- und Informationsflussbeziehungen im Beschaffungsbereich zwischen Lieferanten und Hersteller. Anhand von ausgewählten Kernmodulen der Beschaffungslogistik und des Supply Managements werden betriebswirtschaftliche Problemstellungen eigenständig oder in Form von Übungseinheiten in kleineren Gruppen bearbeitet und anschließend präsentiert. Hierbei bilden Fallstudien, Prozesssimulationen (Beer Game), Videosequenzen sowie Experteninterviews die Basis. Durch den Besuch dieses Moduls erkennen die Studierenden die Aufgaben der unterschiedlichen Partner in der Beschaffungslogistik sowie die Abgrenzung von logistischen und einkaufsrelevanten Aufgaben im Rahmen des Supply Managements.

Inhalte:

- Bullwhip-Effekt
- Inbound-Transportmanagement
- Logistikdienstleister- und Frachträger-Management
- Lieferantenintegration
- Logistikplanung im Produktentstehungsprozess
- Sourcing Strategien
- Standardanlieferkonzepte
- Strategischer Einkauf im Produktentstehungsprozess
- Behältermanagement

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):*
 - Prozesssimulation „MIT Beer Game“
 - Prozessbeschreibungen mittels Ablaufdiagramme und Prozesskettenmodelle

- *Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):*
 - Statische Behälterbedarfsberechnung mittels Sicherheitsaufschlag
 - Umlaufzeitanalyse mittels Logistikkettenmodell
 - Monte-Carlo Simulation zur Berechnung des Behälterbedarfs
 - Verpackungsoptimierung mittels Simulationssoftware
- *Qualitativ-Interpretative Methoden (Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):*
 - Interpretation von Lösungen im Sachkontext
 - Diskussion von Experteninterviews

Lehr- und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht / Diskussion
- Fallbeispiele / Übungen / Gruppenarbeit

Literatur:

- Harrison, A./ van Hoek, R.: Logistics Management and Strategy: Competing through the Supply Chain , 5. Auflage, FT Prentice Hall, 2014
- Klug, F.: Logistikmanagement in der Automobilindustrie – Grundlagen der Logistik im Automobilbau, 2. Auflage, Springer Verlag, Berlin 2018
- Schulte, Ch.: Logistik – Wege zur Optimierung der Supply Chain, 7. Auflage, Verlag Vahlen, München 2016

Modulnr.	SP.2		
Titel	Operations und Supply Chain Management		
Verwendbarkeit	Erweiterungen und Vertiefungen im Kompetenzbereich Produktion und Logistik / Supply Chain Management		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	SU	Angebotsfrequenz	Semester
Lehrsprache	Deutsch		
Semester	5. Semester oder 6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen	SP.1, SP.3	Erforderliche Vorkenntnisse	Produktions- und Logistikmanagement
Leistungsnachweis	ModA	Zugelassene Hilfsmittel	Werden in Vorlesung bekannt gegeben
ErstprüferIn	Prof. Dr. Steffen Steinicke		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. Florian Kleemann		
DozentInnen	Ggf. alle Lehrenden der Vertiefung Supply Chain Management		

Lernziele / Kompetenzen:

Nach dem Besuch dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, die wesentlichen Grundlagen und Besonderheiten der Leistungserstellung vorzugsweise im Service zu verstehen und ausgewählte, fortgeschrittene Methoden zur Gestaltung von Wertschöpfungssystemen anzuwenden. Die Studierenden erwerben Kenntnisse über ausgewählte betriebswirtschaftliche, qualitative und quantitative Methoden zur Gestaltung von Wertschöpfungssystemen in Unternehmen und können diese im Rahmen spezieller Problemstellungen anwenden. Die Studierenden werden befähigt, mögliche Methoden zur Lösung der Problemstellung auszuwählen, sich selbstgesteuert anzueignen und zur Lösung der Problemstellung anzuwenden. In dieser Phase werden die Projektteams fachlich und methodisch gecoacht, reflektieren dabei ihre eigenen Fähigkeiten und können so effektiv am Projekterfolg arbeiten. Die Studierenden werden befähigt, mögliche Methoden zur Lösung der Problemstellung auszuwählen, sich selbstgesteuert anzueignen und zur Lösung der Problemstellung anzuwenden. In dieser Phase werden die Projektteams fachlich und methodisch gecoacht, reflektieren dabei ihre eigenen Fähigkeiten und können so effektiv am Projekterfolg arbeiten. Die Studierenden arbeiten in kleinen Projektteams und tauschen sich so über die zu behandelnden Problemstellungen und deren Lösungsansätze aus. Sie sind in der Lage, die Projektergebnisse zielgruppenadäquat zu präsentieren.

Inhalte:

Die Studierenden lernen dafür beispielsweise

- Wertschöpfungsnetzwerke
- Customer Journeys
- Service-Prozesse
- professionelle Kundeninteraktion
- Nachfrageprognose
- Materialbedarfsplanung
- Termin- und Kapazitätsplanung
- Lieferanten-/ Partnerauswahl
- ggf. jeweils aktuelle Themen des Operations Managements

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):
 - Service Blueprinting
 - Customer Journey Analyse
 - Nutzwertanalyse
 - ABC-Analyse ggf. XYZ-Analyse
 - Target Costing
- Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):
 - Exponentielle Glättung 1. und 2. Ordnung
 - Lineare und gemischt-ganzzahlige Optimierung
 - Warteschlangentheorie und Little's Law
 - Heuristische Verfahren zur Layoutplanung
- Qualitativ-Interpretative Methoden (Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):
 - Interviews
 - Beobachtungen
 - Brainstorming, Brainwriting und andere Methoden zum systematischen Sammeln und Verdichten von Ideen

Lehr- und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht
- Projektbasiertes Lernen
- Selbstgesteuertes Lernen / Erfahrungslernen
- E-Learning

Literatur:

- Wirtz, J.: Winning in Service Markets - Success through People, Technology and Strategy, 2017
- Thonemann, U.: Operations Management, 2015
- Fließ, S.: Dienstleistungsmanagement – Kundenintegration gestalten und steuern, 2009
- Haller, S.: Grundlagen - Konzepte – Instrumente, 2015
- Fitzsimmons, J.A./ Fitzsimmons M. L.: Service Management: Operations, Strategy, Information Technology, 2018
- Johnston, Robert; Clark, Graham: Service Operations Management – Improving Service Delivery, 2012
- Slack, Nigel et al.: Operations and Process Management – Principles and Practices for Strategic Impact, 2008

Modulnr.	SP.3		
Titel	Distributionslogistik und -strategien		
Verwendbarkeit	Erweiterungen und Vertiefungen im Kompetenzbereich Produktion und Logistik / Supply Chain Management		
Modultyp	Wahlpflicht		
Lehrform	SU	Angebotsfrequenz	Semester, wöchentlich
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch		
Semester	5. Semester oder 6. Semester		
SWS	4		
ECTS-Credits	5	Workload	50 / 40 / 40 / 20
Korrespondierende Veranstaltungen	SP.1, SP.2	Erforderliche Vorkenntnisse	Produktions- und Logistikmanagement
Leistungsnachweis	schrP	Zugelassene Hilfsmittel	Werden in Vorlesung bekannt gegeben
ErstprüferIn	Prof. Dr. Florian Kleemann		
ZweitprüferIn	Prof. Dr. André Krischke		
DozentInnen	Prof. Dr. Florian Kleemann, Ronja Frühbeis		

Lernziele / Kompetenzen:

Nach dem Besuch dieses Moduls kennen die Studierenden strategische Konzepte und Einsatzfelder im Bereich des Supply Chain Management. Sie erwerben Kompetenzen zur Planung, Steuerung und Kontrolle der Material- und Informationsflussbeziehungen im Distributionsbereich zwischen Hersteller und Kunde.

Die Studierenden verfügen über Kenntnisse der wesentlichen Herausforderungen im Bereich der (ggf. internationalen) Distribution und lernen die strategische Bedeutung der Funktion anhand innovativer Konzepte („Letzte Meile“) kennen.

Die Studierenden erarbeiten in Kleingruppen Fallbeispiele und analysieren diese im Hinblick auf die praktische Umsetzung. Auch Instrumente zur quantitativen Lösung von Distributionsproblemen werden ggf. behandelt.

Inhalte:

Indikative Inhalte:

- Grundlagen, z. B.:
 - Einordnung Distributionslogistik (z. B. Definition/ Abgrenzung, Ziele, strategische Relevanz & Potentiale)
- Kernelemente der Distributionslogistik, z. B.:
 - Grundlegende Fragestellungen der Distributionsstruktur (z. B. Routenplanung & Transport in der Distribution, Rolle der Information Distribution)
 - Bezüge zu den „Reverse Logistics“)
- Methoden der Distributionslogistik, z. B.:
 - Spezifische Konzepte der Distributionslogistik (z B. „Letzte Meile“ & „Unattended Delivery“, Internationale Logistimarktanalyse, Newtzerk/ Postponement, C-Teile-Management)
- Strategien der Distributionslogistik, z. B.:

- Netzwerk-Strategien (Lean, Agil...)
- Supply Chain Management
- Efficient Consumer Response
- Internationale Logistik

Eingesetzte Methoden der Betriebswirtschaftslehre:

- *Modelle und Methoden der Analyse (Forschungs- und Analysemodelle):* Ausgewählte analytische Methoden zur Strukturmodellierung in Distributionsnetzwerken, z. B. Bullwhip-Effekt
- *Quantitativ-Empirische Methoden (Vergleichende – statistische, mathematische Methode, Datenanalysen):* Grundlagen ausgewählter Rechenmethoden zur Lösung von Problemen der Transportlogistik (z. B. Frachtkostenkalkulation, Routenplanung)
- *Qualitativ-Interpretative Methoden (Experteninterview, Umfragen, standardisierte Erhebungen):* Interpretation von Problembeschreibungen und Lösungen im Sachkontext und Diskussionen von Fallbeispielen

Lehr-und Lernmethoden:

- Seminaristischer Unterricht
- Fallbeispiele / Simulationen / Übungen / Gruppenarbeit

Literatur:

- Göpfert, I. (2013): Internationale Logistik in und zwischen unterschiedlichen Weltregionen, Wiesbaden: Springer
- Gudehus, T.; Kotzab, H. (2012): Comprehensive Logistics
- Koether, R. (2018): Distributionslogistik. Effiziente Absicherung der Lieferfähigkeit, Wiesbaden: Springer Gabler
- Kummer, S.; Schramm, H. -J; Sudy, I. (2009): Internationales Transport- und Logistikmanagement. Wien: UTB
- Lun, Y. H.; Lai, K.H.; Cheng, T. C. E. (2010): Shipping and Logistics Management, London: Springer
- Tripp, C. (2019): Distributions- und Handelslogistik, Wiesbaden: Springer
- ...