DHBW
Duale Hochschule
Baden-Württemberg

Modulhandbuch

Studienbereich Wirtschaft
School of Business

Studiengang
Betriebswirtschaftslehre
Business Administration

Studienrichtung
Industrial Business Management
Industrial Business Management

Studienakademie
MANNHEIM

Curriculum (Pflicht und Wahlmodule)

Aufgrund der Vielzahl unterschiedlicher Zusammenstellungen von Modulen können die spezifischen Angebote hier nicht im Detail abgebildet werden. Nicht jedes Modul ist beliebig kombinierbar und wird möglicherweise auch nicht in jedem Studienjahr angeboten. Die Summe der ECTS aller Module inklusive der Bachelorarbeit umfasst 210 Credits.

	FESTGELEGTER MODULBEREICH		
NUMMER	MODULBEZEICHNUNG	VERORTUNG	ECTS
W4BW_101	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	1. Studienjahr	5
W4BW_102	Unternehmensrechnung	1. Studienjahr	5
W4BW_103	Finanzbuchführung und Bilanzierung	1. Studienjahr	5
W4BW_104	Management von Digitalisierung und Nachhaltigkeit	1. Studienjahr	5
W4BW_105	Mikroökonomik	1. Studienjahr	5
W4BW_106	Mathematik und Statistik	1. Studienjahr	5
W4BW_IN707	Schlüsselqualifikationen I (MA)	1. Studienjahr	5
W4BW_IN101	Industrielle Wertschöpfung und Materialwirtschaft	1. Studienjahr	5
W4BW_IN102	Grundlagen internationaler Geschäftstätigkeit	1. Studienjahr	5
W4BW_IN103	Operations und Supply Chain Management	1. Studienjahr	5
W4BW_IN801	Praxismodul I	1. Studienjahr	20
W4BW_201	Quantitative Methoden	2. Studienjahr	5
W4BW_202	Personalmanagement und Unternehmensorganisation	2. Studienjahr	5
W4BW_203	Makroökonomik	2. Studienjahr	5
W4BW_204	Bürgerliches Recht	2. Studienjahr	5
W4BW_401	KI Strategie und Anwendungen	2. Studienjahr	5
W4BW_405	Change Management	2. Studienjahr	5
W4BW_409	Corporate Governance and Compliance	2. Studienjahr	5
W4BW_412	Grundzüge des Handels- und Gesellschaftsrechts	2. Studienjahr	5
W4BW_420	IT-Sicherheit und IT-Recht	2. Studienjahr	5
W4BW_422	Kontext der digitalen Wirtschaft – VWL, Recht, Ethik	2. Studienjahr	5
W4BW_424	Management Case Study	2. Studienjahr	5
W4BW_425	Marketing Performance	2. Studienjahr	5
W4BW_427	Methoden für die digitale Wirtschaft	2. Studienjahr	5
W4BW_434	Strategic Organisational Development	2. Studienjahr	5
W4BW_436	Technik für Betriebswirte	2. Studienjahr	5
W4BW_437	Unternehmensethik/CSR und strategisches Personalmanagement	2. Studienjahr	5
W4BW_439	Wirtschaftsrecht	2. Studienjahr	5
W4BW_458	Wirtschaftspsychologie	2. Studienjahr	5
W4BW_IN201	Marketing und Vertrieb	2. Studienjahr	5
W4BW_IN202	Weiterführende Unternehmensrechnung	2. Studienjahr	5
W4BW_IN203	Rechnungslegung und Besteuerung	2. Studienjahr	5
W4BW_IN204	Prozess-, Projekt- und Verhandlungsmanagement	2. Studienjahr	5
W4BW_IN205	Innovations- und Transformationsmanagement	2. Studienjahr	5
W4BW_IN802	Praxismodul II	2. Studienjahr	20

	FESTGELEGTER MODULBEREICH		
NUMMER	MODULBEZEICHNUNG	VERORTUNG	ECTS
W4BW_301	Integriertes Management	3. Studienjahr	5
W4BW_403	Arbeitsrecht	3. Studienjahr	5
W4BW_411	Entrepreneurship	3. Studienjahr	5
W4BW_415	Interdisciplinary Communication in Business	3. Studienjahr	5
W4BW_444	Internationale Wertschöpfungskette	3. Studienjahr	5
W4BW_IN708	Schlüsselqualifikationen II (MA)	3. Studienjahr	5
W4BW_IN301	Kontext und Strategien industrieller Unternehmen	3. Studienjahr	5
W4BW_IN302	Wirtschaftspolitik	3. Studienjahr	5
W4BW_IN303	Integrationsseminar in Betriebswirtschaftslehre - Industrial Business Management	3. Studienjahr	5
W4BW_IN803	Praxismodul III	3. Studienjahr	8
W4BW_901	Bachelorarbeit	3. Studienjahr	12

	VARIABLER MODULBEREICH		
NUMMER	MODULBEZEICHNUNG	VERORTUNG	ECTS
W4BW_IN401	Marketing	3. Studienjahr	10
W4BW_IN402	Personalmanagement	3. Studienjahr	10
W4BW_IN403	Operations und Supply Chain Management	3. Studienjahr	10
W4BW_IN404	Dienstleistungsmanagement	3. Studienjahr	10
W4BW_IN405	International Business Administration	3. Studienjahr	10
W4BW_IN406	Finanz- und Rechnungswesen/Controlling	3. Studienjahr	10
W4BW_IN407	Digitalisierung	3. Studienjahr	10
W4BW_IN408	Marketing- und Vertriebsmanagement	3. Studienjahr	10

Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre (W4BW_101)

Principles of Business Administration

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_101	1. Studienjahr	1	Prof. Dr. Christoph Neef, Prof. Dr. Florian Lohmann, Prof. Dr. Gregor Hopf	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	60	90	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die grundlegenden Zusammenhänge betriebswirtschaftlichen Denkens und Handelns zu verstehen. Sie gewinnen ein Verständnis für die Aufgaben und Funktionsweisen der einzelnen Fachbereiche der Betriebswirtschaftslehre und deren Zusammenhänge und sind so in der Lage, die grundlegenden Schritte des wirtschaftlichen Leistungsprozesses einer Unternehmung zu skizzieren. Sie kennen und verstehen die hiermit verbundenen zentralen Kennzahlen, die sie berechnen und beurteilen können. Die Studierenden können die Grundideen, Aufgaben und Methoden des operativen und des strategischen Marketings darlegen. Sie haben einen Überblick über die Bestandteile und Schritte des Marketingplanungsprozesses gewonnen. Sie kennen die grundlegenden Marketing-Strategien sowie die Elemente des Marketing-Mix. Sie haben ein Verständnis für deren Zusammenwirken insbesondere vor dem Hintergrund der Customer Experience und Customer Journey entwickelt. Sie können verschiedene Marketing-Strategien und - Instrumente auf einfache Fallbeispiele anwenden und diskutieren. Die Studierenden erlernen fachwissenschaftliche Grundkenntnisse.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen auf der Grundlage des entscheidungsorientierten, verhaltenswissenschaftlichen und systemorientierten Denkens über ein grundlegendes Analysemuster, mit dem sie im weiteren Verlauf ihres Studiums einfache wie komplexe Problemstellungen bestimmten betriebswirtschaftlichen Fachgebieten zuordnen und mit den grundlegenden Methoden des jeweiligen Fachgebiets zielorientiert analysieren und interpretieren können. Sie sind somit in der Lage, einfache Entscheidungskonflikte, die im Rahmen der Erstellung der wirtschaftlichen Leistungsprozesse in den unterschiedlichen Fachbereichen auftreten, anhand betriebswirtschaftlicher Methoden und Kennzahlen zu lösen. Die Studierenden können vorgegebene einfache Problemstellungen im Bereich Marketing anhand gegebener Informationen selbständig analysieren, strukturieren und zu einer Lösung führen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Zieldimensionen einer Unternehmung und sind mit den divergierenden Ansprüchen unterschiedlicher Interessensgruppen vertraut. Aus der Auseinandersetzung mit alternativen Rationalitätsprinzipien des Wirtschaftens haben sie ein grundlegendes Verständnis für die ökonomische, politische, soziale, ökologische und ethische Perspektive einer Unternehmung entwickelt. Sie sind in der Lage die Rolle des Unternehmens in einer von Diversität geprägten Gesellschaft einzuordnen und mögliche Zielkonflikte abzuwägen. Die Studierenden lernen im Rahmen dieses Moduls die Möglichkeiten wie auch die Grenzen der informationellen Beeinflussung von Menschen kennen und können sich mit den dabei ergebenden ökonomischen, sozialen, ökologischen wie auch ethischen Spannungsfeldern konstruktiv kritisch auseinandersetzen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden lernen den Umgang mit betriebswirtschaftlicher Fachliteratur. Sie sind in der Lage betriebswirtschaftliche Fachtexte selbstständig auszuwerten und sich das Fachwissen aus dem Literaturstudium eigenständig anzueignen. Die Studierenden kennen die Zielsetzungen der Betriebswirtschaftslehre als Wissenschaft sowie die wesentlichen Elemente des wirtschaftlichen Leistungsprozesses. Sie können einfache Problemstellungen im Rahmen des Leistungs- und Führungsprozesses einer Unternehmung unter Verwendung der betriebswirtschaftlichen Fachsprache beschreiben. Die Studierenden können nach Abschluss dieses Moduls klar definierte Entscheidungsprobleme mit grundlegenden betriebswirtschaftlichen Methoden selbstständig analysieren und einfache Erklärungsansätze formulieren. Sie haben ein Verständnis für die Marketingorientierung einer Unternehmung entwickelt sowie für die Anwendung der Instrumente des Marketing-Mix und der Abwägung grundlegender strategischer Marketingentscheidungen. Die Studierenden sind in der Lage, ihr Wissen sowie ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten auf Problemstellungen der Marketingpraxis anzuwenden.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	40	60

Gegenstand der Betriebswirtschaftslehre
- Die Unternehmung als ökonomisches und soziales System
- Unternehmerisches Handeln im marktwirtschaftlichen System
- Entscheidungsorientierte Betriebswirtschaftslehre
- Konstitutive Entscheidungen: Rechtsformen, Standortentscheidungen und Unternehmenszusammenschlüsse

Einführung in die operativen betriebswirtschaftlichen Fachbereiche, bspw.
- Materialwirtschaft
- Produktion und Supply Chain Management
- Finanzwirtschaft
- Personalmanagement
- Rechnungswesen und Unternehmenssteuerung

Einführung in grundlegende Fragen der strategischen Unternehmensführung
- Geschäftsmodell und Business-Plan
- Nachhaltige Wirtschaft
- Gestaltung von Wandel
- Gesellschaftliche Verantwortung

Einführung in die Betriebswirtschaftslehre als Wissenschaft
- Wissenschaftliche Modelle und Methoden der Betriebswirtschaftslehre
- Wissenschaftstheoretische Grundpositionen der Betriebswirtschaftslehre

Berufsfeldbezogene Anwendungen auf Basis der Studienrichtung

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Marketing	20	30

- Grundlagen, Ziele und Aufgaben des Marketings
- Konsumentenverhalten: Kundenbedürfnisse erkennen, analysieren und verstehen
- Prozess der Marketingplanung und Marketingorganisation
- Marketingforschung
- Marketingstrategien
- Instrumente des Marketing-Mix und Steuerung entlang der Customer Journey
- Ansätze und neuere Entwicklungen des Marketings

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Bruhn, M.: Marketing: Grundlagen für Studium und Praxis, Wiesbaden: Springer - Gabler
- Homburg, Chr.: Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung, Wiesbaden: Springer Gabler
- Jung, H.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München – Wien: Oldenbourg
- Meffert, H./Burmann, C./Kirchgeorg, M.: Marketing; Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung; Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele, Wiesbaden: Springer Gabler
- Nagel, M./ Mieke, C./ Teuber, S: Methodenhandbuch der Betriebswirtschaft, München: UVK Verlag
- Straub, T.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München: Pearson
- Thommen, J.-P. u.a.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre: Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht, Wiesbaden: Springer Gabler
- Vahs, D./Schäfer-Kunz, J.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Wöhe, G./Döring, U./Brösel, G.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München: Vahlen

Unternehmensrechnung (W4BW_102)

Corporate Accounting

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_102	1. Studienjahr	1	Prof. Dr. Manfred Schertler-Rock, Prof. Dr. Wolfgang Bihler, Prof. Dr. Matthias Mohr	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	60	90	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über grundlegende Kenntnisse der internen Unternehmensrechnung und können Zusammenhänge systematisch analysieren. Ihr Wissen können sie gezielt zur Lösung betrieblicher Aufgabenstellungen der Kosten- und Leistungsrechnung sowie im Rahmen von Investitions- und Finanzierungsentscheidungen anwenden. Sie sind in der Lage, Bedeutung und Konsequenzen der internen Unternehmensrechnung in betrieblichen Situationen zu bewerten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden beherrschen die wesentlichen Methoden der internen Unternehmensrechnung und können deren Stärken und Schwächen kritisch reflektieren. Sie sind in der Lage, in Entscheidungssituationen adäquate Methoden anzuwenden, die Ergebnisse zu interpretieren und zu beurteilen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, Fragen der Kosten- und Leistungsrechnung sowie der Investition und Finanzierung auch im Team zu diskutieren und konstruktive Lösungen zu entwickeln. Eigene Standpunkte werden fundiert begründet, kritisch reflektiert und weiterentwickelt. Ergebnisse können bewertet und adressatenorientiert aufbereitet werden. Sowohl mit Fachexpert*innen als auch mit fachfremden Gesprächspartner*innen kann mit Hilfe einer adäquaten Fachsprache kommuniziert werden.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden werden befähigt, Aufgabenstellungen der internen Unternehmensrechnung fach- und methodenkompetent sowie teamorientiert und reflektiert zu lösen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Kosten- und Leistungsrechnung	30	45

- Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung
- Vollkostenrechnung: Kostenarten-, Kostenstellen-, Kostenträgerrechnung/Betriebsergebnisrechnung sowie deren Anwendungen (z.B. kostenorientierte Preisfindung)
- Teilkostenrechnung: Grundzüge und entscheidungsorientierte Anwendungen (z.B. Make or Buy, Sortimentsplanung etc.)

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Investition und Finanzierung	30	45

- Grundlagen der Investition und Finanzierung
- Betriebliche Investitionsentscheidungen, insbesondere statische und dynamische Verfahren der Investitionsrechnung
- Finanz- und Liquiditätsplanung
- Finanzierungsalternativen

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Bösch, M.: Finanzwirtschaft – Investition, Finanzierung, Finanzmärkte und Steuerung, München: Vahlen
- Coenenberg, A. G./Fischer, T. M./Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Friedl, G./Hofmann, C./Pedell, B.: Kostenrechnung: Eine entscheidungsorientierte Einführung, München: Vahlen
- Haberstock, L.: Kostenrechnung I: Einführung – mit Fragen, Aufgaben, Fallstudien und Lösungen, Berlin: Erich Schmidt Verlag
- Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, München: Vahlen

Finanzbuchführung und Bilanzierung (W4BW_103)

Methods of Financial Accounting

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_103	1. Studienjahr	2	Prof. Dr. Wolfgang Hirschberger	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	60	90	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Grundbegriffe der doppelten Buchführung und können diese in das System des Rechnungswesens einordnen. Sie beherrschen die zielgerichteten gesetzlichen Grundlagen zur Erstellung eines handelsrechtlichen bzw. steuerrechtlichen Abschlusses, kennen die dabei anzuwendenden Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und können einen Jahresabschluss von den Eröffnungsbuchungen über die laufenden Buchungen bis zu den Abschlussbuchungen erstellen. Sie kennen die darüber hinaus vorzunehmende Nachhaltigkeitsberichterstattung. Die Studierenden kennen den Anwendungsbereiche der HGB-Rechnungslegung in Abgrenzung zu den IFRS, und wissen um den Einfluss der IFRS auf die HGB-Normen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können die wesentlichen Buchungsvorfälle selbstständig bearbeiten. Sie kennen die Anforderungen von unternehmensinternen und externen Adressaten und können die Finanzbuchhaltung und die Abschlusserstellung gesetzeskonform danach ausrichten, auch unter Nutzung von Anwendungen der Künstlichen Intelligenz. Sie beherrschen die wesentlichen Methoden der Finanzbuchführung und der Jahresabschlusserstellung sowie die dabei gegebenen technischen Möglichkeiten der Digitalisierung.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können komplexe fachbezogene Themen der Finanzbuchführung gegenüber ihren Gesprächspartnern im Studium und Beruf begründet vertreten und gemeinsam Lösungsvorschläge erarbeiten. Die Studierenden sind sich der Änderungsdynamik im Bereich der Bilanzierung bewusst. Sie sind in der Lage, sich kontinuierlich aktuelles Wissen anzueignen. Sie können eigene Standpunkte einnehmen, kritisch reflektieren und weiterentwickeln. Sie sind fähig und bereit, Fragen der Finanzbuchführung und der Bilanzierung im Team zu diskutieren, Lösungen zu entwickeln und adressatengerecht zu kommunizieren. Sie haben gelernt, dass Verantwortung und Vertrauen im Kontext der Rechnungslegung unabdingbar sind.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Mit Abschluss dieses Moduls sind wichtige Grundlagen für die Rechnungslegung von buchführungspflichtigen Kaufleuten gelegt. Die Studierenden können in der Finanzbuchhaltung grundlegende Sachverhalte erfassen und daraus eine Bilanz und eine Gewinn- und Verlustrechnung gesetzeskonform ableiten. Die Bedeutung und Wichtigkeit des Abschlusses für darauf basierende Entscheidungen diverser Adressaten (z. B. Management, Unternehmenseigner*in, Kreditgeber*in) sind bekannt.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Finanzbuchführung	30	45

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
- Begriff, Aufgaben, Ziele, Adressaten, gesetzliche Grundlagen, Kaufmannsarten - Möglichkeiten der Digitalisierung und der Künstlichen Intelligenz in der Finanzbuchführung - System der doppelten Buchführung, Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung - Erfolgsneutrale und erfolgswirksame Geschäftsvorfälle - Kontenrahmen, Umsatzsteuer, Warenverkehr, Privatvorgänge - Ausgewählte Buchungsfälle, z.B. zum Anlagevermögen (Abschreibungen), Umlaufvermögen (Bewertungsvereinfachung), Forderungen (Abschreibungen, Einzel-, Pauschalwertberichtigungen), Verbindlichkeiten, Rückstellungen, Rechnungsabgrenzung - Abschlussvorbereitung, Abschlussbuchungen, zeitliche Abgrenzung		
Bilanzierung	30	45
- Grundlagen und Funktionen des handelsrechtlichen Jahresabschlusses in Abgrenzung zur internationalen Rechnungslegung - Möglichkeiten der Digitalisierung und der Künstlichen Intelligenz in der Bilanzierung - Ansatz, Bewertung und Ausweis nach Handels- und Steuerrecht (Grundzüge und ausgesuchte Einzelfälle) - Gewinn- und Verlustrechnung - Anhang, Lagebericht mit Nachhaltigkeitsberichterstattung - Grundzüge der Jahresabschlussanalyse und Bilanzpolitik		

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Baetge, J./Kirsch, H.-J./Thiele, S.: Bilanzen, Düsseldorf
- Bieg, H./Waschbusch, G.: Buchführung: Eine systematische Anleitung mit umfangreichen Übungen und einer ausführlichen Erläuterung der GoB, Herne
- Bornhofen, M./Bornhofen, M. C.: Buchführung 1, München
- Bornhofen, M./Bornhofen, M. C.: Buchführung 2, München
- Coenenberg, A./Haller, A./Schultze, W.: Jahresabschluss und Jah-resabschluss-analyse, Stuttgart
- Ellrott, H./Budde, W. D. (Hrsg.): Beck'scher Bilanz-Kommentar: Handels- und Steuerbilanz, München
- Falterbaum, H./Bolk, W./Reiß, W. u.a.: Buchführung und Bilanz, Achim
- Leffson, U.: Die Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung, Düsseldorf
- Moxter, A.: Bilanzlehre, Band I: Einführung in die Bilanztheorie, Wiesbaden
- Wöhe, G./Kußmaul, H.: Grundzüge der Buchführung und Bilanztechnik, München

Management von Digitalisierung und Nachhaltigkeit (W4BW_104)

Management of Digitalisation and Sustainability

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_104	1. Studienjahr	1	Prof. Dr. Gerhard Götz, Prof. Dr. Oliver Janz	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	60	90	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls "Management von Digitalisierung und Nachhaltigkeit" besitzen Studierende umfassende und anwendungsorientierte Fachkenntnisse in zwei wesentlichen Bereichen: Digitalisierung und Nachhaltigkeit. Sie können grundlegende Begriffe der digitalen Transformation definieren und die wichtigsten Treiber und Auswirkungen beschreiben. Sie sind in der Lage, aktuelle Technologien wie Cloud Computing, IoT und Künstliche Intelligenz zu benennen und deren Anwendungsmöglichkeiten zu illustrieren. Darüber hinaus entwickeln sie ein Verständnis für digitale Unternehmenskulturen und Change Management in der digitalen Transformation. Im Bereich Nachhaltigkeit erwerben die Studierenden Wissen über die Definition und Bedeutung von Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility (CSR) im Unternehmenskontext. Sie sind in der Lage, die Sustainable Development Goals (SDGs) und deren Integration in Unternehmensstrategien zu erklären. Zudem kennen sie die gesetzlichen Rahmenbedingungen und internationale Standards.

METHODENKOMPETENZ

Studierende des Moduls "Management von Digitalisierung und Nachhaltigkeit" erwerben umfassende Methodenkompetenzen, die sie befähigen, theoretisches Wissen in praktische Anwendungen zu übertragen. Sie erlernen, wie man digitale Technologien und Nachhaltigkeitsstrategien systematisch analysiert und bewertet. Dazu gehören Methoden des Projektmanagements, wie agile und klassische Ansätze, sowie spezifische Werkzeuge wie Life Cycle Assessment (LCA) und Umweltmanagementsysteme (ISO 14001, EMAS). Studierende entwickeln die Fähigkeit, Daten zu sammeln, zu analysieren und in Entscheidungsprozesse zu integrieren. Zudem schärfen sie ihre Kompetenzen im Bereich Nachhaltigkeitscontrolling und -berichtswesen, einschließlich der Anwendung von Standards wie GRI und DNK.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Durch die Teilnahme am Modul entwickeln Studierende nicht nur ihre fachlichen Fähigkeiten, sondern auch ihre personalen und sozialen Kompetenzen. Sie erlernen, wie man in interdisziplinären Teams arbeitet und komplexe Problemstellungen sowohl im digitalen als auch im nachhaltigen Kontext löst. Kritisches Denken und ethisches Bewusstsein werden gefördert, insbesondere im Hinblick auf IT Governance, ethische Aspekte der Digitalisierung und die Implementierung nachhaltiger Praktiken. Studierende verbessern ihre Kommunikations- und Präsentationsfähigkeiten durch Gruppenarbeiten und Diskussionen, was ihre Fähigkeit stärkt, ihre Ideen klar und überzeugend zu vermitteln. Die Fähigkeit, Verantwortung zu übernehmen und sich an verändernde Umstände anzupassen, wird ebenfalls gestärkt.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Das Modul befähigt Studierende dazu, übergreifende Handlungskompetenzen zu entwickeln, die sowohl im beruflichen als auch im gesellschaftlichen Kontext von Bedeutung sind. Sie lernen, strategische Entscheidungen zu treffen, die sowohl digitale als auch nachhaltige Ziele berücksichtigen, und können diese in verschiedenen Branchen anwenden. Die Studierenden entwickeln die Fähigkeit, technologische und nachhaltige Entwicklungen zu antizipieren und proaktiv zu managen. Sie sind in der Lage, nachhaltige und digitale Strategien zu planen und umzusetzen, indem sie rechtliche Rahmenbedingungen und ethische Überlegungen einbeziehen. Insgesamt werden sie darauf vorbereitet, verantwortungsbewusstes und zukunftsorientiertes Management zu praktizieren, das den Anforderungen einer digitalisierten und nachhaltigen Welt gerecht wird.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Management von Digitalisierung	40	60

- Einführung in die digitale Transformation
- Technologische Grundlagen der Digitalisierung
- Digitale Organisationsentwicklung
- IT Governance und ethische Aspekte

Optionale zusätzliche Inhalte (maximal ein Block)
- Digitale Geschäftsmodelle und Strategien
- Digitale Transformation von Unternehmensprozessen
- Digitales Marketing und Vertrieb

Management von Nachhaltigkeit	20	30

- Einführung in die Nachhaltigkeit
- Sustainable Development Goals (SDGs)
- Gesetzliche Rahmenbedingungen und internationale Standards
- Übersicht über Methoden und Werkzeuge des nachhaltigen Managements

Optionale zusätzliche Inhalte
- Soziale Nachhaltigkeit
- Kreislaufwirtschaft und Ressourcenschonung
- Klimaschutz
- Biodiversität

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Barton, T./Müller, Ch./Seel, Ch. (Hrsg.): Digitalisierung in Unternehmen: Von den theoretischen Ansätzen zur praktischen Umsetzung, Springer
- Bodemann, M. /Fellner, W./Just, V. (Hrsg.): Digitalisierung und Nachhaltigkeit – Transformation von Geschäftsmodellen und Unternehmenspraxis, Springer Gabler
- Engelfried, J.: Nachhaltiges Umweltmanagement Schritt für Schritt, UTB
- Ernst, D./Sailer, U./Gabriel, R. (Hrsg.): Nachhaltige Betriebswirtschaft, UTB
- Förtsch, G./Meinholz, H.: Handbuch Betriebliches Umweltmanagement, Springer Vieweg
- Müller, CH.: Grundzüge der Wirtschafts- und Unternehmensethik, Schäffer Pöschel
- Müller-Christ, G.: Nachhaltiges Management – Handbuch für Studium und Praxis, Nomos
- Pufé, I.: Nachhaltigkeit, UTB
- Roth, S./Corsten, H. (Hrsg.): Handbuch Digitalisierung, Vahlen
- Schallmo, D.R.A. et al. (Hrsg.): Digitalisierung in Unternehmen: Von den theoretischen Ansätzen zur praktischen Umsetzung, Springer Gabler
- Wunder, Th.: Toolbox Strategie und Nachhaltigkeit: Wirksame Methoden für neue Geschäftsmodelle und die Transformation, Schäffer/Poeschel

Mikroökonomik (W4BW_105)

Principles of Economics and Microeconomics

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_105	1. Studienjahr	2	Prof. Dr. Frank Hubert, Prof. Dr. Michael Knittel	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	60	90	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die Grundlagen und die Entwicklung der Volkswirtschaftslehre zu verstehen. Sie können wirtschaftliches Verhalten von Haushalten und Unternehmen sowie die Funktionsweise von Märkten beschreiben. Studierende können erklären, unter welchen Annahmen die Interaktion von Haushalten und Unternehmen zu einem effizienten Marktergebnis führt und welche staatlichen Eingriffe bei Marktversagen zur Effizienzverbesserung beitragen. Die Studierenden erlernen fachwissenschaftliche Grundkenntnisse.

METHODENKOMPETENZ

Studierende haben die Kompetenz erworben, die erlernten Konzepte, Modelle und Methoden auf grundlegende mikroökonomische Problemstellungen anzuwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Durch einführende wohlfahrtsökonomische Fragestellungen können die Studierenden bereits erste wissenschaftlich fundierte Urteile über Marktversagen ableiten und diese in einen gesellschaftlichen, historischen und ethischen Rahmen einordnen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Fundierte Kenntnisse über die Preisbildung in unterschiedlichen Marktformen helfen den Studierenden, die Situation in ihren jeweiligen Unternehmen zu verstehen und
gegebenenfalls Problemlösungen zu entwickeln.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Einführung in die Volkswirtschaftslehre und Grundlagen der Mikroökonomik	30	45

- Grundfragen und -begriffe der Volkswirtschaftslehre
- Inhalte, Abgrenzung, Methoden der Volkswirtschaftslehre
- Nachfrage, Angebot und Marktgleichgewicht auf einem Gütermarkt
- Faktormarkt
- Markteffizienz bei vollkommener Konkurrenz
- Staatliche Eingriffe in die Preisbildung

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Fortgeschrittene Mikroökonomik	30	45

- Haushaltstheorie
- Unternehmenstheorie
- Preisbildung in unterschiedlichen Marktformen (Polypol, Monopol, Oligopol, monopolistische Konkurrenz)
- Vertiefte Aspekte der Mikroökonomik (z.B. Marktversagen, Verhaltensökonomik, Neue Institutionenökonomik)

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Beck, H.: Behavirol Economics, Heidelberg: Springer-Gabler
- Erlei, M./Leschke, M./Sauerland, D.: Neue Institutionenökonomik, Stuttgart: Schäffer Poeschel
- Goolsbee, A./Levitt, St./Syverson, C. : Mikroökonomik, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Mankiw, N.G.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Mankiw, N.G./Taylor, M.P.: Economics, Mason (Ohio): Thomson South Western
- Natrop, J.: Grundzüge der Angewandten Mikroökonomie, München: Oldenbourg
- Pindyck, R.S./Rubinfeld, D.L.: Mikroökonomie, München: Pearson
- Varian, H.R.: Grundzüge der Mikroökonomik, München: Oldenbourg

Mathematik und Statistik (W4BW_106)

Mathematics and Statistics

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_106	1. Studienjahr	2	Prof. Dr. Harald Nitsch, Prof. Dr. Matthias Kaltenbacher, Prof. Dr. Ralph Scheubrein	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	60	ja
Klausur	60	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	60	90	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Mit Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über grundlegendes Wissen und kritisches Verständnis der Mathematik und Statistik für ökonomische Fragestellungen. Sie sind in der Lage, die Methoden und Ansätze auf konkrete Analyse-, Planungs- und Entscheidungsprobleme anzuwenden sowie die Ergebnisse zielbezogen zu präsentieren und zu interpretieren.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden haben die Ideen mathematischer Techniken erfasst und die Kompetenz erworben, sie bei ökonomischen Fragestellungen einzusetzen. Sie haben die Statistik als Entscheidungshilfe in der betrieblichen Praxis bzw. als Hilfsmittel bei der empirischen Überprüfung von Hypothesen verstanden und die Fähigkeit erworben, den möglichen Einfluss des Datenentstehungsprozesses, der Datenquellen und der Datenpräsentation auf das Ergebnis zu erläutern sowie vorgegebene Datensätze hinsichtlich gewünschter Informationen selbstständig auszuwerten und zu beurteilen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Mit Abschluss des Moduls wissen die Studierenden, dass die quantitativen Methoden eine Möglichkeit (neben anderen) der Erkenntnisgewinnung darstellen. Sie sind sich des Einflusses der Methoden auf das Ergebnis bewusst und sind damit sensibilisiert für einen verantwortungsvollen Umgang.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben einen Überblick über die Einsatzmöglichkeiten mathematischer und statistischer Methoden bei volks- und betriebswirtschaftlichen Fragestellungen und ihre Anwendung durch entsprechende Beispiele geübt. Dadurch sind sie befähigt, diese Methoden selbstständig anzuwenden und die Ergebnisse im Sachzusammenhang zu werten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Mathematik	30	45

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
- Grundkonzepte der Mathematik (z.B. Zahlen, Mengen, Mengenoperatoren und -relationen, Arithmetik) - Grundlagen der linearen Algebra (z.B. Vektoren, Matrizen, lineare Abbildungen, lineare Gleichungssysteme) - Grundlagen der Analysis (z.B. Funktionen, Infinitesimalrechnung für Funktionen mit einer und mehreren unabhängigen Variablen) - Grundlagen der angewandten Finanzmathematik (z.B. finanzmathematische Äquivalenz, Zins- und Zinseszinsrechnung, Finanz- und Tilgungspläne) - Ggf. studienrichtungsbezogene Erweiterungen nach fachlicher Relevanz		
Statistik	30	45
- Aufgaben und Herausforderungen der Statistik - Grundlagen der deskriptiven Statistik (z.B. univariate und multivariate Häufigkeitsverteilungen mit ihren deskriptiven Maßzahlen) - Grundlagen der Wahrscheinlichkeitstheorie (z.B. Wahrscheinlichkeitsrechnung, Wahrscheinlichkeitsmodelle und -verteilungen) - Grundlagen der induktiven Statistik (z.B. Schätz- und Testverfahren) - Ggf. rechnergestützte Statistikwerkzeuge - Ggf. studienrichtungsbezogene Erweiterungen nach fachlicher Relevanz		

BESONDERHEITEN

Die angegebene Prüfungsdauer von insgesamt 120 Minuten teilt sich in diesem Modul in zwei Prüfungsleistungen:
- Klausur mit 60 Minuten nach dem ersten Semester
- Klausur mit 60 Minuten nach dem zweiten Semester

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Bolstad, W. M./Curran, J. M.: Introduction to Bayesian Statistics, Hoboken (NJ): John Wiley & Sons
- Christensen, B./Christensen, S./Missong M.: Statistik klipp & klar, Wiesbaden: Springer Gabler
- Dietz, H.M.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Band 1 bis 3, Berlin: Springer Spektrum
- Holey, T./Wiedemann, A.: Analysis and Linear Algebra – An Introduction for Economists, Berlin: Springer Nature
- Holey, T./Wiedemann, A.: Analysis und Lineare Algebra – Eine Einführung für Wirtschaftswissenschaftler, Berlin: Springer Gabler
- Kronthaler, F.: Statistik angewandt mit Excel, Berlin: Springer Spektrum
- Schira, J.: Statistische Methoden der VWL und BWL, Hallbergmoos: Person Deutschland
- Sydsaeter, K. et al.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Hallbergmoos: Person Deutschland

Schlüsselqualifikationen I (MA) (W4BW_IN707)

Key Qualifications I

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_IN707	1. Studienjahr	2	Prof. Dr. Ariana Finkel	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Unbenoteter Leistungsnachweis	Siehe Pruefungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	60	90	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erwerben fundierte Kenntnisse in wissenschaftlicher Methodik, die eine systematische Recherche, Analyse und Bewertung von Literatur und wissenschaftlicher Daten sowie die Entwicklung klar strukturierter wissenschaftlicher Arbeiten umfasst. Sie entwickeln starke Kommunikations- und Präsentationsfähigkeiten, die es ihnen ermöglichen, komplexe wissenschaftlich fundierte betriebswirtschaftliche Informationen präzise und überzeugend zu vermitteln. Sie entwickeln dabei auch umfassende Kompetenzen im Selbst- und Zeitmanagement. Diese beinhalten effektive Planungs- und Organisationstechniken, Strategien zur Selbstmotivation und Selbstregulation sowie zielgerichteten Lernmethoden. Die Fähigkeit zur kreativen Problemlösung und Anwendung innovativer Ansätze in der Praxis wird ebenfalls gefördert. Diese integrierten Fachkompetenzen ermöglichen es den Studierenden, sich erfolgreich in der dynamischen Welt der Betriebswirtschaftslehre zu positionieren und sich sowohl in nationalen als auch internationalen Kontexten wirkungsvoll zu behaupten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können systematische Methoden zur Recherche relevanter wissenschaftlicher Literatur und Datenquellen anwenden. Sie sind in der Lage, Daten kritisch zu analysieren und die Qualität sowie Relevanz von wissenschaftlichen Arbeiten und Studien zu bewerten. Ferner können sie klar strukturierte wissenschaftliche Texte erstellen und entwickeln. Sie beherrschen Techniken zur logischen Gliederung und präzisen Argumentation in wissenschaftlichen Arbeiten. Sie können kreative Denkmethoden einsetzen, um innovative Lösungsansätze zu entwickeln. Sie nutzen strukturierte Problemlösungstechniken, um komplexe betriebswirtschaftliche Herausforderungen erfolgreich zu bewältigen. Auch können sie komplexe betriebswirtschaftliche Informationen effektiv präsentieren und kommunizieren. Sie nutzen verschiedene Präsentationsmethoden und Kommunikationsstrategien, um ihre Botschaften überzeugend an unterschiedliche Zielgruppen zu vermitteln. Die Studierenden können Zeit und Aufgaben effizient und nachhaltig planen und organisieren. Sie wenden Techniken zur Selbstregulation und Motivation an, um ihre persönlichen, beruflichen sowie die organisationalen Ziele zu erreichen, und nutzen zielgerichtete Lernstrategien zur Optimierung ihres Wissenserwerbs.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können Konflikte erkennen und durch effektive Strategien lösen, um zu konstruktiven Lösungen zu gelangen. Sie können Verantwortung für Aufgaben undEntscheidungen übernehmen und die Konsequenzen ihrer Handlungen tragen. Sie wenden Techniken an, um Stress zu bewältigen und ihre Leistungsfähigkeit unter Druckaufrechtzuerhalten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können sich schnell in neuen Situationen zurechtzufinden, in neue Aufgaben einarbeiten sowie sich in Teams und Kulturen integrieren. Sie überzeugen als selbstständig denkende und verantwortlich handelnde Persönlichkeiten mit kritischer Urteilsfähigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft. Sie zeichnen sich aus durch fundiertes fachliches Wissen, Verständnis für übergreifende Zusammenhänge sowie die Fähigkeit, theoretisches Wissen in die Praxis zu übertragen. Die Studierenden lösen Probleme im beruflichen Umfeld methodensicher sowie zielgerichtet und handeln dabei teamorientiert.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens	30	45

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
- Akademische Arbeitstechniken (u.a. Kompetenzen, Lerntheorie, Lernstrategien und -techniken (z.B. Mind Map, Memotechniken/Behaltensstrategien), Arbeitsplatz- und Lernorganisation, Lesen, Schreib-/Präsentationstechniken und -methoden, Stressbewältigung (z.B. Zeitmanagement, Selbstmanagement), Kommunikation und Zusammenarbeit mit anderen - Wissenschaft, Zielspektrum wissenschaftlichen Arbeitens, Wissenschaftliche Methoden der Humanwissenschaften - Anforderungen an wissenschaftliches Arbeiten (u.a. Objektivität, Ehrlichkeit/Redlichkeit, Überprüfbarkeit, Reliabilität, Validität, logische Argumentation, Nachvollziehbarkeit) - Grundlegender Bearbeitungsprozess eines Themas (Ausgangssituation: Problem-/Fragestellung, Analyse/Präzisierung, Lösungen suchen und finden, Umsetzung, Ergebnisse aufbereiten) - Bearbeitungsphasen einer wissenschaftlichen Arbeit (Themenwahl/Zielsetzung, Themenabgrenzung/-präzisierung, Zielsetzung der Arbeit und Ableitung der Forschungsfrage) - Wissenschaftliches Exposé - Projektplanung (Kommunikation mit den Betreuenden, Zeit-/Ressourcenplanung, Zeitmanagement, Arbeitshilfen) - Einarbeitungsphase (Literaturstudium, -auswahl, -recherche), Haupt- und Erstellungsphase (Gestaltung einleitender Kapitel, Gliederungsalternativen, Schlusskapitel), Überarbeitungsphase - Formale Gestaltung (Deckblatt/Titelblatt (gegebenenfalls inklusive Sperrvermerk), Verzeichnisse, Ausführungsteil, Anhang, Literaturverzeichnis, Ehrenwörtliche Erklärung), Gestaltungselemente - Zitation (u.a. Arten von Zitate, Zitierregeln, Plagiate), Literaturgattungen, Literaturverzeichnis und Quellenangaben		
Präsentations- und Kommunikationskompetenz	30	45
Präsentationskompetenz - Einsatzbereiche und Zielsetzungen einer Präsentation - Inhaltliche Gliederung einer Präsentation/Präsentationsdramaturgie - Medieneinsatz und Visualisierungstechniken (z.B. Textbilder, Grafiken und Symbole) - Präsentationstechniken - Stimmarbeit und Rhetorik - Nonverbale Kommunikation: Körpersprache, Mimik und Gestik - Umgang mit Lampenfieber - Nachbereitung der Präsentation - Spezifika von wissenschaftlichen Präsentationen - Übungen mit Bezug zur jeweiligen Studienrichtung Kommunikationskompetenz - Kommunikationspsychologische Forschung und Kommunikationstheorien - Kommunikation und Interaktion - Rhetorik - Vermittlung kommunikativer und rhetorischer Fähigkeiten - Verhandlungstechniken - Aktives Zuhören - Fragetechnik - Einwandbehandlung - Kommunikationsstörungen - Konfliktgespräche, Moderation, Feedback- und Mitarbeitergespräche, Kommunikation in Teams - Übungen vor dem Hintergrund aktueller Themen der jeweiligen Studienrichtung mit anschließender Diskussion		

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten, Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung, Stuttgart: Lucius & Lucius
- Renner, H.-G./Strasmann, J.: Das Outdoor-Seminar in der betrieblichen Praxis, Hamburg: Verlag Windmühle
- Schnell, R./Hill, P. B./Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung, München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft, München: Vahlen
- Stickel-Wolf, C. /Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten, München: Vahlen

Industrielle Wertschöpfung und Materialwirtschaft (W4BW_IN101)

Industrial Value Added and Materials Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_IN101	1. Studienjahr	1	Prof. Dr. Christoph Neef, Prof. Dr. Hans-Christian Krcal	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	60	90	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls besitzen die Studierenden ein fundiertes Basiswissen über die Sichtweisen und Funktionen der Materialwirtschaft. Die Studierenden kennen die Bedeutung und die Komplexität der Materialwirtschaft. Aufbauend auf diesen grundlegenden Inhalten kennen sie die Besonderheiten der Materialwirtschaft und die Schnittstellen zu anderen betrieblichen Bereichen. Anforderungen an die industrielle Wertschöpfung, strukturelle Bezüge zur Wertkette und Kenntnisse der Qualität des Industriellen werden vermittelt. Im Wandel des industriellen Strukturkontextes geht es um ein tieferes Verständnis für die industrielle Fertigungs- und Leistungstiefe. Aktuelle Rahmenbedingungen und historisch gewachsene Strukturelemente industrieller Unternehmen sind als Eckpfeiler in der Orientierung abzuwägen. Die Fähigkeit, Aufgaben, Bereiche und Besonderheiten der Industriebetriebe wahrzunehmen, ist ein vermittelter Fähigkeitsschwerpunkt. Die Studierenden erwerben ein Verständnis für Material- und Prozessorientierung, aber auch für die Notwendigkeit einer integrierenden Schnittstellenbewältigung.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, methodische Empfehlungen für die Lösung typischer materialwirtschaftlicher Problemstellungen zu geben und unter Einsatz dieser Methoden die für die Problemstellung relevanten Informationen zu sammeln. Sie besitzen darüber hinaus die Kompetenz, vorgefundene Problemstellungen systematisch-methodisch zu bearbeiten und die Inhalte und Lösungen unter Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse zu interpretieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die Wirkungen arbeitsteiligen industriellen Wirtschaftens mit dem Schwerpunkt der Material- und Informationsverarbeitung bezüglich des Verhaltens der Handlungsakteure zu beurteilen. Sie reflektieren die entsprechenden Inhalte in Hinblick auf die damit verbundenen sozialen, ethischen und ökologischen Implikationen. Sie können konstruktiv in einer Arbeitsgruppe mitarbeiten, sich einen Standpunkt erarbeiten und diesen auf der Basis des gelernten Wissens verteidigen. Die Studierenden sind in der Lage, Aufgabenstellungen zu strukturieren und einer Lösung zuzuführen sowie ihren Standpunkt zu begründen und kritisch zu reflektieren. Sie haben gelernt, die eigene Kompetenz selbstständig auf die jeweils bestehenden Anforderungen anzupassen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, Problemstellungen der industriellen Materialwirtschaft im Kontext der Wertschöpfungsentstehung zielorientiert strukturieren zu können. Im Rahmen konkreter praktischer Aufgabenstellungen auf der Basis des erworbenen Wissens gilt es Handlungsmöglichkeiten aufzuzeigen, kritisch zu bewerten und die Entscheidung für die gewählte Handlungsoption fundiert zu begründen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Industrielle Wertschöpfung und Materialwirtschaft	60	90

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
- Strukturelle Kennzeichen u. Entwicklungen der Industrie und der Industriebetriebe - Merkmale industriellen Managements - Rahmenbedingungen industrieller Strukturen - Fertigungs- und Leistungstiefe industrieller Netzwerke - Aktuelle Entwicklungen der industriellen Wertschöpfung - Entscheidungsfeld, Ziele und Organisation der Materialwirtschaft - Prozessorganisation der Materialwirtschaft - Digitalisierungskonzepte der Materialwirtschaft - Make or Buy Entscheidungen - Beschaffungsstrategien - Strategische Beschaffung - Operative Beschaffung - Nachhaltiges Beschaffungsmanagement - Lager- und Bestandsmanagement - Ausgewählte Themen der Materialwirtschaft		

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Arnolds, H./Heege, F./Röh, C./Tussing, W.: Materialwirtschaft und Einkauf, Wiesbaden: Springer
- Kummer, S./Grün, O./Jammernegg, W.: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik, München: Pearson
- Oeldorf, G./Olfert, K.: Material-Logistik, Herne: Kiehl
- Voigt, K.-J.: Industrielles Management: Industriebetriebslehre aus prozessorientierter Sicht, Berlin: Springer
- Wannenwetsch, H.: Integrierte Materialwirtschaft, Logistik, Beschaffung und Produktion, Berlin: Springer
- Zentes, J./Swoboda, B./Morschett, D.: Internationales Wertschöpfungsmanagement, München: Vahlen

Grundlagen internationaler Geschäftstätigkeit (W4BW_IN102)

Fundamental Aspects of International Business

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_IN102	1. Studienjahr	1	Prof. Dr. Margitte Müller	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Case Study, Inverted Classroom

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Portfolio	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	60	90	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die Entwicklung des internationalen Handels und der Direktinvestitionen und können theoretische Erklärungsansätze für die Internationalisierung miteinander vergleichen. Sie setzen sich mit den Reaktionsmöglichkeiten von Unternehmen auf unterschiedliche Ausprägungen des politisch-rechtlichen und ökonomischen Unternehmensumfeldes auseinander und können Internationalisierungsentscheidungen erklären. Die Studierenden besitzen einen Überblick über mögliche Internationalisierungsstrategien und Markteintrittsformen und können diese vergleichen. Die Studierenden erwerben Kenntnisse der Modelle und Theorien im interkulturellen Management.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können Internationalisierungsentscheidungen von Unternehmen bewerten und deren Relevanz für das Partner-/Ausbildungsunternehmen und ihre persönliche Lebensführung einschätzen. Sie sind fähig, etablierte Methoden selbstständig auf spezifische Probleme anzuwenden. Zudem sind sie in der Lage, Daten und Informationen aus verschiedenen internen und externen Quellen zu sammeln, zu bewerten und gemäß vorgegebener Kriterien aufzubereiten. Die Studierenden können die Chancen und Risiken globaler Geschäftstätigkeit im Zeitalter der Digitalisierung analysieren und bewerten. Sie analysieren neben den wirtschaftlichen, sozialen, politischen insbesondere die kulturellen Bedingungen ausgewählter Länder/Ländergruppen und bewerten ihren Einfluss auf internationale Managementfragen. Sie entwickeln ein Verständnis für verschiedene Geschäftskulturen und diskutieren ihren Einfluss auf Managementaktivitäten.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Nach dem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, internationale Geschäftstätigkeit und Globalisierung aus verschiedenen Perspektiven, inklusive der Perspektive kritischer Beobachter*innen dieser Phänomene, zu verstehen und zu analysieren. Sie erkennen die Verantwortung global agierender Unternehmen, ein ausgewogenes Verhältnis zwischen ökonomischem Erfolg, Nachhaltigkeit und sozialem Engagement zu wahren, ohne dabei den Aspekt der Diversität aus dem Auge zu verlieren. Gleichzeitig können sie fachkundig über die behandelten Aspekte des International Business kommunizieren, grundlegende Konzepte erläutern und deren Bedeutung für international tätige Unternehmen diskutieren. Durch Gruppenarbeiten, Fallstudien, Filmsequenzen und Rollenspiele stärken die Studierenden ihre Fertigkeiten in effektiver Kommunikation und Interaktion und lernen, sich adäquat in einem internationalen Geschäftsumfeld zu verhalten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, ausgewählte Fragestellungen, die sich im Rahmen der Internationalisierung von Unternehmen ergeben, selbstständig zu bearbeiten und verschiedene Ansätze zu bewerten und kritisch gegenüberzustellen. Ihr Wissen über Globalisierungsfragen sowie über verschiedene sozio-kulturelle Kontexte ermöglichen es ihnen, einfache Problemlösungsstrategien zu entwickeln, diese im Team zu erörtern und Handlungsoptionen in konkreten Situationen aufzuzeigen. Aufgrund ihres Verständnisses grundlegender Literatur und relevanter Terminologie können sie unabhängig fortgeschrittene Analysen in diesem Bereich vornehmen und die Durchführbarkeit und Vorteilhaftigkeit bestimmter Konzepte basierend auf gegebenen internen und externen Rahmenbedingungen beurteilen. Abschließend sind sie in der Lage, ihre Entscheidungen zu begründen und zu erörtern.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Grundlagen internationaler Geschäftstätigkeit	60	90

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
- Rahmenbedingungen internationaler Geschäftstätigkeit - Globalisierung und internationale Geschäftstätigkeit - Internationaler Handel - Direktinvestitionen - Unternehmensumfeld - Internationalisierung und Markteintrittsstrategien - Grundlagen des interkulturellen Managements - Kulturelle Konzepte und Theorien - Einführung in die interkulturelle Kommunikation - Interkulturelle Kompetenz - Länderstudien		

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer bezieht sich nur auf die Prüfungsform Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

Keine.

LITERATUR

- Bolten, J.: Einführung in die interkulturelle Wirtschaftskommunikation, Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht
- Collinson, S./Narula, R./Rugman, A. M.: International Business, Harlow: Pearson
- Daniels, J. D./Radebaugh, L. H./Sullivan, D. P./Click, R. W.: International Business, Global Edition, Environments & Operations, Harlow: Pearson
- Deresky, H.: International Management – Managing Across Borders and Cultures, Text and Cases, Global Edition, Harlow: Pearson
- Hill, C. W. L.: International Business: Competing in the Global Marketplace, New York: McGraw Hill
- Hofstede, G./Hofstede, G. J./Minkov, M.: Lokales Denken, globales -Handeln: interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management, München: Vahlen
- Holtbrügge, D./Welge, M. K.: Internationales Management: Theorien, Funktionen, Fallstudien, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Kutschker, M./Schmid, S.: Internationales Management, München: Oldenbourg
- Macharzina, K./Wolf, J.: Unternehmensführung: das internationale Managementwissen: Konzepte - Methoden – Praxis, Wiesbaden: Springer Gabler
- Schmid, S. (Hrsg.): Strategien der Internationalisierung: Fallstudien und Fallbeispiele, München: Oldenbourg
- Ternès, A./Towers, I. (Hrsg.): Interkulturelle Kommunikation: Länderporträts - Kulturunterschiede - Un-ternehmensbeispiele, Wiesbaden: Springer Gabler
- Zentes, J./Swoboda, J./Morschett, D. (Hrsg.): Fallstudien zum Internationalen Management: Grundlagen, Praxiserfahrungen, Perspektiven, Wiesbaden: Springer Gabler

Operations und Supply Chain Management (W4BW_IN103)

Operations and Supply Chain Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_IN103	1. Studienjahr	1	Prof. Dr. Christoph Neef, Prof. Dr. Hans-Christian Krcal	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	60	90	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Sichtweisen, die Bedeutung, die Funktionen und die Komplexität der Produktionswirtschaft, der Logistik und des Supply Chain Managements. Sie können diese beschreiben und systematisch darstellen. Sie sind insbesondere in der Lage, die Schnittstellen des Supply Chain Managements zu identifizieren.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können typische Problemstellungen der Produktion, der Logistik und des Supply Chain Managements analysieren, konkrete Lösungsmöglichkeiten systematisch ableiten und beurteilen. Sie besitzen darüber hinaus die Fähigkeit und Bereitschaft die daraus resultierenden Lösungen zu interpretieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden reflektieren die gelernten Inhalte in Hinblick auf damit verbundene soziale, ethische und ökologische Folgen. Sie können konstruktiv in einer Arbeitsgruppe mitarbeiten, sich einen Standpunkt erarbeiten und diesen auf der Basis des gelernten Wissens verteidigen. Die Studierenden besitzen Ambiguitätstoleranz, um sich mit den komplexen, systemischen Inhalten der Produktionswirtschaft, der Logistik und des Supply Chain Managements auseinandersetzen zu können. Ziel ist es, das Bewusstsein für eine integrierende Metaebene analoger und digitalisierter Anforderungen der Logistik, zu stärken. Die Abstimmung mit den Interessen der Nachhaltigkeit wird zudem als Herausforderung verstanden.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können die Bedeutung der Produktionswirtschaft, der Logistik und des Supply Chain Managements für andere Funktionsbereiche des Unternehmens unter der analogen, digitalisierten und nachhaltigen Perspektive erklären. Die erlernten Inhalte und Methoden können zur Analyse und Lösung von Problemstellungen in der Praxis verwendet werden. Die wechselseitigen Wirkungen analoger und digitaler Fragestellungen und Probleme finden bei der Übertragung von Lösungen, z.B. für die Produktion von Dienstleistungen, im Anwendungsspektrum Berücksichtigung.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Operations und Supply Chain Management	60	90

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
- Überblick über das Produktionsmanagement - Produktionstheorie - Produktionsplanung und -steuerung - PPS-Konzeptionen - Industrielle Produktionssysteme - Ausgewählte Themen der Produktionswirtschaft - Materialflüsse, Transportnetzwerke und Werksverbünde - Grundlagen des Supply Chain Management - Nachhaltiges Supply Chain Management - Digitalisierungskonzepte in der Produktionswirtschaft und Logistik - Integrierte Beschaffungs-, Produktions- und Distributionslogistik - Simulations- und Optimierungsverfahren - Aktuelle Entwicklungen im Supply Chain Management		

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Corsten, H./Gössinger, R.: Produktionswirtschaft, München: De Gruyter
- Göpfert, I.: Logistik - dynamisch und innovativ, München: Vahlen
- Gudehus, T.: Logistik. Grundlagen, Strategien, Anwendungen, Berlin: Springer
- Günther, H.-O./Tempelmeier, H.: Produktion und Logistik, Norderstedt: Books on Demand
- Kummer, S./Grün, O./Jammernegg, W.: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik, München: Pearson
- Pfohl, H.-C.: Logistiksysteme, Berlin: Springer
- Schönwetter, G.: Grundlagen des Logistikmanagements, München: Vahlen
- Schulte, C.: Logistik, München: Vahlen
- Vahrenkamp, R./Kotzab, H.: Logistik, München: Oldenbourg
- Wannenwetsch, H.: Integrierte Materialwirtschaft, Logistik, Beschaffung und Produktion, Berlin: Springer

Praxismodul I (W4BW_IN801)

Practical Module I

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_IN801	1. Studienjahr	2	Benedikt Hackl	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Projekt

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Projektarbeit	Siehe Pruefungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden
Bericht zum Ablauf und zur Reflexion des Praxismoduls	Siehe Pruefungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
600	0	600	20

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über einen Überblick zu ihrem Ausbildungsbetrieb hinsichtlich aller wichtigen betriebswirtschaftlichen, rechtlichen und sozialen Gegebenheiten. Sie verstehen den Unternehmenszweck und haben einen Überblick über das relevante Marktumfeld. Sie sind in der Lage, praktische Problemstellungen unter Anleitung in ihrer Komplexität zu erfassen, zu analysieren, um darauf aufbauend unter Hinzuziehung vermittelter Lehrveranstaltungsinhalte Lösungsvorschläge zu entwickeln.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können mit Abschluss des Moduls, unter Anleitung für komplexe Praxisanwendungen angemessene Methoden auswählen und anwenden. Sie können die Möglichkeiten, Praktikabilität und Grenzen der eingesetzten Methoden nach anleitender Diskussion einschätzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind dafür sensibilisiert, mit an ihre Rolle geknüpften Erwartungshaltungen in ihrem Arbeitsumfeld umzugehen. Sie tragen durch ihr kooperatives Verhalten in Teams dazu bei, dass die gemeinsamen Ziele erreicht werden. Für übertragene Aufgaben übernehmen sie weitestgehend die Verantwortung.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind unter Anleitung in der Lage, auf der Basis weitgehend selbstständig vorgenommener Situationsanalysen unter Hinzuziehung ihrer theoretischen Kenntnisse und Kompetenzen, zielführende Handlungsprogramme umzusetzen, zu kontrollieren und gegebenenfalls zu modifizieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Praxismodul I - Projektarbeit I	0	600

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
- Einordnung der Materialwirtschaft in das Gesamtunternehmen - Zusammenwirken der einzelnen Bereiche - Disposition - Einkauf - Lagerwesen - Produktionswirtschaft - Einordnung des Marketing und des Vertriebs in das Gesamtunternehmen - Zusammenwirken der einzelnen Bereiche - Firmen- und Produktwissen - Absatzplanung - Marketing-Mix - Vertrieb Vertiefend wird auf die „Leitlinien zur gelungenen Durchführung der Praxisphasen an der DHBW“ verwiesen.		
Praxismodul I - Bericht zum Ablauf und zur Reflexion des Praxismoduls	0	0

-

BESONDERHEITEN

Anfertigung der Projektarbeit I.
Die Inhalte des Praxismoduls I orientieren sich an den jeweiligen studienrichtungsspezifischen theoretischen Schwerpunkten in den einzelnen Semestern und dienen als Grundlage für den Rahmenplan der betrieblichen Studienphasen (Rahmenpraxisplan). Der Rahmenpraxisplan sollte inhaltlich an die Besonderheiten des jeweiligen Dualen Partners angepasst werden. Dabei sind betriebliche Schwerpunktsetzungen und Anpassungen sinnvoll und es kann auch von der zeitlichen Abfolge des Rahmenplans abgewichen werden.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten, Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung, Stuttgart: Lucius & Lucius
- Schnell, R./Hill, P. B./Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung, München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft, München: Vahlen
- Stickel-Wolf, C./Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten, München: Vahlen

Quantitative Methoden (W4BW_201)

Quantitative Methods in Business Administration

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_201	2. Studienjahr	1	Prof. Dr. Emanuel Bayer, Prof. Dr. Beate Scheubrein	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Projekt, Laborübung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Portfolio	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die in den Inhalten des Moduls genannten Theorien, Konzepte und Modelle. Sie können diese beschreiben und systematisch darstellen. Sie sind in der Lage, unterschiedliche Ansätze miteinander zu vergleichen und können mit Hilfe ihres Wissens plausible Argumentationen und Schlüsse ableiten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden kennen mit Abschluss des Moduls die in den Modulinhalten aufgeführten wissenschaftlichen Methoden und rechnergestützten Werkzeugen. Sie sind in der Lage, unter deren Einsatz relevante Informationen zu sammeln und unter Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse den Fachstandards entsprechend zu interpretieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden kennen mit Abschluss des Moduls die Vorteile, aber auch die Defizite, des Einsatzes quantitativer Methoden. In Entscheidungssituationen sind sie insbesondere gegenüber nicht im Modell erfasster, qualitativer Aspekte sensibilisiert. Vorbehalten gegenüber quantitativen Methoden begegnen sie mit deren Vorteilen der verständlichen Kommunikation und transparenter Darstellung.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden besitzen mit Abschluss des Moduls einen ersten Überblick über Einsatzmöglichkeiten quantitativen Methoden bei volks- und betriebswirtschaftlichen
Fragestellungen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Empirische Forschungsmethoden	27	47

- Grundlagen der empirischen Forschung
- Forschungsdesign (quantitative Forschung, qualitative Forschung, Mixed-Method-Forschung)
- Methoden der Datenerhebung
- Datenquellen und Datenqualität
- Quantitative Datenanalyse
- Ethische Rahmenbedingungen für empirische Forschung
- Ggf. rechnergestützte Werkzeuge der empirischen Forschung
- Ggf. studienrichtungsbezogene Erweiterungen nach fachlicher Relevanz

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Data Science	28	48

- Grundlagen der Data Science, der Business Intelligence und der Business Analytics
- Datenmanagement und Big Data
- Fortgeschrittene Methoden der Statistik und Künstlichen Intelligenz (z.B. Machine Learning, Deep Learning)
- Data Science in der betrieblichen Praxis (z.B. Fallstudien, ethische und gesellschaftliche Rahmenbedingungen)
- Ggf. rechnergestützte Werkzeuge der Data Science
- Ggf. studienrichtungsbezogene Erweiterungen nach fachlicher Relevanz

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer bezieht sich nur auf die Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Agresti, A.: Statistical Methods for the Social Sciences, Harlow: Pearson Education
- Baars, H./Kemper, H.-G.: Business Intelligence & Analytics, Wiesbaden: Springer Vieweg
- Backhaus, K. et al.: Multivariate Analysemethoden, Berlin: Springer Gabler
- Barton, T./Müller, C. (Hrsg.): Data Science anwenden, Wiesbaden: Springer Vieweg
- Baur, N./Blasius, J. (Hrsg.): Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung, Wiesbaden: Springer VS
- Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften, Berlin: Springer
- Eckstein, P. P.: Datenanalyse mit SPSS, Wiesbaden: Springer Gabler
- Sharda, R./Delen, D./Turban, E.: Analytics, Data Science, & Artificial Intelligence, Harlow: Pearson Education

Personalmanagement und Unternehmensorganisation (W4BW_202)

Human Resource Management and Organisation

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_202	2. Studienjahr	1	Prof. Dr. Stefan Huf-Wellhäuser	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Case Study, Inverted Classroom, Rollenspiel

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Präsentation	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls kennen die Studierenden die zentralen Ziele, Aufgaben, Rahmenbedingungen und Akteure des betrieblichen Personalmanagements. Ein grundlegendes Verständnis der zentralen personalwirtschaftlichen Instrumente in den Handlungsfeldern Personalplanung, Personalmarketing, Personalgewinnung, Personalreduzierung, Entgeltgestaltung und Personalentwicklung ist nach Abschluss des Moduls zudem entwickelt. Ferner vermögen die Studierenden die Gestaltung der Unternehmensorganisation als Instrument zur Erreichung der Unternehmensziele zu betrachten und wissen um die Struktur- und Verhaltensdimension der Organisationsgestaltung. Sie kennen die strukturellen Grundformen der Unternehmensorganisation (Primär- und Sekundärorganisation) und die Kernaufgaben des Prozessmanagements. Darüber hinaus sind die Studierenden in der Lage, die Notwendigkeit des organisatorischen Wandels zu begründen und dessen Ausgestaltung zu erläutern.

METHODENKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, geeignete Methoden zur Analyse personalwirtschaftlicher Problemstellungen (wie bspw. Fluktuation, Fehlzeiten oder Motivationsprobleme) auszuwählen und anzuwenden, um Lösungsmöglichkeiten aufzeigen zu können.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden ein Verständnis für unterschiedliche Interessenlagen der personalwirtschaftlichen Akteure entwickelt und sind sich der besonderen ethischen und sozialen Verantwortung des Personalmanagements im Unternehmenskontext bewusst. Sie sind auch in der Lage, die Konsequenzen organisatorischer Regeln für das mitarbeiterseitige Verhalten zu analysieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, die Strategie und Kultur des Unternehmens als Rahmenbedingung des Personalmanagements und der Organisationsgestaltung zu erkennen und zu bewerten. Ferner können sie das Personalmanagement und die Organisationsgestaltung als Teilbereiche der Unternehmensführung einordnen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Personalmanagement	36	62

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
- Ziele, Handlungsfelder, Rahmenbedingungen und Akteure des Personalmanagements - Bestimmung des Personalbedarfs (Personalplanung) - Gestaltung der Arbeitgeberattraktivität (Personalmarketing und Employer Branding) - Gewinnung neuer Mitarbeiter (Recruiting und Eignungsdiagnostik) - Verringerung der personellen Kapazität (Personalreduzierung) - Ausgestaltung der materiellen Arbeitsanreize (Entgeltgestaltung) - Entwicklung und Förderung der Mitarbeiter (betriebliche Bildung und Talent Management) - Potenziale neuer Technologien im Personalmanagement (z.B. Digital HR), aktuelle Problemfelder und Trends (z.B. Nachhaltigkeit) im Personalmanagement		
Unternehmensorganisation	19	33
- Unternehmen als Organisation - Organisationseinheiten als Strukturelemente - Ausgestaltung der Primärorganisation - Ausgestaltung der Sekundärorganisation (insb. Projektmanagement) - Prozessuale Ausgestaltung der Unternehmensorganisation - Ausgestaltung des organisatorischen Wandels - Organisation als Verhaltensdeterminante („Organizational Behavior") - Aktuelle Problemfelder und Trends der Organisationsgestaltung (z.B. hierarchiefreie Organisation, posttraditionale Organisationskonzepte)		

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer bezieht sich nur auf die Klausur. Für die Präsentation beträgt die Prüfungsdauer 20 Minuten.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Berthel, J./Becker, F.G.: Personal-Management, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Brehm, C./Huf, S.: Unternehmensorganisation. Struktur- und Verhaltensdimension der Organisationsgestaltung, Wiesbaden: Springer Gabler
- Breisig, T.: Betriebliche Organisation, Herne: NWB-Verlag
- Daft, R.L.: Organization. Theory & Design, Boston: Cengage Learning
- Huf, S.: Personalmanagement, Wiesbaden: Springer Gabler
- Lindner-Lohmann, D./Lohmann, F./Schirmer, U.: Personalmanagement, Berlin: Springer Gabler
- Nicolai, C.: Betriebliche Organisation, Tübingen: UTB
- Oechsler, W.A./Paul, C.: Personal und Arbeit. Einführung in das Personalmanagement, Berlin: De Gruyter Oldenbourg
- Robbins, S.P./Judge, T.A.: Organizational Behavior, Boston: Pearson
- Schreyögg, G./Geiger, D.: Organisation. Grundlagen moderner Organisationsgestaltung, Wiesbaden: Springer Gabler
- Stock-Homburg, R./Groß, M.: Personalmanagement. Theorien – Konzepte – Instrumente, Wiesbaden: Springer
- Vahs, D.: Organisation. Ein Lehr- und Managementbuch, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Wilton, N.: An Introduction to Human Resource Management, London: Sage

Makroökonomik (W4BW_203)

Macroeconomics

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_203	2. Studienjahr	2	Prof. Dr. Harald Nitsch	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen gesamtwirtschaftliche Kreislaufbeziehungen und können Größen der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung interpretieren. Sie kennen wichtige makroökonomische Standardmodelle und können diese hinsichtlich der zugrundeliegenden Prämissen einordnen sowie deren Grenzen abschätzen. Die Studierenden kennen die Bedeutung des Zeithorizonts in der makroökonomischen Analyse und können die Abfolge von Anpassungsprozessen interpretieren. Sie verstehen Erscheinungsformen des Geldes im Kontext der verfügbaren Technologien, die Interaktion von Geldangebot und Geldnachfrage sowie die Transmissionskanäle der Geldpolitik. Die Studierenden können den geldpolitischen Ansatz der EZB nachvollziehen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die kurz-, mittel- und langfristigen Änderungen volkswirtschaftlicher Rahmendaten anhand von Modellen zu analysieren, um diese in ihren betriebswirtschaftlichen Entscheidungen zu berücksichtigen. Die Studierenden können geldpolitische Maßnahmen nachvollziehen und die Bedeutung unterschiedlicher Transmissionskanäle für das betriebliche Umfeld einordnen. Sie kennen die Mechanismen hinter Wechselkursschwankungen, um in globalisierten Wertschöpfungsketten zu agieren. Ihre Kenntnisse von Zahlungsbilanz und Devisenmärkten befähigen sie, Schwankungen des Außenwerts der Währung zu analysieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die erworbenen Kenntnisse argumentativ einzusetzen und im beruflichen Kontext zu vermitteln. Sie erwerben die soziale Kompetenz, alternative Argumentationsketten nachzuvollziehen und im Dialog kritisch zu hinterfragen. Hierzu erwerben sie insbesondere die notwendigen Fachbegriffe, um sich zu gesamtwirtschaftlichen Prozessen präzise äußern und in fachlich gemischte Teams einbringen zu können.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, makroökonomische Handlungsalternativen zu verstehen und nachgelagerte Wirkungsketten zu antizipieren. Über betrieblichen Anwendungen hinaus erwerben sie dadurch eine ganzheitliche Sicht auf ökonomische Prozesse. Insbesondere sind die dabei erworbenen Kenntnisse über Ursache-Wirkungsbeziehungen die Basis für das Verständnis von Ziel-Mittel-Relationen wirtschaftspolitischer Maßnahmen. Die Studierenden erwerben ein Verständnis für Wachstumsprozesse vor dem Hintergrund beschränkter Ressourcen und Nachhaltigkeit.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Grundlagen der Makroökonomik	28	48

- Wirtschaftskreislauf und Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung
- Kurze Frist: IS-LM Modell, Möglichkeiten und Grenzen der makroökonomischen Stabilisierungspolitik
- Anpassungsprozesse der mittleren Frist: Modellierung der Angebotsseite, Phillipskurve und Konzept der natürlichen Arbeitslosenquote
- Lange Frist: Das Solow-Wachstumsmodell

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Geld und Währung	27	47

- Geldformen im technologischen Wandel
- Geldangebot und Geldnachfrage, Transmissionskanäle der Geldpolitik
- Geldpolitik der EZB: Ziele, Instrumente, Strategie
- Wechselkursbegriffe, Devisenmarkt
- Zahlungsbilanz: Aufbau, Verbuchungsprinzip, Zahlungsbilanzausgleich
- Wechselkurstheorien
- Währungspolitik, Wechselkursregime

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Blanchard, O./Illing, G.: Makroökonomie, München: Pearson
- Chiang, A / Wainwright, K / Nitsch, H: Mathematik für Ökonomen – Grundlagen, Methoden und Anwendungen, Vahlen München
- Felderer, B./Homburg, S: Makroökonomik und neue Makroökonomik, Wiesbaden: Springer
- Issing, O.: Einführung in die Geldtheorie, München: Vahlen
- Krugman, P./Obstfeld, M./Melitz, M.J.: International Economics, Theory and Policy, Harlow: Pearson
- Mankiw, N. G.: Makroökonomik, Stuttgart: Schäffer Poeschel
- Mishkin, F.S.: The Economics of Money, Banking and Financial Markets, Harlow: Pearson

Bürgerliches Recht (W4BW_204)

Civil Law

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_204	2. Studienjahr	1	Prof. Dr. Klaus Sakowski	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Case Study

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Fallanalyse	150	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach der Teilnahme an der Modulveranstaltung erkennen die Studierenden die umfassende Praxisrelevanz des Fachs und verfügen über grundlegendes Faktenwissen im Bürgerlichen Recht. Sie können die wichtigsten BGB-Vorschriften und Zusammenhänge benennen, erklären und auf ausgewählte praktische Fallgestaltungen anwenden. Auf diese Weise sind sie in der Lage, juristische Probleme solcher Fälle zu analysieren, kritisch zu diskutieren und einer vertretbaren Lösung zuzuführen. Die Studierenden erlernen fachwissenschaftliche Grundkenntnisse.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden kennen und verstehen die wichtigsten Methoden zur Auslegung von Vorschriften, insbesondere hinsichtlich unbestimmter Rechtsbegriffe. Sie verstehen die juristische Gutachtenstil-Methode und können diese auf Fallgestaltungen anwenden. Sie kennen Lehr- und Lernmethoden unter Einsatz digitaler Medien und können diese insbesondere für Zwecke des Selbststudiums erfolgreich nutzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind bei Gruppenarbeit (Fallstudie) in der Lage, effektiv in einer Arbeitsgruppe mitzuarbeiten. Sie sind zur Anwendung und Einhaltung eines angemessenen Zeitmanagements bei Prüfungen in der Lage.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über die Fähigkeit zu frühzeitiger Erkennung möglicher Rechtsprobleme bei betrieblichen Gegebenheiten und können diese entweder selbst rechtlich gestalten oder zumindest problemorientiert einem fachkundigen Dritten (z.B. Anwalt, Rechtsabteilung) übermitteln. Sie verfügen zudem über die Fähigkeit zu kritischer Reflexion über vorherrschende Lehrmeinungen und Gerichtsurteile.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Bürgerliches Recht	55	95

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
- Einführung in das deutsche Rechtssystem (Rechtsgebiete, Gerichtsaufbau) - Juristische Arbeitstechnik (Subsumtionstechnik) und Rechtsfindung (Gesetze/Rechtsprechung) - Allgemeiner Teil des BGB: Rechtssubjekte, Rechtsobjekte, Willenserklärung (Bestandteile, Auslegung, Zugang, Form, etc.), Willensmängel (v.a. Anfechtung), Zustandekommen von Verträgen, Grundsatz und Grenzen der Vertragsfreiheit, Stellvertretung, Verjährung - Allgemeines Schuldrecht des BGB: Grundbegriffe, Art und Umfang von Schadensersatz, Verschulden, Unmöglichkeit und Verzug, Allgemeine Geschäftsbedingungen, Verbraucherverträge (inkl. Widerrufsrecht) - Besonderes Schuldrecht des BGB: Auswahl verschiedener Vertragstypen (v.a. Kaufvertrag, Werkvertrag), Mängelgewährleistungsrecht (insbesondere anhand des Kaufvertrags) Verbrauchsgüterkauf, Grundlagen des Deliktsrechts und des Schadensersatzrechts - Grundzüge des Sachenrechts: Grundbegriffe des Sachenrechts (Besitz, Eigentum), - Übereignung beweglicher und unbeweglicher Sachen, Erwerb vom Berechtigten und Nichtberechtigten, Kreditsicherungsrecht (Hypothek, Grundschuld) - Grundlagen des Zivilprozesses		

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer bezieht sich nur auf die Fallanalyse. Die Prüfungsdauer für die Klausur beträgt 120 Minuten.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Brox, H./Walker, W.-D.: Allgemeiner Teil des BGB, München: Vahlen
- Brox, H./Walker, W.-D.: Allgemeines Schuldrecht, München: C. H. Beck
- Brox, H./Walker, W.-D.: Besonderes Schuldrecht, München: C. H. Beck
- Eisenhardt, U: Einführung in das bürgerliche Recht, Stuttgart: Utb, Facultas
- Ens, R./Hümer, M./Knies, J./Scheel, T.: Unternehmensrecht, Bad Wörishofen: Holzmann (daraus Scheel, T.: Zivilrecht)
- Führich, E.: Wirtschaftsprivatrecht, München: Vahlen
- Führich, E./Werdan, I: Wirtschaftsprivatrecht in Fragen und Fällen, München: Vahlen
- Kallwass, W./Asbels, P.: Privatrecht, München: Vahlen
- Musielak, H.-J./Hau, W: Grundkurs BGB, München: Vahlen
- Musielak, H.-J./Voit, W: Grundkurs ZPO, München: Vahlen
- Sakowski, K.: Grundlagen des Bürgerlichen Rechts, Berlin Heidelberg: Springer Gabler
- Wolf, M./Wellenhofer, M.: Sachenrecht, München: Beck

KI Strategie und Anwendungen (W4BW_401)

AI Strategy and Use Cases

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_401	2. Studienjahr	1	Prof. Dr. Michael Lindemann, Prof. Dr. Christian Gruninger-Hermann	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Seminar, Projekt, Case Study, Vorlesung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Portfolio	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierende lernen, KI-Technologien in die Geschäftsstrategie eines Unternehmens zu integrieren und zur Lösung konkreter betriebswirtschaftlicher Herausforderungen einzusetzen. Sie können potenzielle Anwendungsbereiche für KI in verschiedenen Unternehmensbereichen identifizieren und bewerten. Die Studierenden sind in der Lage, die Rentabilität von KI-Projekten zu beurteilen und Business Cases zu entwickeln. Sie können die potenziellen Risiken im Zusammenhang mit dem Einsatz von KI erkennen und geeignete Maßnahmen zur Risikominderung ergreifen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden entwickeln die Fähigkeit, schnell Prototypen von KI-Anwendungen zu erstellen und diese iterativ zu verbessern. Studierende können die Leistung von KI-Modellen anhand geeigneter Kennzahlen bewerten und optimieren. Die Studierenden sind in der Lage, die Rentabilität von KI-Projekten zu beurteilen und Business Cases zu entwickeln. Sie können die potenziellen Risiken im Zusammenhang mit dem Einsatz von KI erkennen und geeignete Maßnahmen zur Risikominderung ergreifen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden entwickeln ein kritisches Bewusstsein für die Potenziale und Grenzen von KI und können die Auswirkungen von KI auf Unternehmen und die Gesellschaft beurteilen. Sie können komplexe technische Sachverhalte auch für ein nicht-technisches Publikum verständlich machen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, als strategische Entscheidungsträger in Unternehmen zu agieren und die Potenziale von KI für das eigene Unternehmen zu erschließen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
KI Strategie und Anwendungen	55	95

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM

- KI-Strategie
- Geschäftsmodelle mit und für KI
- Regulatorische Herausforderungen für KI-basierte Produkte
- Produktmanagement für KI-basierte Produkte
- Sicherheit von KI-Systemen
- Besondere Herausforderungen in Datenschutz und Datensicherheit durch KI
- Kontrolle von KI-Systemen
- Rechtliche Herausforderungen beim Einsatz von KI
- KI und Ethik
- Gesellschaftliche Relevanz von KI
- Evaluierung von KI-Systemen
- Ausgewählte Anwendungen der KI

BESONDERHEITEN

Dieses Modul kann sowohl im 2. als auch im 3. Studienjahr angeboten werden.
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

Grundkenntnisse in den Themenfeldern Geschäftsmodelle und IT

LITERATUR

- Ertel, W.: Grundkurs Künstliche Intelligenz, Wiesbaden: Springer Vieweg
- Groß, M./Staff, J.: KI-Revolution der Arbeitswelt, Freiburg: Haufe
- Hechler, E. et al.: Einsatz von KI im Unternehmen, Wiesbaden: Springer Vieweg
- Kreutzer, R.T.: Künstliche Intelligenz verstehen, Wiesbaden: Springer Gabler
- Odio, T.: KI Exzellenz, Freiburg: Haufe
- Seeger, C.: KI in der Unternehmenspraxis, Freiburg: Haufe

Eine bewertete Übersicht zu themenbezogenen, qualifizierten akademischen Journals und Konferenzbänden findet sich im VHB-Rating für Publikationsmedien, Teilrating Wirtschaftsinformatik, des Verbandes der Hochschullehrerinnen und Hochschullehrer für Betriebswirtschaft e.V.

Change Management (W4BW_405)

Change Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_405	2. Studienjahr	1	Prof. Dr. Carsten Brehm	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Case Study, Übung, Projekt

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Mündliche Prüfung	20	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen grundlegende Zusammenhänge ausgewählter Fragestellungen zum Change Management bzw. Management des Unternehmenswandels in einem Unternehmen. Sie kennen die Relevanz des Change Managements an der Schnittstelle zwischen Organisation, HR und Strategie für die Unternehmensführung. Sie gewinnen ein Verständnis für die Prozesse und besonderen Aufgaben in den angesprochenen Führungsfunktionen. Sie sind in der Lage, deren Zusammenwirken insbesondere vor dem Hintergrund mitarbeiter- und erfolgsorientierter Abhängigkeiten zu beurteilen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können Problemstellungen in dem Bereich Change Management anhand gegebener Informationen und vermittelter Erfolgsfaktoren selbständig analysieren, strukturieren und zu einer Lösung führen. Die Studierenden verfügen über ein Spektrum an Methoden und Techniken, aus dem sie geeignete Methoden auswählen und anwenden können. Insbesondere sind sie in der Lage, die Stärken und Schwächen wesentlicher Methoden kritisch zu reflektieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, besonders anspruchsvolle Fragen des Change Managements zu reflektieren, zu diskutieren und konstruktive Lösungen gemeinsam mit anderen zu entwickeln. Dies vor allem unter Berücksichtigung der Betroffenheit, emotionaler Zustände und gegebenenfalls eigener Beteiligung. Zudem können sie einen eigenen Standpunkt vertreten und adressatengerecht kommunizieren. Sie zeigen Verantwortungsbewusstsein in ihrem Handeln und Entscheiden.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Mit Abschluss dieses Moduls werden wichtige Kompetenzen und Methoden im Zusammenhang mit dem Management von Change Prozessen bzw. Unternehmenswandel erworben. Diese ermöglichen situationsangemessenes Handeln und eine kritische Urteilsfähigkeit. Die Studierenden verfügen über die Fähigkeit, theoretisches Wissen in praktische Handlungsschritte unter Beachtung organisatorischer, personaler, strategischer und finanzieller Thematiken zu übersetzen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Change Management	55	95

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
- Begriffe Grundlagen und Einordnung - Auslöser und Grundtypen von Unternehmenswandel (transformativ/reproduktiv, evolutionär/revolutionär) - Prozessmodelle und Ablauf von Change Management: Phasen, Beteiligung, Zeiten - Erfolgsfaktoren im Change Management - Rechtliche Rahmenbedingungen und Mitbestimmung - Interessen von Mitarbeitern und Führungskräften - Strategische Fragestellungen: Strategische Erneuerung, Ambidextrie, zeitliche Horizonte - Personelle Fragestellungen: Akzeptanz, Einstellungen, Widerstände, Emotionen - Organisatorische Fragestellungen: Organisation von Change-Programmen/-Projekten, Rolle des Change Managers, Auswahl von Schlüsselpersonen, Einbindung von und Zusammenarbeit mit Beratern - Politische Fragestellungen: Macht, Konflikte, Mikropolitik, - Barrieren und Widerstände sowie der Umgang mit diesen - Implementierung Beteiligung und Qualifizierung von Mitarbeitern - Besonderheiten der Führung im Change Management - Kulturwandel - Kommunikation im Change Management - Change Controlling - Methoden und Techniken des Projekt- und Change Managements: Workshopgestaltung, Interviews, Stakeholder-Analyse, Kulturanalyse, - Agile Management Ansätze		

BESONDERHEITEN

Dieses Modul kann sowohl im 2. als auch im 3. Studienjahr angeboten werden.

VORAUSSETZUNGEN

keine

LITERATUR

- Doppler, K./Lauterburg, C.: Change Management. Den Unternehmenswandel gestalten, Frankfurt: Campus
- Doppler, K./Vogt, B.: Feel the Change! Wie erfolgreiche Change Manager Emotionen steuern, Frankfurt: Campus
- Groth, A./Plaßmann, T.: Führungsstark im Wandel : Change Leadership für das mittlere Management
- Kotter, J.: Leading change, Boston: Harvard Business School Press
- Krüger, W./Bach, N.: Excellence in Change : Wege zur strategischen Erneuerung, Wiesbaden
- Lauer, T.: Quick Guide Change Management for all Cases : What Case Studies Teach Us, Sringer Gabler
- Scheller, T.: Auf dem Weg zur agilen Organisation: Wie Sie ihr Unternehmen dynamischer, flexibler und leistungsfähiger gestalten, München: Vahlen
- Schmidt, G./Konz, C.: Organisation gestalten: Stabile und dynamische Unternehmensstrukturen, Gießen: Dr. Götz Schmidt

Corporate Governance and Compliance (W4BW_409)

Corporate Governance and Compliance

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_409	2. Studienjahr	1	Prof. Dr. Julia Hansch	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Fallanalyse	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls die verschiedenen Konzepte, Mechanismen und Akteure der Corporate Governance (Stichwort Employment Relations) erläutern und kritisch diskutieren; Problembereiche in der Corporate Governance identifizieren und Lösungswege aufzeigen; die Auswirkungen aktueller Entwicklungen auf die Corporate Governance einschätzen und in ihr Entscheidungskalkül miteinbeziehen; betriebswirtschaftliche Entscheidungen unter ethischen Gesichtspunkten und unter Berücksichtigung der Corporate Social Responsibility treffen. Zudem kommen der international vergleichenden Corporate Governance und dem Bereich der Compliance besondere Bedeutung zu. Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls die verschiedenen Ausprägungen der Corporate Governance erläutern und kritisch hinterfragen, die Mitbestimmung in den Kontext der Unternehmens- und Betriebsebene einordnen und die Rolle der Unternehmenskontrolle, insbes. der Compliance, selbstständig definieren und einschätzen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden lernen die theoretischen Konzepte und strukturellen Grundlagen von Unternehmenskontrolle und Compliance kennen. Sie sind in der Lage, ihre Relevanz für das Unternehmen, Unternehmensbereiche oder die Gesamtwirtschaft einzuschätzen. Die Studierenden erhalten einen Überblick über Methoden und Techniken der Employment Relations. Sie sind fähig diese selbstständig adäquat auszuwählen und anzuwenden, um Probleme aus der Praxis zu systematisieren, zu analysieren, zu lösen und schlussendlich Ergebnisse darzustellen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden lernen, die verschiedenen Strukturen von Unternehmensleitung und -kontrolle zu unterscheiden. Sie kennen zudem die Fallstricke, die auch einer mangelnden Kontrolle resultieren. Sie rekurrieren auf den eigenen praktischen Erfahrungen und werden motiviert, den Lerntransfer zwischen Theorie und Praxis vorzunehmen. Im Rahmen der CG bedeutet dies, dass sie sich auch der sozialen Verantwortung und der Verantwortung zur Integration vielfältiger Personengruppen (diversity) als betriebliche Akteure bewusst werden (Stichwort ESG, Quote). Die Studierenden kommunizieren sachlich, respektvoll, zielgruppenorientiert und zielorientiert. Die Studierenden können effektiv in einer Arbeitsgruppe arbeiten, die unterschiedlichen Rollen reflektieren, bewerten und auch die Gruppenleitung übernehmen. Sie sind fähig selbstständig Projekte zu organisieren, beharrlich eine Zielsetzung zu verfolgen. Sie können getroffene Entscheidungen vor anderen objektiv nachvollziehbar präsentieren, damit ihre Vorgehensweisen legitimieren und sie sachlich vor verschiedenen Zielgruppen vertreten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden erwerben tiefgehende Kenntnisse zu der Relevanz von Corporate Governance, den Unternehmenskontroll-Funktionen, den betrieblichen Akteuren, ihren Determinanten sowie ihrer Interdependenz im internationeln Kontext. Sie sind in der Lage durch vorausschauendes Denken frühzeitig wirtschaftliche Trends, welche die Unternehmen in ihrer Struktur tangieren, zu identifizieren, zu analysieren sowie ihre Bedeutung auf die betriebsspezifische Situation anzuwenden. Ebenfalls können Sie die Bedeutung der Integration sowie Interdependenz des HRM für Unternehmen sowie Unternehmensbereiche und eventuelle Tochtergesellschaften nachvollziehen. Die Studierenden bearbeiten eigenständig Fälle zu aktuellen Corporate Governance und Compliance-Themen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Corporate Governance and Compliance	55	95

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
- Einführung in Corporate Governance und Compliance - Theoretische Grundlagen der Corporate Governance - Governance-Systeme im internationalen Vergleich - Organe der Unternehmensführung und ihre Rollen - Regulatorische Rahmenbedingungen in ausgewählten Ländern - Compliance - Compliance in der Unternehmenspraxis - Ethik. Verantwortung und nachhaltige Unternehmensführung - Zukunftsthemen in Corporate Governance und Compliance		

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur. Die Prüfungsdauer für die Fallanalyse beträgt 150 Minuten.
Dieses Modul kann sowohl im 2. als auch im 3. Studienjahr angeboten werden.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Hansch, J.: Corporate Governance für internationale Konzerne
- Kreipl, C.: Verantwortungsvolle Unternehmensführung: Corporate Governance, Compliance Management und Corporate Social Responsibility
- Mallin, C.: Corporate Governance

Grundzüge des Handels- und Gesellschaftsrechts (W4BW_412)

Main Features of Commercial und Corporation Law

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_412	2. Studienjahr	1	Prof. Dr. Alexander Meier	Deutsch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Case Study

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach der Teilnahme an der Modulveranstaltung verfügen die Studierenden über grundlegendes Faktenwissen und kritisches Verständnis der gelehrten Rechtsmaterien. Sie kennen die wichtigsten Vorschriften und können diese auf ausgewählte praktische Fallgestaltungen anwenden. Sie sind in der Lage, juristische Probleme solcher Fälle zu analysieren, kritisch zu diskutieren und einer vertretbaren Lösung zuzuführen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können Fallgestaltungen analytisch-kritisch sowie methodengestützt bearbeiten. Sie kennen Lehr- und Lernmethoden und können diese insbesondere für Zwecke des Selbststudiums erfolgreich nutzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind bei Gruppenarbeiten (Fallstudie) in der Lage, effektiv in einer Arbeitsgruppe mitzuarbeiten. Die Studierenden sind in der Lage juristische Standpunkte verständlich und überzeugend gegenüber Dritten darzustellen und zu vertreten. Sie sind zur Anwendung und Einhaltung eines angemessenen Zeitmanagements bei Prüfungen in der Lage.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über ein solides Grundverständnis Handels- und Gesellschaftsrechtlicher Tatbestände, was Ihnen ein rechtskonformes Verhalten im kaufmännischen Tätigkeitsfeld ermöglicht. Sie besitzen die Fähigkeit zu frühzeitiger Erkennung möglicher Rechtsprobleme und können diese entweder selbst rechtlich gestalten oder zumindest problemorientiert einem fachkundigen Dritten (z.B. Anwalt, Rechtsabteilung) übermitteln. Sie verfügen über die Fähigkeit zu kritischer Reflexion über vorherrschende Lehrmeinungen und Gerichtsurteile und können darüber mit Fachleuten oder Laien kommunizieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Grundzüge des Handels- und Gesellschaftsrechts	55	95

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM

Handelsrecht
- Prinzipien und Rechtsquellen des Handelsrechts/ Aufbau des HGB / geschichtliche Voraussetzungen
- Kaufleute und Kaufmannseigenschaft: Überblick über die Kaufmannseigenschaft und die damit verbundenen Rechtsfolgen
- Handelsregister: Organisation des HR, Funktion des HR; Verantwortliche Amtsgerichte, Abteilungen des Handelsregisters und Eintragungsinhalte
- Publizität des HR: Allgemeines und Rechtsfolgen sowie Portale zur Einsicht in das HR (www.Handelsregister.de, www.Unternehmensregister.de)
- Handelsfirma / Firmenbegriff
- Vertretung und Vollmachten (allgemeine Regelungen, unterschiedliche Vollmachten, Rechtsfolgen bei Vertretung ohne Vertretungsmacht)
- Hilfspersonen, Handelsvertreter (Überblick)
- Grundzüge bei Handelsgeschäften (z.B. Formfreiheit, Formzwang)
- Bedeutung von Handelsbräuchen, Handelskauf
- Ausgewählte Sonderregelungen für Kaufleute (z.B. Wareneingangskontrolle, Rügepflichten, Kaufmännisches Bestätigungsschreiben etc.)

Gesellschaftsrecht
- Rechtsquellen des Gesellschaftsrechts (Einbeziehung aktueller Entwicklung wie MoPeG: Gesetz zur Modernisierung des Personengesellschaftsrechts)
- Bedeutende Bestimmungsgrößen der Rechtsformwahl

- Leitungsbefugnis
- Haftung
- Gewinn- und Verlustbeteiligung
- Finanzierungsmöglichkeiten
- Steuerbelastung
- Informationspflichten
- Mitbestimmung
- Rechtsform abhängige Aufwendungen

Überblick über die Gesellschaftsformen privatrechtlicher Unternehmen / Einordnung
Personenunternehmen
- Einzelunternehmen
- Personengesellschaften
- Gesellschaft des bürgerlichen Rechts (GbR)
- Offene Handelsgesellschaft (OHG)
- Kommanditgesellschaft (KG)
- Stille Gesellschaft

Kapitalgesellschaften
- Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)
- Aktiengesellschaft (AG) / SE
- Kommanditgesellschaft auf Aktien (KGaA)

Mischgesellschaften
Genossenschaften
Sonstige

Unternehmenszusammenschlüsse, insbesondere Konzerne

BESONDERHEITEN

Dieses Modul kann sowohl im 2. als auch im 3. Studienjahr angeboten werden.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Bitter, G./Heim, S.: Gesellschaftsrecht, München
- Jung, P.: Handelsrecht, München
- Kindler, P.: Grundkurs Handels- und Gesellschaftsrecht, München
- Lettl, T.: Handelsrecht Buch. Softcover, München
- Prütting, J./Guntermann, L./Weller, M.-Ph.: Handels- und Gesellschaftsrecht, München
- Windbichler, Ch./Bachmann, G.: Gesellschaftsrecht, München
- Wichtige Gesetze des Wirtschaftsprivatrechts
- Mit einer Einführung von Prof. Dr. Dirk Güllemann. Bearbeitet von der NWB Gesetzesredaktion, Herne

IT-Sicherheit und IT-Recht (W4BW_420)

IT-Security and IT-Law

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_420	2. Studienjahr	1	Prof. Dr. Uwe Schmid	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Projekt, Case Study

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Portfolio	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über grundlegende Kenntnisse in den Bereichen Sicherheitsmodelle und Kryptographie, Verschlüsselungstechniken und IT-Security-Management. Sie kennen und verstehen die für IT-Fragen relevanten Rechtsnormen, insb. aus den Bereichen Internetrecht, Wettbewerbsrecht, Rechtsschutz und Immaterialgüterrecht sowie Vertragsrecht. Die Studierenden sind mit den aus Prozessen der Digitalen Transformation resultierenden Anforderungen und Risiken in Bezug auf IT-Sicherheit und IT-Recht vertraut und können deren betriebswirtschaftliche Relevanz beurteilen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die behandelten technischen und organisatorischen Methoden bzw. Aspekte von IT-Sicherheit sowie IT-Recht und können diese im betrieblichen und persönlichen Kontext korrekt einschätzen sowie geeignete Schutzmaßnahmen bewerten und begründet auswählen. Ferner können sie Wirkungen von Sicherheitsrisiken für Unternehmen abschätzen und ihrer Bedeutung gemäß klassifizieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind sensibilisiert für sicherheitstechnische und rechtliche Risiken bei der Gestaltung von digitalen Geschäftsmodellen und -prozessen, z.B. in Bezug auf den Schutz unternehmensinterner und personenbezogener Daten oder Cyber-Kriminalität. Die Studierenden verstehen die ethischen, politischen und rechtlichen Aspekte von IT-Sicherheit und IT-Recht sowie ihre Auswirkungen auf Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten und die Gesellschaft.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die Herausforderungen der IT-Sicherheit im Rahmen der Unternehmensstrategie und können aktuelle Fragen in einen betriebswirtschaftlichen Kontext einordnen. Die Studierenden verfügen zudem über die Fähigkeit, mögliche rechtliche Problemfelder, die bei Prozessen der digitalen Transformation entstehen können, frühzeitig zu erkennen und kritisch zu reflektieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
IT-Sicherheit und IT-Recht	55	95

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
IT-Sicherheit: - Grundbegriffe der IT-Sicherheit: Schutzziele, Bedrohungsszenarien - Schwachstellen und Gegenmaßnahmen (z.B. in Bezug auf Betriebssysteme, Web-basierte Anwendungen, Schadsoftware, Anwender (Social Engineering etc.)) - Grundlegende kryptographische Verfahren: Authentifizierung; digitale Signaturen und Zertifikate; Sicherheitsprotokolle und -standards - IT-Security-Management - Überblick über rechtliche und betriebswirtschaftliche Aspekte der IT-Sicherheit, insb. im Hinblick auf Business Continuity IT-Recht: - Vertragsrecht der Informationstechnologien: Besonderheiten bei Hard-/Software (z.B. aaS-Ausgestaltung), Einsatz von AGBs - Recht des elektronischen Geschäftsverkehrs - Immaterialgüterrecht, insb. Schutz digitaler Werke - Datenschutz, insb. Zulässigkeit und Sicherheit des Umgangs mit personenbezogenen Daten, Rechte der Betroffenen - Recht der Kommunikationsnetze, insb. Recht der Telekommunikation - Wettbewerbsrecht: Wettbewerbsbeschränkungen, unlauterer Wettbewerb - Internationale Bezüge, insb. EU-Verordnungen (z.B. Digital Markets Act, Artificial Intelligence Act)		

BESONDERHEITEN

Dieses Modul kann sowohl im 2. als auch im 3. Studienjahr angeboten werden.
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

Grundkenntnisse in den Themenfeldern IT-Systeme und IT-Anwendungen

LITERATUR

- Eckert, C.: IT-Sicherheit: Konzepte – Verfahren – Protokolle, Berlin und Boston: De Gruyter Oldenbourg
- Erben, M./Wolf, G. H.: Gestaltung und Management von IT-Verträgen, Wiesbaden: Springer Gabler
- Kappes, M.: Netzwerk- und Datensicherheit, Wiesbaden: Springer Vieweg
- Kersten, H./Klett, G./Reuter, J./Schröder, K.-W.: IT-Sicherheitsmanagement nach der neuen ISO 27001: ISMS, Risiken, Kennziffern, Controls, Wiesbaden: Springer Vieweg
- Laue, P.: Datenschutzrecht in der betrieblichen Praxis, Baden-Baden: Nomos
- Leupold, A./Wiebe, A./Glossner, S.: IT-Recht – Recht, Wirtschaft und Technik der digitalen Transformation, München: C.H. Beck
- Redeker, H.: IT-Recht, München: C.H. Beck
- Schmidt, K.: IT Security managen, München: Hanser
- Sharp, R.: Introduction to cybersecurity: a multidisciplinary challenge, Cham: Springer
- Tinnefeld, M.-T./Buchner, B./Petri, T./Hansen, M.: Einführung in das Datenschutzrecht: Datenschutz und Informationsfreiheit in europäischer Sicht, Berlin: De Gruyter Oldenbourg

Eine bewertete Übersicht zu themenbezogenen, qualifizierten akademischen Journals und Konferenzbänden findet sich im VHB-Rating für Publikationsmedien, Teilrating Wirtschaftsinformatik, des Verbandes der Hochschullehrerinnen und Hochschullehrer für Betriebswirtschaft e.V.
Für Lehreinheiten und Inhalte zu ‚IT-Sicherheit' siehe insb. Computers & Security (ISSN: 0167-4048), zu ‚IT-Recht' insb. ZdiW – Zeitschrift für das Recht der digitalen Wirtschaft (ISSN: 2702-4040).

Kontext der digitalen Wirtschaft – VWL, Recht, Ethik (W4BW_422)

Context of Digital Business – Economics, Law, Ethics

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_422	2. Studienjahr	1	Prof. Dr. Martin Mikusz	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Case Study

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Portfolio	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen und verstehen die für IT-Fragen relevanten Rechtsnormen, insb. aus den Bereichen Internetrecht, Wettbewerbsrecht, Rechtsschutz, Immaterialgüterrecht, Vertragsrecht. Sie können deren betriebswirtschaftliche Relevanz beurteilen. Die Studierenden kennen und verstehen die grundlegenden volkswirtschaftlichen Effekte sowie die zentralen gesellschaftlichen und sozialen Auswirkungen der Digitalisierung. Sie können deren betriebswirtschaftliche und ethische Relevanz beurteilen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die behandelten Aspekte des IT-Rechts und können diese im betrieblichen und persönlichen Kontext korrekt einschätzen. Sie können stets aktuelle Entwicklungen und Handlungsbedarfe der Digitalisierung aus der Perspektive der VWL und der Ethik identifizieren und deren Konsequenzen aus betriebswirtschaftlicher Sicht reflektieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind sensibilisiert für rechtliche und ethische Risiken bei der Gestaltung von digitalen Geschäftsmodellen und -prozessen, z.B. in Bezug auf den Schutz unternehmensinterner und personenbezogener Daten und auf die digitale Exklusion. Die Studierenden können die volkswirtschaftlichen Aspekte der Digitalisierung hinsichtlich ihrer Auswirkungen auf die Gesellschaft kritisch hinterfragen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über die Fähigkeit, mögliche rechtliche und ethische Problemfelder, die bei Prozessen der digitalen Transformation entstehen können, frühzeitig zu erkennen und kritisch zu reflektieren. Ihre Kenntnisse der volkswirtschaftlichen Effekte der Digitalisierung können die Studierenden bei ihrem betrieblichen Handeln mitberücksichtigen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Kontext der digitalen Wirtschaft – VWL, Recht, Ethik	55	95

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM

Kontext der digitalen Wirtschaft – VWL:
- Diginomics – Auswirkungen der Digitalisierung auf Innovation, Produktivität, Wirtschaftswachstum, Arbeitsmarkt, internationale Arbeitsteilung, Industriepolitik, volkswirtschaftliche Gesamtrechnung und Fiskalpolitik
- Einfluss digitaler Technologien und Geschäftsmodelle auf Marktstrukturen, Marktverhalten und Marktergebnisse
- Ökonomische Funktionsweise digitaler Märkte und Plattformen
- Anwendung der neuen Institutionenökonomik auf die Digitale Wirtschaft (Prinzipal-Agent-Theorie, Transaktionskostenökonomik, Theorie der Verfügungsrechte)

Kontext der digitalen Wirtschaft – Recht:
- Vertragsrecht der Informationstechnologien: Besonderheiten bei Hard-/Software (z.B. aaS-Ausgestaltung), Einsatz von AGBs
- Recht des elektronischen Geschäftsverkehrs
- Immaterialgüterrecht, insb. Schutz digitaler Werke
- Datenschutz, insb. Zulässigkeit und Sicherheit des Umgangs mit personenbezogenen Daten, Rechte der Betroffenen
- Recht der Kommunikationsnetze, insb. Recht der Telekommunikation
- Wettbewerbsrecht: Wettbewerbsbeschränkungen, unlauterer Wettbewerb
- Internationale Bezüge, insb. EU-Verordnungen (z.B. Digital Markets Act, Artificial Intelligence Act)

Kontext der digitalen Wirtschaft – Ethik:
- Digitale Ethik: KI-Ethik, Medienethik, Datenethik, ethische Aspekte im E-Business
- Corporate Digital Responsibility
- “The Dark Side of IT”

BESONDERHEITEN

Dieses Modul kann sowohl im 2. als auch im 3. Studienjahr angeboten werden.
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

Grundkenntnisse in den Themenfeldern BWL, VWL und Informationstechnologien

LITERATUR

- Clement, R./Schreiber, D./Bossauer, P./Pakusch, C.: Internet-Ökonomie – Grundlagen und Fallbeispiele der digitalen und vernetzten Wirtschaft, Wiesbaden: Springer Gabler
- Dörr, S.: Praxisleitfaden Corporate Digital Responsibility – Unternehmerische Verantwortung und Nachhaltigkeitsmanagement im Digitalzeitalter, Wiesbaden: Springer Gabler
- Fenner, D.: Digitale Ethik, Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag
- Grimm, P./Trost, K.E./Zöllner, O. (Hrsg.): Digitale Ethik, Baden-Baden: Nomos
- Jäggi, C.: Digitalisierung in Wirtschaft und Gesellschaft – Ökonomische, soziale und ökologische Auswirkungen, Fragen und Perspektiven, Wiesbaden: Springer Gabler
- Leupold, A./Wiebe, A./Glossner, S.: IT-Recht – Recht, Wirtschaft und Technik der digitalen Transformation, München: C.H. Beck
- Petersen, T.: Diginomics verstehen – Ökonomie im Licht der Digitalisierung, München: UVK Verlag
- Redeker, H.: IT-Recht, München: C.H. Beck
- Shapiro, C./Varian, H.R.: Information Rules, Boston: Harvard Business School Press
- Tinnefeld, M.-T./Buchner, B./Petri, T./Hansen, M.: Einführung in das Datenschutzrecht: Datenschutz und Informationsfreiheit in europäischer Sicht, Berlin: De Gruyter Oldenbourg

Eine bewertete Übersicht zu themenbezogenen, qualifizierten akademischen Journals und Konferenzbänden findet sich im VHB-Rating für Publikationsmedien, Teilrating Wirtschaftsinformatik, des Verbandes der Hochschullehrerinnen und Hochschullehrer für Betriebswirtschaft e.V.
Für Lehreinheiten und Inhalte zu ‚Kontext der digitalen Wirtschaft – Recht‘ siehe zudem: ZdiW – Zeitschrift für das Recht der digitalen Wirtschaft, ISSN: 2702-4040.

Management Case Study (W4BW_424)

Management Case Study

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_424	2. Studienjahr	1	Prof. Dr. Emanuel Bayer, Prof. Dr. Lothar Weinland	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Projekt, Planspiel/Simulation, Vorlesung, Übung, Seminar

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erwerben fundierte Kenntnisse in der Analyse und Lösung realer Managementprobleme. Sie lernen, komplexe betriebswirtschaftliche Fragestellungen zu verstehen, strategische Entscheidungen zu treffen und praxisnahe Lösungsansätze für Unternehmen zu entwickeln und zu bewerten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden erlernen den Einsatz von Analysemethoden und Entscheidungsmodellen zur Lösung komplexer Managementprobleme. Sie beherrschen Techniken zur Fallstudienanalyse, strategischen Planung und Entwicklung von Handlungsempfehlungen, um praxisnahe Managemententscheidungen fundiert zu treffen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden stärken ihre Team- und Kommunikationsfähigkeiten, indem sie in Gruppen komplexe Managementfälle bearbeiten. Sie lernen, gemeinsam fundierte Entscheidungen zu treffen, unterschiedliche Perspektiven zu integrieren und ihre Ergebnisse überzeugend zu präsentieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden entwickeln die Fähigkeit, praxisnahe Managementprobleme ganzheitlich zu analysieren und nachhaltige Lösungen zu erarbeiten. Sie lernen, strategische Entscheidungen zu treffen, diese unter realen Bedingungen umzusetzen und ihre Auswirkungen auf das Unternehmen zu bewerten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Management Case Study	55	95

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Die Studierenden bearbeiten Fallstudien zu verschiedenen Problemstellungen und Managementherausforderungen. Hierbei beschäftigen sie sich beispielsweise mit folgenden Inhalten: - Bedeutung und Zweck von Fallstudien in der Managementausbildung - Methoden der Fallstudienanalyse - Anwendung strategischer Analysewerkzeuge - Organisatorische Kultur und Veränderungsmanagement - Konflikt- und Motivationsmanagement - Finanzmanagement und Entscheidungsfindung - Entwicklung und Implementierung von Marketingstrategien - Markenmanagement und Kundensegmentierung - Disruptive Innovationen und Technologietransfer - Interkulturelles Management und globale Teams - Analyse von CSR-Initiativen und deren Auswirkungen auf das Unternehmen - Fallstudien zu ethischen Dilemmata im Management - Analyse von Projektrisiken und Erfolgsfaktoren Als Grundlage können Fallstudien von Harvard Business School Case Studies oder Ivey Publishing Case Studies herangezogen werden.		

BESONDERHEITEN

Dieses Modul kann sowohl im 2. als auch im 3. Studienjahr angeboten werden.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Grant, R. M.: Contemporary strategy analysis: Text and cases edition, Hoboken (USA): John Wiley & Sons
- Whittington, R./Regnér, P./Angwin, D.: Exploring strategy: Text and cases, London: Pearson
- Yin, R. K.: Case study research: Design and methods, Los Angeles: Sage
Weitere Literatur wird in Abhängigkeit der gewählten Case Studys zur Verfügung gestellt.

Marketing Performance (W4BW_425)

Marketing Performance

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_425	2. Studienjahr	1	Prof. Dr. Lothar Weinland	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Projekt, Case Study

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden lernen qualitative und quantitative Ansätze zur Messung und Steuerung des finanziellen Erfolgsbeitrages von Marketingaktivitäten kennen. Sie erkennen, warum Marketingstrategien und -maßnahmen entsprechend ihres ökonomischen Erfolgsbeitrags beurteilt werden müssen. Sie begreifen Marketingplanung, -information und -kontrolle als Gegenstandbereiche der Marketing Performance. Sie verstehen, wie in diesem Kontext Instrumente des strategischen und operativen Marketingcontrollings eingesetzt werden können. Die Studierenden lernen das Konzept der Marketing Performance Chain als Bezugsrahmen kennen und verstehen, wie strategische und operative Marketingentscheidungen Einfluss auf Kunden und Marken, auf die Unternehmensposition im Markt, auf finanzielle Größen (Kunden- und Markenwert) und letztendlich auf den Unternehmenswert (Shareholder Value) ausüben, die sich dann in einer entsprechenden Bewertung des Unternehmens auf dem Finanzmarkt niederschlagen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage zentrale Instrumente und Tools der Performancemessung anzuwenden. Sie verstehen ihre jeweiligen Vor-und Nachteile und können dadurch die Nützlichkeit im spezifischen betrieblichen Kontext beurteilen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden hinterfragen die Anwendbarkeit und die Ergebnisse der Instrumente des strategischen und operativen Marketingcontrollings kritisch. Ebenso betrachten sie sowohl die Wertorientierung als auch die Implementation der verschiedenen Instrumente aus ethischer Perspektive.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind nach der Teilnahme an dem Modul fähig, ihr Wissen und ihre Methodenkompetenz in die Entwicklung konkreter Performance Management Konzepte und Performance Measurement Methoden praktisch umzusetzen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Performance Management und Measurement	55	95

- Kennzahlen und Kennzahlensysteme
- Konzeptionen des Controlling, Marketing Performance Chain
- Marketing Performance und Intuition
- Ausgewählte Instrumente der Kosten-, Erlös- und Investitionsrechnung
- Benchmarking –Shareholder-Value-Ansatz
- Bewertungsansätze, z.B. Marken- und Kundenbewertung
- Balanced Scorecard
- Marketing Performance und Ethik
- Performance-Messung und -Monitoring im Online-Marketing, insb. Controlling-Ansätze für verschiedene Onlinemarketing-Instrumente, Einsatz von Webanalyse-Tools

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

Dieses Modul kann sowohl im 2. als auch im 3. Studienjahr angeboten werden.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Bauer, C./Greve, G./Hopf, G.: Online Targeting und Controlling, Wiesbaden: Gabler
- Bauer, H. H. (Hrsg.): Interactive Marketing im Web 2.0+. Konzepte und Anwendungen für ein erfolgreiches Marketingmanagement im Internet, München: Vahlen
- Bauer, H. H./Stokburger, G./Hammerschmidt, M.: Marketing Performance: Messen - Analysieren - Optimieren: Gabler Verlag
- Bauer, T.: Marketing Performance, Chichester: Wiley
- Gladen, W.: Performance Measurement, Wiesbaden: Springer Gabler
- Jacob, M.: Integriertes Online-Marketing, Wiesbaden: Springer Vieweg
- McDonald, M./Bergfort, I./Bauer, H. H./Bühler, M./Hammerschmidt, M./Reissig, H./Vogel, R.: Marketingpläne: Eine Einführung für die praktische Anwendung, Spektrum Akademischer Verlag
- Reinecke, S./Janz, S.: Marketingcontrolling. Sicherstellen von Marketingeffektivität und -effizienz, Stuttgart: Kohlhammer (Kohlhammer Edition Marketing)
- Weber, J./Binder, C./Schäffer, U.: Einführung in das Controlling. Übungen und Fallstudien mit Lösungen: Schäffer-Poeschel Verlag
- Weber, J. / Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag

Methoden für die digitale Wirtschaft (W4BW_427)

Methods for Digital Business

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_427	2. Studienjahr	1	Prof. Dr. Oliver Bender	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Inverted Classroom

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Portfolio	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen und verstehen die Ziele eines traditionellen Projektmanagements, können mit den besonderen Herausforderungen dieser Arbeitsform umgehen und das Projektmanagement in die Organisation eines Unternehmens einordnen. Sie können darüber hinaus die Unterschiede zu den modernen, agilen Formen eines Projektmanagements aufzeigen und reflektieren. Die Studierenden erlangen umfassendes Faktenwissen zu Methoden der Geschäftsprozessmodellierung und -optimierung. Sie können die Anwendbarkeit der einzelnen Methoden in der Praxis beurteilen und ein Projekt in diesem Umfeld konzipieren.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, Methoden des Projektmanagements anzuwenden und ein Projekt erfolgreich zu bearbeiten. Sie können darüber hinaus aus praktischen Fragestellungen Projektaufgaben ableiten sowie deren Durchführung methodisch planen, steuern und überwachen. Sie sind weiterhin in der Lage, Werkzeuge der Geschäftsprozessmodellierung zuzuordnen sowie Prozesse methodengestützt in strukturierter Form aufzubereiten. Den Studierenden ist es unter Anwendung der Methoden des Prozessmanagements ferner möglich, Prozesse zu visualisieren, kritisch zu reflektieren und so Prozessverbesserungen zu generieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden besitzen die Fähigkeit zur arbeitsteiligen und koordinierten Teamarbeit, zur Kommunikation und zur Präsentation von Projektergebnissen. Sie kennen die Konflikte, die dabei entstehen können, und wissen, dass eine kompetente Moderation zur Lösung dieser Konflikte erforderlich ist. Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, bei der Gestaltung von Prozessen soziale Aspekte von Mitarbeitern und Kunden zu berücksichtigen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können den jeweiligen Aufbau, die konzeptionellen Grundlagen und Eigenheiten sowie die praktische Eignung verschiedener Modelle und Konzeptionen von Projektmanagement beurteilen und anwenden. Sie können Projekte in Praxiskontexten planen, strukturieren, steuern, bewerten und integrieren. Weiterhin haben sie die Kompetenz erworben, für das Modellieren, Managen und Optimieren der IT- und Prozesslandschaft im Unternehmen geeignete Methoden auszuwählen und selbstständig Lösungen zu erarbeiten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Projektmanagement in der digitalen Wirtschaft	35	60

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
- Grundlagen Projekt und Projektmanagement - Phasenkonzepte und Vorgehensmodelle - Projektorganisation - Führung in und von Projektteams - Operatives vs. strategisches Projektmanagement - Planung von Projektterminen, Projektkosten und Projektressourcen - Projektcontrolling - IT-gestütztes Projektmanagement - Agiles Projektmanagement		
Geschäftsprozessmanagement	20	35
- Grundlagen des Prozess- und Geschäftsprozessmanagements - Modellierung von Geschäftsprozessen: Ereignisgesteuerte Prozessketten (EPK) - Business Process Model and Notation (BPMN 2.0; Signavio Process Manager) - Business Process Reengineering - Workflow Management und Geschäftsprozessautomatisierung		

BESONDERHEITEN

Dieses Modul kann sowohl im 2. als auch im 3. Studienjahr angeboten werden.
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Allweyer, T.: BPMN 2.0 - Business Process Model and Notation, Norderstedt: Books on Demand
- Becker, J./Kugeler, M./Rosemann, M. (Hrsg.): Prozessmanagement. Ein Leitfaden zur prozessorientierten Organisationsgestaltung, Berlin und Heidelberg: Springer Gabler
- Drescher, A./Koschmider, A./Oberweis, A.: Modellierung und Analyse von Geschäftsprozessen, Berlin: De Gruyter Oldenbourg
- Freund, J./Rücker, B.: Praxishandbuch BPMN: mit Einführung in CMMN und DMN, München: Hanser
- Gadatsch, A.: Grundkurs Geschäftsprozess-Management, Wiesbaden: Springer Vieweg
- Patzak, G./Rattay, G.: Projektmanagement: Leitfaden zum Management von Projekten, Projektportfolios und projektorientierten Unternehmen, Wien: Linde international
- Pichler, R.: Agiles Produktmanagement mit Scrum: Erfolgreich als Product Owner arbeiten, Heidelberg: dpunkt
- Preußig, J.: Agiles Projektmanagement - Einsatz im klassischen Projektumfeld, Freiburg: Haufe-Lexware
- Scheer, A.-W.: ARIS-Modellierungsmethoden, Metamodelle, Anwendungen, Berlin u.a.: Springer
- Schmelzer, H. J./Sesselmann, W.: Geschäftsprozessmanagement in der Praxis, München: Hanser
- Staud, J.L.: Geschäftsprozessanalyse, Berlin u.a.: Springer
- Tiemeyer, E. (Hrsg.): Handbuch IT-Projektmanagement: Vorgehensmodelle, Managementinstrumente, Good Practices, München: Hanser

Strategic Organisational Development (W4BW_434)

Strategic Organisational Development

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_434	2. Studienjahr	1	Prof. Dr. Lothar Weinland	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Projekt, Case Study

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die zentralen Ansätze der Mitarbeiterführung und Führungstheorien. Sie sind in der Lage, unterschiedliche Führungsstile zu analysieren und deren Vor- und Nachteile einzuschätzen. Sie verstehen die Rolle unterschiedlicher Einflussfaktoren der Mitarbeiterperformance (z.B. Motivation) und sind in der Lage mögliche Probleme bei der Zusammenarbeit von Mitarbeitern und Führungskraft zu erkennen und entsprechende Lösungsansätze zu entwickeln. Veränderungsprozesse verstehen sie als komplexe, individuelle und kollektive Lernprozesse und können sowohl die Möglichkeiten als auch die Grenzen der Gestaltung von Change Prozessen erkennen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, Führungssituationen theoretisch fundiert zu analysieren. Sie erfassen dabei die jeweiligen Stärken und Schwächen des (Führungs-) Verhaltens und verstehen die Ursache-Wirkungs-Zusammenhänge der Führungssituation. Sie verstehen Change als Prozess und können für die unterschiedlichen Interventionsebenen Gestaltungsempfehlungen entwickeln.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden begreifen die Themen Leadership und Change aus unterschiedlichen Perspektiven. Sie stärken ihre Empathiefähigkeit und sind in der Lage auch das eigene (Führungs-)Verhalten kritisch zu hinterfragen. Dieses Wissen unterstützt sie in der Ausführung von Führungsrollen in Organisationen und trägt zur Aufrechterhaltung organisationaler Kooperation bei.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden kennen sowohl Ziele und Herausforderungen als auch die Instrumente insbesondere der Kommunikation von Veränderungsprozessen. Sie sind in der Lage, Change- und Leadership-bezogene Herausforderungen in Organisationen fach- und methodenkompetent sowie teamorientiert und reflektiert anzugehen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Strategic Organisational Development	55	95

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM

- Change-Phasen
- Analyse und Gestaltungsansätze von bzw. bei Veränderungsprozessen
- Ziele und Instrumente verschiedener Interventionsebenen
- Modelle der Lernenden Organisation und deren Umsetzung
- Leadership-Ansätze (z.B. Traits, Skills, Style, Situational, Contingency, Path Goal, Servant, Leader Member Exchange, Transformational)
- Führungsstile
- Organisationskultur
- Organizational Citizenship
- Motivation und Führung
- Psychological Contracts
- Performance Assessment und Rewards
- Anreize und Entlohnung
- Innovation und Kreativität
- Organizational Justice
- Gruppenprozesse
- Personality and Individual Differences
- Workplace Deviant Behavior
- Counter-Performance
- "The Dark Side of Leadership"
- Leadership-Entwicklung
- Leadership-Messung
- Leadership im Gender und Minorities Kontext

BESONDERHEITEN

Dieses Modul kann sowohl im 2. als auch im 3. Studienjahr angeboten werden.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Doppler, K./Lauterburg, C.: Change Management: Den Unternehmenswandel gestalten, Frankfurt/New York: Campus Verlag
- Iszatt-White, M./Saunders, C.: Leadership, Oxford: Oxford University Press
- Kotter, J. P.: Leading Change, With a New Preface by the Author, Brighton, Massachusetts: Harvard Business Review Press
- McCalman, J./Paton, P.R.A./Siebert, S.: Change Management: A Guide to Effective Implementation, Thousand Oaks, California: SAGE Publication
- Northouse, P. G.: Leadership: Theory and Practice, Thousand Oaks, California: SAGE Publications

Stand

Technik für Betriebswirte (W4BW_436)

Technical Skills for Business Managers

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_436	2. Studienjahr	1	Prof. Dr.-Ing. Bernd Rall	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Portfolio	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	50	100	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls besitzen die Studierenden ein solides Basiswissen über ingenieurwissenschaftliche Vorgehensweisen und technische Systeme aus den Bereichen Werkstoffkunde, Elektrotechnik und Energiesystemanalyse, auf einem für ein BWL-Studium kompatiblen Niveau. Zugunsten einer großen inhaltlichen Breite wird bewusst auf fachliche Tiefe verzichtet. Neben den physikalischen und chemischen Zusammenhängen wird insbesondere Wert gelegt auf Anwendungen im industriellen Bereich, z.B. Technische Zeichnungen für Zukaufteile, Werkstoffauswahl unter dem Aspekt der Rezyklierbarkeit, Stromerzeugung und Energiewandlung unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit, betriebliche Energiesystemanalyse im Facility Management, Energiespeicherung für den Einsatz in der Elektromobilität und Industrie 4.0, Sensorik als essentielle Technologie an der Mensch-Maschine-Schnittstelle und als Datenlieferant für KI-Anwendungen. Neben den rein technischen Aspekten werden insbesondere auch Fragen nach der betriebswirtschaftlichen Relevanz (Kosten, Markt, disruptives Potenzial) und Fragen zur Nachhaltigkeit der Technologien behandelt.

METHODENKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden ein Verständnis für die ingenieurwissenschaftlichen Herausforderungen und Methodiken entwickelt, sie verstehen „die Sprache der Ingenieure". Ziel ist nicht, dass sie selber eine ingenieurwissenschaftliche Funktion (Konstruktion, Materialauswahl, etc.) ausfüllen können. Jedoch sollen sie befähigt werden, um konstruktiv in einer Arbeitsgruppe mit den technischen Abteilungen, bei Lieferanten und Kunden oder im Sustainability Management mitzuarbeiten und dort über Machbarkeit, Kosten-Nutzen und Nachhaltigkeit von technischen Produkten und Lösungen zu diskutieren und die betriebswirtschaftliche Seite effektiv zu vertreten.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben die bei vielen Erstsemestern in BWL-Studiengängen zu beobachtende „Aversion gegen Technik und Ingenieurwissenschaften" und die daraus resultierende Hemmschwelle bei der Beteiligung an technischen Diskussionen abgelegt. Sie können Fragestellungen aus dem Bereich der Technik, des nachhaltigen Produktdesigns und des betrieblichen Energiemanagements grundsätzlich nachvollziehen und können in einer Arbeitsgruppe konstruktiv mitarbeiten. Sie sind als wertvolles Teammitglied anerkannt und vermögen ihren Standpunkt unter Heranziehung einer betriebswirtschaftlichen Argumentation nachvollziehbar zu begründen und kritisch zu reflektieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Mit Abschluss des Moduls sollen die Studierenden zu einem verantwortungsbewussten und nachhaltigem Umgang mit Ressourcen an der Schnittstelle zu technischen Systemen befähigt werden – insbesondere in Funktionen, die zwar üblicherweise von BWL-Studierenden besetzt werden, aber zugleich technisches Verständnis voraussetzen, z.B. im Umgang mit technischen Zeichnungen und Dokumentationen im Einkauf, im Controlling von technischen Entwicklungen, im Verkauf von technischen Produkten, im Corporate Sustainability Reporting oder im Bereich des nachhaltigen Facility Managements von Industriebetrieben.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Technik für Betriebswirte	50	100

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Technische Grundlagen für nachhaltige betriebliche Systeme Mind. 3 der nachfolgenden 5 Themenbereiche: - Technisches Zeichnen und nachhaltige Konstruktion - Werkstoffkunde & Recycling - Grundlagen Elektrotechnik - Sensorik, Robotik & Industrie 4.0 - Betriebliches Energiemanagement - Technisches Basiswissen für das Erstellen und Lesen einer technischen Zeichnung, Bemaßung von Bauteilen, Ansichten und Schnitte, CAD-Systeme und Datenformate, Nachhaltiges Produktdesign, Design for Remanufacturing - Basiswissen zur nachhaltigen Werkstoffauswahl (Mechanische, thermische, technologische Eigenschaften) für diverse Werkstoffgruppen (Metalle, Kunststoffe, keramische Werkstoffe, Verbundwerkstoffe) und deren spezifischer Recylingfähigkeit (stoffliche, werkstoffliche und energetische Verwertung) - Basiswissen zur nachhaltigen Erzeugung, Wandlung und Speicherung von elektrischer Energie (Ladung, Spannungserzeugung, AC/DC, Photovoltaik, Primär-/Sekundärzelle, Brennstoffzelle, E-/B-Feld, Elektromagnetismus, elektrische Maschinen) - Basiswissen zur Funktionsweise von Sensoren und MEMS sowie zum Aufbau und Programmierung von Robotern. Zusammenhänge und gegenseitige Synergien von Sensorik (als Datenlieferant und Treiber für Digitalisierung und Künstliche Intelligenz), Robotik (als Aktor in Cyber-Physical Systems und Produktionsumgebungen) und Industrie 4.0 (als Synthese aus Industrial Internet of Things IIoT, Sensorik und Robotik) - Grundlagen des betrieblichen Energiemanagements, Abgleich von Energieträgern (fossile Brennstoffe, grüner/ türkiser/ grauer/ blauer Wasserstoff) und Kraftwerken (regional/lokal) und Kraft-Wärme-Kopplung zur Generierung einer nachhaltigen und resilienten Energieversorgung des Industriebetriebs		

BESONDERHEITEN

Die dualen Partner im Studiengang Industrial Business Management (BWL-Industrie) sind herstellende Betriebe und in den meisten Fällen sind die betrieblichen Entscheidungen durch ein hohes Maß an Technikrelevanz geprägt. Daher ist es von Vorteil, wenn in solchen technikaffinen Betrieben auch Mitarbeitende in den klassischen betriebswirtschaftlichen Funktionen über technisches Grundverständnis verfügen. Zudem sind Industriebetriebe in besonderer Weise verantwortlich für Ressourceneffizienz und Kreislaufwirtschaft der physischen Produkten, deren Recycling und dem zur Herstellung verwendeten Energiemix. Diesem besonderen Zusammenhang soll in diesem Modul Rechnung getragen werden.
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.
Dieses Modul kann sowohl im 2. als auch im 3. Studienjahr angeboten werden.

VORAUSSETZUNGEN

keine

LITERATUR

- Arnold, Boszema: Werkstofftechnik für Wirtschaftsingenieure, Berlin, Heidelberg: Springer Vieweg
- Bargel, H.-J.: Werkstoffkunde : Strukturen - grundlegende Eigenschaften, Berlin, Heidelberg: Springer Vieweg
- Kammer, K./Kammer, U.: Werkstoffkunde für Praktiker, Europa Lehrmittel Verlag
- Hoischen, H./Fritz, A. (Hrsg.): Technisches Zeichnen, Berlin: Cornelsen Verlag
- Hoischen, H./Kriebel, J.: Praxis des technischen Zeichnens, Berlin: Cornelsen Verlag
- Kaltschmitt, M./Streicher, W./Wiese, A. (Hrsg.): Erneuerbare Energien – Systemtechnik, Wirtschaftlichkeit, Umweltaspekte, Berlin: Springer Vieweg Verlag
- Kurz, U./Wittel, H.: Technisches Zeichnen, Wiesbaden: Springer Verlag
- Labisch, S./Weber, Ch.: Technisches Zeichnen, Wiesbaden: Springer Verlag
- Quaschning, V.: Regenerative Energiesysteme – Technologie, Berechnung, Klimaschutz, München: Carl Hanser Verlag
- Schütt, R. J.: Elektrotechnische Grundlagen für Wirtschaftsingenieure : Erzeugen, Übertragen, Wandeln und Nutzen elektrischer Energie und elektrischer Nachrichten, Wiesbaden: Springer Vieweg
- Teske, S.: Achieving the Paris Climate Agreement Goals (eBook), Cham (CH): Springer Open
- Winzker, M.: Elektronik für Entscheider : Grundwissen für Wirtschaft und Technik, Wiesbaden: Springer Vieweg

Unternehmensethik/CSR und strategisches Personalmanagement (W4BW_437)

Business Ethics/CSR and Strategic Human Resource Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_437	2. Studienjahr	1	Prof. Dr. Thomas Glökler, Prof. Dr. Uwe Schirmer	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Inverted Classroom, Rollenspiel, Vorlesung, Case Study

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Posterpräsentation oder Portfolio	20	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die wissenschaftlichen und praxisbezogenen Konzepte im Bereich Unternehmensethik, Corporate Social Responsibility und Corporate Governance als Basis für ein nachhaltiges Personalmanagement. Ergänzend kennen sie unterschiedliche Ansätze zur Ausgestaltung eines strategischen Personalmanagements. Sie sind in der Lage, eine ganzheitliche und situativ angepasste Personalstrategie für Unternehmen zu entwickeln.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über ein breites Spektrum an Methoden und Techniken zur Bearbeitung komplexer Probleme im Bereich Unternehmensethik und strategischem Personalmanagement. Aus diesen können sie angemessene Methoden auswählen und situativ passend anwenden, um effektive Lösungen zu erarbeiten und zu evaluieren. Hinsichtlich der einzelnen Methoden verfügen sie über ein vertieftes Fach- als auch Anwendungswissen, das sie zu einer Weiterentwicklung ihres Tätigkeitsfeldes basierend auf ethischen und strategischen Aspekten befähigt.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über einen hohen Grad an Reflexivität, der es ermöglicht, bestehende und zukünftige unternehmerische Handlungsbedarfe in den Bereichen ethischen und strategischen Agierens impulsgebend zu gestalten. Sie können ihre Sichtweisen und Handlungsempfehlungen nachvollziehbar darstellen und diskutorisch vertreten. Sie sind in der Lage, interne und externe Stakeholder von der Notwendigkeit eines ethisch-strategischen Personalmanagements zu überzeugen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden besitzen die konzeptionelle Fähigkeit, ein ethisch-nachhaltiges sowie strategisches Personalmanagement im Spannungsfeld ökologischer, ökonomischer und sozialer Anforderungen zu gestalten. Sie können einschlägige Vorgehensweisen entwickeln und in das Gesamtkonzept integrieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Unternehmensethik und nachhaltiges Personalmanagement	30	52

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
- Unternehmensethische Grundlagen: Ethik als Ausgangspunkt für Corporate Social Responsibility und Nachhaltigkeitsmanagement - Grundkonflikt: Ökonomik vs. Nachhaltigkeit/Ethik - Ebenen und Begriff der Ethik - Ethikformen - Metaethisches Begründungsproblem der Unternehmensethik - Konsente Diskursethik als prozeduraler Lösungsvorschlag zur Findung nachhaltiger Strategien - Pflichten- vs. Folgenethik - Grundverständnis nachhaltiges HRM - Maßnahmen im Rahmen eines nachhaltigen HRM - UN Global Compact, UN Sustainable Development Goals und Nachhaltigkeitsrat Deutschland - Corporate Governance und Compliance		
Strategisches Personalmanagement	25	43
- Stellung der HRM-Strategie im Rahmen des strategischen Managements - Unternehmensexterne und -interne Kontextfaktoren des HRM - Theoretische Grundlagen des Strategischen Personalmanagements - Strategische Personalmanagementansätze: „Best-Practice-“ vs. „Best-Fit-Ansätze“ - Hierarchische Ableitung und Formulierung einer Personalstrategie und -politik: Strategieprozess - Ressourcen- und marktorientierte Personalstrategie - HR als strategischer Partner - Möglichkeiten der Messung des Beitrags des HRM zum Unternehmenserfolg - Kontingente aufbauorganisatorische Gestaltungsalternativen des Personalbereichs		

BESONDERHEITEN

Hier kann eine ein- oder mehrtägige Exkursion (In- und Ausland) durchgeführt werden, um ethisch-nachhaltige und strategische Anwendungen in der Praxis kennenzulernen und vergleichend zu reflektieren.
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Posterpräsentation.
Dieses Modul kann sowohl im 2. als auch im 3. Studienjahr angeboten werden.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Brühl, R.: Corporate Social Responsibility, München: Vahlen
- Boxall, P./Purcell, J.: Strategy and Human Resource Management, Basingstoke: Red Globe Press
- Gerlach, D.: Praxishandbuch Strategisches Personalmanagement. Prozesse und Instrumente für eine zukunftsfähige Personalarbeit, Freiburg: Haufe Verlag
- Göbel, E.: Unternehmensethik. Grundlagen und praktische Umsetzung, München: UTB
- Lebrenz, L.: Strategie und Personalmanagement. Konzepte und Instrumente zur Umsetzung im Unternehmen, Wiesbaden: Springer Gabler
- Lindner-Lohmann, D./Lohmann, F./Schirmer, U.: Personalmanagement, Berlin: Springer
- Schüz, M.: Angewandte Unternehmensethik: Grundlagen für Studium und Praxis, München: Pearson
- Stock-Homburg, R.: Handbuch Strategisches Personalmanagement, Wiesbaden: Springer Gabler
- Suchanek, A.: Unternehmensethik, Tübingen: UTB

Wirtschaftsrecht (W4BW_439)

Business Law

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_439	2. Studienjahr	1	Prof. Dr. Klaus Sakowski	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Case Study

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Portfolio	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	50	100	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach der Teilnahme an der Modulveranstaltung verfügen die Studierenden über grundlegendes Faktenwissen und kritisches Verständnis der gelehrten Rechtsmaterien. Sie kennen die wichtigsten Vorschriften und können diese auf ausgewählte praktische Fallgestaltungen anwenden. Sie sind in der Lage, juristische Probleme solcher Fälle zu analysieren, kritisch zu diskutieren und einer vertretbaren Lösung zuzuführen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können Fallgestaltungen analytisch-kritisch sowie methodengestützt bearbeiten. Sie kennen Lehr- und Lernmethoden unter Einsatz digitaler Medien und können diese insbesondere für Zwecke des Selbststudiums erfolgreich nutzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind bei Gruppenarbeiten (Fallstudie) in der Lage, effektiv in einer Arbeitsgruppe mitzuarbeiten. Sie sind zur Anwendung und Einhaltung eines angemessenen Zeitmanagements bei Prüfungen in der Lage.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über die Fähigkeit zu frühzeitiger Erkennung möglicher Rechtsprobleme bei betrieblichen Gegebenheiten. Sie können diese entweder selbst rechtlich gestalten oder zumindest problemorientiert einem fachkundigen Dritten (z.B. Anwalt, Rechtsabteilung) übermitteln. Sie verfügen über die Fähigkeit zu kritischer Reflexion über vorherrschende Lehrmeinungen und Gerichtsurteile und können darüber mit Fachleuten oder Laien kommunizieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Arbeitsrecht	30	60

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
- Arbeitsrechtliche Grundlagen - Arbeitnehmerbegriff - Besondere Beschäftigungsgruppen (z. B. Leitende Angestellte, Auszubildende, Beschäftigte in Tendenzbetrieben) - Schutz vor Diskriminierung im Arbeitsrecht (AGG) - Individuelles Arbeitsrecht: Begründung des Arbeitsverhältnisses, Rechte und Pflichten in einem Arbeitsverhältnis, Modalitäten der Arbeitsleistung (Umfang, Zeit, Ort, Vergütung), Urlaub, Entgeltfortzahlung - Digitale Aspekte (z. B. elektronische Kommunikationsmedien, Datenschutz) - Formelle Wirksamkeitsvoraussetzungen der Kündigung (Erklärung, Form, Zugang, Inhalt, etc.) - Allgemeiner und besonderer Kündigungsschutz (KSchG, Schwerbehinderte, Mitglieder einer Arbeitnehmervertretung, Mutterschutz/Elternzeit) - Soziale Rechtfertigung der Kündigung (verhaltens,- personen- und betriebsbedingte Kündigung) - Fristlose Kündigung aus wichtigem Grund - Aufhebungsvertrag - Arbeitszeugnis - Kollektives Arbeitsrecht: Geltung von Tarifverträgen/Betriebsvereinbarungen im Arbeitsverhältnis - Arbeitskampfrecht - Unternehmensmitbestimmung (z. B. Wahl des Betriebsrats, Rechte der Arbeitnehmervertretungen bei arbeitsrechtlichen Einzelmaßnahmen (bspw. Kündigung, etc.) und weitere Beteiligungsreche) - Grundlagen des Arbeitsgerichtsprozesses		
Grundzüge des Handels- und Gesellschaftsrechts	20	40
- Prinzipien und Quellen des Handelsrechts - Kaufmann/Firma/kaufmännische Stellvertretung/Hilfspersonen/Handelsvertreter - Handelsregister - Grundzüge des Handelsgeschäfts und der Handelsbräuche - Grundzüge zu Personen- und Kapitalgesellschaften		

BESONDERHEITEN

Das Modul Recht eignet sich für den Einsatz von Lehr-, Lern- und Prüfungsformen unter Einbeziehung digitaler Medien.
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.
Dieses Modul kann sowohl im 2. als auch im 3. Studienjahr angeboten werden.

VORAUSSETZUNGEN

Grundkenntnisse aus Modul Bürgerliches Recht

LITERATUR

- Bitter, G./Heim, S.: Gesellschaftsrecht, München: Vahlen
- Bork, R.: Einführung in das Insolvenzrecht, Tübingen: Mohr-Siebeck
- Brox, H./Rüthers, B./Henssler, M.: Arbeitsrecht, Stuttgart: Kohlhammer
- Brox, H./Henssler, M.: Handels- und Wertpapierrecht, München: Beck
- Keller, U.: Insolvenzrecht, München: Vahlen
- Paulus, C.: Insolvenzrecht, München: Beck
- Preis, U.: Arbeitsrecht – Individualarbeitsrecht, Köln: Dr. Otto Schmidt
- Preis, U.: Arbeitsrecht – Kollektivarbeitsrecht, Köln: Dr. Otto Schmidt
- Sakowski, K.: Arbeitsrecht, Berlin Heidelberg: Springer Gabler

Wirtschaftspsychologie (W4BW_458)

Business Psychology

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_458	2. Studienjahr	1	Prof. Dr. Wolfgang Bihler	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Übung, Projekt, Vorlesung, Case Study

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Portfolio	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über grundlegende Kenntnisse der Wirtschaftspsychologie und tiefergehendes Wissen in ausgewählten Teilbereichen. Sie können Zusammenhänge zwischen Wirtschaft und Psychologie identifizieren, verstehen und systematisch analysieren. Zur Lösung wirtschaftspsychologischer Problemstellungen können sie ihr Wissen gezielt anwenden. Sie sind in der Lage, die Bedeutung der Wirtschaftspsychologie im betrieblichen Kontext zu beurteilen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden beherrschen wesentliche Methoden der Wirtschaftspsychologie und können deren Stärken und Schwächen kritisch reflektieren. Sie sind in der Lage, für Aufgabenstellungen geeignete Methoden auszuwählen und deren Ergebnisse zu interpretieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können wirtschaftspsychologische Fragestellungen auch gemeinsam mit anderen diskutieren und konstruktive Lösungen entwickeln. Sie können ihren eigenen Standpunkt fundiert vertreten, kritisch reflektieren und weiterentwickeln. Zudem sind sie in der Lage, Ergebnisse adressatengerecht aufzubereiten und zu präsentieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls fähig, Aufgabenstellungen der Wirtschaftspsychologie fach- und methodenkompetent sowie teamorientiert und reflektiert zu lösen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Wirtschaftspsychologie	55	95

Grundlagen der Psychologie und Wirtschaftspsychologie
Theorien und Methoden der Wirtschaftspsychologie
Bereiche der Wirtschaftspsychologie, z.B.
- Arbeits- und Organisationspsychologie
- Personalpsychologie
- Markt- und Konsumpsychologie
- Finanzpsychologie

Wirtschaftspsychologische Fragestellungen im Kontext von Nachhaltigkeit und Digitalisierung

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.
Dieses Modul kann sowohl im 2. als auch im 3. Studienjahr angeboten werden.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Kauffeld, S.: Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor, Berlin: Springer
- Moser, K.: Wirtschaftspsychologie, Berlin: Springer
- Nerdinger, F. W./Blickle, G./Schaper, N.: Arbeits- und Organisationspsychologie, Berlin: Springer
- Schuler, H./Moser, K.: Lehrbuch Organisationspsychologie, Bern: Hogrefe
- Spieß, E: Wirtschaftspsychologie: Rahmen, Konzepte, Anwendungsfelder, Berlin: De Gruyter Oldenbourg
- Wiswede, G.: Einführung in die Wirtschaftspsychologie, München: Ernst Reinhardt Verlag

Marketing und Vertrieb (W4BW_IN201)

Marketing and Sales

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_IN201	2. Studienjahr	1	Prof. Dr. Manfred Hentz, Prof. Dr. Petra Hardock	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Case Study

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Portfolio	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über ein umfassendes Verständnis verschiedener Marketing-Strategien, können diese charakterisieren und ihre Vor- und Nachteile in verschiedenen Anwendungssituationen beurteilen. Darüber hinaus haben die Studierenden vertiefte Kenntnis der Instrumente des Marketing-Mix gewonnen. Sie können die Herausforderungen bei der Koordination von Marketing-Maßnahmen aufzeigen und schließen, warum letztere nicht losgelöst von der Marketing-Strategie zum Einsatz kommen können. Die Studierenden sind in der Lage, ausgehend von Marketingüberlegungen konkrete Vertriebsmaßnahmen zu entwickeln und diese effektiv umzusetzen. Sie kennen verschiedene Möglichkeiten der Vertriebsorganisation und Ansätze zur Steuerung des Außendienstes. Sie können die Auswirkungen der Digitalisierung im Vertrieb beurteilen und kennen die Grundlagen des Vertriebscontrollings, um die Konsequenzen der getroffenen Vertriebsentscheidungen abzuschätzen. Schließlich wissen sie um die Bedeutung von Kundenbindung im Rahmen des Customer Relationship Managements.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden kennen typische Methoden aus dem Bereich des Marketing- und Vertriebsmanagements und können diese im Praxiskontext anwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind sich der Verantwortung von Marketing und Vertrieb im Kontext der Beeinflussung von Menschen bewusst und setzen sich mit den ethischen Grenzen auseinander. Sie reflektieren den Beitrag des Marketings zur Erreichung von Nachhaltigkeits- und Diversitätszielen, z.B. vor dem Hintergrund von Gender Marketing und Greenwashing.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, Problemstellungen aus dem Bereich des Marketing- und Vertriebsmanagements theoretisch fundiert sowie strukturiert zu bearbeiten und einer angemessenen Lösung zuzuführen. Sie vermögen ihren Standpunkt unter Heranziehung einer betriebswirtschaftlichen Argumentation nachvollziehbar zu begründen sowie kritisch zu reflektieren und sind in der Lage, ihr Wissen auf reale Problemstellungen der Marketingpraxis anzuwenden.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Marketing und Vertrieb	55	95

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
- Vertiefung des strategischen Marketings - Vertiefung der Instrumente des Marketing-Mix (ausgewählte Fragestellungen der Produkt- und Programmpolitik, Pricing, Kommunikationspolitik, insb. digitale Kommunikation) - Koordination des Marketing Mix - Grundlagen Customer Relationship Management - Grundlagen des Vertriebs - Vertriebsorganisation - Management des Außendienstes - Digitalisierung im Vertrieb - Grundlagen des Vertriebscontrollings - Aktuelle Entwicklungen		

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer bezieht sich nur auf die Prüfungsform Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

keine

LITERATUR

- Albers, S./Krafft, M.: Vertriebsmanagement. Organisation – Planung – Controlling – Support, Wiesbaden: Springer Gabler
- Becker, J.: Marketing-Konzeption. Grundlagen des ziel-strategischen und operativen Marketing-Managements, München: Vahlen
- Homburg, Ch.: Marketingmanagement. Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung, Wiesbaden: Springer Gabler
- Homburg, C./Schäfer, H./Schneider, J.: Sales Excellence. Vertriebsmanagement mit System, Wiesbaden: Springer Gabler
- Kotler, Ph./Armstrong, G./Harris, L.C./He, H.: Grundlagen des Marketing, Hallbergmoos: Pearson Studium
- Meffert, H./Burmann, Ch./Kirchgeorg, M./Eisenbeiß, M.: Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele, Wiesbaden: Springer Gabler
- Winkelmann, P.: Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung. Die Instrumente des integrierten Kundenmanagements – CRM, München: Vahlen
- Winkelmann, P./Spandl, T.: Marketing und Vertrieb. Fundamente für die marktorientierte Unternehmensführung, Berlin, München, Boston: De Gruyter Oldenbourg

Weiterführende Unternehmensrechnung (W4BW_IN202)

Continuative Corporate Accounting

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_IN202	2. Studienjahr	1	Prof. Dr. Petra Stellmach, Prof. Dr. Gerald Schenk	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Aufbauend auf den grundlegenden Erkenntnissen zur Vollkostenrechnung beherrschen die Studierenden sowohl die konzeptionellen Grundlagen als auch die Rechentechniken der Teilkostenrechnung, der Plankosten- und der Prozesskostenrechnung. Ferner erhalten die Studierenden Einblicke in die neueren Entwicklungen der Kosten- und Leistungsrechnung in Industriebetrieben. Sie sind außerdem in der Lage, die Ergebnisse der genannten Kostenrechnungssysteme richtig zu interpretieren und wissen diese auch im Rahmen betrieblicher Entscheidungsprobleme zielgerichtet einzusetzen. Basierend auf dem im Vorsemester erlernten finanzwirtschaftlichen Instrumentarium können die Studierenden investitionstheoretische Fragestellungen interpretieren und ihnen die entsprechenden Investitionsrechnungsverfahren zuordnen. Neben dem Treffen von Einzel- und Auswahlentscheidungen sind sie auch in der Lage, Programmentscheidungen vorzunehmen. Ebenso sind ihnen die Grundlagen des Finanzmanagements geläufig.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können die erlernten Methoden der internen Unternehmensrechnung auf konkrete Problemstellungen anwenden und sind in der Lage, betriebswirtschaftliche Entscheidungen im Industrieunternehmen mit Hilfe dieser Methoden theoretisch zu fundieren. Die dafür notwendigen Informationen können die Studierenden aus diversen Quellen sammeln, grundsätzlich bewerten und nach vorgegebenen Kriterien aufbereiten.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden stellen gezielt Verständnisfragen, beteiligen sich aktiv an fachlichen Diskussionen und übernehmen zunehmend Mitverantwortung für den Lernerfolg. Sie können ihren Standpunkt unter Verwendung kosten- und investitionstheoretischer Argumente begründen und sind in der Lage, die Anwendungsprämissen der einzelnen erlernten Verfahren der internen Unternehmensrechnung vor dem Hintergrund konkreter Problemstellungen im Unternehmen kritisch zu reflektieren und zu bewerten. Den Studierenden werden insbesondere die Grenzen der Abbildung der laufenden betrieblichen Leistungserstellung und -verwertung durch die Kosten- und Leistungsrechnung bewusst. Außerdem erhalten sie einen ersten Eindruck, wie durch Daten des internen Rechnungswesens das Verhalten von Mitarbeitenden beeinflusst werden kann.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden erwerben ein fundiertes konzeptionelles wie methodisches Wissen zu Fragen der internen Unternehmensrechnung sowie zur Bedeutung dieses Themenkomplexes für eine nachhaltige Führungspraxis. Sie werden mit unterschiedlichen quantitativ fundierten Konzeptionen und Perspektiven der Unternehmensrechnung vertraut gemacht, erkennen ihre Integration in den Gesamtplanungszyklus einer Unternehmung und bekommen einen Eindruck von den interdependenten Wirkungsmustern unternehmerischer Entscheidungen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Weiterführende Kosten- und Leistungsrechnung	28	48

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
- Teilkostenrechnung - Plankostenrechnung - Entscheidungen mit Kostenrechnungsdaten - Prozesskostenrechnung - Neue Entwicklungen der Kosten- und Leistungsrechnung		
Weiterführende Investition und Finanzierung	27	47
- Methoden der statischen und dynamischen Investitionsrechnung und Erarbeitung von Lösungen anhand von Fallstudien - Investitionsrechnung mit Hilfe vollständiger Finanzpläne - Programmentscheidungen - Investitionsrechnung bei Unsicherheit - Grundlagen des Finanzmanagements		

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Unternehmensrechnung

LITERATUR

- Bieg, H./Kußmaul, H./Waschbusch, G.: Investition, München: Vahlen
- Blohm, H./Lüder, K./Schaefer, C.: Investition, München: Vahlen
- Coenenberg, A. G./Fischer, T. M./Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Ermschel, U./Möbius, C./Wengert, H.: Investition und Finanzierung, Heidelberg: Physika
- Ernst, C./Schenk, G./Schuster, P.: Kostenrechnung klipp und klar, Berlin/Heidelberg: Springer
- Goetze, U.: Kostenrechnung und Kostenmanagement, Berlin/Heidelberg: Springer
- Kruschwitz, L./Lorenz, D.: Investitionsrechnung, München: Oldenbourg
- Moroff, G./Focke, K.: Repetitorium zur Investitionsrechnung, Wiesbaden: Springer
- Olfert, K.: Kostenrechnung, Herne: NWB
- Schweitzer, M./Küpper, H.-U.: Systeme der Kosten- und Erlösrechnung. München: Vahlen

Rechnungslegung und Besteuerung (W4BW_IN203)

Financial Reporting and Taxation

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_IN203	2. Studienjahr	1	Prof. Dr. Gerald Schenk, Prof. Dr. Petra Stellmach, Prof. Dr. Julian Hahn	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über fundierte Kenntnisse der Rechnungslegung und Besteuerung. Sie verstehen die zentralen handels- und steuerrechtlichen Vorschriften der Bilanzierung und Jahresabschlusserstellung. Diese können sie in betrieblichen Fällen anwenden und deren Konsequenzen kritisch bewerten. Die Studierenden erlangen vertiefte Kenntnisse über die Bilanz und GuV-Rechnung und kennen die Inhalte und Funktionen weiterer Informationsinstrumente der Rechnungslegung, insb. der Nachhaltigkeitsberichterstattung. Wesentliche Unterschiede zur internationalen Rechnungslegung und die Bedeutung von Konzernabschlüssen sind den Studierenden bekannt. Die Studierenden kennen ausgewählte Möglichkeiten und Grenzen der Jahresabschlusspolitik. Sie verstehen die verschiedenen Steuerarten und ihnen ist der Einfluss der Besteuerung auf betriebliche Entscheidungen bekannt.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die relevanten Gesetzestexte, inklusive der ggf. unterschiedlichen Auslegungsmöglichkeiten in der Literatur, und können diese selbstständig auf betriebliche Sachverhalte anwenden. Die Studierenden beherrschen die wesentlichen Methoden der Jahresabschlusserstellung und der Jahresabschlussanalyse und kennen die dabei gegebenen technischen Möglichkeiten der Digitalisierung, wie z.B. der Einsatz von künstlicher Intelligenz. Steuerberechnungen können selbstständig durchgeführt und hinsichtlich ihrer Entscheidungswirkung analysiert werden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können komplexe bilanzielle Fragestellungen mit der Methodik der Rechnungslegung eigenständig und zielorientiert lösen. Die Studierenden sind sich der Änderungsdynamik im Bereich des Bilanzrechts, des Steuerrechts und der Nachhaltigkeitsberichterstattung bewusst. Sie sind in der Lage, sich kontinuierlich aktuelles Wissen anzueignen. Die Studierenden können eigene Standpunkte einnehmen, kritisch reflektieren und weiterentwickeln. Sie sind fähig und bereit, Fragen der Rechnungslegung im Team zu diskutieren, Lösungen zu entwickeln und adressatengerecht zu kommunizieren. Sie haben gelernt, dass Verantwortung und Vertrauen im Kontext der Rechnungslegung unabdingbar sind. Die hohe Bedeutung der Rechnungslegung für das Wirtschaftsleben ist ihnen bewusst.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden fähig und bereit, Aufgabenstellungen der Bilanzierung und Besteuerung sowie der Nachhaltigkeitsberichterstattung fach- und methodenkompetent zu lösen. Bei betrieblichen Fragestellungen der Rechnungslegung sind sie in der Lage, die aktuellen Gesetzestexte und Kommentarmeinungen kritisch zu analysieren, im Team zu diskutieren und mit ihrem erlernten Fachwissen geeignete Lösungsansätze zu entwickeln.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Rechnungslegung und Besteuerung	55	95

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
- Rechnungslegung nach HGB - vertiefende Analyse der Grundsätze ordnungsmäßiger Bilanzierung - Bilanzierungs-, Bewertungs- und Ausweisvorschriften zu ausgewählten Posten der Bilanz und GuV-Rechnung - Inhalte und Funktionen weiterer Informationsinstrumente der Rechnungslegung (z.B. Anhang, Kapitalflussrechnung, Lagebericht) - Jahresabschlusspolitik und Jahresabschlussanalyse - Nachhaltigkeitsberichterstattung - Internationale Rechnungslegung (IFRS) und Konzernrechnungslegung im Überblick - Digitalisierung und künstliche Intelligenz im Rahmen der Rechnungslegung - Steuerrechtliche Grundlagen - Steuerarten, insbesondere Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer, Umsatzsteuer - Einfluss der Besteuerung auf betriebliche Entscheidungen		

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Finanzbuchführung und Bilanzierung

LITERATUR

- Baetge, J./Kirsch, H.-J. /Thiele, S.: Bilanzen, Düsseldorf: IDW
- Bertram, K./Kessler, H./Müller, S. (Hrsg.): HGB Bilanz Kommentar, Freiburg: Haufe
- Bornhofen, M./Bornhofen, M. C.: Steuerlehre, Wiesbaden: Springer
- Buchholz, R.: Grundzüge des Jahresabschlusses nach HGB und IFRS, München: Vahlen
- Coenenberg, A. G./Haller, A./Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Freiberg, J./Bruckner, A.: Corporate Sustainability - Kompass für die Nachhaltigkeitsberichterstattung, Freiburg: Haufe
- Gehrke, M./Renz, A.: Die Handels- und Steuerbilanz. Bilanzierung, Bewertung und Gewinnermittlung, München: Vahlen
- Grottel, B./Justenhoven, P./Kliem, B./Schubert, W. J. (Hrsg.): Beck'scher Bilanzkommentar, München: C. H. Beck
- Hachmeister, D./Kahle, H./Mock, S./Schüppen, M.: Bilanzrecht Kommentar, Köln: Otto Schmidt
- Küting, P./Weber, C.-P.: Die Bilanzanalyse: Beurteilung von Abschlüssen nach HGB und IFRS, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Kußmaul, H.: Steuern: Einführung in die betriebswirtschaftliche Steuerlehre, München: De Gruyter Oldenbourg
- Quick, R./Wolz, M.: Bilanzierung in Fällen, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Scheffler, W.: Besteuerung von Unternehmen, Heidelberg: C. F. Müller
- Sopp, K./Baumüller, J./Scheid, O.: Nachhaltigkeitsberichterstattung, Herne: NWB
- Theis, J.: Sustainability Reporting, Düsseldorf: IDW

Prozess-, Projekt- und Verhandlungsmanagement (W4BW_IN204)

Process Management, Project Management and Negotiation Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_IN204	2. Studienjahr	1	Prof. Dr. Antje Buske, Prof. Dr. Frank Borowicz	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Projekt, Planspiel/Simulation

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Portfolio	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen und verstehen die Aufgaben und Ziele von Projektmanagement, können mit den besonderen Herausforderungen dieser Arbeitsform umgehen sowie das Projektmanagement in die Organisation eines Unternehmens einordnen. Zudem kennen die Studierenden die Vorgehensmodelle und Methoden des klassischen sowie des agilen Projektmanagements und können deren Unterschiede aufzeigen und reflektieren. Sie kennen Methoden zum Führen von diversen Projektteams auch ohne direkte Vorgesetztenfunktion und kennen die dabei entstehenden Herausforderungen. Sie kennen relevante IT-Systeme zur digitalen Unterstützung der Projektsteuerung. Des Weiteren kennen und verstehen die Studierenden die Aufgaben und Ziele des strategischen sowie des operativen Prozessmanagements und erlangen umfassendes Faktenwissen zu den relevanten Konzepten und Methoden der Prozessorganisation, des Prozesscontrollings, der Prozessoptimierung sowie der Prozessführung. Zudem kennen und verstehen die Studierenden die Kerninhalte des Verhandlungsmanagements, darunter die zentralen Konzepte, Methoden und Fähigkeiten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, Methoden des klassischen und agilen Projektmanagements anzuwenden und ein Projekt erfolgreich zu bearbeiten. Sie können darüber hinaus aus praktischen Fragestellungen Projektaufgaben ableiten sowie deren Durchführung methodisch planen, steuern und überwachen. Sie können die Anforderungen von Projekten analysieren und sind dann in der Lage die richtige Methode des Projektmanagements auszuwählen. Sie beherrschen gängige IT-Tools zur Unterstützung klassischer und agiler Projektsteuerung und sind in der Lage diese Tools im Unternehmen zu kommunizieren und einzusetzen. Des Weiteren sind die Studierenden in der Lage, die Methoden des stategischen und operativen Prozessmanagements auf praxisrelevante Fragestellungen in den Bereichen der Prozessorganisation, des Prozesscontrollings, der Prozessführung sowie der Prozessoptimierung anzuwenden. Die Studierenden sind zudem in der Lage, die Methoden des Verhandlungsmanagements so anzuwenden, dass sie Verhandlungen planen, durchführen und abschließen können.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden besitzen die Fähigkeit zur arbeitsteiligen und koordinierten Teamarbeit in diversen Teams, zur Kommunikation und zur Präsentation von Projektergebnissen. Sie kennen die Konflikte, die dabei entstehen können, und wissen, dass eine kompetente Moderation zur Lösung dieser Konflikte erforderlich ist. Sie sind auch in der Lage den Übergang von einer klassischen Projektsteuerung hin zu einer agilen Projektsteuerung im Unternehmen zu moderieren und die Unternehmenstransformation zu steuern. Des Weiteren haben die Studierenden die Kompetenz erworben, bei der Gestaltung von Prozessen soziale Aspekte z.B. von Mitarbeitern und Kunden zu berücksichtigen. Die Studierenden kennen zudem die Konflikte, die bei Prozessoptimierungen entstehen können z.B. im Rahmen der Digitalisierung von Prozessen, und besitzen die Fähigkeit Veränderungen im Rahmen der Prozessoptimierung im Unternehmen zu moderieren und zu steuern. Die Studierenden besitzen die Fähigkeit, Verhandlungen in Teams zu führen und können sich in die Ziele und Emotionen der Verhandlungspartner hineinversetzen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können den jeweiligen Aufbau, die konzeptionellen Grundlagen und Eigenheiten sowie die praktische Eignung verschiedener Modelle und Konzeptionen von Projektmanagement beurteilen und anwenden. Sie können klassische und agile Projekte in Praxiskontexten planen, strukturieren, steuern, bewerten und integrieren. Des Weiteren haben die Studierenden die Kompetenz erworben, für das Modellieren, Managen und Optimieren der Prozesslandschaft im Unternehmen geeignete Methoden auszuwählen und selbstständig Lösungen zu erarbeiten. Zudem können die Studierenden Konzepte und Methoden sowie Fähigkeiten des Verhandlungsmanagements reflektieren und Verhandlung zielgerichtet führen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Prozess-, Projekt- und Verhandlungsmanagement	55	95

Ausgewählte Themen aus den folgenden Bereichen:

Einführung in das Prozessmanagement:
- Begriffe, Ziele, Aufgaben und Konzepte
- Instrumente und Vorgehen im strategisches Prozessmanagement
- Instrumente und Vorgehen im operativen Prozessmanagement: Prozessorganisation (z.B. Identifizierung, Gewichtung und Gestaltung der Prozesse, Festlegung der Rollen und Verantwortlichkeiten)
- Prozesscontrolling (z.B. Festlegung strategischer und operativer Prozessziele, Kontrolle der Zielerreichung, periodische Prozessassessments)
- Prozessoptimierung (z.B. Steigerung der Prozessleistung durch laufende Prozessverbesserung oder radikale Prozesserneuerung)
- Prozessführung (z.B. Definition einer Prozessvision, Entwicklung einer Prozesskultur)
- Tools und Software z.B. zum Process Mapping/Prozessvisualisierung
- Grundlagen Projekt und Projektmanagement
- Operatives vs. strategisches Projektmanagement
- Vorgehensmodelle im klassischen und agilen Projektmanagement (z.B. Wasserfallmodell, Scrum)
- Projektorganisation im klassischen und agilen Projektmanagement
- Führung in und von Projektteams
- Projektplanung und -controlling
- Multiprojektmanagement
- Tools und Software z.B. zur Projektplanung, Projektcontrolling

Verhandlungsmanagement:
- Grundlegende Konzepte, Verhandlungsstrategien und -taktiken
- Verhandlungsphasen mit der Vorbereitung/Planung, Durchführung und -nachbereitung der Verhandlungen
- Kommunikation und Psychologie bei Verhandlungen
- Interkulturelles und internationales Verhandeln

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer bezieht sich nur auf die Prüfungsform Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Bach, N./Brehm, C./Buchholz, W./Petry, T.: Wertschöpfungsorientierte Organisation. Architekturen – Prozesse – Strukturen, Wiesbaden: Springer Gabler
- Frick, A.: Projekt- und Multiprojektmanagement richtig aufbauen: Baukasten und Leitfaden zur Steuerung projektorientierter Organisationen, Wiesbaden: Springer Gabler
- Gaitanides, M.: Prozessorganisation, München: Vahlen
- Kuster, J. et al.: Handbuch Projektmanagement – Agil, klassisch, hybrid, Berlin: Springer Gabler
- Patzak, G./Rattay, G.: Projektmanagement: Leitfaden zum Management von Projekten, Projektportfolios und projektorientierten Unternehmen, Wien: Linde international
- Pichler, R.: Agiles Produktmanagement mit Scrum: Erfolgreich als Product Owner arbeiten, Heidelberg: dpunkt
- Preußig, J.: Agiles Projektmanagement - Einsatz im klassischen Projektumfeld, Freiburg: Haufe-Lexware
- Schmelzer, H./Sesselmann, W.: Geschäftsprozessmanagement in der Praxis, München: Hanser Verlag
- Sterrer, C.: Das Geheimnis erfolgreicher Projekte, Wiesbaden: Springer Gabler
- Voeth, M. / Herbst, U.: Verhandlungsmanagement : Planung, Steuerung und Analyse, Stuttgart: Schäffer-Poeschel-Verlag

Innovations- und Transformationsmanagement (W4BW_IN205)

Innovation Management and Business Transformation

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_IN205	2. Studienjahr	1	Prof. Dr. Frank Borowicz	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Case Study, Inverted Classroom

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Portfolio	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen und verstehen die Bedeutung von Innovation und Transformation für Unternehmen, die Volkswirtschaft und Gesellschaft. Sie kennen und verstehen Konzepte des Innovations- und Transformationsmanagements. Handlungsoptionen zur Innovation und Transformation können sie verstehen und sie wissen um positive und negative Folgen der Optionen. Sie kennen die unterschiedlichen strategischen und operativen Aufgabenfelder des Innovations- und Transformationsmanagements. Ansätze und Methoden des Innovations- und Transformationsmanagements sind den Studierenden bekannt und sie wissen um die Voraussetzungen ihrer Anwendbarkeit im praktischen Einsatz.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, Innovations- und Transformationsbedarfe zu erkennen und Konzepte des Innovations- und Transformationsmanagements für ihre Bedarfe zu strukturieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden besitzen die Fähigkeit zur Kommunikation und Präsentation von Innovations- und Transformationsnotwendigkeiten. Sie berücksichtigen hierbei die Interessen von Stakeholdern, können Widerstände einordnen und im Innovations- und Transformationsmanagement berücksichtigen. Sie können grundsätzlich auch die ethischen Folgen von Innovationen abschätzen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die konzeptionellen Grundlagen und Eigenheiten sowie die praktische Eignung verschiedener Modelle und Konzepte des Innovations- und Transformationsmanagements. Sie sind grundsätzlich in der Lage, diese im praktischen Unternehmenskontext angemessen anzuwenden und bedarfsorientiert anzupassen. Hierbei können sie die Folgen ihres Handelns für ihr Unternehmen und die Gesellschaft abschätzen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Innovations- und Transformationsmanagement	55	95

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Grundlagen des Innovations- und Transformationsmanagement, so z.B.: - Konzepte und Prinzipien des Innovationsmanagements und der Innovation (z.B. Prozess-, Produkt-, Geschäftsmodell; inkrementell/radikal; disruptive Innovation) - Innovation und die Notwendigkeit von Veränderung / Transformation (z.B. aufgrund von Digitalisierung, Nachhaltigkeit etc.) - Arten, Modelle und Methoden von Transformation und Change (z.B. Design Thinking zur Transformation von Geschäftsmodellen, Kotters Stufenmodell) Inhalte des Strategischen Innovations- und Transformationsmanagements, so z.B.: - Innovationsmanagement in Wirtschaft und Gesellschaft (inkl. staatliche Politik, Ethik etc.) - Prognosen & Trendforschung - Innovationsstrategien und -prozesse (inkl. Open Innovation / Co-Creation) - Management von Innovationsnetzwerken/-kooperationen/-Ökosystemen - Transformation und Veränderungen in Führung, Kultur, Organisation, Technologie und Geschäftsmodellen Inhalte des Operativen Innovations- und Transformationsmanagements, so z.B.: - Management gewerblicher Schutzrechte - Funktionale Aufgabenfelder des Innovations- und Transformationsmanagement (Finanzierung, Risikomanagement und Controlling, Personal, Marketing etc.)		

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer bezieht sich nur auf die Prüfungsform Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Brown: Change by Design. Wie Design Thinking Organisationen verändert und zu mehr Innovationen, München: Vahlen
- Gerpott, T.: Strategisches Technologie- und Innovationsmanagement, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Gerybadze, A.: Technologie- und Innovationsmanagement: Strategie, Organisation und Implementierung, München: Vahlen
- Kotter, J. P.: Leading Change: Wie Sie Ihr Unternehmen in acht Schritten erfolgreich verändern, München: Vahlen
- Vahs, D./Brehm, A./Oswald, C.: Innovationsmanagement, Stuttgart: Schaeffer-Poeschel

Praxismodul II (W4BW_IN802)

Practical Module II

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_IN802	2. Studienjahr	2	Benedikt Hackl	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Projekt

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Projektarbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja
Präsentation	30	ja
Bericht zum Ablauf und zur Reflexion des Praxismoduls	Siehe Pruefungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
600	0	600	20

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über vertiefte Einblicke in den für die Studienrichtung relevanten Bereichen im Kontext gesellschaftlicher und digitaler Herausforderungen. Sie sind in der Lage, praktische Problemstellungen in ihrer Komplexität zu erfassen, zu analysieren, um darauf aufbauend unter Hinzuziehung vermittelter Lehrveranstaltungsinhalte Lösungsvorschläge zu entwickeln.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, für komplexe Praxisanwendungen angemessene Methoden auszuwählen und anzuwenden. Sie können die Möglichkeiten, Praktikabilität und Grenzen der eingesetzten Methoden einschätzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind dafür sensibilisiert, mit an ihre Rolle geknüpften Erwartungshaltungen in ihrem Arbeitsumfeld umzugehen. Sie tragen durch ihr kooperatives Verhalten in Teams dazu bei, dass die gemeinsamen Ziele erreicht werden. Für übertragene Aufgaben übernehmen sie die Verantwortung.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, auf der Basis weitgehend selbstständig vorgenommener Situationsanalysen unter Hinzuziehung ihrer theoretischen Kenntnisse und Kompetenzen, zielführende Handlungsprogramme umzusetzen, zu kontrollieren und gegebenenfalls zu modifizieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Praxismodul II - Projektarbeit II	0	600

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
- Einordnung des Finanz- und Rechnungswesens/ Controlling in das Gesamtunternehmen - Zusammenwirken der einzelnen Bereiche - Finanzbuchhaltung - Kosten- und Leistungsrechnung - Investition und Finanzierung - Controlling - Einordnung des Personalbereichs in das Gesamtunternehmen - Personalplanung - Personalbeschaffung - Personalbetreuung - Personalentwicklung - Arbeitsrecht und Arbeitsschutz - Personalpolitik - Aufbauorganisation - Ablauforganisation Vertiefend wird auf die „Leitlinien zur gelungenen Durchführung der Praxisphasen an der DHBW“ verwiesen.		
Praxismodul II - Präsentation	0	0
-		
Praxismodul II - Bericht zum Ablauf und zur Reflexion des Praxismoduls	0	0
-		

BESONDERHEITEN

Anfertigung der Projektarbeit II und Präsentation der Projektarbeit II.
Die Inhalte des Praxismoduls II orientieren sich an den theoretischen Schwerpunkten in den einzelnen Semestern und dienen als Grundlage für den Rahmenplan der betrieblichen Studienphasen (Rahmenpraxisplan). Der Rahmenpraxisplan sollte inhaltlich an die Besonderheiten des jeweiligen Unternehmens angepasst werden. Dabei sind betriebliche Schwerpunktsetzungen sinnvoll.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten, Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung, Stuttgart: Lucius & Lucius
- Schnell, R./Hill, P. B./Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung, München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft, München: Vahlen
- Stickel-Wolf, C./Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten, München: Vahlen

Integriertes Management (W4BW_301)

Integrated Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_301	3. Studienjahr	2	Prof. Dr. Carsten Brehm, Prof. Dr. Stefan Huf-Wellhäuser	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Case Study, Inverted Classroom

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Portfolio	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	50	100	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, die Aufgaben von Führungskräften auf den Gebieten der Mitarbeitenden- und Unternehmensführung darzustellen und haben eine integrative Gesamtsicht hinsichtlich des Führens in Unternehmen entwickelt. Sie kennen den aktuellen Stand der fachwissenschaftlichen Diskussion hinsichtlich der zentralen Ansätze und Methoden auf den Gebieten der Mitarbeitenden- und Unternehmensführung. Hinsichtlich der Beurteilung dieser Ansätze und Methoden sind sie in der Lage, diese kritisch zu beurteilen sowie situative, unternehmensspezifische Bedingungen zu berücksichtigen.

METHODENKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, die Herausforderungen von sach- und personenbezogenen Führungsaufgaben zu analysieren und die Komplexität von Führungssituationen zu strukturieren. Sie kennen die situationsadäquaten Anwendungsmöglichkeiten und Grenzen von Führungsinstrumenten und -methoden sowohl auf dem Gebiet der Unternehmens- wie der Mitarbeiterführung.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden ein persönliches Führungsverständnis entwickelt. Zudem sind sie für die besondere ethische und soziale Verantwortung von Führungskräften sensibilisiert. Ebenso haben die Studierenden ein Verständnis für unterschiedliche Interessenlagen von Stakeholdern entwickelt und sind auch in der Lage, die Konsequenzen des Führungshandelns für unterschiedliche interne und externe Stakeholder zu analysieren. Bezogen auf mögliches Führungshandeln als Person oder als Institution sind sie zur Reflexion sozialer, gesellschaftlicher und ökologischer Implikationen fähig.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls aus der integrierten Managementperspektive heraus ihr eigenes Beobachten, Verhalten und Entscheiden reflektieren und daraus individuell ein angepasstes situationsangemessenes Handeln ableiten. Sie sind in der Lage, alternative Ansätze zu bewerten, kritisch miteinander zu vergleichen und auf ihre praktische Arbeit sowie auf die Situation ihres Ausbildungsunternehmens zu übertragen. Mit Blick auf zukünftige, neue Fragestellungen sind sie in der Lage, mit Weitblick und Umsichtigkeit ihre Lösungsmuster anzupassen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Unternehmensführung	25	50

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
- Begriffe, Perspektiven und Ziele der Unternehmensführung (Grundlagen der Planung, Steuerung, Kontrolle) - Entstehung und Entwicklung der Unternehmensführungslehre - Ganzheitliche Unternehmensführung (Modelle, Ebenen, Führungsfunktionen) - Normative Unternehmensführung (Ziele/Mission/Zweck, Unternehmensphilosophie, Unternehmenskultur) - Wertorientierte Unternehmensführung (Abgrenzung zur gewinnorientierten Unternehmensführung, Ansätze der Unternehmenswertmessung, Steuerung und Werthebel) - Strategische Unternehmensführung (Analyse, Formulierung und Umsetzung auf Unternehmens- und Geschäftsfeldebene) und Geschäftsmodelle - Operative Planung und Kontrolle - Corporate Governance, Compliance, Risikomanagement - Ausgewählte Managementsysteme/-instrumente (z.B. SWOT-Analyse, Portfolio-Techniken, Performance Measurement) - Aktuelle Entwicklungen (z.B. Digitalisierung und Technologiemanagement, Soziale Verantwortung und Ethik)		
Leadership	25	50
- Kennzeichen und Ziele der Mitarbeiterführung - Führungstheorien (insb. Eigenschaftsansatz, verhaltensorientierte Ansätze, LMX-Theorie, transformierende Führung) - Führungsinstrumente - Führen von Arbeitsgruppen (Teamführung) - Destruktive Führung (unethische Führung) - Funktionale Äquivalente direkter Führung (insb. Führungssubstitute, Selbstführung, geteilte Führung) - Aktuelle Herausforderungen (z.B. Führung auf Distanz) und Trends (z.B. Digital Leadership)		

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Bratton, J. (Hrsg.): Organizational Leadership, London: Sage
- Corsten, M./Corsten, H./Müller-Seitz, G.: Grundlagen des strategischen Managements, München: Vahlen
- Hungenberg, H.: Strategisches Management, Ziele, Prozesse, Verfahren, Wiesbaden: Springer Gabler
- Hungenberg, H./Wulf, T.: Grundlagen der Unternehmensführung, Heidelberg: Vahlen
- Macharzina, K./Wolf, J.: Unternehmensführung: das internationale Managementwissen; Konzepte, Methoden, Praxis, Wiesbaden: Springer Gabler
- Müller-Stewens, G./Lechner, C.: Strategisches Management – wie strategische Initiativen zum Wandel führen, Stuttgart: Schäffer Poeschel
- Northouse, P. G.: Leadership. Theory and practice, Thousand Oaks: Sage
- Robbins, S./Coulter/M., Fischer, I.: Management - Grundlagen der Unternehmensführung, Englewood: Pearson
- Schedlitzki, D. u.a. (Hrsg.): The SAGE Handbook of Leadership, London: Sage
- Schirmer, U./Woydt, S.: Mitarbeiterführung, Berlin: Springer Gabler
- Schreyögg, G./Koch, J. Grundlagen des Managements : Basiswissen für Studium und Praxis, Wiesbaden: Springer Gabler
- Stoi, R./Dillerup, R.: Unternehmensführung – Management & Leadership, München: Vahlen
- Weibler, J.: Personalführung, München: Vahlen
- Yukl, G./Gardner III, W.L.: Leadership in Organizations, Boston: Pearson

Arbeitsrecht (W4BW_403)

Labour Law

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_403	3. Studienjahr	1	Prof. Dr. Christopher Paul	Deutsch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	50	100	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Struktur und Inhalte des individuellen und kollektiven Arbeitsrechts, um die Möglichkeiten und Grenzen von führungs- und/oder personalwirtschaftlichen Entscheidungen zu erkennen und zu bewerten. Sie kennen die wichtigsten Vorschriften und können diese auf ausgewählte praktische Fallgestaltungen anwenden. Sie sind in der Lage, juristische Probleme solcher Fälle zu erkennen, analysieren, kritisch zu diskutieren und einer vertretbaren Lösung zuzuführen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden erlernen das Handwerkszeug der juristischen Fallbearbeitung im Kontext arbeitsrechtlicher Probleme.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, arbeitsrechtliche Problemstellungen zu erkennen, zu bewerten und mit den tariflichen, betrieblichen Sozialpartnern oder den Beschäftigten zu erörtern. Sie sind befähigt, die persönlichen Auswirkungen von Personalentscheidungen für die betroffenen Beschäftigten reflektieren zu können.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden erkennen und bewerten arbeitsrechtliche Problemlagen. Sie sind fähig, im Zusammenspiel mit fachkundigen Dritten (bspw. Anwaltschaft oder Rechtsabteilung) oder Betroffenen, die Problemlagen und mögliche Lösungswege kritisch und aus einer juristischen und betriebswirtschaftlichen Perspektive zu reflektieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Arbeitsrecht	50	100

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM

Grundstruktur des Arbeitsrechts
- Ebenen
- Prinzipien
- Aufbau

Fragestellungen des individuellen Arbeitsrechts
- Arbeitsvertragsrecht, Formen, Inhalte, Direktionsrecht
- Umgang mit Leistungsstörung (Kündigung, Minderleistung, Krankheit, Abmahnungen, Straftaten, …)
- Alternativen zur Kündigung (Aufhebungsvertrag, Befristungen, Transfergesellschaft)

Fragestellungen des kollektiven Arbeitsrechts
- Tarifvertragliche Optionen und Eskalationen
- Betriebsverfassungsrecht: Zusammenarbeit mit dem Betriebsrat

Arbeitsgerichtsbarkeit
- Zuständigkeiten
- Ablauf von arbeitsgerichtlichen Verfahren

Aktuelle Entwicklungen im Themenfeld

BESONDERHEITEN

Dieses Modul kann sowohl im 2. als auch im 3. Studienjahr angeboten werden.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Lehrbücher zur Einführung in das Arbeitsrecht sowie Zusammenstellung von Fällen in der jeweils aktuellen Auflage.
Hierzu zählen bspw.

- Hromdka, W./Maschmann, F.: Arbeitsrecht Band 1: Individualarbeitsrecht, Berlin
- Hromdka, W./Maschmann, F.: Arbeitsrecht Band 2: Kollektivarbeitsrecht und Arbeitsstreitigkeiten, Berlin
- Junker, Abbo; Grundkurs Arbeitsrecht, München
- Marschollek, G.: Basiswissen Arbeitsrecht, München
- Muschiol, Th.: Praxiswissen Arbeitsrecht, Berlin
- Preis, U./Temming, F.: Arbeitsrecht, München

Entrepreneurship (W4BW_411)

Entrepreneurship

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_411	3. Studienjahr	1	Prof. Dr. Torsten Widmann	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Planspiel/Simulation, Case Study

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	50	100	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erwerben grundlegende Kenntnisse im Bereich des Unternehmertums, einschließlich der Entwicklung und Umsetzung von Geschäftsideen, Businessplanung und Finanzierungsmöglichkeiten sowie der rechtlichen Rahmenbedingungen für Start-ups.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden lernen Methoden zur Markt- und Wettbewerbsanalyse sowie zur Erstellung eines Businessplans kennen und entwickeln Fähigkeiten zur Anwendung von Tools für Finanzplanung und Risikobewertung.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden verbessern ihre Fähigkeiten im Bereich der Teamarbeit und lernen, in unternehmerischen Projekten effektiv zu kommunizieren und zu präsentieren, um Investoren und Stakeholder zu überzeugen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden entwickeln ein unternehmerisches Mindset, erkennen Chancen und Risiken von Start-ups und können innovative Ansätze zur Lösung realer geschäftlicher Herausforderungen im Tourismus, der Hotellerie und Gastronomie entwickeln und umsetzen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Entrepreneurship	50	100

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM

Grundlagen des Unternehmertums / Fundamentals of Entrepreneurship
- Einführung in Entrepreneurship und Start-up-Kultur
- Unterschiede zwischen traditionellen Unternehmen und Start-ups
- Rechtliche Rahmenbedingungen und Gründungsformalitäten

Geschäftsideen und Businessplanung / Business Ideas and Planning
- Entwicklung und Bewertung von Geschäftsideen
- Erstellung eines Businessplans
- Markt- und Wettbewerbsanalyse

Finanzierung und Risikomanagement für Start-ups / Funding and Risk Management for Start-ups
- Finanzierungsarten und -möglichkeiten für Start-ups
- Risikobewertung und -management
- Erstellen von Finanzplänen und Cashflow-Projektionen

Innovationsmanagement und Wachstum / Innovation Management and Growth
- Innovationsstrategien und Wachstumsmanagement für Start-ups
- Skalierbarkeit und Nachhaltigkeit von Geschäftsideen
- Branchenspezifische Fallstudien und Best Practices

optional bzw. ergänzend: Planspiel

BESONDERHEITEN

Dieses Modul kann sowohl im 2. als auch im 3. Studienjahr angeboten werden.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Blank, S.: The Startup Owner's Manual. Pescadero
- Kim, W. C./Mauborgne, R.: Der blaue Ozean als Strategie. Wie man neue Märkte schafft wo es keine Konkurrenz gibt, München: Hanser
- Osterwalder, A./Pigneur, Y.: Business Model Generation. Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, Frankfurt a. M.: Campus
- Ries, E.: The Lean Startup. Schnell, risikolos und erfolgreich Unternehmen gründen, München: Redline Verlag
- Wöltje, J.: Finanzierung für Start-ups und junge Unternehmen. Businessplan, Preiskalkulation, Finanzierungsmöglichkeiten, Freiburg u. a.: Haufe

Interdisciplinary Communication in Business (W4BW_415)

Interdisciplinary Communication in Business

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_415	3. Studienjahr	1	Prof. Dr. Enrico Purle	Deutsch/Englisch/Französich/ Spanisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Case Study, Übung, Seminar, Vorlesung, Rollenspiel

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	50	100	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss dieses Moduls haben die Studierenden ein vertieftes Verständnis für Problemstellungen entwickelt, die in der Zusammenarbeit mit Kolleginnen und Kollegen anderer professioneller Disziplinen und in internationalen Zusammenhängen auftreten können. Sie sind dabei in der Lage, für gegebene Themenfelder ausgewählte interdisziplinäre Sachverhalte und Zusammenhänge zu analysieren und zu bewerten. Sie sind nach Abschluss des Moduls außerdem befähigt, Zielkonflikte und Ambiguitäten interdisziplinärer Zusammenarbeit im internationalen Kontext zu identifizieren, zu analysieren und angemessene Handlungsempfehlungen zum kompetenten Umgang mit diesen zu entwickeln.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können die Komplexität international-interdisziplinärer Themenstellungen mittels geeigneter Methoden erkennen, analysieren, passende Handlungsoptionen entwickeln sowie Vorgehensweisen zur Konfliktvermeidung und -lösung auch im internationalen Kontext zielgerichtet einsetzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben nach Abschluss des Moduls den kritischen Umgang mit unterschiedlichen Medien und Quellen vertieft. Sie wertschätzen unterschiedliche Sichtweisen und Meinungen und nutzen diese bewusst, um Arbeitsergebnisse zu verbessern und ihre Persönlichkeit weiterzuentwickeln. Sie suchen bewusst auch in angrenzenden Fachbereichen nach unterschiedlichen Perspektiven zu einer Themenstellung, um diese möglichst umfassend zu begreifen. Sie sind in der Lage, unterschiedliche Kolleginnen und Kollegen bzw. Gruppenmitglieder einzubeziehen und auch bei Konflikten zu einer für alle Beteiligten tragfähigen Lösung zu kommen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden nehmen Unterschiede zwischen Kulturkreisen sowie Fachdisziplinen wahr und entwickeln ihre eigenen Kompetenzen im entsprechenden Kontext weiter. Sie verstehen, dass Werte, Normen und ethische Grundsätze sowie deren operative Umsetzung in Verhaltensweisen oder Nachhaltigkeitsinitiativen eine notwendige Basis für jedes wirtschaftliche Handeln sind. Sie erkennen, dass interdisziplinäre Zusammenhänge perspektivisch von hoher Relevanz sind.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Interdisciplinary Communication in Business	50	100

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
- Führung interdisziplinärer Teams mit internationaler Zusammensetzung - Moderation - Nachhaltigkeit - Informationstechnologie - Ingenieurwissenschaft und Technikwissenschaften im internationalen Kontext - Wirtschaftspsychologie - Interdisziplinäres Projekt zur Anwendung, Aufbereitung und Kommunikation der etablierten funktions- bzw. branchenspezifischen Fach- und Sprachkenntnisse im internationalen Kontext		

BESONDERHEITEN

Dieses Modul kann sowohl im 2. als auch im 3. Studienjahr angeboten werden.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Arthur, W.B.: Complexity and the Economy, Oxford: Oxford University Press
- Bowe, H.J./Martin, K./Manns, H.: Communication Across Cultures: Mutual Understanding in a Global World, Cambridge: Cambridge University Press
- Ernst, R./Amm, U.: Wörterbuch der industriellen Technik, Wiesbaden: Brandstätter
- Mor Barak, M.E.: Managing Diversity - Toward a Globally Inclusive Workplace, London: Sage Publications
- Redlich, T./Moritz, M./Wulfsberger, J.P. (Hrsg.): Interdisziplinäre Perspektiven zur Zukunft der Wertschöpfung, Wiesbaden: Springer Gabler
- Schein, E.H.: Organizational Culture and Leadership, San Francisco: Jossey-Bass

Internationale Wertschöpfungskette (W4BW_444)

International Value Chain

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_444	3. Studienjahr	1	Prof . Dr. Anja Kern, Prof . Dr. Hubert Speth	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Übung, Seminar, Vorlesung, Case Study

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	50	100	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erwerben umfassende Fachkenntnisse zu den verschiedenen Aspekten der internationalen Geschäftstätigkeit. Sie verstehen die unterschiedlichen Erscheinungsformen internationaler Unternehmen, Marktteilnehmer und deren Vertriebsstrukturen und sind in der Lage, die relevanten Geschäftsmodelle und Marketingstrategien im Außenhandel zu analysieren. Zusätzlich beherrschen die Studierenden die Prinzipien und Praktiken der Einkaufs- und Absatzmarktforschung, einschließlich der Marktselektion und der Erstellung von Absatzprognosen. Sie sind mit dem Außenwirtschafts- und Zollrecht, internationalen Kaufverträgen sowie den verschiedenen Transport- und Lieferbedingungen vertraut. Diese Fachkompetenzen ermöglichen es ihnen, internationale Geschäftsprozesse zu verstehen und effizient zu steuern.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können internationale Geschäftsprozesse systematisch analysieren und optimieren. Sie sind in der Lage, komplexe Marktanalysen durchzuführen, um internationale Marktteilnehmer und Vertriebsstrukturen zu bewerten und geeignete Marketingstrategien zu entwickeln. Die Studierenden können Methoden zur Durchführung von Einkaufs- und Absatzmarktforschung anwenden, um fundierte Marktselektionen und Absatzprognosen zu erstellen. Außerdem erlangen sie Kenntnisse in der Anwendung von Außenwirtschafts- und Zollrecht, sowie der Erstellung und Verwaltung von Außenhandelsdokumenten erlangen. Dies umfasst auch die Fähigkeit, verschiedene Transport- und Lieferbedingungen zu bewerten und zu integrieren, um die logistische Effizienz zu verbessern. Diese Methodenkompetenzen ermöglichen es ihnen, internationale Wertschöpfungsketten effektiv zu gestalten und zu steuern.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Das Modul vermittelt den Studierenden personelle und soziale Kompetenzen, die sie befähigen, in internationalen und interkulturellen Geschäftskontexten erfolgreich zu agieren. Sie verbessern ihre Kommunikationsfähigkeiten, um effektiv mit internationalen Partnern und Kunden zu interagieren und kulturelle Unterschiede angemessen zu berücksichtigen. Dies umfasst das Verhandlungsgeschick und die Fähigkeit, klare und präzise in verschiedenen kulturellen und sprachlichen Kontexten zu kommunizieren. Zusätzlich stärken die Studierenden ihre Teamarbeit und Kooperationsfähigkeit, insbesondere in multinationalen und interdisziplinären Teams. Sie sind in der Lage, unterschiedliche Perspektiven zu integrieren und gemeinsam an internationalen Projekten zu arbeiten. Diese sozialen Kompetenzen unterstützen sie dabei, in globalen Geschäftsbeziehungen effektiv zu arbeiten, Vertrauen aufzubauen und langfristige Partnerschaften zu etablieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können internationale Geschäftsprozesse strategisch steuern und optimieren. Sie sind in der Lage, globale Marktchancen zu identifizieren und zu bewerten, indem sie umfassende Marktanalysen und Prognosen durchführen. Dies befähigt sie, fundierte Entscheidungen über Markteintrittsstrategien, Geschäftsmodelle und Marketingstrategien zu treffen. Zusätzlich besitzen die Studierenden die Fähigkeit, internationale Wertschöpfungsketten effizient zu gestalten, indem sie Transport- und Lieferbedingungen sowie rechtliche Rahmenbedingungen in ihre Planungen integrieren. Sie sind in der Lage, alle Aspekte der internationalen Geschäftstätigkeit, einschließlich Außenhandelsdokumentation und Zollvorschriften, zu koordinieren und zu managen. Diese Handlungskompetenzen ermöglichen es ihnen, globale Geschäftsprozesse erfolgreich zu führen und zu einem nachhaltigen internationalen Geschäftswachstum beizutragen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Internationale Wertschöpfungskette	50	100

- Erscheinungsformen internationaler Unternehmen
- Marktteilnehmer
- Vertriebsstrukturen
- Geschäftsmodelle
- Einkaufs- und Absatzmarktforschung
- Marktselektion
- Marketingstrategien
- Absatzprognosen
- Marketingplanung im Außenhandel
- Außenwirtschafts- und Zollrecht
- Internationales Kaufvertragswesen
- Seefracht
- Luftfracht, Eisenbahn- und Straßengüterverkehr
- Internationale Lieferbedingungen
- Außenhandelsdokumentation

BESONDERHEITEN

Dieses Modul kann sowohl im 2. als auch im 3. Studienjahr angeboten werden.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Böttger, C.-U./Winter, C.: Verkehrslehre des Außenhandels, Hamburg: Feldhaus
- Büter, C.: Außenhandel: Grundlagen internationaler Handelsbeziehungen, Berlin: Springer
- Hisrich, R.D.: International Entrepreneurship, Los Angeles: Sage
- Hofmann, et al.: Spedition und Logistik, Heft 3: Außenhandel, München: Beck
- Jahrmann, F.U.: Außenhandel, Herne: NWB
- Jahrmann, F.U.: Außenhandel kompakt, Herne: NWB
- Reuvid, J./Sherlock, J.: International Trade, London: Kogan

Schlüsselqualifikationen II (MA) (W4BW_IN708)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_IN708	3. Studienjahr	2	Prof. Dr. Ariana Finkel	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Unbenoteter Leistungsnachweis	Siehe Pruefungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	50	100	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über ein solides Fundament in betriebswirtschaftlichen Grundlagen und Theorien. Sie können sich in spezifische Bereiche der Betriebswirtschaftslehre vertiefen. Sie sind in der Lage, wissenschaftliche Erkenntnisse zu interpretieren und sicher anzuwenden. Sie können relevante wissenschaftliche Literatur effizient recherchieren und kritisch bewerten. Sie können statistische Verfahren und quantitative Analysemethoden anwenden.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden haben vertiefte methodische Kenntnisse. Sie können statistische Verfahren und quantitative Analysemethoden anwenden. Sie können qualitative Untersuchungen durchführen und die Ergebnisse interpretieren. Sie können geeignete Forschungsdesigns entwickeln und umsetzen. Sie können Forschungsdaten mithilfe geeigneter Software analysieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können Aufgaben eigenständig planen, auch unter schwierigen Bedingungen, durchführen und abschließen. Sie können effektiv in Teams zusammenarbeiten und Konflikte konstruktiv lösen. Sie sind stets bemüht, ihre Fähigkeiten weiterzuentwickeln und gehen Herausforderungen mit einer offenen und lernbereiten Haltung entgegen. Sie können komplexe Sachverhalte klar und präzise sowohl schriftlich als auch mündlich vermitteln. Sie können in interkulturellen Kontexten erfolgreich agieren. Sie treffen Entscheidungen unter Berücksichtigung moralischer, ethischer und nachhaltigkeitsbezogener Aspekte. Dabei berücksichtigen sie stets verschiedene Perspektiven und hinterfragen kritisch die zugrundeliegenden Annahmen. Sie können Forschungsergebnisse klar und präzise präsentieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können theoretisches Wissen auf praktische Situationen übertragen. Sie können neue Ideen entwickeln und umsetzen. Sie können digitale Werkzeuge und Technologien effektiv nutzen. Sie können Teams führen und motivieren. Sie sind bereit, sich kontinuierlich weiterzubilden.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Branchenspezifische Unternehmenssimulation	25	50

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
In Kontext der Branchenspezifischen Unternehmenssimulation werden insbesondere ganzheitliche unternehmensbezogene Simulationen im Kontext der jeweiligen Branche des Unternehmens in Form von Brettplanspielen oder computergestützten Planspielen durchgeführt. Gegenstand von branchenspezifischen Simulation sind insbesondere folgende Aspekte: - Entwicklung von Unternehmensleitbildern - Aufbau einer leistungsfähigen personellen, organisatorischen und planerischen Infrastruktur - Leistungsstrategische Entscheidungen (in Bezug auf Produkte und Dienstleistungen) - Erprobung der Qualität von Leistungen - Situationsspezifischer Einsatz von Marketinginstrumenten und Abstimmung der Marketinginstrumente untereinander sowie mit den Erfordernissen anderer Unternehmensfunktionen - Planerischer Einbezug von Zeitkonstanten in unternehmerische Entscheidungen - Erkennen und Nutzen günstiger Zeitpunkte zum Markteintritt- und -ausstieg - Finanz- und Rechnungswesen im Unternehmen (Budgetierung, Finanzplanung, Kennzahlen) - Methoden der effizienten, konstruktiven, kommunikativen Zusammenarbeit im Team		
Funktionsspezifische Unternehmenssimulation	25	50
In Kontext der Branchenspezifischen Unternehmenssimulation werden insbesondere ganzheitliche unternehmensbezogene Simulationen im Kontext der jeweiligen Branche des Unternehmens in Form von Brettplanspielen oder computergestützten Planspielen durchgeführt. Gegenstand von branchenspezifischen Simulation sind insbesondere folgende Aspekte: - Entwicklung von Unternehmensleitbildern - Aufbau einer leistungsfähigen personellen, organisatorischen und planerischen Infrastruktur - Leistungsstrategische Entscheidungen (in Bezug auf Produkte und Dienstleistungen) - Erprobung der Qualität von Leistungen - Situationsspezifischer Einsatz von Marketinginstrumenten und Abstimmung der Marketinginstrumente untereinander sowie mit den Erfordernissen anderer Unternehmensfunktionen - Planerischer Einbezug von Zeitkonstanten in unternehmerische Entscheidungen - Erkennen und Nutzen günstiger Zeitpunkte zum Markteintritt- und -ausstieg - Finanz- und Rechnungswesen im Unternehmen (Budgetierung, Finanzplanung, Kennzahlen) - Methoden der effizienten, konstruktiven, kommunikativen Zusammenarbeit im Team		

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten, Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung, Stuttgart: Lucius & Lucius
- Oppel, K.: Business Knigge International, Freiburg: Haufe
- Schneider, D.: Betriebswirtschaftslehre, Band 4: Geschichte und Methoden der Wirtschaftswissenschaften, München: Oldenbourg
- Schnell, R./Hill, P. B./Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung, München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft, München: Vahlen
- Stickel-Wolf, C. /Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten, München: Vahlen

Kontext und Strategien industrieller Unternehmen (W4BW_IN301)

Context and Strategies of Industrial Companies

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_IN301	3. Studienjahr	1	Prof. Dr. Christoph Neef, Prof. Dr. Frank Borowicz, Prof. Dr. Petra Stellmach	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Portfolio	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	50	100	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen nach Abschluss des Moduls über einen fundierten, praxisorientierten Überblick über die aktuellen kontextuellen und strategischen Entscheidungssituationen in industriellen Unternehmen. Als Teilaufgabe des Managements erschließen sich den Studierenden verschiedene Ansätze der Strategieentwicklung ausgehend von der Analyse der Kontexte eines Unternehmens. Die Studierenden sind sich der verschiedenen externen und internen Einflussfaktoren in der Praxis bewusst, die eine zukunftsfähige Entwicklung der industriellen Unternehmen ausmachen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden kennen mit Abschluss des Moduls geeignete Instrumente und wissenschaftliche Methoden des strategischen Managements. Sie sind in der Lage, für unterschiedliche betriebliche Ausgangssituationen angemessene Methoden vor dem Hintergrund kontextueller Veränderungen auszuwählen und anzuwenden. Dabei haben sie die Kompetenz erworben, relevante Informationen zur Erfassung der Umwelt mit wissenschaftlichen Methoden zu sammeln und im Rahmen der strategischen Ausrichtung unter Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse kritisch zu reflektieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden vertiefen im Rahmen dieses Moduls ihr Bewusstsein für die Möglichkeiten und Herausforderungen im Umgang mit strategischen Entscheidungen. Sie setzen sich kritisch mit den politischen, ökologischen, ethischen, technologischen und volkswirtschaftlichen Spannungsfeldern auseinander. In der Diskussion können die Studierenden eine Strategie unter Heranziehung einer theoretisch fundierten Argumentation begründen und verteidigen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden erwerben ein umfassendes Verständnis für die Komplexität und Vielschichtigkeit von Kontexten und strategischen Entscheidungen in industriellen Unternehmen. Nach Abschluss des Moduls können sie unter Berücksichtigung der politischen, ökologischen, ethischen, technologischen und volkswirtschaftlichen Entwicklungen Handlungsalternativen und Strategien in industriellen Unternehmen kritisch reflektieren. Sie können die Folgen alternativer Strategieansätze bewerten, kritisch miteinander vergleichen und ihre praktische Umsetzbarkeit evaluieren. Das vermittelte Methodenwissen versetzt sie in die Lage, vor dem Hintergrund externer Rahmenbedingungen bestehende Probleme zu erfassen und die strategische Lösung vorzubereiten. Mit Blick auf zukünftige, neue strategische Herausforderungen in industriellen Unternehmen können sie mit Weitblick und Umsichtigkeit ihre Lösungsmuster anpassen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Kontext und Strategien industrieller Unternehmen	50	100

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Je nach Relevanz können verschiedene Themenschwerpunkte herausgegriffen werden und vertiefend, auch bezogen auf unterschiedliche Spezifika von Unternehmen (z.B. Unternehmensgröße, Branche, Dienstleistung versus Produktion), behandelt werden: - Geopolitischer und geostrategischer Kontext von Unternehmen z.B. Unternehmens- und Wettbewerbsstrategien - Ökologischer Kontext von Unternehmen z.B. Nachhaltigkeit in Strategieentscheidungen - Ethischer / normativer Kontext von Unternehmen z.B. Normatives Management, Reflexion strategischer Entscheidungen, unternehmensethische Entscheidungen, Compliance, Konfliktmanagement, Ethik in Verhandlungsstrategien und -führung - Technologischer und digitaler Kontext von Unternehmen z.B. Digitale Transformation, Informationsgrundlagen strategischer Entscheidungen, Entscheidungen zu neuen Geschäftsmodellen (u.a. Business Model Canvas) - Volkswirtschaftlicher Kontext von Unternehmen z.B. Diversifikationsstrategien		

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer bezieht sich nur auf die Prüfungsform Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Dillerup, R./Stoi, R.: Unternehmensführung – Management & Leadership, München: Vahlen
- Dillerup, R./Stoi, R.: Unternehmensführung – Fallstudien zur Unternehmensführung, München: Vahlen
- Hungenberg, H.: Strategisches Management, Ziele, Prozesse, Verfahren, Wiesbaden: Gabler
- Müller-Stewens, G./Lechner, C.: Strategisches Management - wie strategische Initiativen zum Wandel führen, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Haller, S./Wissing C.: Dienstleistungsmanagement: Grundlagen - Konzepte - Instrumente, Wiesbaden: Springer Gabler
- Rüegg,-Stürm, J./Grand, S: Das St. Galler Management-Modell. Management in einer komplexen Welt, München: UTB

Themenbezogen sind darüber hinaus weitere Literaturquellen empfehlenswert.

Wirtschaftspolitik (W4BW_IN302)

Economic Policy

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_IN302	3. Studienjahr	1	Prof. Dr. oec. Sybille Sobczak, Prof. Dr. Michael Knittel	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Portfolio	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	50	100	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die relevanten volkswirtschaftlichen Theorien und können damit wirtschaftspolitische, finanzwissenschaftliche und außenwirtschaftliche Fragestellungen fundiert beantworten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, grundlegende mikro- und makroökonomische Analysemethoden auf wirtschaftspolitische, finanzwissenschaftliche und außenwirtschaftliche Fragestellungen anzuwenden. Dabei können sie statistische Auswertungen interpretieren und in den theoretischen und politischen Hintergrund einordnen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die Bedeutung von Werturteilen für unterschiedliche wirtschaftspolitische Empfehlungen. Sie können andere begründete Positionen tolerieren und mit anderen Personen einen konstruktiven Austausch über die unterschiedlichen Annahmen führen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

In diesem Modul erlernen die Studierenden eine eigene, fundierte und reflektierte Position zu den wirtschaftspolitischen Fragen einzunehmen. Sie können die erlernten theoretischen Konzepte auf aktuelle politische Fragen anwenden und verstehen die Konflikte zwischen ökonomischer Theorie und politischer Praxis.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Wirtschaftspolitik	50	100

- Einführung in die Wirtschaftspolitik: Ziele, Instrumente, Träger
- Abgrenzung Ordnungspolitik, Prozesspolitik, Allokationspolitik, Distributionspolitik
- Grundzüge der Strukturpolitik (regionale bzw. sektorale Wirtschaftspolitik)
- Reale Außenwirtschaft: Theorie und Politik (z. B. absoluter und komparativer Vorteil, tarifäre und nichttarifäre Handelshemmnisse)
- Aktuelle Themen der Außenwirtschaft (z.B. Europäische Integration, Globalisierung, Internationalisierung, Handelspolitik)
- Ausgewählte Bereiche der Wirtschaftspolitik, z.B. Stabilisierungspolitik, Wachstumspolitik, Strukturpolitik, Arbeitsmarktpolitik, Beschäftigungspolitik, Sozialpolitik, Verteilungspolitik, Wettbewerbspolitik, Umweltpolitik (u.a. Nachhaltigkeit)
- Aktuelle Themen der Wirtschaftspolitik

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer bezieht sich nur auf die Prüfungsform Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Beck, H.: Globalisierung und Außenwirtschaft, München: Vahlen
- Bénassy-Quéré, A./Coeuré, B./Jaquet, P./Pisany-Ferry, J.: Economic Policy
- Blankart, C. B.: Öffentliche Finanzen in der Demokratie, München: Vahlen
- Fritsch, M.: Marktversagen und Wirtschaftspolitik, München: Vahlen
- Görgens, E./Ruckriegel, K./Seitz, F.: Europäische Geldpolitik, Konstanz: UVK-Verlag
- Krugman, P. R./Obstfeld, M./Melitz, M. J.: Internationale Wirtschaft, Hallbergmoos: Pearson
- Mankiw, N.G./Taylor, M.P.: Economics, Mason (Ohio): Thomson South Western
- Mussel, G./Pätzold, J.: Grundfragen der Wirtschaftspolitik, München: Vahlen
- Rose, K./Sauernheimer, K.: Theorie der Außenwirtschaft, München: Vahlen
- Zimmermann, H./Henke, K./Broer, M.: Finanzwissenschaft, München: Vahlen

Integrationsseminar in Betriebswirtschaftslehre - Industrial Business Management (W4BW_IN303)

Integration Seminar in Business Administration - Industrial Business Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_IN303	3. Studienjahr	2	Prof. Dr. Christoph Neef	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Seminar, Übung, Projekt, Case Study, Inverted Classroom

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	50	100	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erwerben spezifische Fachkompetenzen in dogmengeschichtlichen oder aktuellen Fragen des Managements von industriellen Unternehmungen (z.B. Nachhaltigkeit, Diversität, Digitalisierung). Sie erwerben vertiefte Kenntnisse in industrie- oder branchenbezogene Aspekte der Unternehmens- und/oder Mitarbeiterführung. Darüber hinaus kennen sie theoretische und praktische Konzepte der Unternehmenssteuerung und können diese anwenden.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden kennen mit Abschluss des Moduls wissenschaftliche Methoden und sind in der Lage, die für ihre betriebliche Problemstellung angemessene Methode auszuwählen und anzuwenden, um Lösungen zu erarbeiten. Dabei haben sie die Kompetenz erworben, relevante Informationen mit wissenschaftlichen Methoden zu erheben und auszuwerten sowie unter Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse kritisch zu reflektieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden lernen, Projekte eigenverantwortlich zu planen und durchzuführen. Sie üben sich in Teamarbeit, können andere Personen im Rahmen einer Gruppenarbeit wertschätzend kritisieren und gehen mit Hinweisen konstruktiv um. Sie sind in der Lage, Inhalte adressatenorientiert aufzubereiten und in geeigneter Form zu kommunizieren. Die Studierenden können ihren Standpunkt unter Heranziehung einer theoretisch fundierten Argumentation begründen und verteidigen. Sie erhalten die Möglichkeit, ihre eigene Wertebasis kritisch zu hinterfragen und in einem intensiven Diskurs mit den anderen Teilnehmenden weiterzuentwickeln.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls erwerben die Studierenden die Fähigkeit, lösungsorientiert und eigenverantwortlich in Gruppen nach wissenschaftlichen Methoden zu denken und zu handeln. Sie können Verbindungen zwischen verschiedenen Wissensgebieten herstellen und diese integrativ anwenden. Die Studierenden sind in der Lage, mit Blick auf zukünftige, neue Herausforderungen in industriellen Unternehmen (z.B. Digitalisierung, Nachhaltigkeit, Diversität) theoretische Erkenntnisse in praktische Anwendungen zu überführen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Integrationsseminar in Betriebswirtschaftslehre - Industrial Business Management	50	100
Gegenstand des Seminars ist es, aktuelle, industriebezogene Entwicklungen der Managementlehre oder alternative Entwicklungen des Managements der spezifischen Branchen wissenschaftlich fundiert aufzuarbeiten und mit aktuellen Fragen der Unternehmenspraxis zu verknüpfen.		

BESONDERHEITEN

Das Integrationsseminar ist im gesamten Rahmenplan ein sehr besonderes Modul. Es ist ausdrücklich dafür gedacht, Freiraum und Flexibilität zu bieten, z.B. für studentische wissenschaftliche Projekte. Um den Kolleg*innen an jedem Standort auch bezüglich der Zeitplanung Flexibilität zu ermöglichen, ist das Modul (wie bisher) im 5. und im 6. Semester anzubieten.
Das Integrationsseminar kann auch im Rahmen eines interdisziplinären Projekts mit mindestens zwei Fakultäten aus Wirtschaft, Technik, Sozialwesen, Gesundheit absolviert werden. Die Prüfungsleistung wird idealerweise durch das Format Portfolio ergänzt, um die im kompetenzorientieren Lernen entstehenden Artefakte zu berücksichtigen. Das Portfolio besteht standardmäßig aus einer Seminararbeit und einer Präsentation. Das Portfolio kann aber auch aus anderen Prüfungsteilen bestehen.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Aktuelle und problemadäquate Fachliteratur entsprechend der thematischen Seminarausrichtung.

Praxismodul III (W4BW_IN803)

Practical Module III

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_IN803	3. Studienjahr	2	Benedikt Hackl	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Projekt

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Bericht zum Ablauf und zur Reflexion des Praxismoduls	Siehe Pruefungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
240	0	240	8

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über tiefgehende und umfassende Erkenntnisse in den für die Studienrichtung relevanten Bereichen im Kontext gesellschaftlicher und digitaler Herausforderungen, insbesondere auch im Themenbereich der belegten Wahlmodule. Sie sind in der Lage, praktische Problemstellungen in ihrer Komplexität zu erfassen, zu analysieren, um darauf aufbauend unter Hinzuziehung vermittelter Lehrveranstaltungsinhalte effiziente und effektive Lösungsvorschläge zu entwickeln.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, für komplexe Praxisanwendungen angemessene Methoden auszuwählen und anzuwenden. Sie können die Möglichkeiten, Praktikabilität und Grenzen der eingesetzten Methoden einschätzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind dafür sensibilisiert, mit an ihre Rolle geknüpften Erwartungshaltungen in ihrem Arbeitsumfeld umzugehen. Sie tragen durch ihr kooperatives Verhalten in Teams dazu bei, dass die gemeinsamen Ziele erreicht werden. Für übertragene Aufgaben übernehmen sie die Verantwortung.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, auf der Basis selbstständig vorgenommener Situationsanalysen unter Hinzuziehung ihrer theoretischen Kenntnisse und Kompetenzen, zielführende Handlungsprogramme umzusetzen, zu kontrollieren und gegebenenfalls zu modifizieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Praxismodul III - Bericht zum Ablauf und zur Reflexion des Praxismoduls	0	240

-

BESONDERHEITEN

Die Inhalte des Praxismoduls III orientieren sich an den theoretischen Schwerpunkten in den einzelnen Semestern und dienen als Grundlage für den Rahmenplan der betrieblichen Studienphasen (Rahmenpraxisplan). Der Rahmenpraxisplan sollte inhaltlich an die Besonderheiten des jeweiligen Unternehmens angepasst werden. Dabei sind betriebliche Schwerpunktsetzungen sinnvoll.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten, Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung, Stuttgart: Lucius & Lucius
- Schnell, R./Hill, P. B./Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung, München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft, München: Vahlen
- Stickel-Wolf, C./Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten, München: Vahlen

Bachelorarbeit (W4BW_901)

Bachelor Thesis and Kolloquium

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_901	3. Studienjahr	1		

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Projekt

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Bachelorarbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja
Kolloquium	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
360	0	360	12

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über breites fachliches Wissen und sind in der Lage, auf Basis des aktuellen Forschungsstandes und ihrer Erkenntnisse aus der Praxis in ihrem Themengebiet praktische und wissenschaftliche hemenstellungen zu identifizieren und zu lösen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden kennen das Spektrum der in ihrer Fachdisziplin zur Verfügung stehenden Methoden und können diese im Kontext der Bearbeitung von praktischen und wissenschaftlichen Problemstellungen kritisch reflektieren und anwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können selbständig und eigenverantwortlich betriebliche Problemstellungen bearbeiten und neue innovative Themenfelder in die praktische Diskussion einbringen. Vor dem Hintergrund einer guten Problemlösung legen sie bei der Bearbeitung besonderes Augenmerk auf die reibungslose Zusammenarbeit mit Kollegen und mit Dritten. In diesem Kontext zeigen sie Kompetenzen wie Kommunikationsfähigkeit, Teamfähigkeit und Konfliktfähigkeit.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können ihr Fachwissen und ihr Methodenverständnis zur Ableitung einer innovativen und aktuellen betrieblichen Problemstellung für ihre Abschlussarbeit einsetzen. Die Problemstellung, die einen deutlichen Bezug zu der jeweiligen Studienrichtung aufweisen sollte, lösen sie selbstständig unter Berücksichtigung aktueller wissenschaftlicher Erkenntnisse im gewählten Themengebiet innerhalb einer vorgeschriebenen Frist. Hierbei berücksichtigen sie aktuelle wissenschaftliche und branchenbezogene Quellen sowie die Regeln wissenschaftlichen Arbeitens. Die kritische Reflektion von theoretischen Ansätzen und praktischen Lösungsmustern ist für die Studierenden selbstverständlich. Die Studierenden beherrschen weiterhin die Fachterminologie und sind in der Lage, Begriffe zu operationalisieren, Daten zu erheben, auszuwerten und Ergebnisse zu visualisieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Bachelorarbeit	0	360

Selbstständige Bearbeitung und Lösung einer in der Regel betrieblichen Problemstellung, die einen deutlichen Bezug zu der jeweiligen Studienrichtung aufweisen sollte, unter Berücksichtigung aktueller wissenschaftlicher Erkenntnisse im gewählten Themengebiet.
Schriftliche Aufbereitung der Lösungsansätze in Form einer wissenschaftlichen Arbeit gemäß den allgemeinen Richtlinien und
Vorgaben der Prüfungsordnung.

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Aktuelle Spezialliteratur und Online-Quellen zu den gewählten Themenfeldern und Funktionsbereichen.

Marketing (W4BW_IN401)

Marketing

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_IN401	3. Studienjahr	2	Prof. Dr. Manfred Hentz, Prof. Dr. Petra Hardock	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Projekt, Case Study

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	180	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
300	100	200	10

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sind auf Grundlage vertiefter Kenntnisse der Marktforschung in der Lage, einen problemgerechten Ansatz zur Bearbeitung eines empirischen Forschungsprojektes zu entwickeln. Zudem verfügen sie nach Abschluss des Moduls über ein umfassendes Verständnis der Instrumente des Marketing-Mix (inklusive Vertriebspolitik) und können deren Möglichkeiten sowie Grenzen unter Berücksichtigung rechtlicher, ethischer und nachhaltigkeitsbezogener Aspekte bewerten. Ferner sind sie mit den Instrumenten des Marketing-Controllings sowie jenen des Relationship Marketings entlang der Customer Journey vertraut. Sie sind sich der durch die Digitalisierung im Marketing ausgelösten Veränderungsprozesse bewusst und können deren Chancen und Risiken vor dem Hintergrund der Automatisierung von Geschäftsprozessen und der Entwicklung neuer Geschäftsmodelle einordnen. Darüber hinaus kennen sie die Besonderheiten des internationalen Marketings im Spannungsfeld zwischen Standardisierung und Differenzierung. Schließlich vermögen die Studierenden die Spezifika des Marketings in verschiedenen Branchen wie im Industriegüter- oder Dienstleistungsbereich zu charakterisieren.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, eigene Marketingprojekte und Erhebungen zu planen. Sie können die Methoden des Marketings bzw. der Marktforschung auf konkrete Problemstellungen anwenden und den Projekterfolg sowie ihre Vorgehensweise kritisch reflektieren. Sie sind in der Lage, die Instrumente des Marketing-Mix (inklusive Vertriebspolitik) fach- und situationsgerecht einzusetzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können ihren Standpunkt unter Heranziehung einer theoretisch fundierten Argumentation begründen und verteidigen. Sie sind in der Lage, ihre Arbeitsergebnisse adressatenorientiert aufzubereiten und in geeigneter Form zu kommunizieren. In heterogenen und diversen Teams arbeiten sie konstruktiv zusammen, üben wertschätzende Kritik gegenüber anderen Gruppenmitgliedern, schätzen die Vielfalt der Perspektiven und Hintergründe und gehen respektvoll sowie konstruktiv mit kritischem Feedback um. Die Studierenden haben ein Bewusstsein für Probleme der Beeinflussung von Menschen durch Marketinginstrumente entwickelt und setzen sich mit den resultierenden ökonomischen, sozialen, ökologischen und ethischen Spannungsfeldern kritisch auseinander. Sie erkennen die Bedeutung der Einhaltung ethischer und wissenschaftlicher Standards bei der Durchführung empirischer Untersuchungen und reflektieren die Rolle des Marketings zur Erreichung von Nachhaltigkeitszielen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben ein vertieftes Verständnis für das Marketing gewonnen und sind in der Lage, ihr Wissen in diesem Feld auf neue Problemstellungen zu übertragen und geeignete Lösungen für komplexe Marketingprobleme zu entwickeln.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Marketing	100	200

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
- Vertiefung der Marktforschung - Vertiefung ausgewählter Marketinginstrumente - Marketing-Controlling - Relationship Marketing - Digitalisierung im Marketing - Internationales Marketing - Branchenspezifische Besonderheiten (z.B. Industriegüter- oder Dienstleistungsmarketing) - Aktuelle Entwicklungen		

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

keine

LITERATUR

- Backhaus, K./Voeth, M.: Industriegütermarketing. Grundlagen des Business-to-Business Marketings, München: Vahlen
- Becker, J.: Marketing-Konzeption. Grundlagen des ziel-strategischen und operativen Marketing-Managements, München: Vahlen
- Bruhn, M.: Relationship Marketing. Das Management von Kundenbeziehungen, München: Vahlen
- Esch, F.-R./Esch, D.: Strategie und Technik der Markenführung, München: Vahlen
- Fantapié Altobelli, C.: Marktforschung. Methoden – Anwendungen – Praxisbeispiele, Stuttgart: utb – UVK
- Homburg, Ch.: Marketingmanagement. Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung, Wiesbaden: Springer Gabler
- Meffert, H./Bruhn, M./Hadwich, K.: Dienstleistungsmarketing. Grundlagen – Konzepte – Methoden, Wiesbaden: Springer Gabler
- Meffert, H./Burmann, Ch./Kirchgeorg, M./Eisenbeiß, M.: Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele, Wiesbaden: Springer Gabler

Personalmanagement (W4BW_IN402)

Human Resource Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_IN402	3. Studienjahr	2	Prof. Dr. Frank O. Bayer, Prof. Dr. Stefan Huf-Wellhäuser	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Planspiel/Simulation, Case Study

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	180	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
300	100	200	10

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über breites und integriertes personalwirtschaftliches Wissen und sind in der Lage, das Personalmanagement arbeits- und organisationspsychologisch zu fundieren. Sie verfügen zudem über ein kritisches Verständnis der wichtigsten Instrumente und Methoden des Personalmanagements. Ihr Wissen und Verstehen entspricht dem aktuellen Stand der fachwissenschaftlichen Diskussion. Ferner sind die Studierenden in Lage, das Personalmanagement betreffende (rechtliche, technologische, ökonomische, soziale und kulturelle) Kontextentwicklungen zu analysieren, kritisch zu beurteilen und die Konsequenzen für die betriebliche Personalarbeit einzuschätzen.

METHODENKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, geeignete Methoden zur Analyse betrieblicher, personalwirtschaftlicher Problemstellungen (wie bspw. Gewinnung neuer Mitarbeiter, Fluktuation, Fehlzeiten oder Motivationsprobleme) auszuwählen und anzuwenden, um Lösungsmöglichkeiten aufzeigen zu können.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden ein professionelles Selbstverständnis entwickelt. Zudem haben sie die Kompetenz erworben, unterschiedliche Interessenlagen zu erkennen und Konflikte zwischen den personalwirtschaftlichen Akteuren (Unternehmensleitung, Führungskräfte, Personalabteilung, Betriebsrat) konstruktiv zu lösen. Sie sind sich ferner der psychologischen Besonderheiten des „Produktionsfaktors Arbeit“ bewusst und in der Lage, sensibel und situationsadäquat mit Mitarbeitern zu interagieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden die besondere ethische und soziale Verantwortung des Personalmanagements in Unternehmen beurteilen. Sie sind sich zudem der Interdependenz der personalwirtschaftlichen Handlungsfelder (wie Personalgewinnung, Entgeltgestaltung, Personalentwicklung und Mitarbeiterführung) bewusst und in der Lage, eine ganzheitliche Perspektive einzunehmen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Personalmanagement	100	200

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
- Arbeits- und organisationspsychologische Grundlagen des Personalmanagements - Kontextbedingungen des Personalmanagements (z.B. technologische, soziale, ökonomische und kulturelle Entwicklungen) - Handlungsfelder des Personalmanagements (Vertiefung): Personalplanung, Personalbedarfsdeckung (Employer Branding, Recruiting, Eignungsdiagnostik), Personaleinsatz und Arbeitsgestaltung, Entgeltgestaltung und Personalbeurteilung, Personalentwicklung (betriebliche Bildung und Talent Management) - Potenziale neuer Technologien im Personalmanagement (z.B. Digital HR), aktuelle Problemfelder und Trends (z.B. Diversity, Nachhaltigkeit, neue Beschäftigungsformen) im Personalmanagement - Arbeitsrecht (Vertiefung Individual- und Kollektivarbeitsrecht) - Integration und Bindung von Mitarbeitern, Employee Experience - Strategisches Personalmanagement - Internationales Personalmanagement - Betriebliches Gesundheitsmanagement - Personalcontrolling und HR Analytics - Organisation des Personalmanagements		

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Personalmanagement und Unternehmensorganisation

LITERATUR

- Berthel, J./Becker, F. G.: Personal-Management, Stuttgart: Schäffer Poeschel
- Bratton, J./Gold, J.: Human Resource Management. A Critical Approach, London: Bloomsbury Academic
- Huf, S.: Personalmanagement, Wiesbaden: Springer Gabler
- Lindner-Lohmann, D./Lohmann, F./Schirmer, U.: Personalmanagement, Berlin: Springer Gabler
- Marchington, M. u.a.: Human Resource Management at Work, London: Kogan
- Oechsler, W. A./Paul, C.: Personal und Arbeit, Berlin: De Gruyter Oldenbourg
- Scholz, C./Scholz, T.: Grundzüge des Personalmanagements, München: Vahlen
- Stock-Homburg, R./Groß, M: Personalmanagement. Theorien – Konzepte – Instrumente, Wiesbaden: Springer Gabler
- Torrington, D. u.a.: Human Resource Management, Harlow: Pearson
- Wilkinson, A. u.a. (Hrsg.): Encyclopedia of Human Resource Management, Cheltenham: Edward Elgar
- Wilton, N.: An Introduction to Human Resource Management, London: Sage

Operations und Supply Chain Management (W4BW_IN403)

Operations and Supply Chain Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_IN403	3. Studienjahr	2	Prof. Dr. rer. pol. Victor Meier, Prof. Dr. Christoph Neef	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	180	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
300	100	200	10

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen nach Abschluss des Moduls über ein umfassendes und integriertes Wissen im Supply Chain Management, bestehend aus Inhalten der Beschaffung, der Produktion und der Logistik. Sie lernen in operativer und in strategischer Sicht basierend auf Methoden und Konzepten des Supply Chain Managements Entscheidungen zu treffen. Die Studierenden kennen die Möglichkeiten und Folgen der digitalen Transformation. Sie sind in der Lage die praktischen Umsetzungsmöglichkeiten diesbezüglich kritisch zu beurteilen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, für die Lösung von Aufgabenstellungen des Supply Chain Managements eine systematische sowie methodisch fundierte Vorgehensweise zu wählen und umzusetzen. Sie nutzen dabei unterschiedliche Informationsquellen und strukturieren ihre Aufgaben den Anforderungen der eingesetzten Methode sowie den Anforderungen der konkreten Anwendungssituation entsprechend. Sie können die gelernten Inhalte vor dem Hintergrund der Rahmenbedingungen sowie aktueller Entwicklungen und Trends (z.B. Nachhaltigkeit, Diversität, Digitalisierung) analysieren, kritisch reflektieren und auf praktische Problemstellungen anwenden. Methoden des Prozessmanagements werden exemplarisch erlernt und die Studierenden werden befähigt, Konzepte zur Optimierung und Gestaltung von Wertschöpfungsprozessen anzuwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind sich der Vielschichtigkeit und Komplexität des Supply Chain Managements bewusst. Sie wissen um die Zielkonflikte und die verschiedenen Anforderungen unterschiedlicher Interessengruppen an das Supply Chain Management. Sie erwerben Teamfähigkeit zur kompetenten Bearbeitung von Aufgabenstellungen des Supply Chain Managements, so dass sie in der betrieblichen Praxis Verantwortung für relevante Projekte übernehmen und sie zum Erfolg führen können. Dabei sind sie offen für Kritik und Anregungen und können ihren Standpunkt argumentativ vertreten. Die Studierenden können Konzepte und Methoden des Supply Chain Managements bezüglich ihrer Wirkungen einschätzen. Sie setzen sich mit den daraus ergebenden ökonomischen, sozialen, ökologischen sowie ethischen Folgen sowie deren Wechselwirkungen konstruktiv kritisch auseinander.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden eignen sich eine fundierte Problemlösungskompetenz auch für komplexere Fragestellungen an. Das erworbene Methodenwissen befähigt sie zur selbstständigen Übertragung der grundsätzlichen Lösungsmuster auf vielfältige Themenstellungen des Supply Chain Managements. Sie können solche Fragestellungen selbstständig analysieren und Lösungsansätze formulieren. Dabei berücksichtigen sie Interdependenzen zu anderen Unternehmungsbereichen und reflektieren kritisch ihre Vorgehensweise.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Operations und Supply Chain Management	100	200

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
- Rahmenbedingungen des Supply Chain Managements (z.B. rechtliche und politische Entwicklungen) - Modelle des Supply Chain Managements (z.B. SCOR-Modell, Efficient Consumer Response) - Strategische Planung und Gestaltung von Lieferketten - Lieferantenmanagement - Produktionsplanung und -steuerung - Beschaffungs- und Distributionslogistik - Lager- und Bestandsmanagement - Konzepte zur Optimierung und Gestaltung von Wertschöpfungsprozessen (z.B. Wertstromanalyse) - Logistikdienstleister und deren Rolle in der Lieferkette - Digitale Transformation im Supply Chain Management (z.B. E-Procurement, Transport Management Systeme) - Informations- und Kommunikationssysteme - Supply Chain Controlling - Risikomanagement - Nachhaltigkeit in der Supply Chain - Aktuelle Trends im Supply Chain Management		

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Chopra, S./Meindl, P.: Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operations, London: Pearson
- Corsten, H./Gössinger, R.: Einführung in das industrielle Produktionsmanagement, Berlin: De Gruyter Oldenbourg
- Erlach, K.: Wertstromdesign, Der Weg zur schlanken Fabrik, Berlin: Springer
- Günther, H-O./Tempelmeier, H.: Produktion und Logistik, Norderstedt: BoD
- Large, R.: Strategisches Beschaffungsmanagement, Wiesbaden: Springer
- Schulte, Ch.: Logistik, München: Vahlen
- Slack, N./Brandon-Jones, A./Johnston, R.: Operations Management, Edinburgh: Pearson
- Thonemann, U.: Operations Management, München: Pearson
- Wannenwetsch, H.: Integrierte Materialwirtschaft, Logistik und Beschaffung und Produktion: Berlin: Springer
- Werner, H.: Supply Chain Management. Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling, Wiesbaden: Gabler

Dienstleistungsmanagement (W4BW_IN404)

Service Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_IN404	3. Studienjahr	2	Prof. Dr. Manfred Hentz	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Projekt, Case Study

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	180	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
300	100	200	10

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die zentrale Bedeutung der Servicekultur und der Kundenintegration im Bereich industrieller Dienstleistungen. Außerdem kennen sie die Besonderheiten der Personalführung in Serviceunternehmen (Service-Gewinn-Kette) und wissen, wie sie durch internes Marketing Kundendienstmitarbeitende binden können. Sie verstehen die Bedeutung des Marktes für industrielle Dienstleistungen und können auf dieser Grundlage strategische Planungen für Services entwickeln. Sie kennen Strategien zur Externalisierung und Internalisierung von Services und erkennen Potenziale für Serviceautomatisierung, Digitalisierung von Services und die Entwicklung von Serviceplattformen im Rahmen des Service Engineering. Die besonderen immateriellen Eigenschaften werden als Grundlage für das Dienstleistungsmarketing bei der systematischen Vermarktung industrieller Dienstleistungen berücksichtigt. Die Studierenden sind in der Lage, verschiedene Kundendienst- und Beschwerdemanagementkonzepte für industrielle Services zu entwickeln. Sie kennen die Bedeutung von digitalen Services für nachhaltige Geschäftsmodelle der Sharing-Economy (z.B. Car Sharing, Nutzen statt Besitzen) sowie den Beitrag von Wissensdienstleistungen zu den Nachhaltigkeitszielen. Die Studierenden verstehen die Herausforderungen der Preisgestaltung im Servicebereich und wissen um die zentrale Bedeutung der User Experience im Kontext der Digitalisierung von Dienstleistungen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, Konzepte zu entwerfen, die Sachgüter durch industrielle Dienstleistungen zu hybriden Serviceangeboten erweitern. Sie sind mit bewährten Methoden zur Qualitätsmessung, wie ServQual, sowie zur Qualitätssicherung bestehender Services vertraut. Mithilfe von Instrumenten wie der Kundenkontaktpunktanalyse, dem Service Blueprint, dem GAP-Modell und dem Customer Experience Management (CEM) sind sie in der Lage, bestehende Dienstleistungen kritisch zu analysieren, weiterzuentwickeln und neue Dienstleistungen zu konzipieren. Darüber hinaus erkennen sie die besondere Rolle des Servicevertriebs bei der Individualisierung industrieller Dienstleistungen und als Berater für die Serviceprozesse ihrer Kunden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden zeigen Sensibilität für die besondere Rolle der Human Resources bei der Erstellung und dem Vertrieb von Dienstleistungen („selling the invisible“). Sie haben ein tiefes Verständnis für die Komplexität des Managements industrieller Services in Bezug auf Organisationsstrukturen und Servicequalität. Sie berücksichtigen die kulturellen Unterschiede zwischen Produktions- und Dienstleistungskultur und haben Respekt für die Belastungsgrenzen des Servicepersonals. Sie sind in der Lage, diese frühzeitig zu erkennen und organisatorisch zu verhindern (Burn-out-Prävention). Sie wissen um die Vorteile heterogener und diverser Serviceteams und schätzen deren Vielfalt der Perspektiven und Hintergründe. Zudem verstehen sie die Rolle der Service-Vertriebsführung als Co-Designer*innen von Dienstleistungen und besitzen fundierte Kenntnisse über die Interaktion mit verschiedenen Interessengruppen (z. B. Gewerkschaften) bei Outsourcing-Entscheidungen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben ein vertieftes Verständnis für industrielle Dienstleistungen erlangt und sind in der Lage, dieses Wissen sowohl bei hybriden Angeboten als auch bei eigenständigen und digitalen Services anzuwenden. Sie können ihre Kenntnisse auf bestehende sowie auf neu zu entwickelnde Dienstleistungsangebote übertragen und entsprechende Vermarktungsstrategien in die Unternehmensstrategie zu integrieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Dienstleistungsmanagement	100	200

Grundlagen des Industriellen Dienstleistungsmanagements:
- Überblick typischer industrieller Services
- Digitalisierung von Services und Service-Plattformen
- Strategische Planung Industrieller Services Internalisierung
- Externalisierung
- Modularisierung von Services
- Dienstleistungsmarketing
- Dienstleistungskultur
- Führung heterogener Serviceteams

Outsourcing; Service Engineering:
- Innovationsmanagement im Kontext industrieller Services
- Nachhaltigkeit von Services
- Dienstleistungsvertrieb
- Service-Pricing und -Controlling

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Ahlert, D./Evanschitzky, H.: Dienstleistungsnetzwerke. Management, Erfolgsfaktoren und Benchmarks im internationalen Vergleich, Berlin u.a.
- Bruhn, M.: Qualitätsmanagement für Dienstleistungen. Grundlagen, Konzepte, Methoden, Berlin u.a.
- Bruhn, M./Homburg, C. (Hrsg.): Handbuch Kundenbindungsmanagement, Wiesbaden
- Bruhn, M./Stauss, B. (Hrsg.): Dienstleistungscontrolling, Wiesbaden
- Bullinger, H.-J./Scheer, A.-W. (Hrsg.): Service Engineering. Entwicklung und Gestaltung innovativer Dienstleistungen, Berlin u.a.
- Engelhardt, W.H./Reckenfelderbäumer, M.: Industrielles Service-Management, in: Kleinaltenkamp, M./Plinke, W./Jacob/ Fischer, R.: Dienstleistungs-Controlling. Grundlagen und Anwendungen, Wiesbaden
- Haller, S.: Dienstleistungsmanagement. Grundlagen – Konzepte – Instrumente, Wiesbaden
- Lush, R./Vargo, S.: The SAGE Handbook of Service Dominant Logic, Los Angeles, London, New Delhi
- Meffert, H./Bruhn, M.: Dienstleistungsmarketing. Grundlagen – Konzepte – Methoden, Wiesbaden
- Stauss, B./Seidel, W.: Beschwerdemanagement, München

International Business Administration (W4BW_IN405)

International Business Administration

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_IN405	3. Studienjahr	2	Prof. Dr. Matthias Paul	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	180	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
300	100	200	10

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die internationalen Gestaltungsmöglichkeiten in den Bereichen Finanzierung, Investitionen, Controlling, Digitalisierung, Produktion und Supply Management, Marketing und Vertrieb, HR und Recht, Nachhaltigkeit und Sustainable Management und anderen aktuellen Themenfeldern im International Business. Sie können diese auf betriebliche Problemstellungen in Industrieunternehmen anwenden.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können die relevanten Methoden des International Business auf konkrete Problemstellungen selbstständig anwenden und Daten und Informationen aus diversen internen und externen Quellen sammeln, analysieren, bewerten und passende Lösungsvorschläge unterbreiten.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

In der interaktiven Bearbeitung von Fallstudien und deren Diskussion und Präsentation lernen die Studierenden lösungsorientiert in Arbeitsgruppen im Themenfeld des International Business mitzuarbeiten, insbesondere auch unter Berücksichtigung der interkulturellen Dimensionen und von Themen wie Sustainable Management und Diversity / Inclusion Policies im internationalen Kontext.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, verschiedene Ansätze zu bewerten und kritisch miteinander zu vergleichen. Sie verfügen über grundlegende Analysemuster, mit denen sie Problemstellungen interkultureller Interaktion zielorientiert strukturieren können. Auf der Basis des bereits erworbenen Wissens zu verschiedenen soziokulturellen Kontexten können sie Handlungsoptionen in konkreten Situationen aufzeigen, kritisch bewerten und ihre Entscheidung zur gewählten Handlungsalternative plausibel begründen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
International Business Administration	100	200

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
- Grundlagen und Vertiefung der Themen des International Business Administration in Bereichen wie u.a. Globale Märkte und deren Sozio-Ökonomische Dimensionen, Interkulturelle Kommunikation, Globales Supply Chain Mgt., auch unter Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsanforderungen, Globales Sales und Marketing Mgt. - HR im globalen Kontext, mit Berücksichtigung von u.a. Diversity / Inclusion Policies - International Accounting Standards wie IFRS & US GAAP - Finanzierung und Controlling in Internationalen Unternehmen, Globale IT Systeme, u.v.m. - Ausgewählte Themen des International Business Administration wie u.a. Auslandsmarktforschung, Länder-Portfolio-Analyse und landesspezifischer Marketing-Mix - Formen der internationalen Markterschließung und -bearbeitung bei industriellen Produkten und Dienstleistungen - Bestimmungsfaktoren und Organisation der Beschaffungsstrategie und der internationalen Logistik - Anforderungen an die Gestaltung der internationalen Informationssysteme - Internationale Aspekte des Human Resource Management u.v.m. - Ausgewählte Fallstudien zu den Teilbereichen und zu aktuellen Themen		

BESONDERHEITEN

Die Lehrinhalte bauen auf den Grundlagen der ersten beiden Studienjahre auf und vertiefen besonders relevante, ausgewählte Aspekte des International Business, insbesondere im Kontext von Industrieunternehmen. Das Modul oder Teile davon können / sollten auf Englisch unterrichtet werden.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Bartlett, C./Beamish, P.: Transnational Management: Text and Cases in Cross-Border Management, Cambridge: Cambridge University Press
- Bösch, M.: Globalisierung und Internationales Finanzmanagement: Umfeld, Investition, Finanzierung und Risikomanagement, Stuttgart: Schäffer/Poeschel
- Buckley, P./Enderwick, P./Voss, H.: International Business, Oxford: Oxford University Press
- Chopra, S.: Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation, Global Edition, London: Pearson
- Coe, N./Wei-Chung Yeung, H: Global Production Networks: Theorizing Economic Development in an Interconnected World, Oxford: Oxford University Press
- Göpfert, I./Braun, D. (Hrsg.): Internationale Logistik in und zwischen unterschiedlichen Weltregionen, Wiesbaden: Springer Gabler
- Holtbrügge, D./Welge, M. K.: Internationales Management: Theorien, Funktionen, Fallstudien, Stuttgart: Schäffer/Poeschel
- Jacobs, F.R./Chase, R.B.: Operations and Supply Chain Management - ISE Edition, New York: McGraw Hill
- Lüsebrink, H.-J.: Interkulturelle Kommunikation – Interaktion, Fremdwahrnehmung, Kulturtransfer, Stuttgart: J. B. Metzler
- Luthans, F./Doh, J.P./Gaur, A.: International management - culture, strategy and behavior - ISE edition, New York: McGraw-Hill
- Reichmann, T./Baumöl, U./Kißler, M.: Controlling mit Kennzahlen, München: Vahlen
- Verbeke, A./Lee, I.: International Business Strategy: Rethinking the Foundations of Global Corporate Success, Cambridge: Cambridge University Press

Finanz- und Rechnungswesen/Controlling (W4BW_IN406)

Finance and Accounting/Controlling

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_IN406	3. Studienjahr	2	Prof. Dr. Gerald Schenk, Prof. Dr. Julian Hahn, Prof. Dr. Petra Stellmach	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	180	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
300	100	200	10

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Aufbauend auf bereits bekannten Grundlagen des Finanz- und Rechnungswesens können die Studierenden Bedeutung, Inhalte und Ausgestaltung verschiedener Ansätze des Controllings sowie der Jahresabschlussanalyse und -politik kritisch reflektieren und deren Bedeutung für die Lösung praktischer Fragestellungen im nationalen und internationalen Finanz- und Rechnungswesen beurteilen. Die Studierenden verfügen über fundierte Kenntnisse der Konzernrechnungslegung nach HGB und IFRS.

METHODENKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls haben sich die Studierenden die einschlägigen Kompetenzen erarbeitet, um Jahres- und Konzernabschlüsse nach HGB und IFRS zu erstellen und zu analysieren sowie Kapitalstrukturen und den Cashflow gezielt zu gestalten. Sie sind in der Lage, die Systeme der Kosten- und Leistungsrechnung und des Kostenmanagements (z.B. Prozesskostenrechnung, Lebenszykluskostenrechnung, Target Costing) sowie weitere Instrumente des Controllings (z.B. Budgetierung, Kennzahlensysteme und Performance Measurement) anwendungsbezogen und zielgerichtet einzusetzen sowie die dabei verwendeten Vorgehensweisen selbstständig zu bewältigen und zu beurteilen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können Verantwortung für die eigene Arbeit übernehmen und diese kritisch evaluieren. Sie stellen gezielt Verständnisfragen, beteiligen sich theoretisch fundiert an differenzierten fachlichen Diskussionen und übernehmen Mitverantwortung für den Lernerfolg. Sie können dem Lehrenden in angemessener Form Feedback geben, sind sich aber auch zugleich der Grenzen der Erklärungskraft theoretischer wie praktischer Konzepte der Unternehmensrechnung bewusst. Die Studierenden haben ein grundlegendes Verständnis dafür entwickelt, welche Bedeutung das Rechnungswesen für die verschiedenen Stakeholder*innen eines Unternehmens und eine nachhaltige Unternehmensführung hat. Sie sind sich insbesondere darüber bewusst, welchen Einfluss die Daten des Rechnungswesens und die Instrumente des Controllings auf das Verhalten von Mitarbeitenden haben können. Auch die Auswirkungen der bilanziellen Berichterstattung sowie der Nachhaltigkeitsberichterstattung auf externe Anspruchsgruppen wissen die Studierenden umfassend einzuschätzen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben nach Abschluss des Moduls eine umfassende Vorstellung von den vielschichtigen und komplexen Zusammenhängen der internen und der externen Unternehmensrechnung entwickelt. Sie sind in der Lage, Rechnungssysteme konzeptionell zu gestalten und sie auf praktische Entscheidungssituationen im Unternehmen anzuwenden. Mögliche Einsatzgebiete von Künstlicher Intelligenz (KI) im Rechnungswesen und Controlling sind den Studierenden bekannt. Sie können deren Potenziale im Hinblick auf Kostensenkungen und Produktivitätssteigerungen einschätzen. Mit den Interdependenzen der Unternehmensrechnung zu anderen Unternehmensfunktionen sind die Studierenden wohl vertraut. Die Auswirkungen unternehmerischer Entscheidungen auf Größen des Rechnungswesens können die Studierenden kritisch reflektieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Finanz- und Rechnungswesen/Controlling	100	200

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM

Interne Unternehmensrechnung und Controlling (Management Accounting and Controlling)
Ansätze und Instrumente des strategischen und operativen Controllings
- Prozesskostenrechnung
- Grenzplankostenrechnung
- Lebenszykluskostenrechnung
- Kostenanalyse und Kostenmanagement
- Target Costing
- Budgetierung
- Berichtswesen und Controlling mit Kennzahlen
- Performance Measurement
- Green Controlling
- Digitale Instrumente und KI im Rechnungswesen und Controlling
- Verrechnungspreise

Externe Unternehmensrechnung (Financial Accounting and Reporting)
- Konzernrechnungslegung
- Vertiefung der internationalen Rechnungslegung nach IFRS
- Fallstudiengestützte Jahresabschlussanalyse und -politik im Einzel- und Konzernabschluss nach HGB und IFRS
- Kapitalflussrechnung
- Kapitalstrukturplanung
- Nachhaltigkeitsberichterstattung

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Finanzbuchführung und Bilanzierung, Unternehmensrechnung, Weiterführende Unternehmensrechnung, Rechnungslegung und Besteuerung

LITERATUR

- Brune, J./Driesch, D./Schulz-Danso, M./Senger, T. (Hrsg.): Beck'sches IFRS-Handbuch, München: C. H. Beck
- Coenenberg, A. G./Haller, A./Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Ernst, C./Riegler, C./Schenk, G.: Übungen zur Internen Unternehmensrechnung, Berlin/Heidelberg: Springer
- Ernst, C./Schenk, G./Schuster, P.: Kostenrechnung klipp & klar, Berlin/Heidelberg: Springer
- Ewert, R./Wagenhofer, A.: Interne Unternehmensrechnung, Berlin/Heidelberg: Springer
- Gehrke, M./Renz, A.: Die Handels- und Steuerbilanz. Bilanzierung, Bewertung und Gewinnermittlung, München: Vahlen
- Goetze, U.: Kostenrechnung und Kostenmanagement, Berlin/Heidelberg: Springer
- Grottel, B./Justenhoven, P./Kliem, B./Schubert, W. J. (Hrsg.): Beck'scher Bilanzkommentar, München: C. H. Beck
- Horváth, P.: Controlling, München: Vahlen
- Kilger, W./Pampel, J./Vikas, K.: Flexible Plankostenrechnung und Deckungsbeitragsrechnung, Wiesbaden: Springer Gabler
- Küpper, H.-U. u. a.: Controlling - Konzeption, Aufgaben, Instrumente, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Küting, K./Weber, C.-P. (bearbeitet v. Dusemond, M./Küting, P./Wirth, J.): Der Konzernabschluss, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Pellens, B./Fülbier, R. U./Gassen, J./Sellhorn, T.: Internationale Rechnungslegung, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, München: Vahlen
- Petersen, K./Bansbach, F./Dornbach, E.: IFRS Praxishandbuch - Ein Leitfaden für die Rechnungslegung mit Fallbeispielen, München: Vahlen
- Weber, J./Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, Stuttgart: Schäffer-Poeschel

Digitalisierung (W4BW_IN407)

Digital Transformation

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_IN407	3. Studienjahr	2	Prof. Dr. Petra Hardock, Prof. Dr. Matthias Paul	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Projekt, Case Study

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	180	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
300	100	200	10

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden haben Kenntnis von den technischen Grundlagen der Digitalisierung und können die relevanten Bausteine für einen konkreten Anwendungsfall im industriellen Umfeld identifizieren und illustrieren. Sie sind mit einer Vielzahl von digitalen Geschäftsmodellen und Geschäftsprozessen vertraut und kennen die Grundlagen digitaler Informationssysteme und neuere relevante Technologietrends (wie u.a. IOT, Cloudbasierte Services, Big Data Anwendungen, AI Systeme, Social Media, AR/VR).

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die situationsadäquaten, strukturierten Vorgehensweisen bei der Erstellung und Evaluation von digitalen Geschäftsmodellen. Sie können diese Methodik systematisch bei der Analyse, Bewertung und Entwicklung von neuen digitalen Produkten und Anwendungen im Umfeld von Unternehmen im industriellen Kontext einsetzen, auch zur Erreichung von Zielen wie Sustainable Management usw. Sie können selbstständig den situationsbedingten Handlungsbedarf in neuen Geschäftsfeldern analysieren und darauf aufbauend neue Geschäftsmodelle, Produkte und Dienstleistungen und Prozessoptimierungen im Umfeld der Industrie ableiten. Sie sind in der Lage, die Machbarkeit der Konzepte aus funktionaler und betriebswirtschaftlicher Sicht zu bewerten.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind Impulsgeber für Weiterentwicklungen und digitale Innovationen. Sie können eigenständig und selbstverantwortlich nach kreativen Lösungen suchen und sie argumentativ gegenüber Bedenkenträger*innen vertreten. Zugleich sind sie sich ihrer gesellschaftlichen Verantwortung bewusst und wägen die Chancen und Risiken von neuen Technologien hinsichtlich der Auswirkungen auf die Arbeitswelt und das soziale Gefüge ab.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die übergreifenden Zusammenhänge und Wertschöpfungsprozesse im Umfeld der Digitalisierung und sind handlungsfähig, um darauf aufbauend in Eigeninitiative und mit Weitblick aus physischen Produkten und digitalen Dienstleistungen neue, hybride Lösungen zu generieren. Sie verstehen die Mensch-Maschine-Schnittstelle als Chance zur Effizienzsteigerung, reflektieren jedoch gleichzeitig auch die Implikationen auf den Arbeitsmarkt, auf Wissensmanagement, Informationssicherheit, Datensouveränität, Nachhaltigkeit und Diversität in der Arbeitswelt.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Digitalisierung	100	200

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Grundlagen und Vertiefung von Basistechnologien und -anwendungen der Digitalisierung in Bereichen wie z.B. - Web- und Programmiertechnologien - Soziale und technische Netzwerke - Internet of Things - Cyber-Physical Systems - Machine Learning und AI - Cloud Computing und Big Data - Virtual und Augmented Reality und weitere Bereiche nach Wahl Ausgewählte Themen der Digitalisierung / Beispiele von digitaler Transformation u.a. - Digital Factory - Business Intelligence - Digital Industrial Innovation - Industrie 4.0: Produkte, Services und digitale Geschäftsmodelle: Produkte mit Sensorik und Vernetzung, Cyber-Physical Systems im industriellen Umfeld - Auswirkungen auf die Arbeitswelt wie u.a. Wissensmanagement und vernetztes Arbeiten - Weitere ausgewählte Anwendungsgebiete der Digitalisierung wie u.a. Sustainability und Nachhaltigkeitsansätze im Kontext von Digitalisierungslösungen		

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Barton, T./Müller, C./Seel, C. (Hrsg.): Digitalisierung in Unternehmen: Von den theoretischen Ansätzen zur praktischen Umsetzung, Wiesbaden: Springer Vieweg
- Fend, L./Hofmann, J. (Hrsg.): Digitalisierung in Industrie-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen, Konzepte – Lösungen – Beispiele, Wiesbaden: Springer Gabler
- Gassmann, O./Frankenberger, K./Choudury, M.: Geschäftsmodelle entwickeln. 55 + innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator, München: Hanser
- Harvard Business Review: HBR's 10 Must Reads on AI, On Leading Digital Transformation, usw.
- Kaufmann, J./Mülder, W.: Grundkurs Wirtschaftsinformatik: Eine kompakte und praxisorientierte Einführung, Wiesbaden: Springer Vieweg
- Kollmann, T.: Digital Business: Grundlagen von Geschäftsmodellen und -prozessen in der Digitalen Wirtschaft, Wiesbaden: Springer Gabler
- Laudon, K.C./Laudon, J.P.: Management Information Systems, Managing the Digital Firm, London: Pearson
- Roth, S./Corsten, H. (Hrsg.): Handbuch Digitalisierung, München: Vahlen
- Wirtz, B.W.: Business Model Management: Design – Instrumente – Erfolgsfaktoren von Geschäftsmodellen, Wiesbaden: Springer Gabler
- Wirtz, B.W.: Digital Business. Strategien, Geschäftsmodelle und Technologien, Wiesbaden: Springer Gabler

Marketing- und Vertriebsmanagement (W4BW_IN408)

Marketing and Sales

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W4BW_IN408	3. Studienjahr	2	Prof. Dr. Manfred Hentz, Prof. Dr. Frank O. Bayer	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Projekt, Case Study

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	180	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
300	100	200	10

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sollen vertiefte Kenntnisse der Mechanismen des Marketingmanagements aus einer interdisziplinären Perspektive gewinnen. Sie lernen, wie Kaufentscheidungen zustande kommen und kennen die Möglichkeiten zur gezielten Beeinflussung dieser Entscheidungen. Sie haben Kenntnisse in Bezug auf die marktgerechte Gestaltung der unternehmerischen Leistungen, den Aufbau situationsspezifischer Kommunikationskonzepte sowie auf die adäquate Ausgestaltung des vertikalen Marketings. Die Studierenden gewinnen einen vertieften Einblick in das Vertriebsmanagement. Sie kennen die Aufgabenstellungen und Instrumente des Marketing- und Vertriebsmanagements und sind in der Lage, die Instrumente situationsgerecht zu beurteilen und einzusetzen. Sie verstehen, wie durch Kundenmanagement der Aufbau langfristiger Beziehungen zu den Kunden gestaltet werden kann und können die entsprechenden Instrumente situationsgerecht einsetzen. Sie kennen die Methoden des Vertriebscontrollings.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die für die Lösung ihrer betrieblichen Problemstellung angemessene wissenschaftliche Methode auszuwählen und anzuwenden. Dabei haben sie die Kompetenz erworben, relevante Informationen mit wissenschaftlichen Methoden zu sammeln und unter Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse kritisch zu reflektieren. Die Studierenden sind in der Lage, Marketing- und Vertriebskonzeptionen zu analysieren, selbst solche Konzeptionen bei simulierten Rahmen- und Marktbedingungen unter Einsatz von Managementtools der marktorientierten Unternehmensführung zu entwickeln. Darüber hinaus können sie die Instrumente der Markenführung sowie die Methoden des Vertriebscontrollings bei realen Problemstellungen anwenden. Sie können Vertriebsinformationssysteme beurteilen und kompetent nutzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden vertiefen im Rahmen dieses Moduls ihr Bewusstsein für die Möglichkeiten und Probleme der Beeinflussung von Menschen durch Marketinginstrumente und setzen sich kritisch mit den daraus ergebenden ökonomischen und sozialen Spannungsfeldern auseinander. Sie können kompetent in einer Arbeitsgruppe mitarbeiten, sind in der Lage, die Gruppenleitung selbst zu übernehmen. Sie haben gelernt, ihren Standpunkt unter Heranziehung einer theoretisch fundierten Argumentation zu begründen und zu verteidigen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden erwerben ein umfassendes Verständnis für die Marketing- und Vertriebsorientierung einer Unternehmung. Sie können das erworbene Wissen in realen Problemstellungen anwenden. Sie planen und realisieren eigenständig Marketing- und Vertriebsprojekte und reflektieren kritisch den Projekterfolg sowie die Vorgehensweise. Sie können die Implikationen der Vertriebs- und Marketingsicht auf andere betriebliche Bereiche erkennen und darauf aufbauend umsichtig Handlungskonzepte entwerfen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Marketing- und Vertriebsmanagement	100	200

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM

Kaufverhalten von Konsument*innen und Organisationen
- Markenführung
- Strategische Analyse, insbes. Nachfrage- und Wettbewerbsanalyse
- Marketingstrategien Vertikales Marketing
- Besonderheiten des digitalen Marketings
- Wettbewerbsrecht
- Aktuelle Entwicklungen

Vertriebswege
- Kunden*innenbetreuung
- Key Account Management
- Vertriebsstrukturen
- Organisation von Verkaufsgebieten
- Persönlicher Verkauf
- Vergütungssysteme im Vertrieb, modernes Customer Relationship Management
- Vertriebscontrolling
- Aktuelle Entwicklungen

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Grundlagen Marketing und Vertrieb

LITERATUR

- Becker, J.: Marketing-Konzeption: Grundlagen des ziel-strategischen und operativen Managements, München: Vahlen
- Bruhn, M.: Marketing: Grundlagen für Studium und Praxis, Wiesbaden: Springer Gabler
- Esch, F.R..: Strategie und Technik der Markenführung, München: Vahlen
- Homburg, Ch./Krohmer, H.: Marketingmanagement: Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung, Wiesbaden: SpringerGabler
- Kotler, Ph./Keller, K.L./Bliemel, F.: Marketing-Management: Strategien für wertschaffendes Handeln, München u.a.: Pearson
- Meffert, H.: Marketing; Grundlagenmarktorientierter Unternehmensführung; Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele, Wiesbaden: SpringerGabler
- Nieschlag, R./Dichtl, E./Hörschgen, H.: Marketing, Berlin: Duncker und Humblot
- Winkelmann, P.: Marketing und Vertrieb. Fundamente für die marktorientierte Unternehmensführung, München: Vahlen
- Winkelmann, P.: Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung. Die Instrumente des integrierten Kundenmanagements – CRM, München: Vahlen
- Winkelmann, P./Spandl, T.: Marketing und Vertrieb. Fundamente für die marktorientierte Unternehmensführung, Berlin/München/Boston: De Gruyter Oldenbourg