

# Modulhandbuch

## **Studienbereich Wirtschaft**

School of Business

## **Studiengang**

**Betriebswirtschaftslehre**

Business Administration

## **Studienrichtung**

**International Business**

International Business

## **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.

NUMMER	FESTGELEGTER MODULBEREICH MODULBEZEICHNUNG	VERORTUNG	ECTS
W3BW_101	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	1. Studienjahr	5
W3BW_102	Unternehmensrechnung	1. Studienjahr	5
W3BW_103	Technik der Finanzbuchführung	1. Studienjahr	5
W3BW_501	Grundlagen der Volkswirtschaftslehre und Mikroökonomik	1. Studienjahr	5
W3BW_504	Bürgerliches Recht	1. Studienjahr	5
W3BW_601	Mathematik und Statistik	1. Studienjahr	5
W3BW_IB701	Schlüsselqualifikationen I	1. Studienjahr	5
W3BW_IB201	International Business and its Environment	1. Studienjahr	5
W3BW_IB202	Principles of Intercultural Management	1. Studienjahr	5
W3BW_IB203	Foundations of Communication in Business	1. Studienjahr	5
W3BW_IB801	Praxismodul I	1. Studienjahr	20
W3BW_104	Bilanzierung und Besteuerung	2. Studienjahr	5
W3BW_105	Personalwirtschaft, Organisation und Projektmanagement	2. Studienjahr	5
W3BW_502	Makroökonomik	2. Studienjahr	5
W3BW_505	Wirtschaftsrecht	2. Studienjahr	5
W3BW_IB702	Schlüsselqualifikationen II	2. Studienjahr	5
W3BW_IB204	International Market Research	2. Studienjahr	5
W3BW_IB205	Operational Management in International Business	2. Studienjahr	8
W3BW_IB206	Applied Intercultural Management	2. Studienjahr	6
W3BW_IB207	Applied Communication in Business	2. Studienjahr	6
W3BW_IB802	Praxismodul II	2. Studienjahr	20
W3BW_106	Integriertes Management	3. Studienjahr	5
W3BW_503	Wirtschaftspolitik	3. Studienjahr	5
W3BW_IB703	Schlüsselqualifikationen III	3. Studienjahr	5
W3BW_IB208	Strategic Management in International Business	3. Studienjahr	5
W3BW_IB209	Interdisciplinary Communication in Business	3. Studienjahr	5
W3BW_IB210	Integrationsseminar zu Branchenthemen	3. Studienjahr	5
W3BW_IB803	Praxismodul III	3. Studienjahr	8
W3BW_901	Bachelorarbeit	3. Studienjahr	12

VARIABLER MODULBEREICH			
NUMMER	MODULBEZEICHNUNG	VERORTUNG	ECTS
W3BW_IB301	International HRM: Leadership and Core Processes	3. Studienjahr	5
W3BW_IB302	International HRM: Organisational and Support Processes	3. Studienjahr	5
W3BW_IB303	International Marketing & Sales: Principles of International Marketing & Sales Management	3. Studienjahr	5
W3BW_IB304	International Marketing & Sales: Applied International Marketing & Sales Management	3. Studienjahr	5
W3BW_IB305	International Managerial Accounting	3. Studienjahr	5
W3BW_IB306	International Financial Accounting	3. Studienjahr	5
W3BW_IB307	International Supply Chain Design	3. Studienjahr	5
W3BW_IB308	International Supply Chain Management	3. Studienjahr	5
W3BW_IB315	Change Management: Fundamentals and Success Factors	3. Studienjahr	5
W3BW_IB316	Change Management: Advanced Concepts and Case Study	3. Studienjahr	5
W3BW_IB321	International Marketing: International Marketing Strategy	3. Studienjahr	5
W3BW_IB322	International Marketing: Customer Behaviour, CRM, E-Commerce	3. Studienjahr	5
W3BW_IB325	Applied Sustainable Innovations & Marketing	3. Studienjahr	5
W3BW_IB326	Principles of Sustainable Innovations & Marketing	3. Studienjahr	5
W3BW_IB327	Sustainability Controlling and Reporting	3. Studienjahr	5
W3BW_IB328	Sustainable Finance	3. Studienjahr	5
W3BW_IB329	Sustainable Operations	3. Studienjahr	5
W3BW_IB330	Sustainable Supply Chains	3. Studienjahr	5

## Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre (W3BW\_101)

### Principles of Business Administration

#### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_101	1. Studienjahr	1	Prof. Dr. Simone Besemer	Deutsch/Englisch

#### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung

#### 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. Darauf aufbauend können sie die wesentlichen rahmengebenden konstitutiven Entscheidungsfelder beschreiben und beispielhaft erläutern und kennen die Teilaufgaben im unternehmerischen Entscheidungszyklus. In gleichem Maße sind die Studierenden in der Lage, die grundlegenden Schritte des wirtschaftlichen Leistungsprozesses einer Unternehmung zu skizzieren.

Dies trifft in besonderem Maße auf die marktorientierten Prozesse zu. Die Studierenden können die Grundideen, Aufgaben und Methoden des Marketing darlegen und die Komplexität von Marktprozessen erläutern. Sie sind in der Lage zu erklären, warum Marketing-Prozesse nicht isoliert, sondern eingebettet in den wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Kontext zu sehen sind. Die Studierenden haben einen Überblick über die Schritte des Marketingplanungsprozesses gewonnen und kennen verschiedene Marketing-Strategien. Zum Verständnis des Begriffs Marketingplanung aus wissenschaftlicher und praktischer Sicht können sie Stellung nehmen. Zudem haben sie ein erstes Verständnis für das Zusammenwirken der Marketinginstrumente zur Beeinflussung des Konsumentenverhaltens und der Steuerung von Kundenprozessen gewonnen.

##### METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen auf der Grundlage des entscheidungsorientierten, verhaltenswissenschaftlichen und systemorientierten Denkens über ein grundlegendes Analysemuster, mit dem sie im weiteren Verlaufe ihres Studiums einfache wie komplexe Problemstellungen zielorientiert analysieren und interpretieren können. Die Studierenden können vorgegebene 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. Die Studierenden lernen im Rahmen dieses Moduls die Möglichkeiten wie auch die Grenzen der informationellen Beeinflussung von Menschen kennen und haben sich mit den dabei ergebenden ökonomischen, sozialen wie auch ethischen Spannungsfeldern kritisch auseinandergesetzt.

##### ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Zielsetzungen der Betriebswirtschaftslehre als Wissenschaft sowie die unterschiedlichen Vorgehensweisen betriebswirtschaftlicher Forschungskonzeptionen. 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 und die Anwendung der Instrumente des Marketing-Mix entwickelt. 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
<ul style="list-style-type: none"><li>- Die Unternehmung als ökonomisches und soziales System</li><li>- Wissenschaftstheoretische Grundpositionen der Betriebswirtschaftslehre</li><li>- Modelle und Methoden der Betriebswirtschaftslehre</li><li>- Unternehmensumwelt: Ziele und Entscheidungen</li><li>- Kernfunktionen des Managements: Rechtsformen, Verfügungsrechte und Unternehmensverfassung, Konzentration und Kooperation</li><li>- Standortentscheidungen</li><li>- Dimensionen des Wertschöpfungsprozesses im Überblick</li></ul>		
Marketing	20	30
<ul style="list-style-type: none"><li>- Grundlagen, Ziele und Aufgaben des Marketing</li><li>- Ansätze und neuere Entwicklungen des Marketing</li><li>- Prozess der Marketingplanung</li><li>- Marketingstrategien</li><li>- Instrumente des Marketing-Mix</li><li>- Marketingorganisation</li><li>- Kundenbedürfnisse erkennen, analysieren und verstehen</li></ul>		

## BESONDERHEITEN

-

## VORAUSSETZUNGEN

-

## LITERATUR

- Bruhn, M.: Marketing : Grundlagen für Studium und Praxis, Wiesbaden: Springer - Gabler
- Esch, F.-R./Herrmann, A./Sattler, H.: Marketing. Eine managementorientierte Einführung, München: Vahlen
- Homburg, Chr.: Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung, Wiesbaden: Springer – Gabler
- Jung, H.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München – Wien: Oldenbourg
- Kirsch, J./Müllerschön, B.: Marketing kompakt, Sternenfels: Verl. Wiss. und Praxis
- Meffert, H./Burmans, C./Kirchgeorg, M.: Marketing; Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung; Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele, Wiesbaden: Gabler
- Thommen, J.-P. u.a.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre: Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht, Springer: Wiesbaden
- 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 (W3BW\_102)

### Corporate Accounting

#### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_102	1. Studienjahr	1	Prof. Dr. Wolfgang Bihler	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 sowie kommuniziert werden.

##### ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind fähig und bereit, 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
- Teilkostenrechnung: Grundzüge und entscheidungsorientierte Anwendungen

## 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
- Finanzierungsalternativen
- Finanz- und Liquiditätsplanung

## BESONDERHEITEN

Prof. Dr. Heike Schwadorf (Ravensburg) - Modulverantwortung

## VORAUSSETZUNGEN

-

## LITERATUR

- Bieg, H./Kußmaul, H./Waschbusch, G.: Investition. München: Vahlen
- Coenenberg, A. G./Fischer, T. M./Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse. Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Drukarczyk, J./Lobe, S.: Finanzierung. München: UKV/Lucius
- Ermschel, U./Möbius, C./Wengert, H.: Investition und Finanzierung. Berlin: Springer
- Friedl, G./Hofmann, C./Pedell, B.: Kostenrechnung: eine entscheidungsorientierte Einführung. München: Vahlen
- Macha, R.: Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung. München: Vahlen
- Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A.: Finanzwirtschaft der Unternehmung. München: Vahlen
- Putnoki, H./Schwadorf, H./Then Bergh, F.: Investition und Finanzierung. München: Vahlen
- Walz, H./Gramlich, D.: Investitions- und Finanzplanung. Frankfurt: Recht und Wirtschaft

## Technik der Finanzbuchführung (W3BW\_103)

### Methods of Financial Accounting

#### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_103	1. Studienjahr	2	Prof. Stefan Fünfgeld	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 kennen die Grundbegriffe der doppelten Buchführung und können diese in das System des Rechnungswesens einordnen. Sie beherrschen die gesetzlichen Grundlagen, kennen die relevanten Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung, können einen Jahresabschluss von den Eröffnungsbuchungen über die laufenden Buchungen bis zu den Abschlussbuchungen erstellen. Sie verstehen die wesentlichen Grundsätze und Begriffe nach HGB (z.B. Anschaffungs-, Herstellungskosten, künftiger Erfüllungsbetrag) und kennen ausgewählte Unterschiede im Vergleich zur steuerlichen Behandlung.

##### METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können die wesentlichen Buchungsvorfälle selbständig bearbeiten. Sie kennen die Anforderungen von unternehmensinternen und externen Adressaten und können die Finanzbuchhaltung gesetzeskonform danach ausrichten.

##### 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.

##### 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 der gelernten Grundlagen für darauf aufbauende Inhalte (Bilanzierung, betriebliche Steuerlehre, Konzernrechnungslegung) sind bekannt.

#### LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Grundlagen der Finanzbuchführung	30	45

- Begriff, Aufgaben, Ziele, Adressaten, gesetzliche Grundlagen, Kaufmannsarten
- System der doppelten Buchführung, Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung
- Erfolgsneutrale und erfolgswirksame Geschäftsvorfälle
- Kontenrahmen, Umsatzsteuer, Warenverkehr, Privatvorgänge
- Weitere ausgewählte laufende Buchungsfälle (z.B. Personalbuchungen, Privatentnahmen, Steuerbuchungen)
- Buchungsfälle (von der Eröffnung der Buchführung bis zum Jahresabschluss)



## LERNEINHEITEN UND INHALTE

### LEHR- UND LERNEINHEITEN

Fortgeschrittene Finanzbuchführung

PRÄSENZZEIT

30

SELBSTSTUDIUM

45

- Weitere Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung
- Abschlussvorbereitung, Abschlussbuchungen, zeitliche Abgrenzung
- Besonderheiten aus dem Steuerrecht für die laufende Buchführung nach HGB
- Grundsätze der Bilanzierung aus Sicht des Finanzbuchhalters
- ausgewählte Buchungsfälle, z.B. zum Anlagevermögen (Abschreibungen), Umlaufvermögen (Bewertungsvereinfachung), Forderungen (Abschreibungen, Einzel-, Pauschalwertberichtigungen), Verbindlichkeiten, Rückstellungen, Rechnungsabgrenzung

### BESONDERHEITEN

-

### VORAUSSETZUNGEN

-

### LITERATUR

- Bornhofen, M./Bornhofen, M. C.: Buchführung 1
- Bornhofen, M./Bornhofen, M. C.: Buchführung 2
- Falterbaum, H./Bolk, W./Reiß, W., u.a.: Buchführung und Bilanz
- Horschitz, H./Groß, W./Fanck, B., u.a.: Bilanzsteuerrecht und Buchführung
- Wöhe, G./Kußmaul, H.: Grundzüge der Buchführung und Bilanztechnik

## Grundlagen der Volkswirtschaftslehre und Mikroökonomik (W3BW\_501)

### Principles of Economics and Microeconomics

#### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_501	1. Studienjahr	2	Prof. Dr. Petra Radke	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 wirtschaftliche 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.

##### 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
<ul style="list-style-type: none"><li>- Haushaltstheorie</li><li>- Unternehmenstheorie</li><li>- Preisbildung in unterschiedlichen Marktformen (Polypol, Monopol, Oligopol, monopolistische Konkurrenz)</li><li>- Vertiefte Aspekte der Mikroökonomik (z.B. Marktversagen, Verhaltensökonomik, Neue Institutionenökonomik)</li></ul>		

## BESONDERHEITEN

-

## VORAUSSETZUNGEN

-

## LITERATUR

- Beck, H.: Behavior 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

## Bürgerliches Recht (W3BW\_504)

### Civil Law

#### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_504	1. Studienjahr	2	Prof. Dr. Klaus Sakowski	Deutsch/Englisch

#### INGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Case Study

#### INGESETZTE 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

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.

##### 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
Grundlagen des Rechts, BGB Allgemeiner Teil und Schuldrecht Allgemeiner Teil	30	45

- Überblick über Rechtssystem, Rechtsgebiete, Gerichtsaufbau und juristische Arbeitstechniken
- Einführung in das BGB
- Rechtssubjekte und Rechtsobjekte, Willenserklärung
- Anfechtung
- Grundsatz und Grenzen der Vertragsfreiheit
- Stellvertretung
- Verjährung
- Fristen und Termine
- Schuldverhältnisse, Schadensersatz, Verschulden, Leistungsstörungen
- Allgemeine Geschäftsbedingungen

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Schuldrecht, Sachenrecht und Grundlagen des Prozessrechts	30	45
<ul style="list-style-type: none"><li>- Verbraucherverträge (insbes. Fernabsatz)</li><li>- Rücktritt</li><li>- Gesamtschuld</li><li>- Kaufvertrag</li><li>- Werkvertrag</li><li>- Sonstige Vertragstypen in Grundzügen (je nach Studienrichtung, z.B. Mietvertrag, Darlehensvertrag, Dienstvertrag)</li><li>- Grundzüge der ungerechtfertigten Bereicherung</li><li>- Unerlaubte Handlungen</li><li>- Grundzüge des Sachenrechts (Besitz, Eigentum, Sicherungsrechte)</li><li>- Überblick über das Verfahrens- und Prozessrecht</li></ul>		

## BESONDERHEITEN

Das Modul Recht eignet sich für den Einsatz von Lehr-, Lern- und Prüfungsformen unter Einbeziehung digitaler Medien.  
Prüfungsdauer bezieht sich auf Klausur.

## 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)
- Fühlich, E.: Wirtschaftsprivatrecht. München: Vahlen
- Fühlich, 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

## Mathematik und Statistik (W3BW\_601)

### Mathematics and Statistics

#### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_601	1. Studienjahr	2	Prof. Dr. Joachim Weber	Deutsch/Englisch

#### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

#### EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	60	ja
Klausur oder Portfolio	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, insbesondere, dass die Realität nicht nur in Zahlen abgebildet werden kann. 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 bekommen 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

- Grundlagen der Mathematik (Zahlenmengen, algebraische Grundstrukturen, Logik)
- Analysis (wesentliche Elemente der Infinitesimalrechnung für Funktionen mit einer und mehreren unabhängigen Variablen)
- Finanzmathematik (Folgen und Reihen, Angewandte Finanzmathematik)
- Lineare Algebra (Gleichungssysteme, Matrizen, Vektoren, Determinanten)
- Studienrichtungsbezogene Erweiterungen nach fachlicher Relevanz und studentischen Vorkenntnissen.

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

### LEHR- UND LERNEINHEITEN

### PRÄSENZZEIT

### SELBSTSTUDIUM

Statistik

30

45

- Grundlagen (Datenentstehung)
- Deskriptive Statistik (univariate und multivariate Häufigkeitsverteilungen mit ihren deskriptiven Maßzahlen)
- Induktive Statistik (insbesondere Wahrscheinlichkeitstheorie)
- Schließende Statistik (Schätzungen, Testverfahren, wirtschaftsstatistische Anwendungen)
- studienrichtungsbezogene Erweiterungen nach fachlicher Relevanz und studentischen Vorkenntnissen

### BESONDERHEITEN

- Modul mit zwei Prüfungsleistungen
- Klausur nach dem ersten Semester
- Klausur oder Portfolioprüfung nach dem zweiten Semester
- Die Prüfungsdauer bezieht sich nur auf die Klausur

### VORAUSSETZUNGEN

-

### LITERATUR

- Bamberg, G./Baur, F./Krapp, M.: Statistik, München: Oldenbourg
- Bley Müller, J./Gehlert, G./Gülicher, H.: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, München: Vahlen
- Bosch, K.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, München: Oldenbourg
- Bronstein, I./Semendjajev, K. A.: Taschenbuch der Mathematik, Thun/Frankfurt a. M.: Verlag Harri Deutsch
- Heinrich, G.: Basiswissen Mathematik, Statistik und Operations Research für Wirtschaftswissenschaftler, München: Oldenbourg
- Holey, T./Wiedemann, A.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Heidelberg: Physica-Verlag
- Sachs, M.: Wahrscheinlichkeitsrechnung und Statistik, München: Hanser
- Stiefel, J.: Wirtschaftsstatistik, München: Oldenbourg
- Sydsaeter, K./Hammond, P.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Hallbergmoos: Pearson Studium
- Tietze, J.: Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik, Wiesbaden: Springer Spektrum
- Tietze, J.: Einführung in die Finanzmathematik, Wiesbaden: Springer Spektrum

## Schlüsselqualifikationen I (W3BW\_IB701)

### Key Qualifications I

#### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_IB701	1. Studienjahr	2	Prof. Dr. Joachim Weber	Deutsch/Englisch

#### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation, Rollenspiel

#### EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Unbenoteter Leistungsnachweis	Siehe Prüfungsordnung	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 verfügen über erste Basisqualifikationen für das wissenschaftliche Studium und können deren Anwendbarkeit für praktische Situationen kritisch einschätzen. Des Weiteren sind sie in der Lage, eine betriebliche Problemstellung in strukturierter wissenschaftlicher Herangehensweise zu bearbeiten.

##### METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können

- Methoden und Techniken in verschiedenen Situationen reflektiert und kompetent in angemessener Weise einsetzen,
- Literaturrecherchen durchführen und quellenkritische Auswertungen der Literatur vornehmen,
- geeignete wissenschaftliche Untersuchungsmethoden und -techniken auswählen und anwenden.

##### PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können

- offen kommunizieren,
- eigene und fremde Kommunikationsmuster erkennen, kritisch analysieren und einschätzen,
- autonom und selbstsicher eigene Positionen vertreten und andere Positionen zu verstehen,
- die erlernten Methoden in rationaler, verständnisorientierter und fairer Weise und nicht-manipulativ einsetzen,
- Konflikte in ausgleichender Weise bewältigen,
- erkennen, welche ethischen Implikationen und Verantwortung Forschung hat,
- Pluralität von Theorien und Methoden sinnvoll einsetzen.

##### ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden

- können sich schnell in neuen Situationen zurechtfinden, in neue Aufgaben einarbeiten sowie sich in Teams und Kulturen integrieren,
- überzeugen als selbstständig denkende und verantwortlich handelnde Persönlichkeiten mit kritischer Urteilsfähigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft,
- zeichnen sich aus durch fundiertes fachliches Wissen, Verständnis für übergreifende Zusammenhänge sowie die Fähigkeit, theoretisches Wissen in die Praxis zu übertragen,
- 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



- 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 Zitaten, 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. u. 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

## International Business and its Environment (W3BW\_IB201)

### International Business and its Environment

#### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_IB201	1. Studienjahr	2	Prof. Dr. Margitte Müller	Deutsch/Englisch

#### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

#### EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Seminararbeit (ohne Präsentation)	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 erkennen und verstehen die Determinanten der internationalen Geschäftstätigkeit. Sie können die Rahmenbedingungen international agierender Unternehmen analysieren und kritisch bewerten.

Die Studierenden erkennen, wie sich internationaler Handel und Direktinvestitionen entwickeln. Sie gewinnen einen Überblick über theoretische Erklärungsansätze für den internationalen Handel und Direktinvestitionen und können diese Ansätze miteinander vergleichen.

Die Studierenden setzen sich mit Reaktionsmöglichkeiten von Unternehmen auf unterschiedliche Ausprägungen des politisch-rechtlichen und ökonomischen Unternehmensumfeldes auseinander. Die Studierenden können Internationalisierungsentscheidungen erklären. Sie besitzen einen Überblick über mögliche Internationalisierungsstrategien und Markteintrittsformen und können diese vergleichend bewerten. Die Chancen und Risiken globaler Geschäftstätigkeit können sie analysieren und bewerten.

Zudem haben die Studierenden verschiedene Gestaltungsoptionen für die Wertschöpfung im internationalen Kontext kennengelernt. Sie können make-or-buy Entscheidungen und Gestaltungsoptionen in der Beschaffung an Beispielen wie dem eigenen Partnerunternehmen einordnen und kritisch beurteilen. Sie kennen die Alternativen in der Auftragsabwicklung, können Push- und Pull-Steuerung im eigenen Partnerunternehmen erkennen und im Hinblick auf vielschichtige Ziele bewerten. Sie verstehen die Bedeutung der Planung zur Abstimmung zwischen den beteiligten Parteien und Synchronisation von Prozessen und deren Einfluss auf Puffer und Transport.

### METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden haben die Erklärungsmodelle für den internationalen Handel und Direktinvestitionen verstanden, kennen die zugrunde liegenden Annahmen und können deren Grenzen einschätzen.

Die Studierenden haben Methoden für einfache Make-or-Buy-Entscheidungen sowie für beschaffungsstrategische Entscheidungen kennen gelernt und können sie in einfachen Beispielen anwenden. Sie kennen grundlegende Verfahren der Disposition sowie deren Einsatzgrenzen und sind in der Lage, sie anzuwenden.

Sie kennen Methoden, die der Komplexitätsreduzierung bei der Gestaltung der Wertschöpfung dienen und können diese anwenden, um Problemfelder effizient bearbeiten zu können.

### PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, die internationale Geschäftstätigkeit von Unternehmen sowie die Globalisierung aus verschiedenen Blickwinkeln, unter Einschluss der Argumente kritischer Beobachter dieser Phänomene, zu betrachten. Sie sind sich der Verantwortung der global agierenden Unternehmen für ein nachhaltiges Gleichgewicht zwischen ökonomischem Erfolg, Umweltschutz und sozialer Verantwortung bewusst. Sie sind sensibilisiert für die Konflikte und Abstimmungsprobleme im unternehmensinternen und unternehmensübergreifenden Wertschöpfungsprozess und können konstruktiv damit umgehen. Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, über die behandelten Aspekte des International Business fachadäquat zu kommunizieren. Sie sind in der Lage, grundlegende Konzepte zu erklären und ihre Bedeutung für international tätige Unternehmen zu diskutieren.

### ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können ausgewählte Problemstellungen, die im Zuge der Internationalisierung von Unternehmen anfallen, mit Hilfe ihrer Kenntnisse zu Fragen der Globalisierung selbstständig bearbeiten, einfache Lösungsstrategien entwickeln und diese im Team diskutieren. Ihre Kenntnis grundlegender Literatur und einschlägiger Terminologie erleichtert ihnen den selbstständigen Zugang zu fortgeschrittenen Analysen in diesem Bereich. Die Studierenden können für gegebene interne und externe Rahmenbedingungen die Realisierbarkeit und Vorteilhaftigkeit einschlägiger Konzepte beurteilen.

Sie können erfolgskritische Prozessabschnitte, Produkte und Lieferanten identifizieren. Sie erkennen Verbesserungspotenzial, entwickeln unter Anleitung entscheidungsreife Konzepte und verteidigen diese argumentativ bei kollegialem Widerspruch. Sie können erfolgskritische Prozesse identifizieren, beurteilen und alternative Gestaltungen konzipieren und argumentativ bei kollegialem Widerspruch verteidigen bzw. weiterentwickeln.

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

### LEHR- UND LERNEINHEITEN

Principles of International Business and its Environment

PRÄSENZZEIT

30

SELBSTSTUDIUM

45

Erklärungsansätze für internationalen Handel und Direktinvestitionen; Entwicklung von internationalem Handel und Direktinvestitionen; Staatliche Einflussnahme auf den internationalen Handel: Ursachen und Instrumente (z.B. Protektionismus); Regionale wirtschaftliche Integration; Bedeutung und Aufgaben ausgewählter internationaler Organisationen; Reaktionen von Unternehmen auf Unterschiede zwischen nationalen politischen und ökonomischen Systemen.

Principles of International Business Models and Operations

30

45

Globalisierung: Entwicklung, Bewertung und Auswirkungen aus Unternehmenssicht; Die internationale Unternehmung: Internationalisierung und Markteintrittsstrategien; Konfiguration der internationalen Supply Chain im Spannungsfeld zwischen Reaktionsfähigkeit, Kosten, Umweltschutz und sozialer Verantwortung; Outsourcing versus vertikale Integration; weltweite Sourcing-Strategien; weltweite Logistikstrategie; Gestaltung der Auftragsabwicklung; Bestandsmanagement in internationalen Prozessketten; Koordination und Zusammenarbeit in der internationalen Supply Chain.

### BESONDERHEITEN

-

### VORAUSSETZUNGEN

Keine

## LITERATUR

---

- Bretzke, W.-R.: Logistische Netzwerke, Berlin: Springer.
- Cavusgil, S. T./Knight, G. A./Riesenberger, J. R.: International Business: Strategy, Management, and the New Realities, Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall.
- Christopher, M.: Logistics and Supply Chain Management. Creating Value-Adding Networks, Harlow: Prentice Hall.
- Collinson, S./Narula, R./Rugman, A. M.: International Business, Harlow: Pearson.
- Daniels, J. D./Radebaugh, L./Sullivan, D.: International Business, Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall.
- Hill, Ch. W. L.: International Business: Competing in the Global Marketplace, New York: McGraw-Hill.
- Neiberger, C./Bertram, H.: Waren um die Welt bewegen. Strategien und Standorte im Management globaler Warenketten, Mannheim: MetaGIS Informationssysteme.
- Slack, N./Brandon-Jones, A.: Operations Management, Harlow: Pearson Education.

## Principles of Intercultural Management (W3BW\_IB202)

### Principles of Intercultural Management

#### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_IB202	1. Studienjahr	2	Prof. Dr. Clive Flynn	Deutsch/Englisch

#### EINGESETZTE LEHRFORMEN

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	60	90	5

## QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

### FACHKOMPETENZ

Die Studierenden setzen sich mit den Einflüssen der zunehmenden Internationalisierung von Geschäftstätigkeiten und der Immigration auf die Prägungen der verschiedenen kulturellen Ebenen auseinander. Sie haben die zentralen Konzepte zur Stärkung der Wahrnehmung ihres sozialen und kulturellen Umfelds kennengelernt sowie ihren Umgang mit „Fremden“ reflektiert.

Als Grundlage für ihre Orientierung im internationalen Umfeld lernten die Studierenden die zentralen Konzepte des Kulturbegriffs kennen und erhielten einen Überblick über die Einsatzmöglichkeiten und Einschränkungen wesentlicher traditioneller und moderner Kulturtheorien. Sie haben die Grundzüge der Akkulturations- und Assimilations- sowie der Pluralisierungstheorie kennen gelernt und sind in der Lage die Einschränkungen bzw. Möglichkeiten verschiedener aufeinandertreffender Kulturen oder Gruppierungen, sich einander zu nähern abzuschätzen. Sie haben die zentralen Einflussgrößen auf Situationen interkultureller Kommunikation analysiert und ein grundlegendes Verständnis für kulturelle Prägungen in interpersonellen Situationen entwickelt.

Vor dem Hintergrund der Geschäftstätigkeit international tätiger Unternehmen beschäftigten sich die Studierenden mit dem komplizierten Zusammenspiel der kulturellen Ebenen und deren Einfluss auf die Mitarbeiter und die Unternehmenskultur. Des Weiteren sind sie in der Lage, situationsbedingt den Einfluss kultureller Unterschiede auf die Unternehmensstrategie, Organisationsgestaltung, sowie die eingesetzten Führungskonzepte und Verhandlungsstrategien zu erkennen und zielgerichtet zu handeln.

### METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden kennen traditionelle und moderne kulturtheoretische Ansätze und können diese voneinander abgrenzen. Die Bedeutung einer diversen, multikulturellen Gesellschaft für das private und geschäftliche Miteinander sind den Studierenden bewusst. Sie haben die Kompetenzen erlangt, um die Verschiedenheiten und die Gleichheiten unterschiedlicher gesellschaftlicher Gruppen zu verstehen und eine passende Akkulturationsstrategie zu entwickeln. Des Weiteren kennen die Studierenden den Unterschied zwischen der Unternehmenskultur und dem Unternehmensklima sowie den Einfluss der „nationalen“ und professionellen Kulturen auf diese beiden. Die Bedeutung der kulturellen Einflüsse auf die Unternehmensgestaltung, Management- und Führungsstile, Motivation, Konfliktmanagement und -bewältigung und daher auf die Produktivität und die Innovationsleistungen in Unternehmen ist Ihnen geläufig. Die Studierenden sind in der Lage, diese Kenntnisse auf ihr Unternehmen zu übertragen und durch die Analyse selbstständig erhobener Daten und Informationen aus diversen internen und externen Quellen Verhaltensweisen für sich und Handlungsempfehlungen für Ihr Unternehmen zu entwickeln und somit eine aktive Rolle im internationalen Umfeld des Unternehmens einzunehmen.

### PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben ihre eigene kulturelle Prägung kognitiv und affektiv reflektiert. Sie sind sich der Notwendigkeit einer modellhaften Analyse interkultureller Interaktion und des darin inhärenten Risikos der Stereotypisierung bewusst. Sie sind offen für Anregungen und in der Lage, vorgegebene Methoden auf konkrete Problemstellungen selbstständig anzuwenden.

Die Studierenden haben ein Gefühl für die vielschichtigen Einflüsse und Wirkungen von Kultur auf wirtschaftliche Zusammenhänge entwickelt. Sie sind in der Lage, ihr eigenes Verhalten vor dem Hintergrund anderer Wertesysteme zu reflektieren und das Verhalten anderer aus verschiedenen Perspektiven zu analysieren. Die Studierenden können konstruktiv in einer internationalen Arbeitsgruppe mitarbeiten.

### 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 über verschiedene sozio-kulturelle Kontexte 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
Principles of Intercultural Management	30	45
Die Multikulturelle Gesellschaft: Auswirkungen der Internationalisierung und der Immigration; Kulturtheorie im Wandel: von der Anthropologie bis zur Managementlehre; traditionelle und moderne kulturtheoretische Ansätze; Ethnozentrismus/Ethnorelativismus; "The Perceptual Lens": Selbstbild/Fremdbild; Stereotypisierung; Diversität; Soziale und Kulturelle Intelligenz; Akkulturations- und Assimilations- sowie der Pluralisierungstheorie; Interkulturelle Kommunikation.		
International Organizational Behavior	30	45
Unternehmenskultur und -klima; Kulturelle Einflüsse auf die Unternehmensgestaltung; Einfluss der Kultur auf Management- und Führungsstile; Motivation; Konfliktmanagement und -bewältigung; kulturelle Diversität und ihr Einfluss auf die Produktivität und die Innovationsleistungen in Unternehmen; Erwartungen und Zufriedenheit im Beruf.		

## BESONDERHEITEN

-

## VORAUSSETZUNGEN

Keine

## LITERATUR

---

- Bowe, H. J./Martin, K./Manns, H.: Communication Across Cultures. Mutual Understanding in a Global World, Port Melbourne: Cambridge University Press.
- Browaeyns, M.-J./Price, R.: Understanding Cross-Cultural Management, Harlow: Pearson Education.
- Chhokar, J.S./Brodbeck, F.C./House, R.J.: Culture and Leadership Across the World. The GLOBE Book of In-depth Studies of 25 Societies, Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.
- Deresky, H.: International Management. Managing Across Borders and Cultures, Harlow: Pearson Education.
- Deardorff, D.K. (Hrsg.): The SAGE Handbook of Intercultural Competence. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- House, R.J./Hanges, P.J./Javidan, M./Dorfman, P.W./Gupta, V. (Hrsg.): Culture, Leadership, and Organizations. The GLOBE Study of 62 Societies, Thousand Oaks: SAGE Publications.
- House, R.J./Dorfman, P.W./Javidan, M./Hanges, P.J./Sully de Luque, M.F.: Strategic Leadership Across Cultures. The GLOBE Study of CEO Leadership Behavior and Effectiveness in 24 Countries, Thousand Oaks: Sage Publications.
- Lüsebrink, H.-J.: Interkulturelle Kommunikation. Interaktion, Fremdwahrnehmung, Kulturtransfer, Stuttgart: Metzler.
- Luthans, F./Doh, J.P.: International Management. Culture, Strategy and Behavior, New York: McGraw-Hill.
- Martin, J.N./Nakayama, T.K.: Intercultural Communication in Contexts, New York: McGraw-Hill.
- Nakayama, T.K./Halualani, R.T. (Hrsg.): The Handbook of Critical Intercultural Communication, Chichester: Wiley-Blackwell.
- Schneider, S.C./Barsoux, J.-L./Stahl, G.K.: Managing Across Cultures, Harlow: Pearson.
- Schneider, U./Hirt, C.: Multikulturelles Management, München: Oldenbourg.
- Thomas, D.C./Peterson, M.F.: Cross-Cultural Management: Essential Concepts, Thousand Oaks: SAGE Publications.



## Foundations of Communication in Business (W3BW\_IB203)

### Foundations of Communication in Business

#### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_IB203	1. Studienjahr	2	Prof. Dr. Rainer Jochum	Deutsch/Englisch/Französisch/ Spanisch

#### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study, Rollenspiel

#### EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Prüfungsordnung	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 können nach Abschluss des Moduls wichtige Situationen des Berufslebens in der Fremdsprache verstehen und relevante Fachsprache aktiv und kontextbezogen in der schriftlichen und mündlichen Kommunikation angemessen anwenden.

##### METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden haben nach Abschluss des Moduls gelernt, Methoden zum Erwerb und zur Anwendung der wirtschaftsbezogenen Sprachkompetenz effektiv einzusetzen. Sie sind darüber hinaus in der Lage, für die berufliche Kommunikation relevante und adäquate Techniken auszuwählen und haben Erfahrungen im Umgang mit diesen.

##### PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können ihren Lernprozess reflektieren und Lernstrategien identifizieren. Die Studierenden haben in diesem Modul weiterhin gelernt, gemeinsam an Problemstellungen zu arbeiten. Sie können außerdem ihren Standpunkt nachvollziehbar begründen und wertschätzend Kritik üben.

##### ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls in mehrsprachig zusammengesetzten beruflichen Arbeitsgruppen in der Fremdsprache zur Problemerkennung und Lösung von Problemstellungen unter adäquater Verwendung von Fachsprache beitragen. Sie sind damit sprachlich handlungsfähig in einem international geprägten Arbeitsumfeld.

#### LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Fundamentals of Business Communication Wiederholung und Festigung von Grammatik und Wortschatz zur Verwendung im beruflichen Kontext, Unternehmensbeschreibungen (Produkte, Dienstleistungen, Aufbau-/ Ablauforganisation, Aufgaben)	30	45
Communicating in Businesses Kommunikation in Fremdsprache im beruflichen Kontext: Geschäftsbriefe, Telefonate, Präsentationen, Besprechungen	30	45

## BESONDERHEITEN

---

-

## VORAUSSETZUNGEN

---

-

## LITERATUR

---

- Brook-Hart, G.: Cambridge Professional English Business Benchmark. C1 BEC Higher Edition, Cambridge: Cambridge University Press.  
Brook-Hart, G.: Cambridge Professional English Business Benchmark. Upper-intermediate, Vantage, Cambridge: Cambridge University Press.  
Juan, O./ de Prada, M. et al: En equipo.es 2, München: Hueber.  
Pastor, E.: Bürokommunikation Spanisch, Stuttgart: PONS.  
Powell, M.: Presenting in English. How to give successful presentations, Stuttgart: Klett.  
Sweeney, S.: English for Business Communication, Cambridge: Cambridge University Press.  
Tano, M.: Expertos. Curso avanzado de español orientado al mundo del trabajo. (B 2), Stuttgart: Klett.  
Taylor, S./Gartside, L.: Model Business Letters, o.O.: Financial Times.  
Williams, E.: Presentations in English, München: Hueber.

## Praxismodul I (W3BW\_IB801)

### Practical Module I

#### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_IB801	1. Studienjahr	2	Prof. Dr. Joachim Weber	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, insbesondere auch im Rahmen der Einbettung in internationale Tätigkeiten. Sie verstehen den Unternehmenszweck und haben einen Überblick über das relevante Marktumfeld. Die Studierenden können ihr Unternehmen in ihr internationales Handlungsumfeld einordnen. 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 auch in internationalem Rahmen, 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 sind informiert über interkulturelle und cross-kulturelle Besonderheiten bei internationalen Aktivitäten. Sie tragen durch ihr kooperatives Verhalten in heterogenen 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 im nationalen und internationalen Umfeld 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

Betriebliche Leistungserstellung

1. Unternehmens- und Branchenkenntnisse: Produkt- und Leistungsprogramm; Organisation des Gesamtunternehmens in nationaler und internationaler Hinsicht; Zusammenwirken der einzelnen Unternehmensbereiche; Überblick über wichtige Konkurrenten, Lieferanten und Kunden im internationalen Umfeld
2. Betriebliche Leistungserstellung: Einordnung in das Gesamtunternehmen; Zusammenwirken der Bereiche aus dem In- und Ausland; länderspezifisches Produktions- und Leistungsprogramm, Fertigungsverfahren und Ablaufplanung; Auftragsplanung; Programmplanung; Ressourcenplanung; Steuerung des Prozessablaufs; Disposition; Einführung in das betriebliche Auftrags- und Projektmanagement vor dem Hintergrund länderübergreifender Spezifika
3. Einkauf und Lagerwesen: Einkauf (Beschaffungsmarktforschung; Kriterien und Ablauf der Lieferantenauswahl; Phasen des Einkaufsvorgangs; Global Sourcing) Lagerwesen (Transportmittelplanung; Steuerung und Überwachung des Wareneingangs; Lagersysteme und Lagertechnik; Materialbereitstellung)

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 betrieblichen Ausbildungsplan. Der betriebliche Ausbildungsplan 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

Keine

### 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

## Bilanzierung und Besteuerung (W3BW\_104)

### Accounting and Taxation

#### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_104	2. Studienjahr	1	Prof. Dr. Wolfgang Bihler	Deutsch/Englisch

#### INGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

#### INGESETZTE 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 verfügen über grundlegende Kenntnisse der Bilanzierung und Besteuerung. Sie verstehen die zentralen handels- und steuerrechtlichen Vorschriften der Jahresabschlusserstellung. Diese können sie in betrieblichen Fällen anwenden und deren Konsequenzen kritisch bewerten. Wesentliche Unterschiede zur internationalen Rechnungslegung können von den Studierenden identifiziert werden. Sie sind in der Lage, Jahresabschlüsse zu analysieren und zu interpretieren. Sie können Bedeutung und Konsequenzen des Jahresabschlusses als wichtiges Informationsinstrument einschätzen.

##### METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die relevanten Gesetzestexte und können diese selbstständig auf betriebliche Sachverhalte anwenden. Sie beherrschen die wesentlichen Methoden der Jahresabschlusserstellung und der Jahresabschlussanalyse. Steuerberechnungen können selbstständig durchgeführt und hinsichtlich ihrer Entscheidungswirkung analysiert werden.

##### PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind sich der Änderungsdynamik im Bereich der Bilanzierung und Besteuerung 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 Bilanzierung und Besteuerung 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

Die Studierenden sind fähig und bereit, Aufgabenstellungen der Bilanzierung und Besteuerung fach- und methodenkompetent sowie teamorientiert und reflektiert zu lösen.

#### LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Bilanzierung und Grundzüge der Jahresabschlussanalyse	33	57

- Grundlagen des Jahresabschlusses
- Rechnungslegung nach Handelsrecht (HGB), insbesondere Bilanz
- Gewinn- und Verlustrechnung
- Möglichkeiten der Jahresabschlusspolitik
- Internationale Rechnungslegung (IFRS) im Überblick
- Grundzüge der Jahresabschlussanalyse

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Betriebliche Steuerlehre	22	38

- Steuerrechtliche Grundlagen
- Steuerarten, insbesondere Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer, Umsatzsteuer
- Einfluss der Besteuerung auf betriebliche Entscheidungen

## BESONDERHEITEN

-

## VORAUSSETZUNGEN

-

## LITERATUR

- Baetge, J./Kirsch, H.-J./Thiele, S.: Bilanzen, Düsseldorf: IDW
- Breithecker, V.: Einführung in die Betriebswirtschaftliche Steuerlehre, Berlin: ESV
- Bröner, H. u.a.: Die Bilanz nach Handels- und Steuerrecht, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Buchholz, R.: Grundzüge des Jahresabschlusses nach HGB und IFRS, München: Vahlen
- Coenenberg, A. G./Haller, A./Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Küting, P./Weber, C.-P.: Die Bilanzanalyse: Beurteilung von Abschlüssen nach HGB und IFRS, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Kußmaul, H.: Steuern: Einführung in die betriebswirtschaftliche
- Scheffler, W.: Besteuerung von Unternehmen, Heidelberg: C. F. Müller

## Personalwirtschaft, Organisation und Projektmanagement (W3BW\_105)

### Human Resource Management, Organization and Project Management

#### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_105	2. Studienjahr	1	Prof. Dr. Uwe Schirmer	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

Die Studierenden können die Relevanz personalpolitischer Entscheidungen für das Gesamtunternehmen nachvollziehen und bewerten. Sie haben einen Überblick über sämtliche relevanten personalwirtschaftlichen Prozesse gewonnen, von der Personalplanung bis zur Personalfreisetzung und können auch die Relevanz betrieblicher Mitbestimmung einordnen.

Darüber hinaus kennen sie die grundlegenden Theorien und Konzepte der Organisationsgestaltung. Die unterschiedlichen Formen und Modelle der Aufbau- und Ablauforganisation sind ihnen vertraut, was auch die Rahmenbedingungen und Besonderheiten des Projektmanagements einschließt. Auf dieser Basis können sie reale Organisationskonzepte qualifiziert beurteilen.

##### METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden lernen die Instrumente der betrieblichen Personalarbeit sowie die theoretischen Organisationskonzepte kennen und sind in der Lage, deren jeweilige Relevanz einzuschätzen und auf praktische Anwendungsfälle - bspw. im Rahmen von Projektmanagement - zu übertragen.

##### PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden lernen Merkmale kennen, welche ein partizipatives, kultursensibles und tolerantes Verhalten auszeichnen. Ebenso haben sie ein tiefergehendes Verständnis für die soziale/ethische Verantwortung der betrieblichen Personalarbeit entwickelt und können hierbei auch die Bedeutung von Betriebsräten einordnen. Daneben haben sie ein Verständnis für die verhaltensgestaltende Kraft organisatorischer Regelungen entwickelt.

##### ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind fähig, basierend auf der strategischen Gesamtausrichtung eines Unternehmens die grundsätzlichen Rahmenbedingungen für das Personalmanagement und die Organisation zu erkennen und zu bewerten. Sie haben die Bandbreite der personalwirtschaftlichen Instrumente kennengelernt und können deren Wirkungen nachvollziehen. Die Studierenden erkennen ebenso die Bedeutung der organisatorischen Gestaltung als wesentliches Element im Managementprozess, können den Beitrag organisationspolitischer Entscheidungen für die Unternehmenssteuerung beurteilen und können dies auch auf konkrete Handlungsfelder des Projektmanagements übertragen.

#### LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Personalwirtschaft	33	57

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

### LEHR- UND LERNEINHEITEN

- Ziele und Aufgaben der betrieblichen Personalarbeit
- Personalbedarfsplanung
- Grundzüge des Personalmarketings
- Personalbeschaffung
- Betriebliche Entgeltpolitik
- Personalentwicklung
- Personalfreisetzung
- Organisationsmodelle für den HR-Bereich

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Organisation und Projektmanagement

22

38

- Unternehmen und Organisation
- Organisationstheorien
- Aufbauorganisation
- Ablauforganisation/Prozessmanagement
- Gestaltung des organisatorischen Wandels (Organisationsentwicklung)
- Projektmanagement (Projektkonzeption, Projektrealisierung, Projektsteuerung)

### BESONDERHEITEN

Modulverantwortung Prof. Dr. Ernst Deuer (RV)

### VORAUSSETZUNGEN

-

### LITERATUR

- Bach, N.; Brehm, C.; Buchholz, W.; Petry, T.: Wertschöpfungsorientierte Organisation. Architekturen – Prozesse – Strukturen, Wiesbaden: SpringerGabler
- Berthel, J.; Becker, F. G.: Personal-Management. Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Lindner, D.; Lindner-Lohmann, F.; Schirmer, U.: Personalmanagement, Heidelberg: Springer
- Oechsler, W.A. / Paul, C: Personal und Arbeit, München, Wien: Oldenbourg
- Scholz, C.: Personalmanagement. Informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen, München: Vahlen
- Schulte-Zurhausen, M.: Organisation, München: Vahlen
- Schreyögg, G. / Geiger, G.: Organisation. Grundlagen moderner Organisationsgestaltung, Heidelberg: Springer
- Stock-Homburg, R.: Personalmanagement. Theorien – Konzepte – Instrumente, Wiesbaden: SpringerGabler
- Vahs, D.: Organisation: Ein Lehr- und Managementbuch, Stuttgart: Schäffer-Poeschel



## Makroökonomik (W3BW\_502)

### Macroeconomics

#### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_502	2. Studienjahr	2	Dr Jan Greitens	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 sind in der Lage, kurz- und langfristige makroökonomische Entwicklungen der Volkswirtschaft zu beschreiben und anhand von Modellen zu analysieren. Die Studierenden können die Geldentstehung, den Geldwert und die Geldwirkungen anhand verschiedener Konzepte und im Zusammenhang mit dem Finanzsystem darstellen und auf aktuelle Fragen anwenden. Sie kennen wichtige währungstheoretische Zusammenhänge und können währungspolitische Entscheidungen erklären.

##### METHODENKOMPETENZ

Studierende haben die Kompetenz erworben, die erlernten Konzepte, Modelle und Methoden auf grundlegende makroökonomische Problemstellungen anzuwenden. Dabei sind sie in der Lage, die notwendigen Abstraktionen und Vereinfachungen auf die wesentlichen Faktoren durchzuführen und in Kausalketten zu argumentieren.

##### PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können die Komplexität von makroökonomischen Zusammenhängen erkennen und die zum Teil widersprüchlichen Erklärungen vergleichen. Dabei verstehen die Studierenden die Abhängigkeit der ökonomischen Erklärungen von historischen und kulturellen Bedingungen.

##### ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

In diesem Modul lernen die Studierenden die Abhängigkeiten eines Unternehmens von der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung kennen. Sie verstehen, wie ein Unternehmen von konjunkturellen Abläufen oder von geldpolitischen Entscheidungen beeinflusst wird und welche Reaktionen auf solche Entwicklungen möglich sind. Die Studierenden können die Möglichkeiten, aber auch die Grenzen und Risiken der Nutzung von Modellen und ihren Annahmen in der Makroökonomie nachzuvollziehen.

#### LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Grundlagen der Makroökonomik	28	48

- Wirtschaftskreislauf und Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung
- Grundideen makroökonomischer Paradigmen: keynesianische vs. neoklassische Ansätze
- Modellbasierte makroökonomische Analyse der geschlossenen Volkswirtschaft (z. B. IS-LM-Modell, AS-AD-Modell, Solow-Modell)
- Wirtschaftspolitische Implikationen (z. B. Fiskal- und Geldpolitik)

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

### LEHR- UND LERNEINHEITEN

Geld und Währung

PRÄSENZZEIT

27

SELBSTSTUDIUM

47

- Monetäre Grundbegriffe, Finanzsystem
- Geldnachfrage und Geldangebot
- Grundlagen der Geldpolitik
- Institutionelle Ausgestaltung der Geldpolitik
- Inflation und Deflation
- Aktuelle Themen der Geldpolitik
- Devisenmarkt
- Wechselkursatheorien
- Internationale Währungsordnung

### BESONDERHEITEN

-

### VORAUSSETZUNGEN

-

### LITERATUR

- Arnold, L.: Makroonomik, Mohr Siebeck, Tübingen
- Beck, H.: Globalisierung und Außenwirtschaft, Vahlen, München
- Blanchard, O./Illing, G.: Makroonomie, Pearson, München
- Görgens, E./Ruckriegel, K./Seitz, F.: Europäische Geldpolitik, UVK-Verlag, Konstanz
- Issing, O.: Einführung in die Geldtheorie, Vahlen, München
- Mankiw, N. G.: Makroonomik, Schäffer Poeschel, Stuttgart
- Rose, K., Sauerheimer, K.: Theorie der Außenwirtschaft, Vahlen, München
- Spahn, P.: Geldpolitik, Vahlen, München
- Stiglitz, J. E./Walsh, C. E.: Makroonomie, Oldenbourg, München

## Wirtschaftsrecht (W3BW\_505)

### Economic Law

#### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_505	2. Studienjahr	2	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	55	95	5

#### QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

##### FACHKOMPETENZ

Nach der Teilnahme an der Modulveranstaltung verfügen die Studierenden über grundlegendes Faktenwissen und kritisches Verständnis der gelehrt 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
Handels- und Gesellschaftsrecht	28	48

- Prinzipien und Rechtsquellen des Handelsrechts
- Kaufmann
- Handelsregister
- Firma
- Vollmachten
- Hilfspersonen, Handelsvertreter (Überblick)
- Grundzüge bei Handelsgeschäften (z.B. Formfreiheit)
- Bedeutung von Handelsbräuchen, Handelskauf
- Überblick Gesellschaftsformen (national/EU), Typenvermischung
- Entstehung, laufender Betrieb, Geschäftsführung und Vertretung
- Vermögensordnung
- Überblick Kapitalaufbringung und -erhaltung, Haftung, Beendigung
- Überblick Konzern

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Arbeitsrecht, Grundzüge des Insolvenzrechts	27	47
<hr/>		
(Anm. Insolvenzrecht optional, je nach Studienrichtung)		
<ul style="list-style-type: none"><li>- Grundbegriffe und Rechtsquellen Arbeitsrechts</li><li>- Arbeitnehmerbegriff</li><li>- Anbahnung und Begründung des Arbeitsverhältnisses</li><li>- Pflichten des Arbeitnehmers</li><li>- Pflichten des Arbeitgebers (privat und öffentlich-rechtlich)</li><li>- Ausgewählte Inhalte des Arbeitsverhältnisses (z.B. Umfang, Vergütung, Urlaub, Krankheit, Einsatz von Medien im Arbeitsleben, Beschäftigtendatenschutz)</li><li>- Beendigung des Arbeitsverhältnisses</li><li>- Tarifvertragsrecht</li><li>- Streikrecht</li><li>- Betriebsverfassungsrecht</li></ul>		
<ul style="list-style-type: none"><li>- Regelinsolvenzverfahren</li><li>- Verbraucherinsolvenzverfahren</li><li>- Organe des Insolvenzverfahrens</li><li>- Rechtstellung des Insolvenzverwalters</li><li>- Insolvenzgründe</li><li>- Insolvenzantrag</li><li>- Sicherungsmaßnahmen</li><li>- Wirkungen des eröffneten Verfahrens – Einfluss auf Vertragsverhältnisse</li><li>- Sicherheitenverwertung</li><li>- Gläubigerbenachteiligung</li><li>- Anfechtbare Handlungen und Rechtsfolgen</li><li>- Haftung und Insolvenzdelikte</li></ul>		

## BESONDERHEITEN

Das Modul Recht eignet sich für den Einsatz von Lehr-, Lern- und Prüfungsformen unter Einbeziehung digitaler Medien.

## 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

## Schlüsselqualifikationen II (W3BW\_IB702)

### Key Qualifications II

#### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_IB702	2. Studienjahr	2	Prof. Dr. Joachim Weber	Deutsch/Englisch

#### INGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation, Rollenspiel

#### INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

#### 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 erweiterte Qualifikationen für das wissenschaftliche Studium und können deren Anwendbarkeit für praktische Situationen kritisch einschätzen. Des Weiteren sind sie in der Lage eine betriebliche Problemstellung in strukturierter wissenschaftlicher Herangehensweise zu bearbeiten.

##### METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können

- Methoden und Techniken in verschiedenen Situationen reflektiert und kompetent einsetzen,
- Literaturrecherchen durchführen und quellenkritische Auswertungen der Literatur vornehmen,
- geeignete wissenschaftliche Untersuchungsmethoden und -techniken auswählen und anwenden.

##### PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können

- offen kommunizieren,
- eigene und fremde Kommunikationsmuster erkennen, kritisch analysieren und einschätzen,
- autonom und selbstsicher eigene Positionen vertreten und andere Positionen verstehen,
- Konflikte in ausgleichender Weise bewältigen,
- erkennen, welche ethischen Implikationen und Verantwortung Forschung hat,
- die erlernten Methoden in rationaler, verständnisorientierter und fairer Weise und nicht-manipulativ einsetzen,
- Pluralität von Theorien und Methoden sinnvoll einsetzen.

##### ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden

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

#### LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Wissenschaftstheorie und Methoden der Empirischen Forschung	28	48

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

### LEHR- UND LERNEINHEITEN

### PRÄSENZZEIT

### SELBSTSTUDIUM

#### Wissenschaftstheorie:

- Wissenschaft und Wissenschaftstheorie, Einordnung der Disziplinen
- Wissenschaftstheoretische Grundpositionen (z.B. Rationalismus, Empirismus, kritischer Rationalismus, historische Wissenschaftstheorie, Konstruktivismus)
- Grundbegriffe der Wissenschaftstheorie (z.B. Aussagen, Axiom, Hypothese, Modell, Theorie)
- Forschungslogik (Induktion, Deduktion, wissenschaftliche Erklärungsmodelle)
- Betriebswirtschaftslehre als Wissenschaft
- Ethik in den Wirtschaftswissenschaften

#### Methoden der empirischen Sozialforschung:

- Typologie wissenschaftlicher Arbeiten (konzeptionelle/ modellierende Arbeiten, empirische Untersuchungen, Metastudien) und Methodologie
- Operationalisieren und messen
- Auswahlverfahren (Stichproben, Verzerrungen, Gewichtungen)
- Untersuchungsformen und Datenerhebung (Beobachtung, Befragung, Inhaltsanalyse, Experiment)
- Datenaufbereitung und erste Analyse (Datenaufbereitung/-codierung, Dokumentation, Häufigkeiten, Kreuztabellen, Lagemaße)
- Fortgeschrittene Datenanalyse (Streuungen, Korrelationen, multivariate Verfahren, Signifikanzaussagen)
- Besonderheiten qualitativer Sozialforschung, Phasen des Forschungsprozesses
- Prinzipien der Darstellung und Interpretation (Visualisierung, Interpretation, Datenquellen)

#### Angewandtes Projektmanagement

27

47

- Phasen des Projektmanagements
- Projektcontrolling
- Qualitätsmanagement in Projekten
- Risikomanagement in Projekten
- Methoden und Tools des Projektmanagements

### 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
- Opper, 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
- Stichel-Wolf, C. /Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen

## International Market Research (W3BW\_IB204)

### International Market Research

#### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_IB204	2. Studienjahr	2	Prof. Dr. Martin Kornmeier	Deutsch/Englisch

#### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Projekt

#### EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Projektbericht (mit Präsentation)	Siehe Prüfungsordnung	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 die besonderen Anforderungen kennen, die sich im Bereich der (Markt-)Forschung im internationalen Umfeld ergeben. Insbesondere lernen sie die wesentlichen Stufen / Prozesse / Methoden / Inhalte einschlägiger (empirischer) Forschung kennen, um dieses Wissen im Rahmen von Studien („Market, Legal bzw. Organizational Studies“) eigenständig oder im Team anwenden zu können. Am konkreten (Praxis-)Beispiel erkennen und verstehen die Studierenden den Stellenwert empirischer Forschung für Unternehmen. Da sie die Anwendbarkeit fachbezogener Inhalte (International Market Research) einschätzen lernen, entwickeln die Studierenden ein kritisches Verständnis für den Umgang mit einschlägigem Wissen; bspw. können sie auch Ergebnisse bereits vorliegender Studien qualifiziert beurteilen.

### METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können ihr Wissen über die vorhandenen Forschungsansätze und -methoden auf konkrete Probleme selbständig anwenden. Sie sind in der Lage, relevante Daten und Informationen (z. B. über Unternehmen / Organisationen, Wettbewerber, Konsumenten, Produkte) aus diversen internen und externen Quellen zu sammeln, grundsätzlich zu bewerten, nach vorgegebenen Kriterien aufzubereiten, zu analysieren und zu interpretieren. Mit diesen Methoden können sie letztlich Märkte, Wettbewerber, Trends, Erfolgsfaktoren oder bspw. Chancen und Risiken fundiert beurteilen bzw. das Verhalten von Personen in Organisationen beschreiben und bewerten (z. B. Mitarbeiterzufriedenheit, -motivation, Qualität der internen Kommunikation).

### PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden verbessern ihre Fähigkeit zur Reflexion des vermittelten Inhalts und lernen, eigenes Wissen und Fähigkeiten selbständig und eigenverantwortlich auf die jeweils bestehenden Anforderungen und veränderten Situationen zu übertragen / anzuwenden. Die zur Verfügung stehenden Lern- und Arbeitsmittel nutzen sie zunehmend selbständig zum Erwerb von Wissen bzw. zur Suche nach situativ angemessenen Lösungen. Durch die Arbeit am studentischen Lehrforschungsprojekt übernehmen die Studierenden (Mit-)Verantwortung. Sie können ihren Standpunkt unter Heranziehung einer theoretisch fundierten Argumentation begründen und angemessen Feedback geben. Durch die projektbezogene Arbeit verbessern sich die Studierenden in Bezug auf Ausdauer, Beharrlichkeit und Belastungsfähigkeit; außerdem verbessern sie ihre Fähigkeit, Aufgaben nach Maßgabe ihrer Relevanz zu priorisieren.

Die Studierenden übernehmen Verantwortung für ihre eigene Arbeit; ihr Handeln sowie die damit einhergehenden Konsequenzen können sie plausibel und angemessen darstellen und nachvollziehbar begründen. Kritik an Ergebnissen können sie wertschätzend äußern und auch annehmen. Durch die projektbezogene Gruppenarbeit im studentischen Lehrforschungsprojekt lernen sie, Verantwortung im Team zu übernehmen sowie alle Projektmitglieder in die verschiedenen arbeitsteiligen Stufen des gesamten Forschungsprozesses einzubinden. Bei der gemeinsamen Lösung von Problemen können sie Zielkonflikte transparent machen und Lösungsansätze kommunikativ-moderierend aufzeigen. Durch ihr kooperatives Verhalten tragen die Projektmitglieder dazu bei, dass das Team das Forschungsprojekt gemeinsam abschließt.

### ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden entwickeln ihr Verständnis für übergreifende Zusammenhänge und Prozesse: Sie verstehen z. B., dass das Wissen über internationale Märkte, aber auch die Kenntnisse über das eigene Unternehmen sowie das Wissen um seine Gestaltung / Steuerung für den Erfolg eines internationalen Unternehmens von fundamentaler Bedeutung sind. Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden das Nutzenpotential der verfügbaren Forschungsansätze und -methoden für die Praxis einschätzen. Außerdem können sie ihren inhaltlich-projektbezogenen Beitrag sowie ihr gruppenbezogenes Verhalten kritisch reflektieren – auch im Vergleich zu den anderen Gruppenmitgliedern – und daraus Konsequenzen für künftige Forschungsprojekte sowie für künftige Teamarbeit ableiten. Die Studierenden können optionale Forschungsmethoden bewerten, kritisch vergleichen und auf ihre praktische Arbeit bzw. neue Fragestellungen übertragen.

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Principles of International Market Research	22	38

Methodische Grundlagen und Besonderheiten international angelegter (vergleichender) Studien (Begriffe, Abgrenzungen, Definitionen, Aufgaben); Informationsbedarf internationaler Unternehmen; Idealtypischer Ablauf der Forschung im Rahmen von Market, Legal and Organizational Studies (z.B. Definition des Forschungsproblems, Aufstellen von Hypothesen, Informationsbedarf, Untersuchungsdesign); Methoden der Informationsgewinnung (qualitative / quantitative Verfahren, Informationsquellen, Sekundär-/Primärforschung); Auswahlverfahren, Analyse, Dokumentation und Präsentation der Forschungsergebnisse (Datenauswertung/-analyse, messtheoretische Grundlagen, statistische Prüfverfahren, Studien-/Forschungsbericht, mündliche Präsentation, Darstellungsformen); Anwendungsfelder in der Praxis (z.B. Comparative Studies, Legal Studies, Organizational Studies, Einstellung/Image).



## LERNEINHEITEN UND INHALTE

### LEHR- UND LERNEINHEITEN

Applied International Market Research

PRÄSENZZEIT

33

SELBSTSTUDIUM

57

Vertiefung der in der Lehr- und Lerneinheit Principles of International Market Research vermittelten Inhalte durch Anwendung am konkreten Praxisfall, d.h. (praktische) Umsetzung anhand eines kleinen, zeitlich abgrenzbaren (idealerweise empirischen) Forschungsprojekts; mögliche Themen wären z.B. vergleichende Studien zu rechtlichen Unterschieden zwischen Ländern; kulturvergleichende Analysen z.B. von Organisationen/Unternehmen; Kundenzufriedenheitsstudien; Analyse der Innovationsbereitschaft von Mitarbeitern; länderübergreifende Analyse von Konsumenten/Zielgruppen. Anhand des (empirisch ausgerichteten) Projekts sollen die Studierenden die wesentlichen Schritte der Planung und Durchführung einer Market, Legal bzw. Organizational Study erlernen und verinnerlichen, d.h. Konzeption, Erhebung, Datenanalyse mittels Datenanalysesoftware sowie Präsentation. Neben der regelmäßigen engagierten Mitarbeit im Gruppenprojekt ist auch die klar erkennbare Beteiligung am Abschlussbericht des Projekts wesentlich. Neben der eingehenden Analyse, Erarbeitung von Lösungsvorschlägen und Dokumentation der Ergebnisse gehört hierzu auch deren Präsentation.

### BESONDERHEITEN

-

### VORAUSSETZUNGEN

Grundkenntnisse in Marketing / Statistik

### LITERATUR

- Backhaus, K./Erichson, B./Plinke, W./Weiber, R.: Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung, Berlin, Heidelberg: Springer.
- Bauer, E.: Internationale Marketingforschung: Informationsgewinnung für das internationale Marketing, München: Oldenbourg.
- Birn, R. J.: The Handbook of International Market Research Techniques, London: Kogan Page.
- Bryman, A.: Social research methods, Oxford: Oxford University Press.
- Döring, N./Bortz, J.: Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften, Berlin, Heidelberg: Springer.
- Harkness, J. A./van de Vijver, F. J. R./Mohler, P. P.: Cross-cultural survey methods, Hoboken/NJ: Wiley-Interscience.
- Herrmann, A./Homburg, C./Klarmann, M.: Handbuch Marktforschung: Methoden - Anwendungen - Praxisbeispiele, Wiesbaden: Springer Gabler.
- Hug, T./Poscheschnik, G.: Empirisch forschen: Die Planung und Umsetzung von Projekten im Studium, Konstanz: UVK.
- Koch, J./Gebhardt, P./Riedmüller, F.: Marktforschung: Grundlagen und praktische Anwendungen, Berlin: De Gruyter Oldenbourg.
- Kühl, S./Strodtholz, P./Taffertshofer, A. (Hrsg.): Handbuch Methoden der Organisationsforschung: Quantitative und Qualitative Methoden, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kumar, V.: International marketing research, Upper Saddle River/N.J.: Prentice Hall.
- Titscher, S./Meyer, M./Mayrhofer, W.: Organisationsanalyse: Konzepte und Methoden, Stuttgart: UTB.

# Operational Management in International Business (W3BW\_IB205)

## Operational Management in International Business

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_IB205	2. Studienjahr	2	Prof. Dr. Simone Maier	Deutsch/Englisch

### INGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

### INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	150	ja

### WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
240	88	152	8

### QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

#### FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Gestaltungsoptionen, die sich durch die Internationalisierung der Waren- und Finanzströme für die Unternehmen ergeben. Das Verständnis für die zu Grunde liegenden Modelle versetzt die Studierenden in die Lage Potentiale und Grenzen von Internationalisierungsentscheidungen zu identifizieren. Die grundlegenden Alternativen für Internationalisierungsentscheidungen von Offshoring über den Einsatz von Service Providern, strategische Partnerschaften, Joint Ventures bis hin zu den verschiedenen Formen der Direktinvestition können sie vergleichend gegenüber stellen. Auch alternative Standorte können sie hinsichtlich ihrer Chancen und Risiken bewerten.

Die Studierenden verstehen die finanziellen Auswirkungen der Internationalisierungsentscheidungen. Sie können die finanziellen Risiken einschätzen und geeignete Absicherungsinstrumente und -strategien empfehlen. Sie kennen die Instrumente zur Durchführung und Finanzierung internationaler Handelsgeschäfte. Sie beherrschen gängige Verfahren zur finanziellen Optimierung des Warenflusses im Unternehmen.

Sie beurteilen die Entscheidungen aus unterschiedlichen Blickwinkeln im Unternehmen wie der Kunden-, der Finanz- und der Logistiksicht. Sie sind in der Lage die verbundenen Risiken zu identifizieren, zu bewerten und kennen Maßnahmen zur Risikosteuerung. Die Studierenden können die Anwendbarkeit von Theorien und Modellen einschätzen und mit ihrer Hilfe Globalisierungsentscheidungen im eigenen Unternehmen nachvollziehen und beurteilen.

#### METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden kennen grundlegende Modelle und Verfahren des Kapazitätsmanagements, der Bestandhaltung, der Absatzprognosen, der Auftragsabwicklung und des Transportmanagements für die Gestaltung des internationalen Warenflusses und können diese auf einfache Beispiele anwenden.

Sie kennen Finanzierungsmodelle insbesondere auch zur Berücksichtigung von Zins- und Wechselkursentwicklungen in alternativen Finanzierungsplänen und können finanzielle Risiken identifizieren. Sie nutzen Methoden zur Bewertung länderspezifischer Chancen und Risiken.

Sie sind fähig, alternative Standort- und Finanzierungsentscheidungen sowohl im internationalen Handel als auch für die Direktinvestitionen umfassend vergleichend zu beurteilen. Einfache Bewertungsverfahren für Entscheidungen unter Unsicherheit wie beispielsweise die Sensitivitätsanalyse oder Entscheidungsbaumverfahren sind ihnen geläufig. Sie beherrschen grundlegende Elemente des Risikomanagements und können diese anwenden.

#### PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die Auswirkungen von Globalisierungsentscheidungen und den damit verbundenen Waren- und Finanzströmen im Hinblick auf Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt. Sie setzen sich mit ökonomischen, sozialen und ethischen Spannungsfeldern kritisch auseinander. Die Unterschiede zwischen realwirtschaftlichen Finanzierungsinstrumenten im Vergleich zu spekulativen Finanzierungen und deren Konsequenzen im internationalen Umfeld können Sie einordnen.

#### ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können Internationalisierungsentscheidungen aus den unterschiedlichen Perspektiven im Unternehmen bewerten. Die Auswirkungen auf Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt beurteilen sie ganzheitlich und identifizieren damit frühzeitig Interessenkonflikte mit Anspruchsgruppen. Damit sind sie in der Lage Entscheidungen zur Internationalisierung fundiert unternehmensintern wie –extern zu vertreten.

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
International Operations Management	44	76
Prozesse im Operations- und Supply Chain Management; Gestaltungsoptionen für globale Supply Chains; Auftragsabwicklung; Kapazitätsmanagement/Bestandsmanagement; Make-or-Buy; Sourcing; Internationale Transaktionen; Risk Exposure in internationalen Supply Chains.		
International Financial Management	44	76
Bestimmung von Risk Exposures bei Internationalisierungsstrategien (z.B. Transaktionsrisiko, Translationsrisiko, Ökonomisches Währungsrisiko); Absicherung der Risk Exposures über Derivate (Hedgingstrategien, Forwards, Futures, Optionen); Dokumente im Außenhandel (Zolldokumente, Ursprungszeugnisse, Versanddokumente Orderpapiere, Versicherungspapiere, Warenverkehrsbescheinigungen, SGS- und PSI-Zertifikate); Außenhandelsfinanzierung (Hermes Bürgschaften, Internationale Export- sowie Investitionsgarantiedeckungen, Formen der Risikodeckung, Auslandskreditanstalten, KFW-Projektfinanzierungen, Forfaitierungen, Bestellerkredite); Internationaler Zahlungsverkehr (Internationale Wechselgeschäfte, BOE versus Promissory Notes, Diskontierung von Wechseln, Akzente, Tratten und Indossamente, Dokumenteninkassogeschäfte, Dokumentenakkreditive (Letter of Credits); Nutzung von Supply Chain Finanzierungen zur Optimierung der Geschäftsprozesse (z.B. Factoring, Leasing, Cash Forwarding); Optimierung des Working Capitals (z.B. Cash Management, Receivables Management, Payables Management, Capital Structure Management)		

## BESONDERHEITEN

-

## VORAUSSETZUNGEN

Keine

## LITERATUR

Brealey, R./ Myers, S./ Allen, F.: Principles of Corporate Finance, New York: McGraw-Hill.  
Bretzke, W.-R.: Logistische Netzwerke, Berlin: Springer.  
Cooper, R.: Corporate Treasury and Cash Management, Basingstoke: Macmillan.  
Coyle, J.J./ Novack, R.A./ Gibson, B.J./ Bardi E.J.: Transportation. A Supply Chain Perspective, South-Western: Cengage Learning.  
Eun, C.S./ Resnick, B.G.: International Finance, Maidenhead: McGraw-Hill.  
Grant, D.B./ Lambert, D.M./ Stock, J.R./ Ellram, L.M.: Fundamentals of Logistics Management, London: McGraw-Hill.  
Heizer, J./ Render, B.M.: Operations Management, Harlow: Pearson.  
Ivanov, D./ Tsipoulanidis, A.: Global Supply Chain & Operation Management, Zürich: Springer International Publishing.  
Kouvelis, P./ Dong L.: Handbook of Integrated Risk Management in Global Supply Chains, Hoboken: Wiley.  
Krajewski, L.J./ Malhotra, M.K.: Operations Management. Processes and Supply Chains, Harlow: Pearson.  
Mieke, C./ Nagel, M.: Produktion und Logistik. Die wichtigsten Methoden, Konstanz: UVK.  
Perridon, L./ Steiner, M.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, München: Vahlen.  
Shapiro, A.C.: Multinational Financial Management, Hoboken: Wiley.  
Wachowitz, J./ Van Horne: Fundamentals of Financial Management, New York: Prentice Hall.

## Applied Intercultural Management (W3BW\_IB206)

### Applied Intercultural Management

#### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_IB206	2. Studienjahr	2	Prof. Dr. Clive Flynn	Deutsch/Englisch

#### EINGESETZTE LEHRFORMEN

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
180	66	114	6

## QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

### FACHKOMPETENZ

Die kulturelle Herkunft der Führungskräfte und die Unternehmenskultur stellen ein komplexes Gebilde dar, das einen tiefgreifenden Einfluss auf die vorherrschenden Management- und Führungsstile im Unternehmen nimmt. Auf die bereits gewonnenen Grundkenntnisse aufbauend, haben die Studierenden weiterführende Kenntnisse über das komplexe Zusammenspiel der kulturellen Ebenen und deren Einfluss auf die Unternehmensführung und strategische Ausrichtung gewonnen. Moderne Unternehmen sehen sich nicht nur mit der Frage der Gewinnmaximierung konfrontiert, sondern immer mehr mit den Fragen der Ethik und Nachhaltigkeit. Die Studierenden haben sich mit verschiedenen internationalen Aspekten der Ethik z.B. in der Produktion auseinandergesetzt, um ein situationsbedingtes Verständnis für die Problematik zu gewinnen. Als Weiterentwicklung der neugewonnenen Erkenntnisse stellten sie sich der Frage nach den kulturellen Einflussgrößen auf das Grundverständnis für die Nachhaltigkeit und ihren sozialen Stellenwert. Sie erlangten Kenntnisse über das komplexe Zusammenspiel der Kultur, des sozioökonomischen Umfeldes und der Nachhaltigkeit und konnten somit Handlungsempfehlungen für ihre Unternehmen erarbeiten. Mit steigender Heterogenität der Belegschaft und zunehmender Internationalisierung der Unternehmen ist ein Grundverständnis für die Erwartungen der Mitarbeiter und ihre Motivation genauso wichtig wie ein Verständnis für ihre Art Entscheidungen zu treffen und ihre Risikobereitschaft. Anhand von Fallbeispielen und Gruppenarbeit entwickelten die Studierenden detaillierte Kenntnisse der Einflussgrößen von Kultur und kulturellen Unterschieden auf ausgewählte Fachbereiche in Unternehmen.

### METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden besitzen erweiterte Kenntnisse über kulturbedingte Management- und Führungsstile sowie den Einfluss der Kultur in Bezug auf verschiedene ausgewählte Fachbereiche im Unternehmen und die Zusammenarbeit in internationalen Teams. Ein Grundverständnis für internationale ethische Standpunkte, für die Nachhaltigkeit und die Auswirkungen der ethischen Standpunkte auf die eingenommenen Positionen zur Nachhaltigkeit wird erlangt. Die Studierenden sind somit in der Lage die verschiedenen internationalen Positionen zu diesen Themen zu verstehen und durch die Analyse selbstständig erhobener Daten und Informationen aus diversen internen und externen Quellen Verhaltensweisen für sich und Handlungsempfehlungen für Ihr Unternehmen zu entwickeln.

### PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben ihre Reflexions- und Handlungsfähigkeiten für Situationen interkultureller Interaktion weiter verfeinert und ein Gefühl für ihre eigene interkulturelle Kompetenz entwickelt. Sie sind sich der Voraussetzung bestimmter Haltungen und Einstellungen bewusst, um in interkulturellen Situationen effektiv und angemessen interagieren zu können. Die Studierenden übernehmen zunehmend Mitverantwortung für den Lernerfolg. Sie können angemessen Feedback geben und ihren Standpunkt unter Heranziehung einer theoretisch fundierten Argumentation begründen. Sie nutzen alle zur Verfügung stehenden Lern- und Arbeitsmittel zum Wissenserwerb.

Die Studierenden haben ein Gefühl für die vielschichtigen und komplexen Probleme in der Zusammenarbeit in internationalen Teams und grenzüberschreitenden Unternehmenskooperationen entwickelt. Sie sind sich ihrer besonderen Verantwortung in der Zusammenarbeit mit Kollegen und Geschäftspartnern unterschiedlicher kultureller Hintergründe bewusst. Die Studierenden sind in der Lage, andere Denk- und Verhaltensweisen nachzuvollziehen und ihren eigenen Standpunkt vor dem Hintergrund ihres eigenen Wertesystems transparent und wertschätzend zu vermitteln.

Die Studierenden haben ein Gefühl für die vielschichtigen Einflüsse und Wirkungen von Kultur auf wirtschaftliche Zusammenhänge entwickelt. Sie sind in der Lage, ihr eigenes Verhalten vor dem Hintergrund anderer Wertesysteme zu reflektieren und das Verhalten anderer aus verschiedenen Perspektiven zu analysieren. Die Studierenden können konstruktiv in einer internationalen Arbeitsgruppe mitarbeiten.

### ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind sich der Bedeutung der zunehmenden Diversität im unternehmerischen Umfeld bewusst. Sie verfügen über ein umfassendes Wissen zu Fragestellungen und Methoden des interkulturellen Managements. Sie können das erworbene Wissen im Sinne der handlungsorientierten Dimension interkultureller Kompetenz auf reale Situationen in der interkulturellen Zusammenarbeit transferieren und anwenden. Vor dem Hintergrund der Zielorientierung betriebswirtschaftlichen Handelns sind die Studierenden dabei in der Lage, situativ angepasst Flexibilität zu zeigen. Sie vertreten klar ihren eigenen Standpunkt, wo es notwendig ist.

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

### LEHR- UND LERNEINHEITEN

Leadership, Ethics and Sustainability

PRÄSENZZEIT

33

SELBSTSTUDIUM

57

Kulturbedingte Management- und Führungsstile: Vertiefende Studien; Zusammenarbeit in internationalen Teams; Grundverständnis der Ethik; Internationale ethische Standpunkte; Nachhaltigkeit; Ethik und Nachhaltigkeit: ein internationaler Vergleich.

Intercultural Management in Selected Operational Areas

33

57

Der Einfluss der Kultur in Bezug auf verschiedene ausgewählte Fachbereiche z.B. Personalmanagement, Produktion, Entwicklung, Marketing und Controlling wird behandelt und vertieft: Thematisiert werden unter anderem die Kommunikation, Beziehungen, Hierarchien, Erwartungshaltungen, Vergütungssysteme, Risikobereitschaft und das Rollenverständnis im internationalen Umfeld.

### BESONDERHEITEN

-

### VORAUSSETZUNGEN

Principles of Intercultural Management

## LITERATUR

---

- Bowe, H. J./Martin, K./Manns, H.: Communication Across Cultures. Mutual Understanding in a Global World, Port Melbourne: Cambridge University Press.
- Browaeyes, M.-J./Price, R.: Understanding Cross-Cultural Management, Harlow: Pearson Education.
- Chhokar, J.S./Brodbeck, F.C./House, R.J.: Culture and Leadership Across the World. The GLOBE Book of In-depth Studies of 25 Societies, Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.
- Deresky, H.: International Management. Managing Across Borders and Cultures, Harlow: Pearson Education.
- Deardorff, D. K. (Hrsg.): The SAGE Handbook of Intercultural Competence, Thousand Oaks: SAGE Publications.
- House, R.J./Hanges, P.J./Javidan, M./Dorfman, P. W./Gupta, V. (Hrsg.): Culture, Leadership, and Organizations. The GLOBE Study of 62 Societies, Thousand Oaks: SAGE Publications.
- House, R.J./Dorfman, P.W./Javidan, M./Hanges, P.J./Sully de Luque, M.F.: Strategic Leadership Across Cultures. The GLOBE Study of CEO Leadership Behavior and Effectiveness in 24 Countries, Thousand Oaks: Sage Publications.
- Lüsebrink, H.-J.: Interkulturelle Kommunikation. Interaktion, Fremdwahrnehmung, Kulturtransfer, Stuttgart: Metzler.
- Luthans, F./Doh, J.P.: International management. Culture, Strategy and Behavior, New York: McGraw-Hill.
- Martin, J.N./Nakayama, T.K.: Intercultural Communication in Contexts, New York: McGraw-Hill.
- Nakayama, T.K./Halualani, R.T. (Hrsg.): The Handbook of Critical Intercultural Communication, Chichester: Wiley-Blackwell.
- Samovar, L.A./Porter, R.E./McDaniel, E.R./Roy, C.S.: Communication Between Cultures, Boston: Cengage Learning.
- Schneider, S.C./Barsoux, J.-L./Stahl, G.K.: Managing Across Cultures, Harlow: Pearson.
- Schneider, U./Hirt, C.: Multikulturelles Management, München: Oldenbourg.
- Thomas, D.C./Peterson, M.F.: Cross-Cultural Management: Essential Concepts, Thousand Oaks: SAGE Publications.

## Applied Communication in Business (W3BW\_IB207)

### Applied Communication in Business

#### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_IB207	2. Studienjahr	2	Prof. Dr. Enrico Purle	Deutsch/Englisch/Französisch/ Spanisch

#### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study, Rollenspiel

#### EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Prüfungsordnung	ja

#### WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
180	66	114	6

#### QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

##### FACHKOMPETENZ

Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls Verhandlungen in der Fremdsprache zielorientiert und systematisch zu führen. Die Studierenden können Verhandlungssituationen und Verhandlungspartner einschätzen und kennen Methoden, um ihre Ziele in Verhandlungen auch im internationalen Kontext zu erreichen. Zudem haben die Studierenden nach Abschluss des Moduls einen Überblick über wichtige Kommunikationstechniken und deren kontextbezogenen Einsatz im internationalen betrieblichen Umfeld.

##### METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden haben nach Abschluss des Moduls gelernt, Verhandlungsmethoden im internationalen Kontext effektiv einzusetzen. Sie kennen die Vor- und Nachteile wichtiger Kommunikationstechnologien. Sie sind in der Lage, für die berufliche Kommunikation relevante und adäquate Technologien auszuwählen und situationsspezifisch anzuwenden.

##### PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden erlernen grundlegende soziale Verhandlungstechniken und können selbstständig Konfliktlösungen und Kompromisse mit Verhandlungspartnern erzielen. Sie können unterschiedliche Sichtweisen und Meinungen kritisch reflektieren und konstruktiv nutzen. Sie sind in der Lage, Möglichkeiten und Hindernisse im Rahmen einer interkulturellen und interdisziplinären Zusammenarbeit sowie in Verhandlungen zu identifizieren und diese erfolgreich zu gestalten. Die Studierenden sind in der Lage, ihr persönliches Verhandlungsverhalten kritisch zu hinterfragen und situationsgerecht anzupassen. Zudem sind sie in der Lage das Kommunikationsverhalten über unterschiedliche Kommunikationstechnologien hinweg reflektieren und ihre Kommunikation situationsgerecht anzupassen.

##### ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls im Kontext verschiedener Muttersprachen und Kulturen zielgerichtet und unter Einsatz von adäquaten Kommunikationstechnologien in der Fremdsprache kommunizieren und Verhandlungen führen.

#### LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Negotiations	33	57

Voraussetzungen für den Verhandlungserfolg im internationalen Kontext, Zielbestimmung, Verhandlungsstrategien, zielorientierte Verhandlungsführung, psychologische und interkulturelle Grundlagen, Verhandlungstechniken, Argumentationslinien, Einwandbehandlung, Abschlusstechniken, Besonderheiten der Verhandlungsführung in der Fremdsprache und im interkulturellen Kontext

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

### LEHR- UND LERNEINHEITEN

Communication and Technology

PRÄSENZZEIT

33

SELBSTSTUDIUM

57

Grundlegende Modelle und Methoden einer erfolgreichen Kommunikation im internationalen Kontext, situationspezifischer Einsatz von Kommunikationstechnologien im internationalen Kontext, Chancen und Risiken aktueller Entwicklungen in Kommunikationstechniken und dem resultierenden Kommunikationsverhalten (z.B. durch die Nutzung digitaler Kommunikationsplattformen im Unternehmensumfeld)

### BESONDERHEITEN

-

### VORAUSSETZUNGEN

Foundations of Communication in Business

### LITERATUR

Bozarth, J.: Show Your Work: The Payoffs and How-to's of Working Out Loud, San Francisco: Wiley.  
D'Addario, M.: Teoría y práctica de la comunicación: Ciencia y tecnología de la información, North Charleston, SC: CreateSpace Independent Publishing Platform.  
Grant, A.E./Meadows, J.H.: Communication Technology Update and Fundamentals, London; New York: Routledge.  
Kolbaek, D.: Online Collaboration and Communication in Contemporary Organizations, IGI Global: Hershey, PA.  
Krizan, A.C./Merrier, P./Logan, J.P./Williams, K.S.: Communicating in business, Mason, OH: South-Western/Cengage Learning.  
Llamazares Garcia-Lomas, O.: Negociación Internacional, Madrid: Global Marketing Strategies, S.L..  
McCarthy, A./Hay, S.: Advanced Negotiation Techniques, Berkeley, CA: Apress.  
Opresnik, M.O.: The Hidden Rules of Successful Negotiation and Communication, Cham: Springer.  
Roy, S./Shaw, I.S.: Communicating Differences : Culture, Media, Peace and Conflict Negotiation, London: Palgrave Macmillan.  
Wallwork, A.: Meetings, Negotiations, and Socializing: A Guide to Professional English, New York, NY: Springer.



## Praxismodul II (W3BW\_IB802)

### Practical Module II

#### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_IB802	2. Studienjahr	2	Prof. Dr. Joachim Weber	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 unternehmerischer und gesellschaftlicher sowie internationaler und interkultureller Herausforderungen. Sie verstehen die Relevanz digitaler Strukturen im internationalen Handlungsraum. 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 und insbesondere internationale Praxisanwendungen adäquate Methoden auszuwählen und anzuwenden. Sie können die Möglichkeiten, Praktikabilität und Grenzen der eingesetzten Methoden einschätzen und vor dem Hintergrund internationaler Gegebenheiten bewerten.

##### 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 internationalen und heterogenen Teams dazu bei, dass die gemeinsamen Ziele erreicht werden. Für übertragene Aufgaben übernehmen sie in der Regel 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 im nationalen und internationalen Umfeld 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

Finanz- und Rechnungswesen nationale und internationale Standards/Controlling  
1. Finanzbuchhaltung: Inventur; Anlagenbuchhaltung; Kreditoren; Debitorenbuchhaltung (inkl. Zahlungsverkehr, Kontierung sowie Mahn-/Klagewesen); Jahresabschluss und –analyse, HGB und IFRS, Konsolidierung  
2. Internationale Kosten- und Leistungsrechnung: Planungsrechnung (kostenstellen-/kostenträgerbezogen) und Überwachung; Betriebsabrechnung und innerbetriebliche Leistungsverrechnung; Kalkulation, OECD-transfer pricing and taxation  
3. Investition und Finanzierung: Unternehmensspezifische und länderspezifische Ausprägungen der Investitionsrechnung/Wirtschaftlichkeitsrechnung; Finanzierung; Finanzmanagement, international Treasury  
4. Controlling: Internationale Planungsprozesse und Budgetierung; Planungs- und Steuerungsinstrumente; Reporting; Produktcontrolling; Projektcontrolling; Funktionales Controlling (z.B. Vertriebscontrolling). Länderspezifisches Controlling und Konsolidierung internationaler Reportingstrukturen

### Personalmanagement und Organisation

1. Führungs- und Unternehmensorganisation in internationaler und interkultureller Einbindung: internationale Aufbauorganisation (Vertiefter Einblick in die Organisationsstruktur des Unternehmens; Abgrenzung zu anderen Strukturen; Instrumente der Aufbauorganisation; Stellenplanung; Stellenbewertung) Ablauforganisation (Instrumente der Ablauforganisation; Ablauforganisatorische Untersuchungen (z.B. Büroorganisation und Kommunikation)  
2. Personalmanagement vor dem Hintergrund der jeweiligen internationalen Unternehmensstrukturen: Personalpolitik, Personalstrategien; Vergütungssysteme; Flexibilisierung; Arbeitszeitmodelle; Personalbedarfsplanung; Personalmarketing; Maßnahmen der Personalbeschaffung; Personalauswahl; Einstellung, Versetzung und Ausscheiden von Mitarbeitern; Personalbetreuung und -entwicklung (Betreuungsgespräche – Beurteilungen; Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen; Lohn- und Gehaltsabrechnung), Entsendung von Arbeitnehmern, internationale Incentivestrukturen  
3. Arbeitsrecht und Arbeitsschutz im internationalen und unternehmensspezifischen Kontext: Arbeits- und sozialrechtliche Grundkenntnisse; Betriebsverfassungsgesetz in Deutschland; Arbeitsordnung; Mitwirkungsrechte von Arbeitnehmervertreter

Praxismodul II - Präsentation

0

0

Technischer Platzhalter

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 betrieblichen Ausbildungsplan. Der betriebliche Ausbildungsplan sollte inhaltlich an die Besonderheiten des jeweiligen Ausbildungsunternehmens angepasst werden. Dabei sind betriebliche Schwerpunktsetzungen sinnvoll.

### VORAUSSETZUNGEN

Keine

### 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
- Stichel-Wolf, C. / Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen

## Integriertes Management (W3BW\_106)

### Integrated Management

#### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_106	3. Studienjahr	2	Prof. Dr. Carsten Brehm	Deutsch/Englisch

#### EINGESETZTE LEHRFORMEN

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	50	100	5

#### QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

##### FACHKOMPETENZ

Die Studierenden haben einen Überblick über die verschiedenen Ansätze und/oder Bestandteile der Mitarbeiter- und Unternehmensführung und können diese in ein Gesamtverständnis „integrativ“ einordnen. Sie haben Kenntnisse über die Beziehungen und Abhängigkeiten im Integrierten Management zwischen diesen Ansätzen. Sie haben sich mit den zentralen Einflussgrößen auf den Unternehmens-/Führungserfolg auseinandergesetzt und ein umfassendes Verständnis für eine situative Interpretation des Führens von Unternehmungen entwickelt. Sie können darüber hinaus die einzelnen Ansätze strukturiert darstellen, an Beispielen veranschaulichen und inhaltlich zusammenfassen. In der Würdigung sind sie in der Lage, Ursachen und Erfolgswirkungen zu trennen.

##### METHODENKOMPETENZ

Sie sind in der Lage, anhand von Fallstudien und/oder Führungssituationen Führungsherausforderungen mehrdimensional zu analysieren, in ihrer sachlichen oder sozialen Komplexität zu strukturieren und zu verstehen sowie diese selbständig oder in Gruppen zu lösen. Sie kennen dazu die situationsadäquaten, wesentlichen Anwendungsmöglichkeiten und Grenzen der verschiedenen Führungsinstrumente und -methoden der Unternehmens- wie Mitarbeiterführung. Sie können die Relevanz der Methoden und Techniken im fachlichen Kontext und im beruflichen Anwendungsfeld einschätzen und sie gegebenenfalls daran anpassen.

##### PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können Verantwortung für ihre eigene Arbeit übernehmen. Bzgl. ihres Handelns sowie dessen Ergebnisse sind sie in der Lage, sachangemessen und nachvollziehbar zu argumentieren. Sie können wertschätzend Kritik an Ergebnissen äußern und annehmen. Im sozialen Umgang bei der gemeinsamen Lösung von Problemen können sie Zielkonflikte transparent machen und kommunikativ, moderierend Lösungsansätze aufzeigen. 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 aus der integrierten Managementperspektive heraus ihr eigenes Beobachten, Verhalten und Entscheiden kritisch 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

- Grundlagen ganzheitlicher Unternehmensführung
- Unternehmensführungsmodelle (Ebenen, Funktionen)
- Normative Unternehmensführung
- Nachhaltige, wertorientierte Unternehmensführung
- Strategische Unternehmensführung (Planung und Umsetzung) und Geschäftsmodelle
- Operative Unternehmensführung und Schnittstelle Controlling
- Ausgewählte Managementsysteme/-instrumente
- Aktuelle Entwicklungen (z.B. Disruption, Digitalisierung, Vernetzung)

Mitarbeiterführung

25

50

- Psychologische Grundlagen
- Motivation
- Führungskräfte und -eigenschaften
- Führungstheorien
- Führungsstile/-modelle
- Führungsinstrumente
- Kommunikation
- Ethische bzw. soziale Verantwortung einer Führungskraft
- Aktuelle Entwicklungen/Führungsansätze

### BESONDERHEITEN

Prof. dr. Gerhard Jäger (Lörrach) - Modulverantwortung

Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

### VORAUSSETZUNGEN

-

### LITERATUR

- Bleicher, K.: Das Konzept Integriertes Management, Berlin – New York: Campus
- Blessin, B./Wick, A.: Führen und führen lassen: Ansätze, Ergebnisse und Kritik der Führungsforschung, Konstanz: UVK
- Dillerup, R./Stoi, R.: Unternehmensführung – Management & Leadership, München: Vahlen
- Hungenberg, H.: Strategisches Management, Ziele, Prozesse, Verfahren, Wiesbaden: Gabler
- Hungenberg, H./Wulf, T.: Grundlagen der Unternehmensführung, Heidelberg: Springer
- Macharzina, K./Wolf, J.: Unternehmensführung: das internationale Managementwissen; Konzepte, Methoden, Praxis, Wiesbaden: Gabler
- Müller-Stewens, G./Lechner, C.: Strategisches Management – wie strategische Initiativen zum Wandel führen, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Rosenstiel, L.v./Regnet, E./Domsch, M.E.: Führung von Mitarbeitern: Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement, Stuttgart: Schaeffer-Poeschel
- Schirmer, U./Woydt, S.: Mitarbeiterführung, Heidelberg: Springer
- Weibler, J.: Personalführung, München: Vahlen
- Wunderer, R.: Führung und Zusammenarbeit. Eine unternehmerische Führungslehre, Köln: Luchterhand

## Wirtschaftspolitik (W3BW\_503)

### Economic Policy

#### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_503	3. Studienjahr	2	Prof. Dr. Torsten Bleich	Deutsch/Englisch

#### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

#### EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Seminararbeit (mit Präsentation)	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 sind in der Lage, volkswirtschaftliche Theorien zu verwenden, um außenwirtschaftliche, wirtschaftspolitische und finanzwissenschaftliche Fragestellungen fundiert zu analysieren und zu bewerten.

##### METHODENKOMPETENZ

Studierende haben die Kompetenz erworben, grundlegende mikro- und makroökonomische Analysemethoden auf außenwirtschaftliche, wirtschaftspolitische und finanzwissenschaftliche 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 die erlernten theoretischen Konzepte auf aktuelle politische Fragen anwenden und verstehen die Konflikte zwischen ökonomischer Theorie und politischer Praxis.

##### ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

In diesem Modul erlernen die Studierenden eine eigene, fundierte und reflektierte Position zu den wirtschaftspolitischen Fragen einzunehmen. Dabei können sie andere begründete Positionen tolerieren und einen konstruktiven Austausch über die unterschiedlichen Annahmen führen.

#### LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Einführung in die Wirtschaftspolitik und Außenwirtschaft	25	50

- Einführung in die Wirtschaftspolitik: Ziele, Instrumente, Träger
- Reale Außenwirtschaft: Theorie und Politik (z. B. absoluter und komparativer Vorteil, tarifäre und nichttarifäre Handelshemmnisse)
- Aktuelle Themen der Außenwirtschaft (z.B. Europäische Integration, Globalisierung, Handelspolitik)
- Ausgewählte Bereiche der Wirtschaftspolitik, z.B. Stabilisierungspolitik, Arbeitsmarktpolitik, Sozialpolitik, Wettbewerbspolitik, Wachstumspolitik, Verteilungspolitik, Allokationspolitik, Umweltpolitik, Finanzpolitik.

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

### LEHR- UND LERNEINHEITEN

Ausgewählte Themen der Wirtschaftspolitik

PRÄSENZZEIT

25

SELBSTSTUDIUM

50

- Ausgewählte Bereiche der Wirtschaftspolitik, z.B. Stabilisierungspolitik, Arbeitsmarktpolitik, Sozialpolitik, Wettbewerbspolitik, Wachstumspolitik, Verteilungspolitik, Allokationspolitik, Umweltpolitik, Finanzpolitik (soweit nicht in Unit 1 behandelt)
- Aktuelle Themen der Wirtschaftspolitik

### BESONDERHEITEN

Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

### VORAUSSETZUNGEN

-

### LITERATUR

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

## Schlüsselqualifikationen III (W3BW\_IB703)

### Key Qualifications III

#### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_IB703	3. Studienjahr	2	Prof. Dr. Joachim Weber	Deutsch/Englisch

#### INGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation, Rollenspiel

#### INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Unbenoteter Leistungsnachweis	Siehe Prüfungsordnung	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

Die Studierenden verfügen über alle Qualifikationen für das wissenschaftliche Studium und können deren Anwendbarkeit für praktische Situationen kritisch einschätzen. Des Weiteren sind sie in der Lage eine betriebliche Problemstellung in strukturierter wissenschaftlicher Herangehensweise zu bearbeiten.

##### METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können

- Methoden und Techniken in verschiedenen Situationen reflektiert und kompetent in angemessener Weise einsetzen,
- Literaturrecherchen durchführen und quellenkritische Auswertungen der Literatur vornehmen,
- geeignete wissenschaftliche Untersuchungsmethoden und -techniken auswählen und anwenden.

##### PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können

- offen kommunizieren
- eigene und fremde Kommunikationsmuster erkennen, kritisch analysieren und einschätzen,
- autonom und selbstsicher eigene Positionen vertreten und andere Positionen zu verstehen,
- die erlernten Methoden in rationaler, verständnisorientierter und fairer Weise und nicht-manipulativ einsetzen,
- Konflikte in ausgleichender Weise bewältigen,
- erkennen, welche ethischen Implikationen und Verantwortung Forschung hat,
- Pluralität von Theorien und Methoden sinnvoll einsetzen.

##### ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden

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

#### LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Funktionsspezifische Unternehmenssimulation	25	50

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

### LEHR- UND LERNEINHEITEN

### PRÄSENZZEIT

### SELBSTSTUDIUM

In Kontext der Funktionsspezifischen Unternehmenssimulation werden insbesondere auf unternehmerische Funktionen oder Marketinginstrumente bezogene Simulationen in Form von Brettplanspielen oder computergestützten Planspielen durchgeführt. Gegenstand von branchenspezifischen Simulation können zum Beispiel Simulationen zu nachfolgend exemplarisch genannten Themenschwerpunkten sein:

- Logistik
- Marketing
- Markenmanagement
- Vertrieb

Projektskizze zur Bachelorarbeit

25

50

- Selbstständige Planung eines Forschungsprozesses und Erarbeitung eines Forschungsdesigns (Exposé) für ein mögliches Bachelorarbeitsthema (dieses muss nicht das spätere Thema der Bachelorarbeit sein)
- Themenwahl/-eingrenzung, Problemstellung und Zielformulierung, Literaturrecherche und Informationsbeschaffung, Auswahl und Ausarbeitung einer Untersuchungsmethode, Festlegung des Aufbaus und der Gliederung der Arbeit

### BESONDERHEITEN

-

### VORAUSSETZUNGEN

-

### LITERATUR

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Hollinger, T.: Führungskräfte-Training mit Pferden. Können Menschen von Tieren lernen? Hamburg: igel
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius
- 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



## Strategic Management in International Business (W3BW\_IB208)

### Strategic Management in International Business

#### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_IB208	3. Studienjahr	2	Prof. Dr. Michael Nagel	Deutsch/Englisch

#### EINGESETZTE LEHRFORMEN

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	50	100	5

#### QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

##### FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sollen ein fundiertes theoretisches Wissen, Verständnis für übergreifende Zusammenhänge sowie die Fähigkeit, das theoretische Wissen zur internationalen Strategieentwicklung und -implementierung sowie zur internationalen Corporate Governance in die Unternehmenspraxis übertragen zu können, erwerben.

##### METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sollen in der Lage sein, vermittelte Theorien und Methoden auf konkrete Problemstellungen der internationalen Strategieentwicklung und Strategieimplementierung sowie auf den Bereich Corporate Governance selbstständig anzuwenden. Die Studierenden sollen Problemstellungen aus diesen Bereichen nach vorgegebenen Kriterien aufbereiten und methodisch fundiert bewerten können.

##### PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben gelernt, die eigenen Fähigkeiten selbstständig an die sich ständig verändernden Anforderungen anzupassen. Die Studierenden sollen ein Gefühl für die vielschichtigen sozialen Einflüsse und Wirkungen auf die Strategieentwicklung und -implementierung und Corporate Governance entwickelt haben. Sie sollen in der Lage sein, sich in Prozesse der internationalen Strategieentwicklung und -implementierung und bei Themen der Corporate Governance konstruktiv und sozial kompetent einzubringen.

##### ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, verschiedene Ansätze der Strategieentwicklung und -implementierung sowie der Corporate Governance zu bewerten und kritisch miteinander zu vergleichen. Sie verfügen über grundlegende Analysemuster, mit denen sie Problemstellungen dazu zielorientiert strukturieren können. Auf der Basis des erworbenen Wissens 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 Strategy Development and Implementation	25	50

Grundlagen internationaler Strategieentwicklung und -implementierung; Strategische Planung (Planung, Zielbildung, Umweltanalyse, Unternehmensanalyse); Strategiewahl; Strategieimplementierung; Strategische Kontrolle; aktuelle Fallstudien.

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

### LEHR- UND LERNEINHEITEN

Corporate Governance and Case Studies of International Business Strategies

PRÄSENZZEIT

25

SELBSTSTUDIUM

50

Grundlegende Ziele, Aufgaben, Herausforderungen, Theorien, Modelle, Strukturen und Codes der Corporate Governance; Corporate Governance in Deutschland und weiteren ausgewählten Regionen; aktuelle Fallstudien.

### BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

### VORAUSSETZUNGEN

Keine

### LITERATUR

Bea, F.X./Haas, J.: Strategisches Management, München: UTB.

Clarke, T.: International Corporate Governance – A Comparative Approach, Arbington: Routledge.

Cullen, J.B./Parboteeah, K.P.: Multinational Management. A Strategic Approach, Boston: Cengage Learning.

Goergen, M.: International Corporate Governance, Harlow: Pearson.

Huse, M.: Boards, Governance and Value Creation, Cambridge: Cambridge University Press.

Jones, G.R./Hill, C.W.: Theory of Strategic management. With Cases, Toronto: Cengage Learning.

Malin, C.: Corporate Governance, Oxford: Oxford University Press.

Nagel, M./Mieke, C.: BWL-Methoden. Handbuch für Studium und Praxis, Stuttgart: UTB.

Perlitz, M./Schrack, R.: Internationales Management, Konstanz: UVK.

Tricker, B.: Corporate governance: principles, policies, and practices, Oxford: Oxford University Press.

Welge, M.K./Al-Laham, A.: Strategisches Management. Grundlagen - Prozess - Implementierung, Wiesbaden: SpringerGabler

## Interdisciplinary Communication in Business (W3BW\_IB209)

### Interdisciplinary Communication in Business

#### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_IB209	3. Studienjahr	2	Prof. Dr. Rainer Jochum	Deutsch/Englisch/Französisch/ Spanisch

#### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study, Rollenspiel

#### EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Prüfungsordnung	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. Die Studierenden 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 erlernt. Die Studierenden wertschätzen unterschiedliche Sichtweisen und Meinungen und nutzen diese bewusst, um Arbeitsergebnisse zu verbessern und ihre Persönlichkeit weiterzuentwickeln. Die Studierenden suchen bewusst auch in angrenzenden Fachbereichen nach unterschiedlichen Perspektiven zu einer Themenstellung, um diese möglichst umfassend zu begreifen. Die Studierenden 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. Die Studierenden verstehen, dass Werte, Normen und ethische Grundsätze sowie deren operative Umsetzung in Verhaltensweisen oder Nachhaltigkeitsinitiativen eine notwendige Basis für jedes wirtschaftliche Handeln ist. Die Studierenden erkennen, dass interdisziplinäre Zusammenhänge perspektivisch von hoher Relevanz sind.

#### LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Interdisciplinary Business Communication	25	50

Fachliche Grundlagen interdisziplinärer Arbeit im internationalen Rahmen, exemplarisches Themenspektrum: Führung interdisziplinärer Teams mit internationaler Zusammensetzung, Moderation, Nachhaltigkeit, Informationstechnologie, Ingenieurwissenschaft und Technikwissenschaften im internationalen Kontext, Wirtschaftspsychologie

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

### LEHR- UND LERNEINHEITEN

Interdisciplinary Communication Project

PRÄSENZZEIT

25

SELBSTSTUDIUM

50

Interdisziplinäres Projekt zur Anwendung, Aufbereitung und Kommunikation der etablierten funktions- bzw. branchenspezifischen Fach- und Sprachkenntnisse im internationalen Kontext

### BESONDERHEITEN

-

### 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. (Hrsg.): Interdisziplinäre Perspektiven zur Zukunft der Wertschöpfung, Wiesbaden: Springer Gabler.

Schein, E.H.: Organizational Culture and Leadership, San Francisco: Jossey-Bass.

## Integrationsseminar zu Branchenthemen (W3BW\_IB210)

### Seminar in Management: Selected Management Topics

#### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_IB210	3. Studienjahr	2	Prof. Dr. Michael Nagel	Deutsch/Englisch

#### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung

#### EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit (mit Präsentation)	Siehe Prüfungsordnung	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 erhalten einen vertieften Einblick in Fragen des internationalen Managements von Unternehmen, in allgemeine oder branchenbezogene Aspekte der Unternehmens- und/oder Mitarbeiterführung, in theoretische und/oder praktische Konzepte der Unternehmenssteuerung.

##### METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sollen in der Lage sein, vermittelte Theorien und Methoden auf konkrete Problemstellungen selbstständig anzuwenden. Die Studierenden sollen Problemstellungen aus diesen Bereichen nach vorgegebenen Kriterien aufbereiten und methodisch fundiert bewerten können.

##### PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden erhalten die Möglichkeit, ihre eigene inhaltlich/theoretische wie methodische Argumentationsbasis zu überprüfen, zu hinterfragen und kritisch zur Diskussion zu stellen. Sie lernen insbesondere, ihren Standpunkt unter Heranziehung einer theoretisch fundierten Argumentation zu begründen. Sie entwickeln ein Gefühl für vielschichtige Problemstellungen und können konstruktiv mit komplexen, schlechtstrukturierten Situationen umgehen.

Die Studierenden erhalten die Möglichkeit, ihre eigene Wertebasis kritisch zu hinterfragen und in einem intensiven Diskurs mit den Seminarteilnehmern weiterzuentwickeln.

##### ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden erhalten eine Plattform, auf der sie den Umgang mit komplexen und schlecht strukturierten Problemstellungen einüben können, um sich so auf die zukünftigen beruflichen Herausforderungen im Führungsumfeld vorzubereiten. Durch die Beschäftigung mit systemischer Komplexität lernen sie in der Endphase ihrer Ausbildung, Komplexität nicht als Last, sondern als Herausforderung und Chance zu begreifen. Sie erhalten hierzu die Möglichkeit, sowohl mit geeigneten theoretisch-modellhaften Konstrukten wie mit sinnvollen pragmatischen Lösungsmethoden die gestellten umfassenden Fragen einer konstruktiven Lösung zuzuführen und einer intensiven Diskussion auszusetzen.

#### LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Integrationsseminar	50	100

Gegenstand des Seminars ist es, aktuelle Entwicklungen der internationalen Managementlehre oder alternativ Entwicklungen des Managements der spezifischen Branche wissenschaftlich fundiert aufzuarbeiten und mit aktuellen Fragen der internationalen Unternehmenspraxis zu verknüpfen.

**BESONDERHEITEN**

---

Keine

**VORAUSSETZUNGEN**

---

Keine

**LITERATUR**

---

Neumann, A.: Integrative Managementsysteme, Berlin: SpringerGabler

Weiterführende aktuelle Literatur ist entsprechend der thematischen Seminar ausgerichtung festzulegen.

## Praxismodul III (W3BW\_IB803)

### Practical Module III

#### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_IB803	3. Studienjahr	2	Prof. Dr. Joachim Weber	Deutsch/Englisch

#### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Projekt

#### EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Mündliche Prüfung	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
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 unternehmerischer und gesellschaftlicher sowie internationaler und interkultureller Herausforderungen, insbesondere auch im Themenbereich der belegten Wahlmodule. Sie verstehen die Relevanz digitaler Strukturen im internationalen Handlungsraum. 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 und insbesondere internationale Praxisanwendungen adäquate Methoden auszuwählen und anzuwenden. Sie können die Möglichkeiten, Praktikabilität und Grenzen der eingesetzten Methoden einschätzen und vor dem Hintergrund internationaler Gegebenheiten bewerten.

##### 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 internationalen und heterogenen Teams dazu bei, dass die gemeinsamen Ziele erreicht werden. Sie beziehen interkulturelle Besonderheit explizit mit ein. 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 im In- und Ausland selbstständig umzusetzen, zu kontrollieren und gegebenenfalls zu modifizieren. Dabei berücksichtigen sie auch potenziell divergierende politische Gesellschaftssysteme.

#### LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Praxismodul III - Mündliche Prüfung	0	240
Vertiefte Ausbildung in ausgewählten schwerpunktmäßig internationalen Bereichen: weitere Spezialisierung, insbesondere in den Internationalen Studienrichtungswahlfächern des dritten Studienjahres.		
Praxismodul III - Bericht zum Ablauf und zur Reflexion des Praxismoduls	0	0

## BESONDERHEITEN

---

Die Inhalte des Praxismoduls III orientieren sich an den theoretischen Schwerpunkten in den einzelnen Semestern und dienen als Grundlage für den betrieblichen Ausbildungsplan. Der betriebliche Ausbildungsplan sollte inhaltlich an die Besonderheiten des jeweiligen Ausbildungsunternehmens angepasst werden. Dabei sind betriebliche internationale Schwerpunktsetzungen sinnvoll.

## VORAUSSETZUNGEN

---

Keine

## 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 (W3BW\_901)

### Bachelor Thesis

#### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_901	3. Studienjahr	1		

#### INGESETZTE LEHRFORMEN

Projekt

#### INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Bachelorarbeit	Siehe Prüfungsordnung	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.

# International HRM: Leadership and Core Processes (W3BW\_IB301)

## International HRM: Leadership and Core Processes

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_IB301	3. Studienjahr	1	Prof. Dr. Markus Brandenburger	Deutsch/Englisch

### INGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

### INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Assignment	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 können die Relevanz unternehmenspolitischer Strategien für die Personalstrategie nachvollziehen und bewerten. Sie können den Bezug zu Strategien der Internationalisierung herstellen und die Entsendungssituation in diesen Kontext einordnen. Sie verstehen die Entsendung von Mitarbeitern als ein Entsendungssystem, kommen innerhalb dessen zu einer vertieften Kenntnis personalwirtschaftlicher Kernprozesse und können diese bewerten. Die Kenntnisse nutzen sie zielorientiert, z.B. im Rahmen einer Balanced Scorecard für den Personalbereich. Sie können die Relevanz personalwirtschaftlicher Interaktionspartner erkennen, einschätzen und berücksichtigen. Sie sind in der Lage, selbstständig Aufgabenstellungen höherer Komplexität zu lösen sowie personalwirtschaftliche Entscheidungen zu treffen, zu begründen und zu reflektieren. Hierbei können sie die Auswirkungen von Theorie- und Technologieentwicklung auf das Personalwesen erkennen und qualifiziert beurteilen.

#### METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden lernen die Instrumente der betrieblichen und internationalen Personalarbeit sowie die theoretischen Konzepte kennen und sind in der Lage, deren jeweilige Relevanz einzuschätzen. Sie können sie auf praktische Anwendungsfälle, beispielsweise im Rahmen der Mitarbeiterbindung, übertragen.

#### PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können ihr Verhalten im Rahmen der Vertiefungsveranstaltung reflektieren und realistisch einschätzen. Sie rekurrieren auf Erfahrungen in den Praxisphasen und sind motiviert, den Lerntransfer zwischen Theorie und Praxis vorzunehmen. Dies findet im Handlungsfeld des Personalwesens statt, daher können sie die soziale Verantwortung der betrieblichen Akteure im Rahmen der Personalarbeit erkennen, bewerten und in das eigene Handeln integrieren. Die Bedeutung von Gewerkschaften und Betriebsräten als Interessensvertretungen der Mitarbeiter wird hierbei ebenso berücksichtigt wie Vielfalt (Diversity) als Einflussfaktor akzeptiert und bei eigenen Entscheidungen berücksichtigt wird. Die Studierenden können effektiv in einer Arbeitsgruppe mitarbeiten, ihre unterschiedlichen Rollen reflektieren und bewerten sowie die Gruppenleitung übernehmen. Sie kommunizieren sachlich sowie respektvoll mit einander und halten sich an Vereinbarungen.

#### ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden erlernen die präzise Anwendung von Instrumenten und Konzepten der betrieblichen Personalarbeit in verschiedenen Handlungsfeldern, die Interdependenz und Integration von personalwirtschaftlichen Maßnahmen, die Erklärung und Prognose von personalwirtschaftlichen Phänomenen sowie deren Relevanz für die betriebliche Praxis. Letztlich entwickeln die Studierenden ein gesamthafte Verständnis für die betriebliche Personalarbeit im Kontext internationaler Unternehmenstätigkeit. Sie werden befähigt, Aufgaben im HRM eines (internationalen) Unternehmens zu übernehmen, zu analysieren und bewerten sowie erfolgreich zu lösen.

### LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
International HRM: Management and Core Processes	50	100

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

### LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Ziele und Strategien nationaler und internationaler Personalarbeit; Entsendungssystem; Kernprozesse nationaler und internationaler Personalarbeit: Bedarfsplanung und Kompetenzmanagement; Mitarbeitergewinnung; Personalauswahl und -vorbereitung (onboarding); Mitarbeiterereinsatz, Leistungsbeurteilungen (Performance Management) und Potenzialeinschätzung; Internationale Entgelt- und Anreizsysteme (Reward Systems, Compensation); Mitarbeiterbindung (Retention); Freisetzung von Mitarbeitern

### BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

### VORAUSSETZUNGEN

Personalwirtschaft, Organisation und Projektmanagement

### LITERATUR

Bamber, G.J./Lansbury, R.D./Wailles, N.: International and Comparative Employment Relations, London: Sage.  
Bratton, J./Gold, J.: Human Resources Management. Theory and Practice, New York: Palgrave Macmillan.  
Briscoe, D.R./Schuler, R.S./Claus, L.: International Human Resources Management. Policies and Practices for Multinational Enterprises, New York: Routledge Chapman & Hall.  
Dessler, G.: A Framework for Human Resources Management, Upper Saddle River: Pearson Global.  
Dowling, P.J./Festin, M./Engle, A.D.: International Human Resource Management, Andover: Cengage.  
Harzing, A.-W./Pinnington, A. International Human Resource Management, London: Sage.  
Oechler, W.A./Paul, C.: Personal und Arbeit: Einführung in das Personalmanagement, Berlin, München, Boston: De Gruyter.  
Scholz, C.: Grundzüge des Personalmanagements, München: Vahlen.  
Scholz, C.: Personalmanagement: Informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen, München: Vahlen.  
Tayeb, M.H.: International Human Resource Management. A Multinational Companies Perspective, Oxford, New York: Oxford University Press.

# International HRM: Organisational and Support Processes (W3BW\_IB302)

## International HRM: Organisational and Support Processes

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDauer (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_IB302	3. Studienjahr	1	Prof. Dr. Markus Brandenburger	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

Die Studierenden kennen das Entsendungssystem von Mitarbeitern ins Ausland und die Inhalte und Bedeutung personalwirtschaftlicher Kernprozesse. Sie kennen und akzeptieren die Rolle des Personalbereichs als „Business Partner“. Sie können die Relevanz personalwirtschaftlicher Unterstützungsprozesse erkennen, einschätzen und berücksichtigen. Sie sind in der Lage, selbstständig Aufgabenstellungen höherer Komplexität zu lösen sowie personalwirtschaftliche Entscheidungen zu treffen, zu begründen und zu reflektieren. Hierbei können sie die Auswirkungen von Theorie- und Technologieentwicklung für das Personalwesen erkennen und qualifiziert beurteilen. Durch die Kenntnis vergleichender Studien im Personalwesen verfügen die Studierenden über gezieltes Hintergrundwissen zu ausgewählten Vorgehensweisen in unterschiedlichen Ländern.

#### METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden lernen die Instrumente der betrieblichen und internationalen Personalarbeit sowie die theoretischen Konzepte kennen und sind in der Lage, deren jeweilige Relevanz einzuschätzen. Sie können sie auf praktische Anwendungsfälle, beispielsweise im Rahmen von Change Management- oder M&A-Prozessen, übertragen.

#### PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Feedback-Regeln und sind in der Lage, diese im beruflichen Umfeld situationsabhängig einzusetzen und anzuwenden und. Die Durchführung von Fallstudien, eingebrachte eigene Beispiele aus den Praxisphasen und das Einüben in Rollenspielen befähigen die Studierenden, mit dem Empfangen und Geben von Feedback funktional, institutionell und instrumentell selbstständig umzugehen. Sie beziehen die unterschiedlichen Interessen von Fachabteilungen, Betriebsräten sowie Unternehmensleitung in Ihre Überlegungen ein und sind in der Lage, zu begründeten personalen wie methodischen Entscheidungen zu kommen. Personalere agieren in unterschiedlichen Teamkonstellationen, auch über den eigenen Tätigkeitsbereich hinaus. Dem sollen methodische Überlegungen Rechnung tragen. Die Studierenden können effektiv in einer (abteilungsübergreifenden) Arbeitsgruppe mitarbeiten, ihre unterschiedlichen Rollen reflektieren und bewerten sowie die Steuerung eines Teams übernehmen. Dies wird zum Beispiel durch das angemessene Agieren in unterschiedlichen Kontexten wie einer Personal Due Diligence oder einem Change Prozess erkennbar. Sie kommunizieren sachorientiert sowie respektvoll mit einander, halten sich an Vereinbarungen und vermögen es, potentielle Konflikte konstruktiv zu lösen.

#### ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden erlernen die präzise Anwendung von Instrumenten und Konzepten der betrieblichen Personalarbeit in verschiedenen Handlungsfeldern, die Interdependenz und Integration von personalwirtschaftlichen Maßnahmen, die Erklärung und Prognose von personalwirtschaftlichen Phänomenen sowie deren Relevanz für die betriebliche Praxis. Letztlich entwickeln die Studierenden ein gesamthafte Verständnis für die betriebliche Personalarbeit im Kontext internationaler Unternehmenstätigkeit. Sie werden befähigt, Aufgaben im HRM eines (internationalen) Unternehmens zu übernehmen, zu analysieren und bewerten sowie erfolgreich zu lösen.

### LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
International HRM: Organisational and Support Processes	50	100

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

### LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Arbeitnehmerbeziehungen und -vertretung (Employment Relations); Organisation des Personalwesens; Technologische Entwicklungen im nationalen wie internationalen HRM (Digitalisierung); Personalentwicklung und Training im internationalen Umfeld; Personalcontrolling; HRM im Rahmen von M&A Prozessen; Change Management; HRM in ausgewählten Ländern bzw. Kulturkreisen (Comparative HRM); Verhaltens- und persönlichkeitsorientierte Grundlagen; Ausgewählte Projekte in HRM.

### BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

### VORAUSSETZUNGEN

International Human Resource Management I

### LITERATUR

Bamber, G.J./Lansbury, R.D./Wales, N.: International and Comparative Employment Relations, London: Sage.  
Bratton, J./Gold, J.: Human Resources Management. Theory and Practice, New York: Palgrave Macmillan.  
Briscoe, D.R./Schuler, R.S./Claus, L.: International Human Resources Management. Policies and Practices for Multinational Enterprises, New York: Routledge Chapman & Hall.  
Dessler, G.: A Framework for Human Resources Management, Upper Saddle River: Pearson Global.  
Dowling, P.J./Festini, M./Engle, A.D.: International Human Resource Management, Andover: Cengage.  
Harzing, A.-W./Pinnington, A.: International Human Resource Management, London: Sage.  
Oechler, W.A./Paul, C.: Personal und Arbeit: Einführung in das Personalmanagement, Berlin, München, Boston: De Gruyter.  
Scholz, C.: Grundzüge des Personalmanagements, München: Vahlen.  
Scholz, C.: Personalmanagement: Informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen, München: Vahlen.  
Tayeb, M.H.: International Human Resource Management. A Multinational Companies Perspective, Oxford, New York: Oxford University Press.

# International Marketing & Sales: Principles of International Marketing & Sales Management (W3BW\_IB303)

## International Marketing & Sales: Principles of International Marketing & Sales Management

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_IB303	3. Studienjahr	1	Prof. Dr. Christian Schaller	Deutsch/Englisch/Französisch/ Spanisch

### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Case Study

### EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Assignment	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 erwerben vertiefte Kenntnisse der Marktforschung auf internationalen Märkten und sind in der Lage, einen problemgerechten Ansatz zur Bearbeitung eines empirischen Forschungsprojekts zu entwickeln. Sie haben ihre Kenntnisse über Besonderheiten internationaler Marketing-/Vertriebsstrategien vertieft als Grundlage für die Gestaltung der Marketing- und Vertriebsprozesse und -instrumente im internationalen Bereich. Hierauf aufsetzend haben die Studierenden die Möglichkeiten und Grenzen des Einsatzes ausgewählter Marketing-Mix- und Vertriebsinstrumente im internationalen Kontext vertieft (z.B. marktgerechte Gestaltung der unternehmerischen Leistungen, Aufbau situationspezifischer Kommunikationskonzepte, Entwurf einer zielgerichteten Markenpositionierung und -führung, vertikales Marketing oder Preis- und Konditionenpolitik, Entwurf geeigneter Marketing- und Vertriebsprozesse und -strukturen, und zwar jeweils aus internationaler Perspektive). Ergänzend erwerben die Studierenden Kenntnisse darüber, wie Unternehmen Organisationsstrukturen, Kontroll- und Koordinationssysteme für die Umsetzung internationale Marketing- und Vertriebsstrategien anpassen müssen.

#### METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, vorgegebene Theorien, Konzepte und Methoden aus dem internationalen Marketing und Vertrieb auf konkrete Problemstellungen selbstständig anzuwenden. Die Studierenden können Daten und Informationen aus diversen internen und externen Quellen sammeln, grundsätzlich bewerten und nach vorgegebenen Kriterien aufbereiten. Sie können die zur Verfügung stehenden Lern- und Arbeitsmittel zunehmend selbstständig zum Wissenserwerb nutzen.

#### PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, zur Verfügung stehenden Lern- und Arbeitsmittel zum Wissenserwerb zu nutzen und Theorien, Konzepte und Methoden aus dem internationalen Marketing und Vertrieb unter Anleitung anhand konkreter Problemstellungen selbstständig anzuwenden. Sie haben ein Bewusstsein für die Komplexität realer Fragestellungen entwickelt und können eigene Lösungsvorschläge machen. Sie übernehmen Verantwortung für ihre Arbeit, können diese evaluieren und mit kritischen Kommentaren konstruktiv umgehen. Sie stellen gezielt Verständnisfragen, beteiligen sich aktiv an fachlichen Diskussionen und sind offen für Anregungen. Sie vermögen ihren Standpunkt unter Heranziehung einer theoretisch fundierten Argumentation zu begründen und zu verteidigen. Die Studierenden haben im Rahmen dieses Moduls ihr Bewusstsein für die Möglichkeiten und Probleme der Beeinflussung von Menschen und Organisationen durch Marketing- und Vertriebsinstrumente vertieft und können konstruktiv mit dieser Situation umgehen. Sie sind sich der besonderen Verantwortungen im Prozess der internationalen Unternehmensführung und -entwicklung bewusst und haben sich mit den vielfältigen normativen Fragestellungen einer Managementethik auseinandergesetzt. Die Studierenden haben sich mit den im International Marketing & Sales ergebenden ökonomischen, sozialen wie auch ökologischen Spannungsfeldern auseinandergesetzt (Triple Bottom Line). Sie sind sensibilisiert für die Einhaltung ethischer und wissenschaftlicher Standards bei der Durchführung empirischer Untersuchungen. Sie können effektiv in einer Arbeitsgruppe mitarbeiten, die Gruppenleitung anerkennen und ggf. selbst übernehmen.

#### ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, ihr Wissen im internationalen Marketing und Vertrieb sowie ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten in diesem Feld auf neue Situationen zu übertragen und professionelle Problemlösungen zu entwickeln. Sie können das erworbene Wissen sowie Fähigkeiten und Fertigkeiten in realen Problemstellungen anwenden. Sie planen selbstständig Marketing- und Vertriebsprojekte, realisieren diese und reflektieren kritisch den Projekterfolg sowie ihre Vorgehensweise.

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Principles of International Marketing & Sales Management	50	100

Grundlagen des internationalen Marketing und Vertriebs; Besonderheiten der internationalen Marktforschung (z.B. intern. Marketing Research Plan, Cultural Bias, Comparability and Equivalence, Multicountry Scales and Data, Challenges and Future Directions); Besonderheiten der internationalen Marketing- und Vertriebsstrategie (Internationalization Decision (and Theories)), International Competitiveness, Market Selection Process, Market Entry Strategies, Koordinations-/ Standardisierungsentscheidungen des "being international"; Instrumentelle Besonderheiten des internationalen Marketing und Vertriebs (Designing the Global Marketing Programme in Produktpolitik, Preispolitik, Kommunikationspolitik und Vertriebspolitik); Umsetzung und Koordination internationaler Marketing- und Vertriebsprogramme (Implementing and Coordinating the Global Marketing Programme in Produktpolitik, Preispolitik, Kommunikationspolitik und Vertriebspolitik).

## BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

## VORAUSSETZUNGEN

Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre

## LITERATUR

Baack, D. W./Harris, E. G./Baack, D.: International Marketing. Thousand Oaks (CA): SAGE Publications.  
Backhaus, K./Voeth, M.: Internationales Marketing, Stuttgart: Schäffer-Poeschel.  
Belz, C.: Internationales Vertriebsmanagement für Industriegüter, Frankfurt a. M.: Ueberreuter  
Binckebanck, L./Belz, C.: Internationaler Vertrieb, Wiesbaden: Springer.  
Cateora, P./Gilly, M./Graham, J.: International Marketing, New York: McGraw-Hill.  
Craig, S./Douglas, S.: International Marketing Research, Chichester: Wiley.  
Czinkota, M./Ronkainen, I.: International Marketing, Mason: South Western  
De Mooij, M. K.: Consumer Behavior and Culture: Consequences for Global Marketing and Advertising, London: SAGE Publications.  
Eckardt, G. H.: Business-to-Business-Marketing, Stuttgart: Schäffer-Poeschel.  
Ellis, N.: Business-to-Business Marketing – relationships, networks & strategies, Oxford: Oxford University Press.  
Futrell, C.M.: Fundamentals of Selling, New York: McGraw-Hill.  
Hofbauer, G./Hellwig, C.: Professionelles Vertriebsmanagement, Erlangen: Publicis Kommunikationsagentur.  
Hollensen, S.: Global Marketing, Harlow et al.: Pearson.  
Homburg, C.: Marketingmanagement, Wiesbaden: Springer Gabler.  
Homburg, Ch./Schäfer, H./Schneider, J.: Sales Excellence, Wiesbaden.  
Kotabe, M./Helsen, K.: Global Marketing Management, Hoboken: Wiley.  
Kotler, Ph./Armstrong, G.: Principles of Marketing. Global Edition, Upper Saddle River: Prentice Hall  
Winkelmann, P.: Marketing und Vertrieb: Fundamente für die Marktorientierte Unternehmensführung, München: Oldenbourg.  
Zentes, J./Swoboda, B./Schramm-Klein, H.: Internationales Marketing, München: Vahlen.



## International Marketing & Sales: Applied International Marketing & Sales Management (W3BW\_IB304)

### International Marketing & Sales: Applied International Marketing & Sales Management

#### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_IB304	3. Studienjahr	1	Prof. Dr. Christian Schaller	Deutsch/Englisch/Französisch/ Spanisch

#### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Case Study

#### EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Assignment	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 vertiefen ihre Kenntnisse über Theorien, Konzepte und Methoden in ausgewählten Themenfeldern im internationalen Marketing und Vertrieb, insbesondere in Bezug auf die Einschätzung der Anwendbarkeit in der Praxis und hinsichtlich relevanter Restriktionen. Ferner erkennen die Studierenden, wie Kaufentscheidungen von Konsumenten und Organisationen zustande kommen, und können die Optionen zu deren Beeinflussung einsetzen. Sie verstehen die Besonderheiten des Dienstleistungsmarketings, des Industriegütermarketings sowie des Vertriebsmanagements und der relevanten Theorien, Konzepte und Methoden. Die Studierenden lernen, wie durch Customer Relationship Management der Aufbau langfristiger Kundenbeziehungen gelingen kann und können die entsprechenden Instrumente des Kundenmanagements situationsgerecht einsetzen. Die dabei gewählte Betrachtungsweise ist konsequent internationaler Art. Schließlich können die Studierenden die rechtlichen Grenzen von Marketing- und Vertriebsmaßnahmen (im internationalen Kontext) realistisch einschätzen.

### METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, Fallstudien und deren komplexe Problemstellungen selbstständig zu bearbeiten, dabei Theorien, Konzepte und Methoden aus ausgewählten Themenfeldern im internationalen Marketing und Vertrieb (internationale Marketing- und Vertriebsstrategien/ instrumentelle Besonderheiten im internationalen Marketing und Vertrieb/ Umsetzung und Koordination internationaler Marketing- und Vertriebsprogramme) selbstständig auszuwählen, anzuwenden und kritisch zu würdigen. Die Studierenden können Daten und Informationen aus diversen internen und externen Quellen sammeln, grundsätzlich bewerten und nach vorgegebenen Kriterien aufbereiten. Sie können die zur Verfügung stehenden Lern- und Arbeitsmittel zunehmend selbstständig zum Wissenserwerb nutzen.

### PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, alle zur Verfügung stehenden Lern- und Arbeitsmittel zum Wissenserwerb zu nutzen und Theorien, Konzepte und Methoden aus dem internationalen Marketing und Vertrieb unter Anleitung anhand konkreter Problemstellungen selbstständig anzuwenden. Sie haben ein umfassendes Bewusstsein für die Komplexität realer Fragestellungen entwickelt und können eigene Lösungsvorschläge machen. Sie übernehmen vollumfänglich Verantwortung für ihre Arbeit, können diese umfassend evaluieren und mit kritischen Kommentaren konstruktiv umgehen. Sie stellen gezielt Verständnisfragen, beteiligen sich aktiv an differenzierten fachlichen Diskussionen und sind offen für Anregungen. Sie vermögen ihren Standpunkt unter Heranziehung einer theoretisch fundierten Argumentation umfassend und differenziert zu begründen und zu verteidigen. Die Studierenden haben im Rahmen dieses Moduls ihr Bewusstsein für die Möglichkeiten und Probleme der Beeinflussung von Menschen und Organisationen durch Marketing- und Vertriebsinstrumente weiter vertieft und können konstruktiv mit dieser Situation umgehen. Sie sind sich der besonderen Verantwortungen im Prozess der internationalen Unternehmensführung und -entwicklung im erweiterten Maße bewusst und haben sich mit den vielfältigen normativen Fragestellungen einer Managementethik umfassend auseinandergesetzt. Die Studierenden haben sich mit den im International Marketing & Sales ergebenden ökonomischen, sozialen wie auch ökologischen Spannungsfeldern tiefergehend kritisch auseinandergesetzt (Triple Bottom Line). Sie sind umfassend sensibilisiert für die Einhaltung ethischer und wissenschaftlicher Standards bei der Durchführung empirischer Untersuchungen. Sie können effektiv in einer Arbeitsgruppe mitarbeiten, die Gruppenleitung anerkennen und ggf. selbst übernehmen.

### ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, ihr Wissen im internationalen Marketing/Vertrieb und im Marketing/Vertrieb für weitere ausgewählte, spezielle institutionelle Rahmenbedingungen sowie ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten in diesen Feldern auf neue Situationen zu übertragen und professionelle Problemlösungen zu entwickeln. Sie können das erworbene Wissen sowie Fähigkeiten und Fertigkeiten in realen, komplexen Problemstellungen selbstständig anwenden. Sie planen selbstständig Marketing- und Vertriebsprojekte, realisieren diese und reflektieren kritisch den Projekterfolg sowie ihre Vorgehensweise.

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Applied International Marketing & Sales Management	50	100

Vertiefende Fallstudien zu internationalen Marketing- und Vertriebsstrategien (z.B. zu Internationalization Decision, International Competitiveness, Market Selection Process, Market Entry Strategies, Koordinations-/ Standardisierungsentscheidungen des "being international"); instrumentelle Besonderheiten im internationalen Marketing/Vertrieb (Designing the Global Marketing Programme in Produktpolitik, Preispolitik, Kommunikationspolitik und Vertriebspolitik); Umsetzung und Koordination internationaler Marketing- und Vertriebsprogramme (Implementing and Coordinating the Global Marketing Programme in Produktpolitik, Preispolitik, Kommunikationspolitik und Vertriebspolitik); Vertiefungen in ausgewählten Feldern (jeweils im internationalen Kontext): z.B. Kaufverhalten (Konsumenten, Organisationen), Dienstleistungsmarketing, Industriegütermarketing, Vertriebsmanagement, Kundenbeziehungsmanagement, E-Commerce, rechtliche Aspekte des Marketing und Vertriebs.

### BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

### VORAUSSETZUNGEN

Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre  
International Marketing & Sales: Principles of International Marketing & Sales Management

## LITERATUR

---

- Backhaus, K./Voeth, M.: Internationales Marketing, Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Belz, C.: Internationales Vertriebsmanagement für Industriegüter, Frankfurt a. M.: Ueberreuter
- Binckebanck, L./Belz, C.: Internationaler Vertrieb, Wiesbaden: Springer.
- Brennan, R./Canning, L./McDowell, R.: Business-to-Business Marketing, Los Angeles: Sage.
- Bruhn, M.: Relationship Marketing, München: Vahlen.
- Cateora, P./Gilly, M./Graham, J.: International Marketing, New York: McGraw-Hill.
- Craig, S./, Douglas, S.: International Marketing Research, Chichester: Wiley.
- Czinkota, M./Ronkainen, I.: International Marketing, Mason: South Western
- Eckardt, G. H.: Business-to-Business-Marketing, Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Ellis, N.: Business-to-Business Marketing – relationships, networks & strategies, Oxford: Oxford University Press.
- Futrell, C.M.: Fundamentals of Selling, New York: McGraw-Hill.
- Hippner, H./Hubrich, B./Wilde, K.: Grundlagen des CRM, Wiesbaden: Gabler.
- Hofbauer, G./Hellwig, C.: Professionelles Vertriebsmanagement, Erlangen: Publicis Kommunikationsagentur.
- Hollensen, S.: Global Marketing, Harlow: Pearson.
- Homburg, C.: Marketingmanagement, Wiesbaden: Springer Gabler.
- Homburg, Ch./Schäfer, H./Schneider, J.: Sales Excellence, Wiesbaden.
- Kotabe, M./Helsen, K.: Global Marketing Management, Hoboken: Wiley.
- Solomon, M.: Consumer Behavior: Buying, Having, and Being, Harlow: Pearson.
- Stender-Monhemius, K./Monhemius, J.: Marketing und Recht: Systematik, Beispiele, Fallstudien mit Lösungen, Norderstedt: Books on Demand.
- Zeithaml, V./Bitner, M./Gremler, D.: Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm, New York: McGraw-Hill.
- Zentes, J./Swoboda, B./Schramm-Klein, H.: Internationales Marketing, München: Vahlen.

## International Managerial Accounting (W3BW\_IB305)

### International Managerial Accounting

#### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_IB305	3. Studienjahr	1	Prof. Dr. Uwe Nölte	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 „International Managerial Accounting“ sind die Studierenden in der Lage ausländische (Tochter-)Gesellschaften aus Sicht eines heimischen Controllers analysieren und steuern zu können. Ebenso verstehen sie die Planungs- und Budgetierungsaufgaben ausländischer Tochtergesellschaften und können das Reporting an das Mutterunternehmen erstellen. Nach Abschluss des Moduls „International Managerial Accounting“ sind die Studierenden in der Lage, ausländische (Tochter-)Gesellschaften aus Sicht eines heimischen Controllers analysieren und steuern zu können. Ebenso verstehen sie die Planungs- und Budgetierungsaufgaben ausländischer Tochtergesellschaften und können das Reporting an das Mutterunternehmen erstellen. Die Studierenden können die Funktionsweisen von kurzfristig-operativen und langfristig-strategischen Controllingssystemen unterscheiden. Sie setzen die operativen Controlling-Prozesse selbstständig in Gang und führen relevante Berechnungen durch (z.B. Monatsplanungen, Abweichungsanalysen, Kennzahlenberechnungen). Ebenso sind sie in der Lage, langfristig ausgerichtete Entscheidungen zu verstehen, zu analysieren und zu begründen (z.B. Nutzung von wertorientierten Kennzahlen, Entwurf von Incentivesystemen). Sie verstehen Methoden des Kostenmanagements (Target Costing, Activity Based Costing, etc.) und können die jeweiligen Methoden unterscheiden und zielgerichtet einsetzen.

##### METHODENKOMPETENZ

Im Rechnungswesen eines international tätigen Unternehmens ist es notwendig, dass die Studierenden verstehen warum sich Controlling- und Rechnungslegungssysteme international unterscheiden und unterschiedlich entwickeln können. Nach Abschluss des Moduls „International Managerial Accounting“ sind die Studierenden in der Lage, relevante Planungs- und Steuerungskonzepte zu verstehen und in der jeweiligen Situation adäquat einzusetzen. Sie können die Sichtweise von Controllern in Diskussionen einnehmen und gegenüber anderen Bereichen vertreten. Sie können ebenso die Verbindung zwischen Financial Accounting und Managerial Accounting verstehen und die unterschiedlichen Perspektiven und Aufgaben einordnen.

##### PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können das erworbene Wissen sowie Fähigkeiten und Fertigkeiten in realen Problemstellungen anwenden. Sie verfügen nach Abschluss des Moduls über einen fundierten Überblick über die zentralen Fragestellungen und Spannungsfelder des internationalen Rechnungswesens. Sie können ausdauernd und beharrlich die internationalen Standards analysieren und auswerten. Sie können unter Belastung Diskussionen im Controlling Stand halten und überzeugend ihre Ansichten unter Heranziehung fundierter betriebswirtschaftlicher Argumente vertreten. Sie haben gelernt, mit Kritik umzugehen, adäquat zu kritisieren und auch Lehrenden angemessenen Feedback geben.

Die Studierenden stellen gezielt Verständnisfragen zum internationalen Rechnungswesen, sind offen für Anregungen, beteiligen sich aktiv an fachlichen Diskussionen und übernehmen zunehmend Mitverantwortung für den Lernerfolg.

##### ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, zur Verfügung stehende Lern- und Arbeitsmittel zunehmend selbstständig zum Wissenserwerb zu nutzen. Sie können Daten aus diversen Quellen sammeln, die Qualität verschiedener Informationsquellen einschätzen und ihre Erkenntnisse nach vorgegebenen Kriterien aufbereiten und präsentieren. Schließlich sind sie imstande, vorgegebene Methoden auf konkrete Problemstellungen zunehmend selbstständig anzuwenden.

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

### LEHR- UND LERNEINHEITEN

International Managerial Accounting

PRÄSENZZEIT

50

SELBSTSTUDIUM

100

Grundbegriffe der Kostenrechnung und Kostenrechnungssystemen; Planungs-, Budgetierungs- und Prognosekonzepte: z.B. top down versus bottom-up budgeting, zero-base budgeting, Prognosemodelle; Controlling and Kostenmanagementkonzepte: z.B. Abweichungsanalysen, Kostenstellencontrolling, Kundenprofitabilitätsanalyse, Produktprofitabilitätsanalyse, mehrdimensionale Deckungsbeitragsrechnung, interne Kontrollsysteme; Entscheidungs- und Führungskonzepte: z.B. Verrechnungspreissysteme, Anreizsysteme, Wertorientierte Steuerung (EVA).

### BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

### VORAUSSETZUNGEN

-

### LITERATUR

Blocher, E./Stout, D./Cokins, G.: Cost Management: A Strategic Emphasis, New York: McGraw Hill.

Friedl G./Hofmann C./Pedell B.: Kostenrechnung, Stuttgart: Vahlen.

Horngren, C./Datar, S./Rajan, M.: Cost Accounting: A Managerial Emphasis, Upper Saddle River: Prentice-Hall.

Horvath P./Gleich R./Seiter M.: Controlling, Stuttgart: Vahlen.

Weygandt J./Kimmel P.: Managerial Accounting: Tools for Business Decision Making, Hoboken: Wiley.

## International Financial Accounting (W3BW\_IB306)

### International Financial Accounting

#### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_IB306	3. Studienjahr	1	Prof. Dr. Uwe Nölte	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

Das Modul „International Financial Accounting“ bereitet die Studierenden auf die Erfüllung von Aufgaben im externen Rechnungswesen im internationalen Kontext vor.

Nach Abschluss des Teilmoduls „International Financial Accounting“ sind die Studierenden in der Lage die Jahresabschlüsse ausländischer Gesellschaften aus Sicht des heimischen Managers/Controllers zu analysieren und auszuwerten. Ebenso können sie ausländische Tochterunternehmen bei der Aufstellung des Jahresabschlusses nach internationalen Standards umfassend unterstützen. Die Studierenden befassen sich daher insbesondere mit den Rechnungslegungsstandards der IFRS. Sie erlernen die Aufstellung und Analyse eines Jahresabschlusses nach IFRS sowie die Nutzung und Aufdeckung bilanzpolitischer Maßnahmen. Ebenso können Sie die unterschiedlichen Zielsetzungen der Rechnungslegungsstandards nach HGB und IFRS vergleichen und mögliche Veränderungen der IFRS auf Ihre Auswirkungen auf das Unternehmen einschätzen.

Spezifisch international sind die Studierenden befähigt insbesondere im internationalen Kontext besonders relevante Aspekte der IFRS zu verstehen und erklären zu können (z.B. Fremdwährungsumrechnung, Hedging, Umsatzrealisierung, Leasing). Ebenso können sie ausländische Kunden und Lieferanten des heimischen Unternehmens anhand von IFRS-Geschäftsberichten analysieren und mögliche Geschäftsrisiken aufdecken.

### METHODENKOMPETENZ

Im Rechnungswesen eines international agierenden Unternehmens ist es notwendig, dass die Studierenden verstehen warum sich Controlling- und Rechnungslegungssysteme international unterscheiden und unterschiedlich entwickeln können.

Nach Abschluss des Moduls „International Financial Accounting“ sind die Studierenden daher in der Lage die Prinzipien der IFRS zu verstehen, mögliche Änderungen der IFRS zu antizipieren und unterschiedliche Standpunkte zur Auslegung der IFRS vertreten. Sie können aktuelle Meldungen von Unternehmen zu Auswirkungen der IFRS verstehen und künftige Änderungen von IFRS und deren Auswirkungen einschätzen (z.B. Auswirkung der Änderung des Leasingstandards).

### PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können das erworbene Wissen sowie Fähigkeiten und Fertigkeiten in realen Problemstellungen anwenden. Sie verfügen nach Abschluss des Moduls über einen fundierten Überblick über die zentralen Fragestellungen und Spannungsfelder des internationalen Rechnungswesens. Sie können ausdauernd und beharrlich die internationalen Standards analysieren und auswerten. Sie können unter Belastung Diskussionen im Controlling Stand halten und überzeugend ihre Ansichten unter Heranziehung fundierter betriebswirtschaftlicher Argumente vertreten. Sie haben gelernt, mit Kritik umzugehen, adäquat zu kritisieren und auch Lehrenden angemessen Feedback geben.

### ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden stellen gezielt Verständnisfragen zum internationalen Rechnungswesen, sind offen für Anregungen, beteiligen sich aktiv an fachlichen Diskussionen und übernehmen Mitverantwortung für den Lernerfolg. Sie sind in der Lage, zur Verfügung stehende Lern- und Arbeitsmittel zunehmend selbstständig zum Wissenserwerb zu nutzen. Sie können Daten aus diversen Quellen sammeln, die Qualität verschiedener Informationsquellen einschätzen und ihre Erkenntnisse nach vorgegebenen Kriterien aufbereiten und präsentieren. Schließlich sind sie imstande, vorgegebene Methoden auf konkrete Problemstellungen selbstständig anzuwenden.

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
International Financial Accounting	50	100

Vergleich der Prinzipien der internationalen Rechnungslegungssysteme; Erstellung eines Einzelabschlusses auf Basis der IFRS: z.B. Aufstellungspflicht, Komponenten des Jahresabschlusses nach IFRS (Balance Sheet, Income Statement, OCI, Statement of Changes in Equity, Notes), ausgewählte IFRS-Standards (z.B. Tangible Assets (IAS 16), Inventories (IAS 2), Revenue Recognition (IFRS 15), Leasing (IFRS 16), Currency Translation (IAS 21), Financial Instruments and Hedging (IAS 39 and IFRS 9), Provisions (IAS 37), etc.; Erstellung eines Konzernabschlusses nach IFRS: z.B. Konsolidierung aus ausländischen Tochtergesellschaften, Währungsumrechnung, Eliminierung von konzerninternen Transaktionen; Unternehmensanalyse eines IFRS-Abschlusses anhand ausgewählter Kennzahlen.

### BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

### VORAUSSETZUNGEN

-

### LITERATUR

Coenenberg, A. G./Alvarez, M./Biberacher, J.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Stuttgart: Schäffer-Poeschel.  
Pellens, B./Fülbier, R.U./Gassen, J./Sellhorn, T.: Internationale Rechnungslegung, Stuttgart: Schaeffer-Poeschel.  
Subramanyam, K.R./Wild, J.: Financial Statement Analysis, New York: McGraw Hill.  
Weygandt J./Kimmel P./Kieso D.: Financial Accounting: IFRS, Hoboken: Wiley.  
Harrison W./Horngrren C./Thomas, W./Suwardy, T.: Financial Accounting: International Financial Reporting Standards, Harlow: Pearson.

## International Supply Chain Design (W3BW\_IB307)

### International Supply Chain Design

#### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_IB307	3. Studienjahr	1	Prof. Dr. Simone Maier	Deutsch/Englisch

#### INGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

#### INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Assignment	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 können internationale Supply Chain Designs klassifizieren. Sie können die Supply Chain Strukturen hinsichtlich Ihrer Eignung für eine gegebene Supply Chain Strategie aus unterschiedlichen Perspektiven beurteilen. Sie sind in der Lage die mit dem Design verbundenen Chancen und Risiken aus internationaler Perspektive zu beurteilen. Sie erkennen Schwachstellen und können Empfehlungen im Hinblick auf Zentralisierungs-/Dezentralisierungsentscheidungen und Standortentscheidungen erarbeiten. Sie verstehen die logistische Bedeutung von Intermediären im internationalen Umfeld sowohl auf der Beschaffungs-als auch auf der Absatzseite und können und kennen alternative Konzepte für deren Einsatz.

##### METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden kennen Theorien zur Entwicklung von Supply Chain Strategien. Sie können internationale Offshoring- und Outsourcing-Entscheidungen anhand geeigneter Theorien (Transaktionskosten, Total-Cost-of-Ownership, Kernkompetenzen,...) vorbereiten. Sie kennen Verfahren und Modelle, mit denen sich die Attraktivität von Standorten im Hinblick auf eine gegebene Supply Chain Strategie beurteilen lässt. Sie kennen Modelle und Vorgehensweisen zur Beurteilung und zur Steuerung von Risiken in der internationalen Supply Chain.

##### PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die gesellschaftlichen und umweltrelevanten Auswirkungen von Offshoring- und Outsourcing-Entscheidungen. Sie erkennen die aktive Rolle, die Unternehmen im Hinblick auf gesellschaftliche und umweltrelevante Aspekte im In- und Ausland einnehmen können und sind in der Lage, geeignete Ideen zu entwickeln. Die Studierenden sind in der Lage, alle zur Verfügung stehenden Lern- und Arbeitsmittel zum Wissenserwerb zu nutzen bzw. durch das Stellen von Verständnisfragen ggf. zu erschließen. Sie analysieren Fallbeispiele im Team und vertreten dabei ihren Standpunkt unter Heranziehung theoretisch fundierter Argumentationen. Kritische Einwände aus dem Team nutzen sie konstruktiv.

##### ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können Fallbeispiele internationaler Leistungserstellung kritisch in interdisziplinären Teams diskutieren und analysieren. Sie entwickeln Ideen zur Neugestaltung, leiten Implikationen ab und bewerten diese.

#### LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
International Supply Chain Design	50	100

Supply Chain Strategien; Zentralisierung bzw. Dezentralisierung von Wertschöpfungsprozessen; internationale Standortplanungen; vertikale/horizontale Integration im internationalen Umfeld; Internationale Transportinfrastruktur; verteilte Lagerhaltung; Logistikdienstleister und Intermediäre;



## BESONDERHEITEN

---

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

## VORAUSSETZUNGEN

---

Operational Management in International Business  
Mathematik und Statistik

## LITERATUR

---

Chase, R.B./Jacobs, F.R.: Operations and Supply Management, Irwin: McGraw-Hill.  
Christopher, M.: Logistics and SCM, Harlow: Pearson.  
Grant, D.B./Lambert, D.M./Stock, J.R./Ellram, L.M.: Fundamentals of Logistics Management, London: McGraw-Hill.  
Heizer, J./Render, B.M.: Operations Management, Harlow: Pearson.  
Ivanov, D./Tsipoulanis, A.: Global Supply Chain & Operation Management, Zürich: Springer.  
Kouvelis, P./Dong L.: Handbook of Integrated Risk Management in Global Supply Chains, Hoboken: Wiley.  
Krajewski, L.J./Malhotra, M.K.: Operations Management. Processes and Supply Chains, Harlow: Pearson.  
Langley, C. J./Coyle, J.J./Gibson, B.J./Novack, R.A./Bardi, E.J.: Managing Supply Chains. A Logistics Approach, Mason: South Western Cengage Learning.  
Mangan, J.J./Lalwani, C.L.: Global Logistics and Supply Chain Management, London: Wiley.  
Melzer-Ridinger, R.: Supply Chain Management, München: Oldenbourg.  
Mieke, C./Nagel, M.: Produktion und Logistik. Die wichtigsten Methoden, Konstanz: UVK.  
Schneider, H.M./Buzacott, J.A./Rücker, T.: Operative Produktionsplanung und -steuerung. Konzepte und Modelle des Informations- und Materialflusses in komplexen Fertigungssystemen, München: Oldenbourg.  
Schönsleben, P.: Integral Logistics Management. Operations and Supply Chain Management within and across Companies, Boca Raton: CRC Press.  
Schulte, C.: Logistik. Wege zur Optimierung der Supply Chain, München: Vahlen.  
Slack, N./Brandon-Jones, A./Johnston, R.: Operations Management, Harlow: Pearson.  
Zäpfel, G.: Taktisches Produktionsmanagement, München: Oldenbourg.

# International Supply Chain Management (W3BW\_IB308)

## International Supply Chain Management

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_IB308	3. Studienjahr	1	Prof. Dr. Simone Maier	Deutsch/Englisch

### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

### EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Assignment	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 sind in der Lage Kunden, Lieferanten, Intermediäre und Dienstleister systematisch zu identifizieren, mit denen eine intensive Zusammenarbeit nutzbringend ist. Sie können den Nutzen kooperativer Ansätze wie beispielsweise kooperativen Bestandsmanagements, kooperativer Absatzprognosen, kooperativer Transportsteuerung oder Postponement organisationsübergreifend bewerten und diskutieren. Sie können skizzieren, welche Informationen zwischen den beteiligten Parteien ausgetauscht werden müssen und wie Nutzen und Risiken verteilt werden müssen, damit eine Kooperation erfolgreich sein kann. Sie können einschätzen, welche Risiken mit dem Die Studierenden sind in der Lage, Kunden, Lieferanten, Intermediäre und Dienstleister systematisch zu identifizieren, mit denen eine intensive Zusammenarbeit nutzbringend ist. Sie können den Nutzen kooperativer Ansätze wie beispielsweise kooperativen Bestandsmanagements, kooperativer Absatzprognosen, kooperativer Transportsteuerung oder Postponement organisationsübergreifend bewerten und diskutieren. Darüber hinaus können sie skizzieren, welche Informationen zwischen den beteiligten Parteien ausgetauscht werden müssen und wie Nutzen und Risiken verteilt werden müssen, damit eine Kooperation erfolgreich sein kann. Die Studierenden schätzen ein, welche Risiken mit dem Informationsaustausch insbesondere in asymmetrischen Kooperationen verbunden sind und sind sich der Bedeutung von gegenseitigem Vertrauen in diesem Kontext bewusst. Sie sind in der Lage alternative Planungen zur Abstimmung von Angebot und Nachfrage zu erstellen, zu bewerten und vergleichend gegenüber zu stellen. Damit können die Studierenden strategiekonforme Planungen identifizieren, die dann als Basis für eine synchronisierte Leistungserstellung der Beteiligten im dient. Die Risiken in internationalen Supply Chains erfassen und klassifizieren sie systematisch und entwickeln und beurteilen Maßnahmen zur Risikosteuerung.

#### METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden kennen Methoden zum Bestandsmanagement unter Unsicherheit bzw. bei volatiler Nachfrage und beherrschen qualitative und quantitative Modelle für die Erstellung von Nachfrageprognosen. Sie kennen deren Grenzen und verstehen, von welchen Einflussfaktoren die Qualität von Nachfrageprognosen abhängt. Die Studierenden beherrschen einfache Verfahren des Sales & Operations Planning zur Abstimmung von Angebot und Nachfrage sowie grundlegende Methoden des Risikomanagements für Risiken in der Supply Chain.

#### PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Sie begreifen den Nutzen von Vertrauen als Basis für jegliche Form kooperativer Zusammenarbeit. Sie greifen auf ihre interkulturelle Kompetenz zurück und sind in der Lage zu interpretieren, welche Risiken die interkulturelle Kommunikation für den Aufbau von Vertrauen mit sich bringt. Die Studierenden können sich in die Lage von Kunden, Lieferanten und Dienstleistern versetzen und deren Positionen nachvollziehen und vertreten.

#### ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können Fallbeispiele internationaler Leistungserstellung kritisch diskutieren und analysieren. Sie entwickeln Ideen zu deren Neugestaltung in Abstimmung mit anderen involvierten Parteien, leiten Implikationen ab und bewerten diese.

### LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
International Supply Chain Management	50	100

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

### LEHR- UND LERNEINHEITEN

### PRÄSENZZEIT

### SELBSTSTUDIUM

Supply Chain Strategie; Internationale Make-or-Buy-Entscheidung; Strategische Beschaffung; Internationale Produktions- und Distributionsstrukturen; Logistik-Dienstleister; Supply Chain Management (z.B. E-Procurement, VMI, ECR, CPFR); Risikomanagement; beschaffungsrelevante Rechtsgebiete.

### BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

### VORAUSSETZUNGEN

International Operations & Supply Chain Management I

### LITERATUR

Chase, R.B./Jacobs, F.R.: Operations and Supply Management, Irwin: Mcgraw-Hill.  
Chopra, S./Meindl, P.: Supply Chain Management. Strategy, Planning and Operation, Harlow: Pearson.  
Christopher, M.: Logistics and SCM, Harlow: Pearson Education.  
Coyle, J.J./Novack, R.A./Gibson, B.J./Bardi E.J.: Transportation. A Supply Chain Perspective, South-Western: Cengage.  
Grant, D.B./Lambert, D.M./Stock, J.R./Ellram, L.M.: Fundamentals of Logistics Management, London: McGraw-Hill.  
Heizer, J./Render, B.M.: Operations Management, Harlow: Pearson.  
Ivanov, D./Tsipoulanis, A.: Global Supply Chain & Operation Management, Zürich: Springer.  
Kouvelis, P./Dong L.: Handbook of Integrated Risk Management in Global Supply Chains, Hoboken: Wiley.  
Krajewski, L.J./Malhotra, M.K.: Operations Management. Processes and Supply Chains, Harlow: Pearson.  
Langley, C.J./Coyle, J.J./Gibson, B.J./Novack, R.A./Bardi, E.J.: Managing Supply Chains. A Logistics Approach, South Western, Cengage.  
Large, R.: Strategisches Beschaffungsmanagement. Eine praxisorientierte Einführung. Mit Fallstudien, Wiesbaden: Gabler.  
Mangan, J.J./Lalwani, C.L.: Global Logistics and Supply Chain Management, Wiley.  
Melzer-Ridinger, R.: Supply Chain Management, München: Oldenbourg.  
Mieke, C./Nagel, M.: Produktion und Logistik. Die wichtigsten Methoden, Konstanz: UVK.  
Schönsleben, P.: Integral Logistics Management. Operations and Supply Chain Management within and across Companies, Boca Raton: CRC Press.  
Stadler, H./Kilger, C.: Supply Chain Management and Advanced Planning. Concepts, Models, Software and Case Studies, Berlin: Springer.  
Wildemann, H.: Supply Chain Management. Effizienzsteigerung in der unternehmensübergreifenden Wertschöpfungskette, München: TCW Transfer-Centrum.  
Wisner, J.D./Tan, K./Leong, G.K.: Principles of Supply Chain Management. A Balanced Approach, Boston: Cengage.

# Change Management: Fundamentals and Success Factors (W3BW\_IB315)

## Change Management

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_IB315	3. Studienjahr	1		Deutsch

### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung

### EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Assignment	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 sind mit den Ursachen sowie den verschiedenen Ausprägungen betrieblicher Veränderungen in verschiedenen Phasen einer Veränderung vertraut. Sie kennen die Rahmenbedingungen eines systematischen Change Managements. Sie kennen die Haupterfolgsfaktoren für erfolgreiche Veränderungen. Sie sind mit veränderungsrelevanten Phänomenen zwischenmenschlicher Kommunikation und entsprechenden Handlungsoptionen vertraut.

#### METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, Veränderungen zu analysieren und zu differenzieren. Sie verstehen Motive, die spezifische Verhaltensweisen von Veränderungsbeteiligten und -betroffenen beeinflussen. Sie können Vor- und Nachteile grundsätzlicher Change Management-Ansätze in Abhängigkeit einer konkreten Veränderung einschätzen. Sie können kommunikative und gruppendynamische Prozesse erkennen und sie positiv beeinflussen.

#### PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben ein Verständnis dafür, dass Veränderungen zunehmend die Normalität wirtschaftlichen Handelns darstellen. Sie verfügen im Umgang mit Veränderungen und unklaren Situationen über eine erhöhte Ambiguitätstoleranz und Resilienz. Die Studierenden verfügen nach Abschluss des Moduls über eine erhöhte Sensibilität und Erkenntnisfähigkeit für Befindlichkeiten, Verarbeitungsprozesse und Reaktionen in Veränderungsprozessen bei einzelnen Mitarbeitern, Teams und anderen Beteiligten. Sie können mit diesen empathisch und angemessen umgehen.

#### ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, situationsabhängig erfolgversprechende Lösungsansätze zu entwickeln und gegeneinander abzuwägen.

### LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Leading Change: Fundamentals and Success Factors	50	100

Ursachen von Veränderungen in Gesellschaft und Unternehmen; Formen und Dimensionen betrieblicher Veränderungen; unterschiedliche Rollen und Interessen bei Veränderungen; grundsätzliche Change Management-Ansätze; Instrumente und Methoden des Change Managements; Kosten-Nutzen-Überlegungen; kritische Erfolgsfaktoren; Phasenmodelle von Veränderungsprojekten; Psychologie und Kommunikation im Change Management.

### BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

## VORAUSSETZUNGEN

---

-

## LITERATUR

---

Doppler, K./Lauterburg, C.: Change Management – Den Unternehmenswandel gestalten, Frankfurt am Main: Campus.

Hiatt, J. M./Creasey, T. J.: Change Management: The People Side of Change, Loveland: Prosci

Heitger, B.; Doujak, A.: Managing Cuts and New Growth – an innovative approach to change management, Berlin, Wien: Goldegg.

Kotter, J. P.: Leading Change, Boston: Harvard Business School Press.

Perloff, R. M.: The Dynamics of Persuasion – Communication and Attitudes in the 21st Century, Abingdon, New York: Routledge.

# Change Management: Advanced Concepts and Case Study (W3BW\_IB316)

## Change Management: Advanced Concepts and Case Study

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_IB316	3. Studienjahr	1		Deutsch

### INGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Case Study, Rollenspiel

### INGESETZTE 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 sind mit organisationalen Ansätzen zur Steigerung der Anpassungsfähigkeit vertraut, wie z. B. der Lernenden Organisation. Sie können Veränderungen und Veränderungsmanagement unter betriebswirtschaftlichen und psychologischen Aspekten einschätzen und in ihrem Handeln deren Wechselwirkungen berücksichtigen. Sie können Spannungsfelder und Dynamiken in Veränderungsprojekten identifizieren und angemessen mit ihnen umgehen.

#### METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, ihnen neuartige Problemstellungen systematisch zu analysieren und angemessene Lösungsansätze zu entwickeln. Sie kennen verschiedene Interventionsformen und Instrumente des Change Managements und können sie auch unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten zusammenführen. Sie kennen Vorgehensweisen, Einsatzbereiche und Auswirkungen unterschiedlicher Beratungsansätze.

#### PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden verfügen nach Abschluss des Moduls über eine erhöhte Kompetenz, neuartige Aufgabenstellungen eigenverantwortlich und im Team zu bewältigen. Die Studierenden können sich angemessen auf unterschiedliche Gesprächs- und Kooperationspartner einstellen und kritische Teamsituationen konstruktiv handhaben. Sie erkennen Feedback und Kritik als Impuls für persönliches Wachstum. Sie können mit diesen angemessen argumentativ und empathisch umgehen.

#### ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, Interessen des Unternehmens, der Mitarbeiter und weiterer Stakeholder zu berücksichtigen und systematisch in Unternehmensprozesse zu integrieren. Sie sind sich der fortwährenden gegenseitigen Beeinflussung von betrieblicher Veränderung und begleitendem Veränderungsmanagement und entsprechender notwendiger Anpassungen auf beiden Ebenen bewusst. Diese Erkenntnis können sie auf andere betriebliche Projekte und Prozesse übertragen. Sie können situationsabhängig erfolgversprechende Lösungsansätze entwickeln, abwägen, planen und argumentativ vertreten.

### LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Advanced Concepts and Case Study	50	100

Konzepte zur Steigerung der Veränderungsfähigkeit von Unternehmen; Prinzipien systemischen Change Managements; Iteration von Veränderung und Change Management; Change Management-Architekturen und Interventionsformen; Stabilitätsmanagement im Change; Anpassung des Changeprozesses an dynamische Rahmenbedingungen; unterschiedliche Beratungsansätze und Steuerung von Beratern; Fallstudie zur ganzheitlichen Planung eines Changeprozesses.

## BESONDERHEITEN

---

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

## VORAUSSETZUNGEN

---

Change Management: Fundamentals and Success Factors

## LITERATUR

---

Argyris, Chr.: Overcoming Organizational Defenses: Facilitating Organizational Learning, London: Pearson.  
Cohen, D. S.: The Heart of Change Field Guide – Tools and Tactics for Leading Change in Your Organization, Boston: Harvard Business School Press.  
Harvard Business School Press (Hrsg.): HBR's 10 Must Reads on Change Management, Boston 2011: Harvard Business School Publishing Corporation.  
Königswieser, R./Exner, A.: Systemische Intervention: Architektur und Designs für Berater und Veränderungsmanager, Stuttgart: Schäffer-Poeschel.  
Orridge, M.: Change Leadership – Developing a Change-Adept Organization, Farnham: Gower.  
Palmer, I./Dunford, R.; Akin, G.: Managing Organizational Change – A Multiple Perspectives Approach, Boston u.a.: McGraw-Hill Irwin.

# International Marketing: International Marketing Strategy (W3BW\_IB321)

## International Marketing: International Marketing Strategy

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_IB321	3. Studienjahr	1	Prof. Dr. Clive Flynn	Deutsch/Englisch

### INGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Case Study

### INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Seminararbeit (ohne Präsentation)	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 im Inland gültigen Grundregeln für erfolgreiches Marketing müssen für internationale Märkte in wesentlichen Punkten verändert und um neue Aspekte ergänzt werden. Das internationale Marketing erfordert ein Grundverständnis für die ökonomischen, organisatorischen, rechtlichen und kulturellen Besonderheiten der einzelnen Märkte, um erfolgreich zu sein und zu bleiben.

Aufbauend auf die bereits erworbenen Marketingkenntnisse lernen die Studierenden die Besonderheiten des internationalen Marketings kennen und vertiefen ihre Kenntnisse in den Bereichen Länderauswahl, Markteintrittsstrategien, Marketing Mix und Kunden-/Käuferverhalten im internationalen Umfeld. Ihnen wird der Einfluss kultureller, politisch-soziologischer und ökonomischer Faktoren auf internationale Märkte und das Käuferverhalten bewusst, so dass sie in der Lage sind, marktgerechte Marketingstrategien zu entwickeln.

#### METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, vorgegebene Methoden auf konkrete Problemstellungen selbstständig anzuwenden. Die Studierenden können Daten und Informationen aus diversen internen und externen Quellen sammeln, grundsätzlich bewerten und nach vorgegebenen Kriterien aufbereiten. Sie können die zur Verfügung stehenden Lern- und Arbeitsmittel zunehmend selbstständig zum Wissenserwerb nutzen.

#### PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, alle zur Verfügung stehenden Lern- und Arbeitsmittel zum Wissenserwerb zu nutzen und Methoden des Marketings unter minimaler Anleitung anhand konkreter Problemstellungen (Projekte/Übungen) selbstständig anzuwenden. Sie übernehmen Verantwortung für ihre Arbeit, können diese evaluieren und mit kritischen Kommentaren konstruktiv umgehen. Sie stellen gezielt Verständnisfragen, beteiligen sich aktiv an differenzierten fachlichen Diskussionen und sind offen für Anregungen. Sie vermögen ihren Standpunkt unter Heranziehung einer theoretisch fundierten Argumentation zu begründen und zu verteidigen.

Die Studierenden vertiefen im Rahmen dieses Moduls ihr Bewusstsein für die Möglichkeiten und Herausforderungen der Beeinflussung von Menschen durch Marketinginstrumente und setzen sich mit den sich dabei ergebenden ökonomischen, sozialen wie auch ethischen Spannungsfeldern tiefergehend kritisch auseinander. Sie sind sensibilisiert für die Einhaltung ethischer und wissenschaftlicher Standards bei der Durchführung empirischer Untersuchungen. Sie können effektiv in einer Arbeitsgruppe mitarbeiten, die Gruppenleitung anerkennen und ggf. selbst übernehmen.

#### ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, verschiedene Ansätze zur Erstellung marktgerechter bzw. länderspezifischer Marketingstrategien zu bewerten und kritisch miteinander zu vergleichen. Sie verfügen über grundlegende Analysemuster, mit denen sie Problemstellungen dazu zielorientiert strukturieren können. Auf der Basis des erworbenen Wissens können sie konkrete Handlungsoptionen aufzeigen, kritisch bewerten und ihre Einschätzung zur gewählten Handlungsalternative plausibel begründen.

### LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
International Marketing: International Marketing Strategy	50	100



## LERNEINHEITEN UND INHALTE

### LEHR- UND LERNEINHEITEN

- Ausgewählte qualitative und quantitative Methoden des Marketings zu Produkt-, Preis und Kommunikationspolitik
- Produktpolitik z. B. Produktportfoliomanagement, Neuprodukteinführung, produktbegleitende Dienstleistungen und Service Management
- Preispolitik z. B. Bestimmung der Zahlungsbereitschaften, Preisermittlung, Konditionensysteme und -management
- Kommunikationspolitik z. B. Formen der Kommunikationspolitik
- Einfluss von kulturellen, technologischen und wirtschaftlichen Faktoren auf die Entwicklung und den Vertrieb von neuen Produkten und Dienstleistungen
- Einfluss der Wirtschaftskraft und der Zahlungsbereitschaft auf die Preisgestaltung
- Einfluss des Technologie-Reifegrades und des Umgangs mit Medien auf die Marketingkommunikation z. B. Posterwerbung vs. Fernsehwerbung vs. Social Media Kanäle
- Internationale Branding Strategie und Country of Origin Effect - Marktforschung und der Einfluss von länderspezifischen Faktoren z. B. Analphabetismus, Technologie-Reifegrad, Aktualität der Daten, politischer Einfluss
- Ausgewählte, rechtliche Aspekte des Marketing im internationalen Vergleich z. B. vergleichende Werbung, Werbung mit Frauen und Kindern, Preisgestaltung
- Fallbeispiele/Übungen

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

### BESONDERHEITEN

Weitere Modulverantwortliche:

Kotthaus, Prof. Dr. Ulrich - Villingen-Schwenningen

Rueß, Prof. Dr. Michael - Villingen-Schwenningen

Einschränkung:

Dieses Modul darf nicht mit den Modulen W31B\_IB303 oder W31B\_IB304 kombiniert werden.

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

### VORAUSSETZUNGEN

-

### LITERATUR

- Baack, D. W./ Harris, E. G./ Baack, D.: International Marketing, Thousand Oaks (CA): SAGE Publications.
- Backhaus, K./ Voeth, M.: Industriegütermarketing, München: Vahlen.
- Becker, J.: Marketing-Konzeption: Grundlagen des Ziel-strategischen und operativen Marketing-Managements, München: Vahlen.
- Brennan, R./ Canning, L./ McDowell, R.: Business-to-Business Marketing, Los Angeles: Sage.
- Czinkota, M. R./ Ronkainen, I. A./ Zvobgo, G.: International Marketing, Andover: Cengage Learning.
- De Mooij, M. K.: Consumer Behavior and Culture: Consequences for Global Marketing and Advertising, London: SAGE Publications.
- Eckardt, G. H.: Business-to-Business-Marketing, Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Ellis, N.: Business-to-Business Marketing – relationships, networks & strategies, Oxford: Oxford University Press.
- Godefroid, P./ Pfoertsch, W.: Business-to-Business-Marketing, Ludwigshafen am Rhein: Kiehl.
- Hollensen, S.: Global Marketing, Harlow (UK): Pearson.
- Homburg, C./ Totzek, D.: Preismanagement auf Business-to-Business Märkten – Preisbestimmung – Preisdurchsetzung, Wiesbaden: Gabler.
- Homburg, C./ Krohmer, H.: Marketingmanagement: Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung, Wiesbaden: Gabler.
- Kollmann, T.: E-Business: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Net Economy, Wiesbaden: Gabler.
- Kotabe, M.: Global Marketing Management, Hoboken: Wiley.
- Orme, B. K.: Getting Started with Conjoint Analysis: Strategies for Product Design and Pricing Research. Madison (WI): Research Publishers LLC.
- Rao, V. R.: Applied Conjoint Analysis. Berlin: Springer Verlag.
- Shimp, T. A./ Andrews, J. C.: Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications, Mason (OH): South-Western Cengage Learning.
- Smith, T. J.: Pricing Strategy: Setting Price Levels, Managing Price Discounts, & Establishing Price Structures, Mason (OH): South-Western Cengage Learning.

# International Marketing: Customer Behaviour, CRM, E-Commerce (W3BW\_IB322)

## International Marketing: Customer Behaviour, CRM, E-Commerce

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_IB322	3. Studienjahr	1	Prof. Dr. Clive Flynn	Deutsch/Englisch

### INGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Case Study

### INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Seminararbeit (ohne Präsentation)	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

Insbesondere erkennen die Studierenden, wie Kaufentscheidungen von Konsumenten und Organisationen zustande kommen und können darauf Einfluss nehmen. Sie verstehen, wie durch Kundenmanagement der Aufbau langfristiger Beziehungen zu den Kunden gelingen kann, und können die entsprechenden Instrumente situationsgerecht einsetzen. Die Studierenden vermögen dabei den Kundenwert der potenziellen Neukunden und der Bestandskunden mittels alternativer Bewertungsmethoden zu erfassen. Die fokussierte Perspektive ist dabei durchgängig internationaler Art.

Die Studierenden können Geschäftschancen des E-Commerce erkennen und E-Commerce-Vertriebsstrategien für international tätige Unternehmen entwickeln und umsetzen. Sie können zudem einen auf die Gewinnung und Bindung von Online-Kunden gerichteten Marketing-Mix entwerfen und umsetzen. Zudem erwerben die Studierenden die Kompetenz, Geschäftsstrategien und den Marketing-Mix erfolgreicher Unternehmen systematisch zu analysieren und im Neugeschäft erfolgreich zu entwickeln.

#### METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, vorgegebene Methoden auf konkrete Problemstellungen selbstständig anzuwenden. Die Studierenden können Daten und Informationen aus diversen internen und externen Quellen sammeln, grundsätzlich bewerten und nach vorgegebenen Kriterien aufbereiten. Sie können die zur Verfügung stehenden Lern- und Arbeitsmittel zunehmend selbstständig zum Wissenserwerb nutzen.

#### PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, alle zur Verfügung stehenden Lern- und Arbeitsmittel zum Wissenserwerb zu nutzen und Methoden des Marketings unter minimaler Anleitung anhand konkreter Problemstellungen (Projekte/Übungen) selbstständig anzuwenden. Sie übernehmen Verantwortung für ihre Arbeit, können diese evaluieren und mit kritischen Kommentaren konstruktiv umgehen. Sie stellen gezielt Verständnisfragen, beteiligen sich aktiv an differenzierten fachlichen Diskussionen und sind offen für Anregungen. Sie vermögen ihren Standpunkt unter Heranziehung einer theoretisch fundierten Argumentation zu begründen und zu verteidigen.

Die Studierenden vertiefen im Rahmen dieses Moduls ihr Bewusstsein für die Möglichkeiten und Herausforderungen der Beeinflussung von Menschen durch Marketinginstrumente und setzen sich mit den sich dabei ergebenden ökonomischen, sozialen wie auch ethischen Spannungsfeldern tiefergehend kritisch auseinander. Sie können effektiv in einer Arbeitsgruppe mitarbeiten, die Gruppenleitung anerkennen und ggf. selbst übernehmen.

#### ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, verschiedene Ansätze zur Erstellung marktgerechter bzw. länderspezifischer Marketingstrategien zu bewerten und kritisch miteinander zu vergleichen. Sie verfügen über grundlegende Analysemuster, mit denen sie Problemstellungen dazu zielorientiert strukturieren können. Auf der Basis des erworbenen Wissens können sie konkrete Handlungsoptionen aufzeigen, kritisch bewerten und ihre Einschätzung zur gewählten Handlungsalternative plausibel begründen.

### LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
International Marketing: Customer Behaviour, CRM, E-Commerce	50	100

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

### LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

- Kaufverhalten von Konsumenten und Organisationen in internationalen Märkten: verändertes Selbstbild, verändertes Nutzen, Einfluss von COO-Effekten auf das Kaufverhalten mit Ländervergleich, Einfluss von kulturellen und wirtschaftlichen Effekten auf das Kaufverhalten
- International Customer Relationship Management: CRM als strategischer Ansatz, Ziele des CRM, CRM-Strategien, Aufbau von CRM-Systemen im internationalen Umfeld z. B. Technologien, kulturelle Effekte, Erwartungshaltungen; CRM-Funktionalitäten, Effekt von Technologieverfügbarkeit auf das Customer Relationship Management und die eingesetzten Systeme
- Internationale Datenschutzbestimmungen, Kundenwertmanagement und kulturbedingte Unterschiede, Beziehungsmanagement vs. Vertriebsmanagement
- Grundlagen des E-Commerce, Online-Vertriebsstrategien und -systeme, Prozessabstimmung und organisatorische Voraussetzungen in einem internationalen Umfeld, Schnittstellenmanagement online/offline, Technologieverfügbarkeit z. B. grundsätzliche Technologieverfügbarkeit und länderspezifische Lösungen wie Russland und China, kulturbedingte Erwartungshaltung und Kaufbereitschaft
- Fallbeispiele/Übungen

### BESONDERHEITEN

Weitere Modulverantwortliche:

Kotthaus, Prof. Dr. Ulrich - Villingen-Schwenningen

Rueß, Prof. Dr. Michael - Villingen-Schwenningen

Einschränkung:

Dieses Modul darf nicht mit den Modulen W3IB\_IB303 oder W3IB\_IB304 kombiniert werden.

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

### VORAUSSETZUNGEN

-

### LITERATUR

- Backhaus, K./ Voeth, M.: Industriegütermarketing, München: Vahlen.
- Becker, J.: Marketing-Konzeption: Grundlagen des Ziel-strategischen und operativen Marketing-Managements, München: Vahlen.
- Brennan, R./ Canning, L./ McDowell, R.: Business-to-Business Marketing, Los Angeles: Sage.
- Czinkota, M. R./ Ronkainen, I. A./ Zvobgo, G.: International Marketing, Andover: Cengage Learning.
- Eckardt, G. H.: Business-to-Business-Marketing, Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Ellis, N.: Business-to-Business Marketing – relationships, networks & strategies, Oxford: Oxford University Press.
- Godefroid, P./ Pfoertsch, W.: Business-to-Business-Marketing, Ludwigshafen am Rhein: Kiehl.
- Homburg, C./ Totzek, D.: Preismanagement auf Business-to-Business Märkten – Preisbestimmung – Preisdurchsetzung, Wiesbaden: Gabler.
- Homburg, Ch./ Krohmer, H.: Marketingmanagement: Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung, Wiesbaden: Gabler.
- Jobber, D.: Principles and Practice of Marketing, London u.a.: McGraw-Hill.
- Kollmann, T.: E-Business: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Net Economy, Wiesbaden: Gabler.
- Kotabe, M.: Global Marketing Management, Hoboken: Wiley.
- Kotler, Ph./ Armstrong, G.: Principles of Marketing, Upper Saddle River: Prentice Hall.

# Applied Sustainable Innovations & Marketing (W3BW\_IB325)

## Applied Sustainable Innovations & Marketing

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDauer (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_IB325	3. Studienjahr	1	Prof. Dr. Martin Kornmeier	Deutsch/Englisch

### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Projekt, 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 kennen die Studierenden die Möglichkeiten der Kunden-, Markt- und Wettbewerbsanalyse – insbes. auch zu den einschlägigen Märkten zur Nachhaltigkeit. Sie haben profunde Kenntnisse über die Möglichkeiten der Planung und Entwicklung einschlägiger Sustainable Marketingkonzeptionen, die sie mit Hilfe ihrer erlernten Modelle und Instrumente anhand konkreter Fälle / Daten in Bezug auf Anwendbarkeit und Lösungsbeitrag bewerten und auswählen, um so eine fundierte Empfehlung zur Gestaltung zentraler Marketing- und Vertriebsselemente zu geben.

#### METHODENKOMPETENZ

Zur Lösung komplexer Aufgaben können die Studierenden ihre erlernten Modelle und Instrumente der quantitativen und qualitativen Marktforschung in Bezug auf Anwendbarkeit und Lösungsbeitrag bewerten und auswählen. Sie können ausgewählte Modelle und Instrumente der Kunden-, Markt- und Wettbewerbsanalyse wie auch Methoden der Gestaltung von Sustainable Marketingkonzepten anhand konkreter Probleme (Forschungsprojekte) zielgerichtet einsetzen und selbständig anwenden. Sie haben ein Bewusstsein für die Komplexität realer Fragestellungen und können hierfür eigene Lösungsvorschläge unterbreiten.

#### PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden besitzen die notwendige personale und soziale Kompetenz, um als selbständig denkende und verantwortlich handelnde Persönlichkeit mit kritischer Urteilsfähigkeit innerhalb eines Teams und gegenüber einem Auftraggeber / Vorgesetzten zu überzeugen. Sie können mehrdimensionale Entscheidungen verantwortungsvoll treffen und vermögen ihren Standpunkt unter Heranziehung einer theoretisch fundierten Argumentation zu begründen und zu verteidigen. Die Studierenden kennen die Besonderheiten der Entscheidungsfindung im Team und können mit unterschiedlichen Meinungsbildern konstruktiv und respektvoll umgehen.

#### ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können ihr einschlägiges Wissen sowie ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten in der Marktforschung sowie zu Fragen des Sustainable Marketing auf neuartige Situationen übertragen, in realen Problemstellungen zu Fragen der Nachhaltigkeit anwenden und professionelle Problemlösungen entwickeln. Sie planen selbständig Marktforschungsprojekte sowie Projekte zur Entwicklung einer Sustainable Marketingkonzeption, realisieren diese und reflektieren kritisch ihre Vorgehensweise sowie den Projekterfolg.

### LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Applied Sustainable Innovations & Marketing	50	100

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

### LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Entwicklung eines Forschungsdesigns auf Basis eines gegebenen Problems zum Sustainable Marketing (Forschungsprojekt) – Bewertung der Anwendbarkeit quantitativer und qualitativer Marktforschungsmethoden auf dieses Problem – Anwendung relevanter Methoden des Innovationsmanagement sowie ausgewählter Instrumente der Kunden-, Markt- und Wettbewerbsanalyse und empirischen Forschung (z.B. Trendanalysen, Marktsegmentierung, Auswahl der Zielgruppen, Analyse der Kundenanforderungen, Hypothesentests, Kundenbefragungen (Vorbereitung, Durchführung und Auswertung), Geschäftsmodellanalysen, Branchenstrukturanalyse, Benchmarking, Triangulation) – Entwicklung einer geeigneten Marketing- / Vertriebskonzeption auf Basis der (empirischen) Befunde durch Bewertung der Anwendbarkeit unterschiedlicher Ansätze, Methoden und Instrumente – kritische Analyse der eigenen Konzeption und Lösungsvorschläge - Fallbeispiele

### BESONDERHEITEN

-

### VORAUSSETZUNGEN

-

### LITERATUR

- Aaker, D.A./Kumar, V./Day, G.S./Leone, R.P.: Marketing Research, Hoboken, NJ: Wiley.
- Backhaus, K./Erichson, B./Plinke, W./Weiber, R.: Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung, Berlin, Heidelberg: Springer.
- Balderjahn, I.: Nachhaltiges Management und Konsumentenverhalten, Konstanz: UVK.
- Balderjahn, I.: Nachhaltiges Marketing-Management: Möglichkeiten einer umwelt- und sozialverträglichen Unternehmenspolitik, Stuttgart: Lucius & Lucius.
- Belz, F.-M./Peattie, K.: Sustainability Marketing: A Global Perspective, Chichester: Wiley.
- Birn, R. J.: The Handbook of International Market Research Techniques, London: Kogan Page.
- Boons, F./McMeekin, A. (Eds.): Handbook of Sustainable Innovation, Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Bryman, A.: Social research methods, Oxford: Oxford University Press.
- Debruyne, M./Tackx, K.: Customer Innovation: Delivering a Customer-Led Strategy for Sustainable Growth, London: Kogan Page.
- Döring, N./Bortz, J.: Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften, Berlin, Heidelberg: Springer.
- Emrich, C.: Nachhaltigkeits-Marketing-Management, Berlin: De Gruyter Oldenbourg.
- Harkness, J. A./van de Vijver, F. J. R./Mohler, P. P.: Cross-cultural survey methods, Hoboken/NJ: Wiley-Interscience.
- Hauschildt, J./Salomo, S.: Innovationsmanagement, München: Vahlen.
- Herrmann, A./Homburg, C./Klarmann, M.: Handbuch Marktforschung: Methoden - Anwendungen - Praxisbeispiele, Wiesbaden: Springer Gabler.
- Höfler, B.: Innovationsleitfaden: Von der Idee zum Markt, Graz: Höfler Eigenverlag. Hug, T./Poscheschnik, G.: Empirisch forschen: Die Planung und Umsetzung von Projekten im Studium, Konstanz: UVK.
- Kumar, V.: International marketing research, Upper Saddle River/N.J.: Prentice Hall.
- Meffert, H./Kenning, P./Kirchgeorg, M. (Hrsg.): Sustainable Marketing Management: Grundlagen und Cases, Wiesbaden: Springer Gabler.
- Pastors, S./Scholz, U./Becker, J. H./van Dun, R.: Towards Sustainable Innovation: A five step approach to sustainable change, Baden-Baden: Tectum.
- Scholz, U./Pastors, S./Becker, J. H.: Einführung in nachhaltiges Innovationsmanagement und die Grundlagen des Green Marketing, Marburg: Tectum.
- Trott, P.: Innovation Management and New Product Development, Harlow: Pearson.
- Wahren, H.-K. E.: Erfolgsfaktor Innovation: Ideen systematisch generieren, bewerten und umsetzen, Berlin: Springer.

# Principles of Sustainable Innovations & Marketing (W3BW\_IB326)

## Principles of Sustainable Innovations & Marketing

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_IB326	3. Studienjahr	1	Prof. Dr. Martin Kornmeier	Deutsch

### INGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

### INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Assignment	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 mit den wesentlichen Konzepten, Quellen und Determinanten der für das Sustainable Business relevanten Innovationen vertraut. Sie erkennen den typischen interdisziplinären Charakter von Innovationen. Die Studierenden erwerben vertiefte Kenntnisse der für Sustainable Marketing relevanten Markt- / Konsumentenforschung und können einen problemadäquaten Ansatz zur Bearbeitung eines einschlägigen empirischen Forschungsprojekts entwickeln. Sie haben spezifische Kenntnisse über die Besonderheiten der Strategien, Konzepte und Instrumente des (Sustainable) Marketing, um so die erforderlichen Marketingprozesse und -instrumente gestalten zu können. Auch kennen sie die Möglichkeiten und Grenzen der relevanten Marketinginstrumente (z.B. Marktadäquanz der unternehmerischen Leistungen; zielgruppen-/segmentspezifische Markenpositionierung und Kommunikationskonzepte; Konzeption geeigneter Marketing- und Vertriebsprozesse). Die Studierenden erwerben außerdem das Wissen, wie Unternehmen Organisationsstrukturen, Kontroll- und Koordinationssysteme für die Umsetzung von Sustainable Marketingstrategien anpassen müssen.

#### METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen das Potential von Innovationen für die Erstellung nachhaltiger Leistungen und können bspw. einschlägige Methoden und Techniken zur Kreativitätsförderung nutzen, um neue Ideen zu entwickeln. Die grundlegenden methodischen Herausforderungen von Innovationen können sie angemessen einschätzen. Theorien, Konzepte und Methoden aus dem Sustainable Marketing können die Studierenden auf konkrete Fälle bzw. Problemstellungen selbständig anwenden, indem sie bspw. Daten und Informationen aus bedeutsamen internen und externen Quellen sammeln, bewerten und nach entscheidungsrelevanten Kriterien aufbereiten. Die zur Verfügung stehenden Lern- und Arbeitsmittel nutzen sie, um zunehmend selbständig neues problemrelevantes Wissen zu erwerben.

#### PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können Probleme im Kontext von Sustainable Innovations benennen und einschlägige Fragestellungen in angemessener Fachsprache diskutieren. Sie können Theorien, Konzepte und Methoden aus dem Sustainable Marketing anhand konkreter Probleme (unter Anleitung) selbständig anwenden, wobei sie zum Wissenserwerb alle zur Verfügung stehenden Lern- und Arbeitsmittel nutzen. Sie haben ein Bewusstsein für die Komplexität realer Fragestellungen und können eigene Lösungsvorschläge unterbreiten. Für ihre Arbeit übernehmen sie Verantwortung, indem sie diese evaluieren und mit kritischen Kommentaren konstruktiv umgehen. Die Studierenden stellen gezielt Verständnisfragen, beteiligen sich differenziert an fachlichen Diskussionen und sind offen für Anregungen. Ihren Standpunkt können sie theoretisch fundiert begründen und verteidigen. Die Studierenden schärfen in diesem Modul außerdem ihr Bewusstsein für die Möglichkeiten und Probleme der Beeinflussung durch das Marketing und setzen sich mit den ökonomischen, sozialen und ethischen Spannungsfeldern eingehend auseinander. Sie sind sich der Bedeutung der Einhaltung ethischer und wissenschaftlicher Standards bei der Durchführung empirischer Studien bewusst. Außerdem können sie in Teams effektiv mitarbeiten, wobei sie die Leitung von Gruppen selbst übernehmen, aber auch die Leitung durch andere anerkennen können.

#### ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden in interdisziplinär zusammengesetzten Teams zur Analyse von Problemstellungen und deren Lösung unter Verwendung adäquater Fachsprache beitragen. Ihr Wissen sowie ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten in Sustainable Innovations & Marketing können sie auf neuartige Situationen übertragen und in realen Problemstellungen anwenden, indem sie hierfür praxistaugliche, wirksame Lösungen entwickeln. Sie planen und realisieren selbständig Projekte zum Sustainable Marketing und sind in der Lage, Vorgehensweise und Projekterfolg kritisch zu reflektieren.

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Principles of Sustainable Innovations & Marketing	50	100
Konzeptionelle Grundlagen von Innovation; Leistungserstellung und Innovation; Methoden und Instrumente für verschiedene Phasen im Innovationsprozess; Möglichkeiten von Open Innovation; Methoden und Techniken zur Kreativitätsförderung; Entwicklung nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen sowie Produkt-Service-Systeme; Entwicklungen, Perspektiven und Ansatzpunkte einer Sustainable Marketing-Konzeption - Ziele und Elemente eines Sustainable Marketing-Management - Analyse und strategische Planung im Sustainable Marketing (strategische / operative Nachhaltigkeitsanalyse) - Strategien des Sustainable Marketing - Nachhaltiges Konsumentenverhalten (gesellschaftspolitisches Leitbild; Determinanten nachhaltiger Konsumstile; Umweltbewusstsein; Verhaltenslücke; Beeinflussungsmöglichkeiten) – Markt-/Konsumentenforschung für Sustainable Marketing - Marktsegmentierung, -ausrichtung und positionierung - Instrumente des Sustainable Marketing (Produktpolitik; Preispolitik; Kommunikationspolitik; Distributionspolitik)		

## BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

## VORAUSSETZUNGEN

-

## LITERATUR

- Balderjahn, I.: Nachhaltiges Management und Konsumentenverhalten, Konstanz: UVK.  
Balderjahn, I.: Nachhaltiges Marketing-Management: Möglichkeiten einer umwelt- und sozialverträglichen Unternehmenspolitik, Stuttgart: Lucius & Lucius.  
Belz, F.-M./Peattie, K.: Sustainability Marketing: A Global Perspective, Chichester: Wiley.  
Boons, F./McMeekin, A. (Eds.): Handbook of Sustainable Innovation, Cheltenham: Edward Elgar Publishing.  
Bruhn, M.: Marketing: Grundlagen für Studium und Praxis, Wiesbaden: Springer Gabler.  
Debruyne, M./Tackx, K.: Customer Innovation: Delivering a Customer-Led Strategy for Sustainable Growth, London: Kogan Page.  
Dibb, S./Simkin, L./Pride, W.M./Ferrell, O.C.: Marketing Concepts and Strategies, Andover: Cengage Learning.  
Emrich, C.: Nachhaltigkeits-Marketing-Management, Berlin: De Gruyter Oldenbourg.  
Englert, M./Ternès, A. (Hrsg.): Nachhaltiges Management: Nachhaltigkeit als exzellenten Managementansatz entwickeln, Berlin: Springer Gabler.  
Hauschildt, J./Salomo, S.: Innovationsmanagement, München: Vahlen.  
Höfler, B.: Innovationsleitfaden: Von der Idee zum Markt, Graz: Höfler Eigenverlag.  
Homburg, C.: Marketingmanagement: Strategie - Instrumente - Umsetzung – Unternehmensführung, Wiesbaden: Springer Gabler.  
Kotler, P./Keller, K.L.: Marketing Management, Harlow: Pearson.  
Meffert, H./Kenning, P./Kirchgeorg, M. (Hrsg.): Sustainable Marketing Management: Grundlagen und Cases, Wiesbaden: Springer Gabler.  
Pastoors, S./Scholz, U./Becker, J. H./van Dun, R.: Towards Sustainable Innovation: A five step approach to sustainable change, Baden-Baden: Tectum.  
Scholz, U./Pastoors, S./Becker, J. H.: Einführung in nachhaltiges Innovationsmanagement und die Grundlagen des Green Marketing, Marburg: Tectum.  
Stehr, C./Struve, F. (Hrsg.): CSR und Marketing: Nachhaltigkeit und Verantwortung richtig kommunizieren, Berlin: Springer Gabler.  
Tidd, J./Bessant, J.: Managing Innovation, Hoboken: Wiley.  
Trott, P.: Innovation Management and New Product Development, Harlow: Pearson.  
Wahren, H.-K. E.: Erfolgsfaktor Innovation: Ideen systematisch generieren, bewerten und umsetzen, Berlin: Springer.

## Sustainability Controlling and Reporting (W3BW\_IB327)

### Sustainability Controlling and Reporting

#### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_IB327	3. Studienjahr	1	Prof. Dr. Martin Kornmeier	Deutsch/Englisch

#### INGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

#### INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Assignment	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 kennen die Studierenden die Bedeutung des klassischen sowie des nachhaltigkeitsorientierten Controlling als Führungsunterstützungsfunktion und -institution für eine auf ökonomische, ökologische und soziale Nachhaltigkeit ausgerichtete Unternehmensführung. Die Studierenden können Gesellschaften aus Sicht eines Controllers analysieren und steuern. Die Studierenden sind mit den Aufgaben und Zielen des Nachhaltigkeitscontrolling vertraut und können Weiterentwicklungsbedarfe der „klassischen“ Controllinginstrumente zur Operationalisierung und Verfolgung von Nachhaltigkeitszielen erkennen und beurteilen. Sie können die Funktionsweisen von kurzfristig-operativen und langfristig-strategischen Controllingssystemen unterscheiden. Sie setzen die operativen Controlling-Prozesse selbständig in Gang und führen relevante Berechnungen durch (z.B. Abweichungsanalysen, Kennzahlenberechnungen). Ebenso können sie langfristig ausgerichtete Entscheidungen verstehen, analysieren und begründen (z.B. Nutzung von wertorientierten Kennzahlen; Entwurf von Anreizsystemen). Sie verstehen Methoden des Kostenmanagement (z. B. Target Costing) und können die jeweiligen Methoden unterscheiden und zielgerichtet einsetzen.

##### METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die Verbindung zwischen Controlling und Sustainability Controlling und können die unterschiedlichen Perspektiven und Aufgaben einordnen. Ihr erworbenes Wissen, ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten zu relevanten Planungs- und Steuerungskonzepten des (Sustainability) Controlling setzen sie in realen Problemstellungen adäquat ein. Sie verfügen nach Abschluss des Moduls über einen fundierten Überblick über die zentralen Fragestellungen und Spannungsfelder des Sustainability Controlling und können einschlägige Standards analysieren und auswerten. Die Studierenden können ein nachhaltigkeitsorientiertes Controllingssystem gestalten, indem sie Instrumente und Konzepte des Nachhaltigkeitscontrolling anwenden.

##### PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Auch unter Belastung können die Studierenden Diskussionen im Controlling Stand halten. Sie können dabei die Sichtweise von Controllern einnehmen und ihre Ansichten gegenüber anderen Bereichen überzeugend und fundiert vertreten, auch indem sie auf einschlägige betriebswirtschaftliche Argumente rekurrieren. In der Unternehmenspraxis implementierte Controllingssysteme können sie hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeitsorientierung kritisch analysieren. Sie können mit Kritik umgehen, adäquat kritisieren und auch Lehrenden angemessen Feedback geben. Die Studierenden stellen gezielt Verständnisfragen zum (Sustainability) Controlling, sind offen für Anregungen, beteiligen sich aktiv an fachlichen Diskussionen und übernehmen zunehmend Mitverantwortung für den Lernerfolg.

##### ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden entwickeln ein klares Verständnis für die im Sustainability Controlling and Reporting typischen Strukturen und Prozesse. Sie verstehen z. B. die Bedeutung einschlägiger strategischer und operativer Instrumente für die Gestaltung eines effektiven Sustainability Controlling sowie deren Relevanz für das Management eines nachhaltig geführten Unternehmens. Die Studierenden erfassen Interdependenz und Integration der verschiedenen Analyseebenen (z. B. Abweichungsanalysen; Sustainability Balanced Scorecard) und können deren Stellenwert für die betriebliche Praxis erklären. Letztlich entwickeln die Studierenden ein gesamthafes Verständnis für das Sustainability Controlling and Reporting – insbes. auch im Kontext internationaler Unternehmenstätigkeit. Sie können einschlägige Aufgaben im Sustainability Controlling eines (internationalen) Unternehmens übernehmen, analysieren, bewerten und erfolgreich lösen.



## LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Sustainability Controlling and Reporting	50	100
<p>Vermittelt werden insbes. Kenntnisse über die Gestaltung und Anwendung von Controllinginstrumenten, um Entscheidungen und Verhalten im Rahmen einer nachhaltigkeitsorientierten Unternehmensführung effektiv zu unterstützen: Controlling vs. Sustainability Controlling: Einführung</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Rolle des Controlling im Nachhaltigkeitsmanagement; Aufgaben, Kernelemente des nachhaltigen Controlling</li></ul> <p>Grundzüge des (Sustainability) Controlling</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Abgrenzung; Ziele; Funktionsweise; Organisation; spezifische Herausforderungen an das Controlling</li></ul> <p>Instrumente des (Sustainability) Controlling</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• strategisches Controlling: u.a. Sustainability Balanced Scorecard; Stakeholderdialog; Szenario- / SWOT-Analysen; Portfolio-Konzepte; Betriebliches Kontinuitätsmanagement; Resilienzmanagement; Target Costing; nachhaltigkeitsbezogene Produktlinienanalyse; EFQM Sustainability Excellence; wertorientierte Konzepte; Anreizsysteme, Wertorientierte Steuerung (EVA)</li><li>• operatives Controlling: u.a. Kennzahlensysteme, kurzfristig-operative vs. langfristig-strategische Controllingsysteme; nachhaltigkeitsorientierte Budgetierung; kurzfristige Erfolgsrechnungen; nachhaltiges Kostenmanagement; nachhaltige Prozesskostenanalyse; interne Kontrollsysteme; Abweichungsanalysen</li></ul> <p>Ansatzpunkte des (Sustainability) Controlling</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• u.a. Nachhaltigkeit von Investitionen, Produkten, Beschaffung</li><li>• Nachhaltige Life Cycle (Life Cycle Management)</li><li>• Rechnungswesen und Gewinn- und Verlustrechnung</li><li>• Carbon Management</li></ul> <p>Sustainability reporting (Nachhaltigkeitsberichterstattung) und Implikationen für das Controlling</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Gründe / Stakeholder / Akteure / Zielgruppen des Sustainability reporting</li><li>• Gesetzliche Rahmenbedingungen, internationale und nationale Standards sowie Dokumente zur Nachhaltigkeitsberichterstattung (v.a. EU CSR-Directive; GRI; UN Global Compact; ...)</li><li>• Inhalte / Merkmale von Nachhaltigkeitsprüfungen</li><li>• Grundkonzeption / Elemente des Nachhaltigkeitsberichts (wesentliche Kennzahlen; Unternehmensvision und -strategie; integrierte vs. eigenständige vs. kombinierte Grundkonzeption; ...)</li></ul>		

## BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

## VORAUSSETZUNGEN

-

## LITERATUR

Alter, R.: Strategisches Controlling: Unterstützung des strategischen Managements, Berlin: De Gruyter Oldenbourg  
Colsman, B.: Nachhaltigkeitscontrolling, Wiesbaden: Springer Gabler.  
Englert, M./Ternès, A. (Hrsg.): Nachhaltiges Management: Nachhaltigkeit als exzellenten Managementansatz entwickeln, Berlin: Springer Gabler.  
Frese, M./Colsman, B.: Nachhaltigkeitsreporting für Finanzdienstleister, Wiesbaden: Springer Gabler.  
Gleich, R./Bartels, P./Breisig, V. (Hrsg.): Nachhaltigkeitscontrolling: Konzepte, Instrumente und Fallbeispiele für die Umsetzung, Freiburg: Haufe.  
Günther, E./Steinke, K.-H. (Hrsg.): CSR und Controlling, Berlin: Springer Gabler.  
Hentze, J./Thies, B.: Stakeholder-Management und Nachhaltigkeits-Reporting, Berlin: Springer Gabler.  
Horvath, P./Gleich, R./Seiter, M.: Controlling, Stuttgart: Vahlen.  
Küpper, H.-U./Friedl, G./Hofmann, C./Hofmann, Y./Pedell, B.: Controlling: Konzeption, Aufgaben, Instrumente, Stuttgart: Schäffer-Poeschel  
Weber, J./Georg, J./Janke, R./Mack, S.: Nachhaltigkeit und Controlling, Weinheim: Wiley VCH.

## Sustainable Finance (W3BW\_IB328)

### Sustainable Finance

#### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_IB328	3. Studienjahr	1	Prof. Dr. Martin Kornmeier	Deutsch/Englisch

#### INGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

#### INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Assignment	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 innovativen und nachhaltigen Konzepte zur Unternehmensfinanzierung sowie die Wechselbeziehungen von strategischen Überlegungen (bspw. zur nachhaltigen Unternehmensführung) und (nachhaltiger) Unternehmensfinanzierung. Sie verstehen die Bedeutung von Kapital (z. B. Aktien, Anleihen, Eigenkapital, Bankdarlehen usw.) als Hebel für nachhaltige Entwicklung bzw. Wachstum und kennen die relevanten Finanzierungsformen, welche sie - auch vor dem Hintergrund rechtlicher Gestaltungsmöglichkeiten - im Hinblick auf ihre ökonomischen, ökologischen und sozialen Konsequenzen bewerten können. Sie kennen die Motive von Investoren zur Berücksichtigung von Nachhaltigkeit in ihren Investitionsstrategien und -entscheidungen und können das Potential des Kapitalmarkts bezüglich Nachhaltigkeitsthemen einschätzen. Außerdem können die Studierenden verdeutlichen, welche Faktoren eine größere Nachhaltigkeit des Finanzsektors behindern und welche innovativen Ansätze dazu beitragen, einen nachhaltigeren Finanzsektor zu entwickeln. Sie kennen Rahmenbedingungen und wesentliche Akteure im „Sustainable Finance“ (Investoren, Staaten, Banken, regionale und überregionale Institutionen, NGOs) sowie neue und bestehende Initiativen von Gesetzgeber und Verbänden. Konsequenzen und Ansätze für Unternehmen können sie einordnen.

##### METHODENKOMPETENZ

Nach erfolgreichem Besuch des Moduls „Sustainable Finance“ können die Studierenden diesbezüglich qualifizierte Entscheidungen im Finanzmanagement eines Unternehmens treffen. Die Studierenden kennen die Instrumente des Corporate und Sustainable Finance, können deren Relevanz einschätzen und erkennen die Interdependenzen einschlägiger finanzwirtschaftlicher Entscheidungen zu anderen Fachbereichen. Die Studierenden können ihre Fähigkeit zur Problemlösung im (Sustainable) Finance in neuen, unvertrauten Situationen anwenden und auf praktische Anwendungsfälle übertragen, bspw. auf die Finanzierung einer neuen nachhaltigen Produktionsanlage oder auf die Finanzierung der Markteinführung nachhaltiger Produkte.

##### PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können Themen zu einschlägigen Fragen der (nachhaltigen) Unternehmensfinanzierung auf hohem Niveau diskutieren, wobei sie ihre Ansichten unter Heranziehung fundierter betriebswirtschaftlicher Argumente überzeugend vertreten. In der Unternehmenspraxis verwendete Finanzierungsinstrumente können sie hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeitsorientierung kritisch analysieren. Sie können mit Kritik umgehen, adäquat kritisieren und auch Lehrenden angemessenen Feedback geben. Die Studierenden stellen gezielt Verständnisfragen zur (nachhaltigen) Finanzierung von Unternehmen, sind offen für Anregungen, beteiligen sich aktiv an fachlichen Diskussionen und übernehmen zunehmend Mitverantwortung für den Lernerfolg.

##### ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Für die spezifischen Zusammenhänge und Prozesse des Sustainable Finance entwickeln die Studierenden ein präzises Verständnis: Sie erfassen und begreifen z. B. die Bedeutung einschlägiger Alternativen der Kapitalaufbringung sowie die besondere Bedeutung des Sustainable Financing für eine nachhaltige Unternehmensführung. Sie verstehen die Interdependenz (z. B. Art der Finanzierung vs. Nachhaltigkeit) und können die spezifischen Konsequenzen (sowie deren Stellenwert für die betriebliche Praxis) erklären und prognostizieren. Letztlich entwickeln die Studierenden ein gesamthafes Verständnis für die Gestaltung eines (Sustainable) Finance – insbes. auch im Kontext internationaler Unternehmenstätigkeit. Sie können finanzwirtschaftlich relevante Aufgaben in einem (internationalen) Unternehmen übernehmen, analysieren, bewerten und erfolgreich lösen.

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Sustainable Finance	50	100
<p>Corporate Finance vs. Sustainable Finance: Einführung</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Aktuelle Entwicklungen</li><li>• Bedeutsame Akteure (v.a. Investoren; Banken, Öffentliche Hand, Ratingagenturen, Fremdkapitalnehmer)</li></ul> <p>Alternativen der Kapitalaufbringung im Überblick</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Außenfinanzierung</li><li>• Innenfinanzierung</li><li>• Kapitalstruktur und Verschuldungspolitik</li></ul> <p>Finanzanalyse</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Kennzahlenanalyse</li><li>• Kennzahlensysteme</li><li>• Kapitalflussrechnung</li></ul> <p>Sustainable Financing: Ablauf und Qualitätsbewertung</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Auswahl nachhaltiger Konzepte; Nachhaltigkeitsanalyse; Suche / Auswahl des Finanzierungspartners; ...</li><li>• Nachhaltige Anlagekriterien / Socially Responsible Investments</li><li>• Bewertungsansätze</li><li>• Nachhaltigkeitsratings</li><li>• ESG-Rating und -evaluation</li></ul> <p>Instrumente des „Sustainable Finance“</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• u.a. Green Bond; nachhaltige Aktie; nachhaltiges Schuldscheindarlehen; Bankkredit</li><li>• P2P-lending, Mikrofinanz, Crowd Funding, Islamic Finance, Regionalgeld</li><li>• Instrumente für Anleger</li></ul>		

## BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

## VORAUSSETZUNGEN

-

## LITERATUR

Brealey, R.A./ Myers, S.C./ Allen, F.: Principles of Corporate Finance, New York: McGraw-Hill  
Drukarczyk, J./Lobe, S.: Finanzierung. München: UKV/Lucius  
Felder-Kuzu, N.: Kleiner Einsatz, große Wirkung: Mikrofinanz und Mikrofranchising - Modelle gegen die Armut, Zürich: Rüffer & Rub.  
Grunow, H.-W./Zender, C.: Green Finance: Erfolgreiche Schritte zur grünen Unternehmensfinanzierung, Wiesbaden: Springer Gabler  
Jeucken, M.: Sustainable Finance and Banking: The Financial Sector and the Future of the Planet, Hoboken: Taylor and Francis.  
Lehner, O. M. (Ed.): Routledge Handbook of Social and Sustainable Finance, London: Routledge.  
Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A.: Finanzwirtschaft der Unternehmung. München: Vahlen  
Schoenmaker, D./Schramade, W.: Principles of Sustainable Finance, Oxford: Oxford University Press  
Thompson, S.: Principles and Practice of Green Finance: Making the Financial System Sustainable, London: Kogan Page.

# Sustainable Operations (W3BW\_IB329)

## Sustainable Operations

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_IB329	3. Studienjahr	1	Prof. Dr. Martin Kornmeier	Deutsch/Englisch

### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

### EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Assignment	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 von „Sustainable Operations“ kennen und erkennen die Studierenden die Wettbewerbsvorteile, die Unternehmen (unterschiedlicher Branchen) mit nachhaltiger Produktion, Logistik und Supply Chain Management erzielen können. Sie verstehen die Bedeutung einer diesbezüglich erforderlichen strategischen Ausrichtung. Die Studierenden kommen innerhalb dessen zu einer vertieften Kenntnis operations-relevanter Kernprozesse und können diese bewerten. Sie verstehen somit auch den Einfluss des Aufbaus einschlägiger Produktionssysteme, die Bedeutung, Prinzipien und Instrumente des Lean Management für nachhaltige Produktion sowie der zirkularen Ökonomie und das Nutzenpotential von Six-Sigma. Auch mit nachhaltigen Energiekonzepten sind sie vertraut. Sie können die Relevanz der Interaktionspartner von Sustainable Operations erkennen, einschätzen und berücksichtigen und nutzen diese Kenntnisse zielorientiert, z.B. bei der Anwendung der Instrumente des Lean Management. Sie können selbständig Aufgabenstellungen höherer Komplexität lösen sowie operations-relevante Entscheidungen treffen, begründen und reflektieren. Hierbei können sie die Auswirkungen der internen und externen Einflussfaktoren auf das Sustainable Operations Management erkennen und qualifiziert beurteilen.

#### METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden lernen die Instrumente des Sustainable Operations Management sowie die theoretischen Konzepte kennen und können deren Relevanz einschätzen. Sie können sie auf praktische Anwendungsfälle, bspw. im Rahmen von Lean Management oder zirkularen Operations-Prozessen, übertragen.

#### PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Indem sie auch auf Erfahrungen in den Praxisphasen rekurrieren, können die Studierenden ihr Verhalten im Rahmen der Vertiefungsveranstaltung reflektieren und realistisch einschätzen. Sie sind dadurch motiviert, das jeweils Erlernte zwischen Theorie und Praxis zu transferieren. Dies findet im Kontext des (sustainable) Operations / Supply Chain Management statt, weshalb die Studierenden die soziale Verantwortung der betrieblichen Akteure in diesem Handlungsfeld erkennen, bewerten und in das eigene Handeln integrieren können. Die Studierenden können effektiv in einer Arbeitsgruppe mitarbeiten, ihre unterschiedlichen Rollen reflektieren und bewerten sowie die Gruppenleitung übernehmen. Sie kommunizieren sachlich sowie respektvoll miteinander und halten sich an Vereinbarungen.

#### ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden entwickeln ein klares Verständnis für übergreifende Zusammenhänge und Prozesse: Sie verstehen z. B. die Relevanz einschlägiger Instrumente und Konzepte für Gestaltung und Management eines nachhaltigen Operations Management sowie die Relevanz verschiedener Handlungsfelder (z. B. nachhaltige Produktion, Logistik). Sie erfassen Interdependenz und Integration beschaffungswirtschaftlicher Maßnahmen und können einschlägige Phänomene sowie deren Bedeutung für die betriebliche Praxis erklären und prognostizieren. Letztlich entwickeln die Studierenden ein gesamthafes Verständnis für die Gestaltung von Sustainable Operations – insbes. auch im Kontext internationaler Unternehmenstätigkeit. Sie werden befähigt, entsprechende Aufgaben in einem (internationalen) Unternehmen zu übernehmen, zu analysieren, zu bewerten und erfolgreich zu lösen.

### LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Sustainable Operations	50	100

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

### LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Sustainable Operations und Supply Chain Management: Wettbewerbsvorteile

- Nachhaltige Produktion, Logistik und Supply Chain Management in der Fertigungs- und Dienstleistungsbranche
- Sustainable Operations als Wettbewerbsvorteil
- Strategische Ausrichtung und Entscheidungsfindung
- Performance Management und Steuerung von Produktion und Supply Chain

Sustainability und Produktion

- Aufbau des Produktionssystems: Überblick
- Bedeutung des Lean Management für nachhaltige Produktion (Überblick über ökologische und soziale „Abfälle“; Prinzipien und Werkzeuge des Lean Management)
- Nutzenpotential von Six-Sigma für nachhaltige Produktion (u.a. statistische Kontrolle)
- Prinzipien der zirkularen Produktion
- Nachhaltige Energiekonzepte in der Produktion, Energieeffizienz

Sustainability und Logistik, (physische) Distribution und Verpackung

- Sozio-ökologische Aspekte in Logistik und Distribution
- Referenzrahmen für Distribution und Nachhaltigkeit (CO<sub>2</sub>-Fußabdruck; Transportabfälle)
- Warehouse Management und Nachhaltigkeit
- Nachhaltige Verpackung

### BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

### VORAUSSETZUNGEN

Sustainable Supply Chains

### LITERATUR

- Bretzke, W.-R./Barkawi, K.: Sustainable Logistics: Responses to a Global Challenge, Berlin: Springer.
- Chase, R.B./Jacobs, F.R.: Operations and Supply Management, Irwin: McGraw-Hill.
- de Boer, L./Andersen, P. H. (Eds.): Operations Management and Sustainability: New Research Perspectives, Cham: Palgrave Macmillan.
- Grant, D.B./Trautrim, A./Wong, C.Y. (Eds.): Sustainable Logistics and Supply Chain Management: Principles and Practices for Sustainable Operations and Management, London: Kogan Page.
- Heizer, J./Render, B.M.: Operations Management, Harlow: Pearson.
- Ivanov, D./Tsipoulanidis, A.: Global Supply Chain & Operation Management, Zürich: Springer.
- Krajewski, L.J./Malhotra, M.K.: Operations Management. Processes and Supply Chains, Harlow: Pearson.
- Mieke, C./Nagel, M.: Produktion und Logistik. Die wichtigsten Methoden, Konstanz: UVK.
- Schneider, H.M./Buzacott, J.A./Rücker, T.: Operative Produktionsplanung und -steuerung. Konzepte und Modelle des Informations- und Materialflusses in komplexen Fertigungssystemen, München: Oldenbourg.
- Slack, N./Brandon-Jones, A./Johnston, R.: Operations Management, Harlow: Pearson.
- Souza, G.C. (Ed.): Sustainable operations and closed-loop supply chains, New York: Business Expert Press.
- Stahel, W.R.: The circular economy: A user's guide, New York: Routledge.
- Zäpfel, G.: Taktisches Produktionsmanagement, München: Oldenbourg.

## Sustainable Supply Chains (W3BW\_IB330)

### Sustainable Supply Chains

#### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_IB330	3. Studienjahr	1	Prof. Dr. Martin Kornmeier	Deutsch/Englisch

#### INGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

#### INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Assignment	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 kennen und verstehen die Studierenden die Relevanz der Nachhaltigkeit in Bezug auf Ursachen und Auswirkungen des globalen Lieferkettenmanagement. Auch können die Studierenden die einschlägigen Konzepte zu nachhaltigen Lieferketten zur Entscheidungsunterstützung anwenden. Die Studierenden verstehen den Zusammenhang zwischen Sustainable Operations und Supply Chain Management und die Relevanz unternehmenspolitischer Strategien für das Supply Chain Management - insbes. mit Blick auf Nachhaltigkeit. Die Studierenden kommen innerhalb dessen zu einer vertieften Kenntnis Supply chain-relevanter Kernprozesse und können diese bewerten. Sie verstehen somit auch den Einfluss der Konzeption neuer Produkte (New Product Design), die Rolle der Beschaffung (Bereitstellung nachhaltiger Lösungen; nachhaltige Beschaffungsstrategien) sowie die Bedeutung von Reverse Logistics Management und Closed-Loop-Lieferketten. Sie können die Relevanz der Interaktionspartner im Supply Chain Management erkennen, einschätzen und berücksichtigen und nutzen diese Kenntnisse zielorientiert, z.B. im Rahmen der Lieferantenbewertung und -auswahl. Sie können selbständig Aufgabenstellungen höherer Komplexität lösen sowie Supply chain-relevante Entscheidungen treffen, begründen und reflektieren. Hierbei können sie die Auswirkungen der internen und externen Einflussfaktoren auf das Supply Chain Management erkennen und qualifiziert beurteilen.

##### METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden lernen die Instrumente des Sustainable Supply Chain Management sowie die theoretischen Konzepte kennen und können deren Relevanz einschätzen. Sie können sie auf praktische Anwendungsfälle übertragen, bspw. auf die Gestaltung einer nachhaltigen Supply Chain, einer Beschaffungsstrategie oder auf die Lieferantenauswahl.

##### PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können ihr Verhalten im Rahmen der Vertiefungsveranstaltung reflektieren und realistisch einschätzen. Sie rekurrieren auf Erfahrungen in den Praxisphasen und sind motiviert, das jeweils Erlernete zwischen Theorie und Praxis zu transferieren. Dies findet im Handlungsfeld des (Sustainable) Supply Chain Management statt, weshalb sie die soziale Verantwortung der betrieblichen Akteure in diesem Kontext erkennen, bewerten und in das eigene Handeln integrieren können. Die Bedeutung der verschiedenen Stakeholder und relevanten Parameter (z. B. auch SCM-Partner in Entwicklungs- oder Schwellenländern) wird hierbei ebenso berücksichtigt wie Umweltverträglichkeit und soziale Ausgewogenheit als Einflussfaktoren akzeptiert und bei eigenen Entscheidungen berücksichtigt werden. Die Studierenden können effektiv in einer Arbeitsgruppe mitarbeiten, ihre unterschiedlichen Rollen reflektieren und bewerten sowie die Gruppenleitung übernehmen. Sie kommunizieren sachlich sowie respektvoll miteinander und halten sich an Vereinbarungen.

##### ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Für die sustainable supply chain-spezifischen Zusammenhänge und Prozesse entwickeln die Studierenden ein präzises Verständnis: Sie erfassen und begreifen z. B. die Bedeutung einschlägiger Instrumente und Konzepte für das Management nachhaltiger Supply Chains sowie die Relevanz der verschiedenen Handlungsfelder (z. B. Beschaffung; Reverse Logistics). Sie verstehen die Interdependenz (z. B. Gestaltung neuer Produkte) und Integration beschaffungswirtschaftlicher Maßnahmen und können die spezifischen Phänomene des Sustainable Supply Chain Management (sowie deren Stellenwert für die betriebliche Praxis) erklären und prognostizieren. Letztlich entwickeln die Studierenden ein gesamthafes Verständnis für die Gestaltung nachhaltiger Lieferketten – insbes. auch im Kontext internationaler Unternehmenstätigkeit. Sie können beschaffungs-/supply chainrelevante Aufgaben in einem (internationalen) Unternehmen übernehmen, analysieren, bewerten und erfolgreich lösen.

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Sustainable Supply Chains	50	100
Sustainable Operations und Supply Chain Management im Überblick		
<ul style="list-style-type: none"><li>• Rahmenbedingungen: Klimawandel, Megatrends, Demografische Entwicklung, Urbanisierung, Verbraucherverhalten, Smart Technologies, CSR</li><li>• Entwicklung nachhaltiger Ziele aus der Triple-Bottom-Line-Perspektive</li><li>• Zusammenhang zwischen Sustainable Operations und Supply Chain Management: ein Referenzmodell</li></ul>		
Sustainability und New Product Design		
<ul style="list-style-type: none"><li>• Nachhaltigkeitsorientierung als Leitlinie</li><li>• Life Cycle and Cradle-to-Cradle Ansätze</li><li>• Ökoeffizienz und Ökoeffektivität</li><li>• Design-Ansätze / Grundsätze des Design for Environment (DFE)</li></ul>		
Sustainability und Beschaffung		
<ul style="list-style-type: none"><li>• Rolle der Beschaffung bei der Bereitstellung nachhaltiger Lösungen</li><li>• Nachhaltige Beschaffungsstrategien (incl. Spezifikationen, Vendor Pre-Selection, Angebotsbewertung und Lieferantenauswahl, Lieferantenkontrolle, Vertragsmanagement)</li><li>• Ethik in der Beschaffung (u.a. EU-Lieferkettengesetz; Menschenrechte; Fair Trade)</li></ul>		
Reverse Logistics Management und Closed-Loop-Lieferkette		
<ul style="list-style-type: none"><li>• Rückflüsse und Nachhaltigkeit</li><li>• Reverse Logistics vs. Closed-Loop-Lieferkette</li><li>• Closed-Loop-Supply-Chain-Management: Integration von Vorwärts- und Rückwärtsflüssen</li><li>• Elemente nachhaltiger Lieferketten (Treiber, Gründe, Akteure, Produkte, Materialien, Verpackungen, Wiederherstellungsoptionen)</li><li>• Wertschöpfung durch Wiederherstellung</li></ul>		

## BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

## VORAUSSETZUNGEN

Operational Management in International Business Mathematik und Statistik

## LITERATUR

- Bouchery, Y./Corbett, C. J./Fransoo, J. C./Tan, T. (Eds.): Sustainable Supply Chains: A ResearchBased Textbook on Operations and Strategy, Cham: Springer.
- Bretzke, W.-R./Barkawi, K.: Sustainable Logistics: Responses to a Global Challenge, Berlin: Springer.
- Cetinkaya, B./Cuthbertson, R./Ewer, G./Klaas-Wissing, T./Piotrowicz, W./Tyssen, C.: Sustainable Supply Chain Management: Practical Ideas for Moving Towards Best Practice, Berlin: Springer.
- Chase, R.B./Jacobs, F.R.: Operations and Supply Management, Irwin: McGraw-Hill.
- Chopra, S./Meindl, P.: Supply Chain Management: Strategie, Planung und Umsetzung, Boston/Mass.: Pearson.
- Christopher, M.: Logistics and SCM, Harlow: Pearson.
- Grant, D.B./Lambert, D.M./Stock, J.R./Ellram, L.M.: Fundamentals of Logistics Management, London: McGraw-Hill.
- Grant, D.B./Trautrim, A./Wong, C.Y. (Eds.): Sustainable Logistics and Supply Chain Management: Principles and Practices for Sustainable Operations and Management, London: Kogan Page.
- Ivanov, D./Tsipoulanis, A.: Global Supply Chain & Operation Management, Zürich: Springer.
- Mangan, J.J./Lalwani, C.L.: Global Logistics and Supply Chain Management, London: Wiley.
- Paksoy, T./Weber, G.-W./Huber, S.: Lean and Green Supply Chain Management: Optimization Models and Algorithms, Cham: Springer.
- Piecnyk, M./Browne, M./Whiteing, A./McKinnon, A. (Eds.): Green logistics: Improving the environmental sustainability of logistics, London: Kogan Page.
- Sroufe, R./Melnyk, S.: Developing sustainable supply chains to drive value, New York: Businessexpertpress.
- van Weele, A. J./Eßig, M.: Strategische Beschaffung: Grundlagen, Planung und Umsetzung eines integrierten Supply Management, Wiesbaden: Springer Gabler.
- Wellbrock, W./Ludin, D. (Hrsg.): Nachhaltiges Beschaffungsmanagement: Strategien – Praxisbeispiele – Digitalisierung, Wiesbaden: Springer Gabler.