DHBW
Duale Hochschule
Baden-Württemberg

# Modulhandbuch

## Studienbereich Wirtschaft
School of Business

## Studiengang
**Betriebswirtschaftslehre**
Business Administration

## Studienrichtung
**Handel**
Management in Commerce

## Studienakademie
RAVENSBURG

# Curriculum (Pflicht und Wahlmodule)

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

| | FESTGELEGTER MODULBEREICH | | |
|---|---|---|---|
| NUMMER | MODULBEZEICHNUNG | VERORTUNG | ECTS |
| W3BW_901 | Bachelorarbeit | - | 12 |
| 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_HD719 | Schlüsselqualifikationen I (RAV) | 1. Studienjahr | 5 |
| W3BW_HD201 | Handelsbetriebslehre | 1. Studienjahr | 5 |
| W3BW_HD202 | Supply Chain Management | 1. Studienjahr | 5 |
| W3BW_HD203 | Spezifische Handelskompetenzen | 1. Studienjahr | 5 |
| W3BW_HD801 | 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_HD720 | Schlüsselqualifikationen II (RAV) | 2. Studienjahr | 5 |
| W3BW_HD204 | Instrumente des Handelsmarketings | 2. Studienjahr | 5 |
| W3BW_HD205 | Quantitative Methoden im Handel | 2. Studienjahr | 5 |
| W3BW_HD206 | Information und Digitalisierung | 2. Studienjahr | 5 |
| W3BW_HD802 | Praxismodul II | 2. Studienjahr | 20 |
| W3BW_106 | Integriertes Management | 3. Studienjahr | 5 |
| W3BW_503 | Wirtschaftspolitik | 3. Studienjahr | 5 |
| W3BW_HD721 | Schlüsselqualifikationen III (RAV) | 3. Studienjahr | 5 |
| W3BW_HD207 | Strategisches Handelsmarketing | 3. Studienjahr | 5 |
| W3BW_HD208 | Handelsmanagement | 3. Studienjahr | 5 |
| W3BW_HD209 | Integrationsseminar zu Branchenthemen | 3. Studienjahr | 5 |
| W3BW_HD803 | Praxismodul III | 3. Studienjahr | 8 |

| | VARIABLER MODULBEREICH | | |
|---|---|---|---|
| NUMMER | MODULBEZEICHNUNG | VERORTUNG | ECTS |
| W3BW_HD332 | Warenspezifisches Autohausmanagement | 2. Studienjahr | 5 |
| W3BW_HD351 | Stationärhandel | 2. Studienjahr | 5 |
| W3BW_HD352 | B2B-Vertrieb | 2. Studienjahr | 5 |
| W3BW_HD381 | Betriebswirtschaftliche Grundfunktionen im Automobilhandel | 2. Studienjahr | 5 |
| W3BW_HD355 | Rahmenbedingungen des Global Commerce Managements | 2. Studienjahr | 5 |
| W3BW_HD380 | Warenflüsse im MCM | 2. Studienjahr | 5 |
| W3BW_HD333 | Dienstleistungsspezifisches Autohausmanagement | 3. Studienjahr | 5 |
| W3BW_HD382 | Digitalisierung des Automobilhandels | 3. Studienjahr | 5 |
| W3BW_HD405 | Unternehmensführung im Automobilhandel | 3. Studienjahr | 5 |
| W3BW_HD406 | Rechtsfragen im Automobilhandel | 3. Studienjahr | 5 |
| W3BW_HD353 | Klassischer Distanzhandel | 3. Studienjahr | 5 |
| W3BW_HD354 | Einkauf | 3. Studienjahr | 5 |
| W3BW_HD356 | Informationsmanagement im Global Commerce Management | 3. Studienjahr | 5 |
| W3BW_HD395 | Geschäftsmodelle im Digital Commerce | 3. Studienjahr | 5 |
| W3BW_HD411 | Sales Functions | 3. Studienjahr | 5 |
| W3BW_HD412 | Instrumente des Vertriebsmanagements | 3. Studienjahr | 5 |
| W3BW_HD415 | E-Business | 3. Studienjahr | 5 |
| W3BW_HD428 | International Trade Management | 3. Studienjahr | 5 |
| W3BW_HD469 | Digitales Handelsmanagement | 3. Studienjahr | 5 |

# Bachelorarbeit (W3BW_901)

## Bachelor Thesis

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

| MODULNUMMER | VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF | MODULDAUER (SEMESTER) | MODULVERANTWORTUNG | SPRACHE |
|---|---|---|---|---|
| W3BW_901 | - | 1 | | |

### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Projekt

### EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

### WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

### QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

**FACHKOMPETENZ**

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

**METHODENKOMPETENZ**

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

**PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ**

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

**ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ**

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

### LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|
| Bachelorarbeit | 0 | 360 |

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

## BESONDERHEITEN

-

## VORAUSSETZUNGEN

-

## LITERATUR

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

# 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 |
| - Die Unternehmung als ökonomisches und soziales System<br>- Wissenschaftstheoretische Grundpositionen der Betriebswirtschaftslehre<br>- Modelle und Methoden der Betriebswirtschaftslehre<br>- Unternehmensumwelt: Ziele und Entscheidungen<br>- Kernfunktionen des Managements: Rechtsformen, Verfügungsrechte und Unternehmensverfassung, Konzentration und Kooperation<br>- Standortentscheidungen<br>- Dimensionen des Wertschöpfungsprozesses im Überblick | | |
| Marketing | 20 | 30 |
| - Grundlagen, Ziele und Aufgaben des Marketing<br>- Ansätze und neuere Entwicklungen des Marketing<br>- Prozess der Marketingplanung<br>- Marketingstrategien<br>- Instrumente des Marketing-Mix<br>- Marketingorganisation<br>- Kundenbedürfnisse erkennen, analysieren und verstehen | | |

## 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./Burmann, 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 | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|
| Fortgeschrittene Finanzbuchführung | 30 | 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 |

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

## BESONDERHEITEN

-

## VORAUSSETZUNGEN

-

## LITERATUR


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

# 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 |

### 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 | 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 |

- Verbraucherverträge (insbes. Fernabsatz)
- Rücktritt
- Gesamtschuld
- Kaufvertrag
- Werkvertrag
- Sonstige Vertragstypen in Grundzügen (je nach Studienrichtung, z.B. Mietvertrag, Darlehensvertrag, Dienstvertrag)
- Grundzüge der ungerechtfertigten Bereicherung
- Unerlaubte Handlungen
- Grundzüge des Sachenrechts (Besitz, Eigentum, Sicherungsrechte)
- Überblick über das Verfahrens- und Prozessrecht

## 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)
- Führich, E.: Wirtschaftsprivatrecht. München: Vahlen
- Führich, E./Werdan, I: Wirtschaftsprivatrecht in Fragen und Fällen. München: Vahlen
- Kallwass, W./Asbels, P.: Privatrecht. München: Vahlen
- Musielak, H.-J./Hau, W: Grundkurs BGB. München: Vahlen
- Musielak, H.-J./Voit, W: Grundkurs ZPO. München: Vahlen
- Sakowski, K.: Grundlagen des Bürgerlichen Rechts. Berlin Heidelberg: Springer Gabler
- Wolf, M./Wellenhofer, M.: Sachenrecht. München: Beck

# 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
- Bleymüller, 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
- Stiefl, 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 (RAV) (W3BW_HD719)

## Key Qualifications I

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

| MODULNUMMER | VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF | MODULDAUER (SEMESTER) | MODULVERANTWORTUNG | SPRACHE |
|---|---|---|---|---|
| W3BW_HD719 | 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 Pruefungsordnung | Bestanden/ Nicht-Bestanden |

### WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

### QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

**FACHKOMPETENZ**

Die Studierenden 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 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 zurechtzufinden, 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 |
|---|---|---|
| Basisqualifikation Fachsprache | 20 | 30 |

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|
| - Geschäftsbriefe (Anfragebriefe, Bestellungen, Beschwerdebriefe etc.)<br>- Reports und Proposals<br>- Kundentelefonate<br>- Analyse von Case Studies<br>- Präsentation des eigenen Unternehmens<br>- Analyse und Diskussion aktueller Wirtschaftsthemen, z.B. basierend auf Artikeln<br>- Fachvokabular aus der jeweiligen Studienrichtung<br>- Tense review | | |
| Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens | 20 | 30 |
| - Wissenschaft, Zielspektrum wissenschaftlichen Arbeitens, Wissenschaftliche Methoden der Humanwissenschaften<br>- Anforderungen an wissenschaftliches Arbeiten (u.a. Objektivität, Ehrlichkeit/Redlichkeit, Überprüfbarkeit, Reliabilität, Validität, logische Argumentation, Nachvollziehbarkeit)<br>- Grundlegender Bearbeitungsprozess eines Themas (Ausgangssituation: Problem-/Fragestellung, Analyse/Präzisierung, Lösungen suchen und finden, Umsetzung, Ergebnisse aufbereiten)<br>- Bearbeitungsphasen einer wissenschaftlichen Arbeit (Themenwahl/Zielsetzung, Themenabgrenzung/-präzisierung, Zielsetzung der Arbeit und Ableitung der Forschungsfrage)<br>- Wissenschaftliches Exposé<br>- Projektplanung (Kommunikation mit den Betreuenden, Zeit-/Ressourcenplanung, Zeitmanagement, Arbeitshilfen)<br>- Einarbeitungsphase (Literaturstudium, -auswahl, -recherche), Haupt- und Erstellungsphase (Gestaltung einleitender Kapitel, Gliederungsalternativen, Schlusskapitel), Überarbeitungsphase<br>- Formale Gestaltung (Deckblatt/Titelblatt (gegebenenfalls inklusive Sperrvermerk), Verzeichnisse, Ausführungsteil, Anhang, Literaturverzeichnis, Ehrenwörtliche Erklärung), Gestaltungselemente, Zitation (u.a. Arten von Zitate, Zitierregeln, Plagiate), Literaturgattungen, Literaturverzeichnis und Quellenangaben | | |
| Präsentations- und Kommunikationskompetenz | 20 | 30 |
| Präsentationskompetenz<br>- Einsatzbereiche und Zielsetzungen einer Präsentation<br>- Inhaltliche Gliederung einer Präsentation/Präsentationsdramaturgie<br>- Medieneinsatz und Visualisierungstechniken (z.B. Textbilder, Grafiken und Symbole)<br>- Präsentationstechniken<br>- Stimmarbeit und Rhetorik<br>- Nonverbale Kommunikation: Körpersprache, Mimik und Gestik<br>- Umgang mit Lampenfieber<br>- Nachbereitung der Präsentation<br>- Spezifika von wissenschaftlichen Präsentationen<br>- Übungen mit Bezug zur jeweiligen Studienrichtung<br><br>Kommunikationskompetenz<br>- Kommunikationspsychologische Forschung und Kommunikationstheorien<br>- Kommunikation und Interaktion<br>- Rhetorik<br>- Vermittlung kommunikativer und rhetorischer Fähigkeiten<br>- Verhandlungstechniken<br>- Aktives Zuhören<br>- Fragetechnik<br>- Kommunikationsstörungen<br>- Übungen vor dem Hintergrund aktueller Themen der jeweiligen Studienrichtung mit anschließender Diskussion | | |

## BESONDERHEITEN

-

## 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
- Renner, H.-G./Strasmann, J.: Das Outdoor-Seminar in der betrieblichen Praxis, Hamburg: Verlag Windmühle
- Schnell, R./Hill, P. B./Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung, München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft, München: Vahlen
- Stickel-Wolf, C. /Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten, München: Vahlen

# Handelsbetriebslehre (W3BW_HD201)

## Retail Management

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

| MODULNUMMER | VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF | MODULDAUER (SEMESTER) | MODULVERANTWORTUNG | SPRACHE |
|---|---|---|---|---|
| W3BW_HD201 | 1. Studienjahr | 2 | Prof. Dr. Ralf Oppermann | 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 können die Inhalte der in diesem Modul vermittelten wesentlichen spezifischen Fragen der Handelsbetriebslehre darstellen, erläutern und einordnen. Sie sind in der Lage, unterschiedliche Ansätze miteinander zu vergleichen und können plausible Argumentationen und Schlussfolgerungen ableiten.

**METHODENKOMPETENZ**

Die Studierenden sind in der Lage, die vermittelten Inhalte problembezogen und lösungsorientiert anzuwenden. Für weitgehend standardisierte Anwendungsfälle in der Praxis können sie das angemessene System bzw. Konzept auswählen und anwenden. Sie kennen die Stärken und Schwächen der Systeme bzw. Konzepte in ihrem beruflichen Anwendungsfeld und können diese in konkreten Handlungssituationen gegeneinander abwägen.

**PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ**

Den Studierenden gelingt es, die in den Modulinhalten angesprochenen Aspekte im Hinblick auf die damit verbundene soziale, ethische und ökologische Verantwortung kritisch zu reflektieren.

**ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ**

Die Studierenden sind in der Lage, Ansätze zu vergleichen und zu bewerten. Sie verfügen über grundlegende Beschreibungs-, Analyse- und Bewertungsmuster mit denen sie Entscheidungsprobleme zielorientiert bewältigen können.

### LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|
| Handelsbetriebslehre | 60 | 90 |

- Begrifflich-systematische Grundlagen der Handelsbetriebslehre
- Handelsfunktionen
- Handelsinstitutionen
- Faktoren handelsbetrieblicher Leistungserstellung
- Distributionssysteme
- Unternehmensverbindungen im Handel
- Kooperative Modelle im Handel
- Sonderformen der Distribution
- Sonderformen der Vermarktung
- Grundlagen der Digitalisierung im Handel
- Ausgewählte Aspekte des Handels-Managements

## BESONDERHEITEN

keine

## VORAUSSETZUNGEN

keine

## LITERATUR


- Barth, H./Hartmann, M./Schröder, H.: Betriebswirtschaftslehre des Handels, Wiesbaden: Gabler
- Chaffey, D.: Digital Business & E-Commerce Management – Strategy, Implementation and Practice, Harlow, Pearson
- Hudetz, K./Kaapke, A.: Lexikon Handelsmanagement, Frankfurt am Main: Deutscher Fachverlag
- Liebmann, H.-P./Zentes, J./Swoboda, B.: Handelsmanagement, München: Vahlen
- Müller-Hagedorn, L./Toporowski, W./Zielke, S.: Der Handel, Stuttgart: Kohlhammer
- Wirtz, B.W.: Electronic Business, Wiesbaden: Gabler

# Supply Chain Management (W3BW_HD202)

## Supply Chain Management

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

| MODULNUMMER | VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF | MODULDAUER (SEMESTER) | MODULVERANTWORTUNG | SPRACHE |
|---|---|---|---|---|
| W3BW_HD202 | 1. Studienjahr | 2 | Prof. Dr. Dietmar W. Polzin | Deutsch/Englisch |

### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung

### EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

| PRÜFUNGSLEISTUNG | PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN) | BENOTUNG |
|---|---|---|
| Klausur | 120 | ja |

### WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

### QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

**FACHKOMPETENZ**

Nach der Teilnahme an der Modulveranstaltung sind die Studierenden in der Lage die u.g. Inhalte eigenständig und umfassend zu erklären und in den betriebswirtschaftlichen Kontext einzuordnen.

**METHODENKOMPETENZ**

Die Studierenden sind in der Lage, die in der Veranstaltung behandelten Methoden und Techniken des SCM für betriebliche Anwendungsfälle auszuwählen und anzuwenden.

**PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ**

Den Studierenden gelingt es nach der Veranstaltung logistische Zielkonflikte und Dissonanzen zu erkennen und erste Reflexionen bezüglich sozialer, gesellschaftlicher und ökologischer Implikationen zu begründen.

**ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ**

-

### LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|
| Supply Chain Management | 60 | 90 |

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|

Grundlagen
- Aufgaben und Ziele Logistik
- Bedeutung und Stellenwert der Logistik in Industrie, Handel und Dienstleistungswirtschaft
- Logistik als Querschnittsfunktion
- Mikro- und Makrologistische Systeme
- Logistik und SCM: Begriffe, Ziele, Entwicklungsstufen und Einflussfaktoren
- Strategien und Instrumente im SCM
- Besondere Aspekte der Handelslogistik

Material- und Warenwirtschaft
- Einführung in die Materialwirtschaft und Warenwirtschaft
- Bedarfsermittlung
- Grundlagen Beschaffung und Einkauf
- Beschaffungsziele, -strategien, -prozesse, -wege und -objekte
- Beschaffungsmarktforschung und -organisation
- IT Unterstützung bei Beschaffungsprozessen
- Grundlagen von Warenwirtschaftssystemen im Handel

Lagerung und Kommissionierung
- Grundlagen, Elemente, Funktionen und Gestaltung von Lager- und Kommissioniersystemen
- Lagerverwaltung und Lagersteuerung
- Lagerstrategien
- Standort- und Lagerplanung
- Technologische und organisatorische Entwicklungstendenzen im Lager und in der Kommissionierung

Transport und Umschlag
- Grundlagen, Elemente, Funktionen und Gestaltung von Transport- und Umschlagssystemen
- Innerbetriebliche versus außerbetriebliche Transportsysteme
- Transportplanung und -steuerung
- Transportmärkte im Überblick
- Organisation von Transportketten
- Technologische und organisatorische Entwicklungstendenzen im Transport
- Entsorgungslogistik und Kreislaufwirtschaft im Überblick

## BESONDERHEITEN

-

## VORAUSSETZUNGEN

keine

## LITERATUR


- Chopra, S./Meindl, P.: Supply Chain Management – Strategy, Planning, and Operations, Harlow: Pearson
- Corsten, D./Gabriel, Ch.: Supply Chain Management erfolgreich umsetzen, Heidelberg: Springer
- Eßig, M./Hofmann, E./Stölzle, W.: Supply Chain Management, München: Vahlen
- Gleißner, H./Femerling, J. Ch.: Logistik – Grundlagen, Übungen Fallbeispiele, Wiesbaden: Gabler
- Hertel, J./Zentes, J./Schramm-Klein, H.: Supply-Chain-Management und Warenwirtschaftssysteme im Handel, Heidelberg: Springer
- Ihde, G. B.: Transport, Verkehr, Logistik, München: Vahlen
- Pfohl, H. Ch.: Logistiksysteme - Betriebswirtschaftliche Grundlagen, Heidelberg: Springer
- Schulte, Ch.: Logistik – Wege zur Optimierung der Supply Chain, München: Vahlen
- Werner, H.: Supply Chain Management – Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling, Wiesbaden: Gabler

# Spezifische Handelskompetenzen (W3BW_HD203)

## Competencies Specific to Commerce

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

| MODULNUMMER | VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF | MODULDAUER (SEMESTER) | MODULVERANTWORTUNG | SPRACHE |
|---|---|---|---|---|
| W3BW_HD203 | 1. Studienjahr | 2 | Prof . Dr. Hubert Speth | Deutsch/Englisch |

### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, 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 besitzen nach Abschluss dieses Moduls ein fundiertes Faktenwissen über die Handelskompetenzen, die entscheidend für den Markterfolg spezifisch ihres Ausbildungsunternehmens in seiner Wertschöpfungskette und seiner Branche sind. Sie können diese spezifischen Handelskompetenzen beschreiben und systematisch darstellen.

**METHODENKOMPETENZ**

Die Studierenden sind mit Abschluss dieses Moduls in der Lage, ihr Faktenwissen spezifischer Handelskompetenzen bei der Bearbeitung weitgehend standardisierter Geschäftsprozesse einzubringen.

**PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ**

Die Studierenden können nach Abschluss dieses Moduls ihr Faktenwissen spezifischer Handelskompetenzen zur Interaktion und Kooperation mit Personen im nationalen und internationalen beruflichen Umfeld nutzen.

**ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ**

-

### LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|
| Spezifische Handelskompetenzen | 60 | 90 |

Kompetenzen spezifisch für die ausbildenden Handelsunternehmen:
- Prozesskompetenz
- Strategiekompetenz
- Kundenkompetenz
- Verkaufskompetenz
- Wertschöpfungskompetenz
- Beschaffungskompetenz
- Finanzierungskompetenz
- Controllingkompetenz
- Personalkompetenz
- Informationskompetenz

## BESONDERHEITEN

-

## VORAUSSETZUNGEN

Keine

## LITERATUR


- Barth, K./Hartmann, M./Schröder, H.: Betriebswirtschaftslehre des Handels, Wiesbaden: Springer Gabler
- Meier, A./Stormer, H.: eBusiness & eCommerce – Management der digitalen Wertschöpfungskette, Berlin: Springer Gabler
- Melzer-Ridinger, R./Neumann, A.: Dienstleistung und Produktion, Heidelberg: Physica
- Morasch, K./Bartholomae, F.: Handel und Wettbewerb auf globalen Märkten, Wiesbaden: Springer Gabler
- Rudolph, T.: Modernes Handelsmanagement, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Zentes, J./Swoboda, B./Morschett, D. (Hrsg.): Handbuch Handel, Wiesbaden: Springer Gabler
- Zentes, J./Morschett, D./Schramm-Klein, H.: Strategic Retail Management, Wiesbaden: Springer Gabler
- ggf. ergänzende Fachliteratur zu spezifischen Handelskompetenzen

# Praxismodul I (W3BW_HD801)

## Practical Module I

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

| MODULNUMMER | VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF | MODULDAUER (SEMESTER) | MODULVERANTWORTUNG | SPRACHE |
|---|---|---|---|---|
| W3BW_HD801 | 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. Sie verstehen den Unternehmenszweck und haben einen Überblick über das relevante Marktumfeld. Sie sind in der Lage, praktische Problemstellungen unter Anleitung in ihrer Komplexität zu erfassen, zu analysieren, um darauf aufbauend unter Hinzuziehung vermittelter Lehrveranstaltungsinhalte Lösungsvorschläge zu entwickeln.

**METHODENKOMPETENZ**

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

**PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ**

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

**ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ**

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

### LERNEINHEITEN UND INHALTE

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

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|
| Warenwirtschaft<br>Aus den nachfolgend benannten Lerninhalten des praktischen Ausbildungsplans sind exemplarische Sachverhalte auszuwählen:<br>- Organisation: Einordnung der Warenwirtschaft in das Gesamtunternehmen – Zusammenwirken der einzelnen Bereiche<br>- Disposition: Ermittlung von Bedarfsmengen und Bestellzeitpunkten – Bestandsüberwachung – Terminsicherung – Engpassbeseitigung<br>- Beschaffung: Beschaffungsmarktforschung – Kriterien und Ablauf der Lieferantenauswahl – Phasen des Einkaufsvorgangs am praktischen Beispiel (Angebotseinholung, Vorauswahl, Verhandlungsführung, Abschluss, Lieferantenbetreuung)<br>- Lagerhaltung: Transportmittelplanung – Steuerung und Überwachung des Wareneingangs – Lagersysteme und Lagertechnik – Kommissionierung<br><br>Marketing und Vertrieb<br>Aus den nachfolgend benannten Lerninhalten des praktischen Ausbildungsplans sind exemplarische Sachverhalte auszuwählen:<br>- Organisation: Einordnung von Marketing und Vertrieb in das Gesamtunternehmen – Zusammenwirken der einzelnen Bereiche<br>- Sortiments- und Marktwissen: Sortiment – Warenbereiche – Warengruppen – Warenarten – Artikel – Sorten des eigenen Unternehmens – Überblick über wichtige Konkurrenzunternehmen und deren Sortimente – Kundensegmentierung<br>- Marketingplanung: Prozess der Marketingplanung – Vorgehensweise bei der Marktforschung (Datenquellen, -erhebung, -analyse)<br>- Marketing-Mix: Sortimentsgestaltung – Preisbildung, Rabatt- und Konditionenpolitik – Verkaufsraumgestaltung und Warenpräsentation – Distribution – Kommunikation – Planung, Realisation und Kontrolle von Marketingmaßnahmen<br>- Verkauf: Organisation des Verkaufs – Verkaufsanbahnung – Verkaufsabwicklung – Betreuung von Kunden | | |
| 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 zeitlich und 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


- ggf. Zitierrichtlinien der Studiengangsleitung

# 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 |

### 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 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.7Thiele, S.: Bilanzen, Düsseldorf: IDW
- Breithecker, V.: Einführung in die Betriebswirtschaftliche Steuerlehre, Berlin: ESV
- Brönner, 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 | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|
| - Ziele und Aufgaben der betrieblichen Personalarbeit<br>- Personalbedarfsplanung<br>- Grundzüge des Personalmarketings<br>- Personalbeschaffung<br>- Betriebliche Entgeltpolitik<br>- Personalentwicklung<br>- Personalfreisetzung<br>- Organisationsmodelle für den HR-Bereich | | |
| Organisation und Projektmanagement | 22 | 38 |
| - Unternehmen und Organisation<br>- Organisationstheorien<br>- Aufbauorganisation<br>- Ablauforganisation/Prozessmanagement<br>- Gestaltung des organisatorischen Wandels (Organisationsentwicklung)<br>- 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 | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|
| Geld und Währung | 27 | 47 |

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

## BESONDERHEITEN

-

## VORAUSSETZUNGEN

-

## LITERATUR


- Arnold, L.: Makroökonomik, Mohr Siebeck, Tübingen
- Beck, H.: Globalisierung und Außenwirtschaft, Vahlen, München
- Blanchard, O./Illing, G.: Makroökonomie, Pearson, München
- Görgens, E./Ruckriegel, K./Seitz, F.: Europäische Geldpolitik, UVK-Verlag, Konstanz
- Issing, O.: Einführung in die Geldtheorie, Vahlen, München
- Mankiw, N. G.: Makroökonomik, Schäffer Poeschel, Stuttgart
- Rose, K., Sauernheimer, K.: Theorie der Außenwirtschaft, Vahlen, München
- Spahn, P.: Geldpolitik, Vahlen, München
- Stiglitz, J. E./Walsh, C. E.: Makroökonomie, 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 gelehrten Rechtsmaterien. Sie kennen die wichtigsten Vorschriften und können diese auf ausgewählte praktische Fallgestaltungen anwenden. Sie sind in der Lage, juristische Probleme solcher Fälle zu analysieren, kritisch zu diskutieren und einer vertretbaren Lösung zuzuführen.

**METHODENKOMPETENZ**

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

**PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ**

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

**ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ**

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

### LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|
| 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 |

(Anm. Insolvenzrecht optional, je nach Studienrichtung)
- Grundbegriffe und Rechtsquellen Arbeitsrechts
- Arbeitnehmerbegriff
- Anbahnung und Begründung des Arbeitsverhältnisses
- Pflichten des Arbeitnehmers
- Pflichten des Arbeitgebers (privat und öffentlich-rechtlich)
- Ausgewählte Inhalte des Arbeitsverhältnisses (z.B. Umfang, Vergütung, Urlaub, Krankheit, Einsatz von Medien im Arbeitsleben, Beschäftigtendatenschutz)
- Beendigung des Arbeitsverhältnisses
- Tarifvertragsrecht
- Streikrecht
- Betriebsverfassungsrecht

- Regelinsolvenzverfahren
- Verbraucherinsolvenzverfahren
- Organe des Insolvenzverfahrens
- Rechtstellung des Insolvenzverwalters
- Insolvenzgründe
- Insolvenzantrag
- Sicherungsmaßnahmen
- Wirkungen des eröffneten Verfahrens – Einfluss auf Vertragsverhältnisse
- Sicherheitenverwertung
- Gläubigerbenachteiligung
- Anfechtbare Handlungen und Rechtsfolgen
- Haftung und Insolvenzdelikte

## 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 (RAV) (W3BW_HD720)

## Key Qualifications II

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

| MODULNUMMER | VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF | MODULDAUER (SEMESTER) | MODULVERANTWORTUNG | SPRACHE |
|---|---|---|---|---|
| W3BW_HD720 | 2. 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 Pruefungsordnung | 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 zurechtzufinden, 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 |
|---|---|---|
| Angewandtes Projektmanagement | 27 | 47 |
| Inhalt noch in Erarbeitung | | |

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|
| Studienrichtungsspezifische Seminare (2. Studienjahr) | 28 | 48 |

In den Studienrichtungsspezifischen Seminaren werden Inhalte vermittelt, welche die Kern- und Wahlmodule der Studienrichtung ergänzen. Dies können insbesondere Seminare zu studienrichtungsspezifischer Software sowie zur Vermittlung studienrichtungsspezifischer Fach-, Methoden- und Sozialkompetenzen sein. Die Seminare können auch in Form von Outdoor-Seminaren durchgeführt werden.

## BESONDERHEITEN

-

## 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
- Oppel, K.: Business Knigge International, Freiburg: Haufe
- Schneider, D.: Betriebswirtschaftslehre, Band 4: Geschichte und Methoden der Wirtschaftswissenschaften, München: Oldenbourg
- Schnell, R./Hill, P. B./Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung, München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft, München: Vahlen
- Stickel-Wolf, C./Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten, München: Vahlen

# Instrumente des Handelsmarketings (W3BW_HD204)

## Trade Marketing Instruments

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

| MODULNUMMER | VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF | MODULDAUER (SEMESTER) | MODULVERANTWORTUNG | SPRACHE |
|---|---|---|---|---|
| W3BW_HD204 | 2. Studienjahr | 2 | Prof. Dr. Thomas Asche | Deutsch/Englisch |

### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Planspiel/Simulation, Case Study

### EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

| PRÜFUNGSLEISTUNG | PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN) | BENOTUNG |
|---|---|---|
| Klausur | 120 | ja |

### WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

### QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

**FACHKOMPETENZ**

Die Studierenden kennen die wesentlichen Instrumente des Handelsmarketings und können diese darstellen, erläutern und einordnen. Sie sind in der Lage, die wesentlichen Entscheidungsprobleme des Handelsmarketings zu formulieren und interdisziplinär anzuwenden. Dabei berücksichtigen sie auch die Verknüpfungen in der digitalen Vermarktung von Handelsgütern.

**METHODENKOMPETENZ**

Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, relevante Handelsinformationen mit wissenschaftlichen Methoden (z.B. Befragung, Beobachtung, Experiment) zu sammeln und unter der Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse zu interpretieren.

**PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ**

Die Studierenden weisen einen hohen Grad an Reflexivität auf und können mit Veränderungen auch in komplexen Situationen umgehen.

**ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ**

Die Studierenden haben Kompetenzen erworben, handelsspezifische Vermarktungsfragen selbstständig zu analysieren und weiterentwickeln zu können. Sie können die Auswirkungen von Strategien und Maßnahmen im Rahmen von Querschnittsbetrachtungen auf andere Unternehmensfunktionen und -bereiche bewerten. Sie erkennen und interpretieren die Bedeutung der digitalen Transformation für Handelsprozesse. Sie erkennen und interpretieren die Bedeutung der digitalen Transformation für Handelsprozesse.

### LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|
| Instrumente des Handelsmarketings | 55 | 95 |

Verbindliche Kerninhalte
- Sortimentspolitik: Sortimentsanalyse, Sortimentsplanung und -veränderung, Space-Management, Handelsmarkenpolitik, Servicepolitik

Ergänzende Wahlinhalte
- Ladengestaltung und Warenpräsentation
- Distributionspolitik
- Kommunikationspolitik
- Standortpolitik
- Preispolitik

## BESONDERHEITEN

keine

## VORAUSSETZUNGEN

keine

## LITERATUR

- Bormann, I./Hurth, J.: Hersteller- und Handelsmarketing, Herne: NWB-Verlag
- Haller, S.: Handels-Marketing, Ludwigshafen: Kiehl-Verlag
- Heinemann, G./Gehrckens, H. M./Täuber, T. (Hrsg.): Handel mit Mehrwert: Digitaler Wandel in Märkten, Geschäftsmodellen und Geschäftssystemen, Wiesbaden: Springer Gabler
- Müller-Hagedorn, L./Natter, M.: Handelsmarketing, Stuttgart: Kohlhammer
- Piotrowicz, W./Cuthbertson, R. (Hrsg.): Exploring Omnichannel Retailing - Common Expectations and Diverse Realities, Cham: Springer
- Schneider, W.: Marketingforschung und Käuferverhalten, München: Oldenbourg
- Schröder, H.: Handelsmarketing - Strategien und Instrumente für den stationären Einzelhandel und für Online-Shops, Wiesbaden: Springer
- Zentes, J./Morschett, D./Schramm-Klein, H.: Strategic Retail Management - Text and International Cases, Wiesbaden: Springer Gabler
- Zentes, J./Swoboda, B./Foscht, Th.: Handelsmanagement, München: Vahlen

# Quantitative Methoden im Handel (W3BW_HD205)

## Quantitative Methods in Commerce

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

| MODULNUMMER | VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF | MODULDAUER (SEMESTER) | MODULVERANTWORTUNG | SPRACHE |
|---|---|---|---|---|
| W3BW_HD205 | 2. Studienjahr | 2 | Prof. Dr. Bernd Eisinger | Deutsch/Englisch |

### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Planspiel/Simulation, Inverted Classroom

### EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

| PRÜFUNGSLEISTUNG | PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN) | BENOTUNG |
|---|---|---|
| Portfolio | Siehe Pruefungsordnung | ja |

### WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

### QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

**FACHKOMPETENZ**

Die Studierenden sollen - aufbauend auf der kritischen Würdigung der begrenzten Zweckeignung der Vollkostenrechnungssysteme für betriebliche Entscheidungen - die methodischen Grundlagen der Verfahren der Teilkostenrechnung verstehen, um darauf aufbauend Preis-, Programm- und Prozessentscheidungen, unter Rückgriff auf die einschlägigen Methoden des Operations Research, fundiert zu unterstützen.

**METHODENKOMPETENZ**

Die Studierenden erfahren wie Entscheidungsprozesse methodisch fundiert zu gestalten sind, um die Zielvorstellungen der am Unternehmungsprozess beteiligten Anspruchsgruppen sicherzustellen. Unternehmensplanspiele begleiten diesen Lernprozess und das Methodenverständnis.

**PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ**

Auf der Grundlage der sachkritischen Auseinandersetzung mit den einschlägigen Verfahrenstechniken können deren Möglichkeiten und Grenzen zur Lösung betrieblicher Entscheidungsprobleme und deren Folgewirkungen dezidiert analysiert werden.

**ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ**

Mit der erzielten Methodenkompetenz werden die Studierenden befähigt abzuschätzen, welche Bedeutung Kosteninformationen aus operativer, taktischer und strategischer Unternehmensperspektive beizumessen ist und welche methodischen Grundlagen das Operations Research für die betrieblichen Funktionsbereiche bereitstellen kann.

### LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|
| Quantitative Methoden im Handel | 55 | 95 |

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|

Verbindliche Kerninhalte
Teilkostenrechnung:
- Ziele und Aufgaben der entscheidungsorientierten Teilkostenrechnung,
- Vorstellung alternativer Modelle der Teilkostenrechnung,
- Exemplarische Vertiefungen und neuere Entwicklungen

Quantitative Marktforschung:
- Grundlagen der quantitativen Marktforschung,
- Multivariate Verfahren,
- Statistiksoftware wie z.B. SPSS

Ergänzende Wahlinhalte
Business Analytics:
- Diagnostische, prädiktive und präskriptive Business Analytics
- Grundlegende Instrumente des Operations Research

## BESONDERHEITEN

-

## VORAUSSETZUNGEN

-

## LITERATUR


- Backhaus, K./Erichson, B./Plinke, W./Weiber, R.: Multivariate Analysemethoden - Eine anwendungsorientierte Einführung, Berlin: Springer
- Coenenberg, A. G./Fischer, T. M./Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Domschke, W./Drexl, A.: Einführung in Operations Research, Berlin: Springer Gabler
- Evans, J.: Business Analytics – Global Edition, Harlow: Pearson
- Langenbahn, C.-M.: Quantitative Methoden der Wirtschaftswissenschaften, München: Oldenbourg
- Schweitzer, M./Küpper, H.-U./Friedl, G./Hofmann, C./Pedell, B.: Systeme der Kosten- und Erlösrechnung, München: Vahlen
- Swift, L./Piff, S.: Quantitative Methods for Business, Management and Finance, Basingstoke: Palgrave Macmillan

# Information und Digitalisierung (W3BW_HD206)

## Information Systems and Digital Business Transformation

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

| MODULNUMMER | VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF | MODULDAUER (SEMESTER) | MODULVERANTWORTUNG | SPRACHE |
|---|---|---|---|---|
| W3BW_HD206 | 2. Studienjahr | 2 | Prof. Dr. Ralph Scheubrein | Deutsch/Englisch |

### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Projekt, Planspiel/Simulation, Case Study

### EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

| PRÜFUNGSLEISTUNG | PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN) | BENOTUNG |
|---|---|---|
| Klausur | 120 | ja |

### WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

### QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

**FACHKOMPETENZ**

Studierende besitzen nach Abschluss des Moduls ein umfassendes Faktenwissen über die für den Handel relevanten digitalen Technologien und den darauf aufbauenden Geschäftsmodellen. Sie besitzen einen Überblick über die in diesem Kontext relevanten wissenschaftlichen Grundlagen der Wirtschaftsinformatik sowie angrenzender Wissensdomänen.

**METHODENKOMPETENZ**

Studierende haben nach Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, digitale Technologien und darauf beruhende Geschäftsmodelle im fachlichen Kontext wissenschaftlich zu bewerten. Sie können auf Grundlage dieser Analysefähigkeit fundierte Entscheidungen im beruflichen Anwendungsfeld treffen.

**PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ**

Studierende haben nach Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, die Durchdringung der Berufs- und Privatwelt mit digitalen Technologien hinsichtlich sozialer, gesellschaftlicher und ökologischer Implikationen zu reflektieren und diese Aspekte in Entscheidungsprozesse einzubringen.

**ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ**

Die Studierenden zeigen nach Abschluss des Moduls die Handlungskompetenz, ihr Wissen im Bereich digitaler Technologien und darauf beruhender Geschäftsmodelle in berufspraktischen Situationen adäquat einzusetzen.

### LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|
| Information und Digitalisierung | 55 | 95 |

- Überblick technologischer Grundlagen der Informations- und Kommunikationsinfrastruktur im Handel
- Grundlagen Information, Informationssysteme und Informationsmanagement im Handel
- Grundlagen inner- und überbetrieblicher Informations- und Kommunikationssysteme im Handel
- Grundlagen des E-Commerce wie z.B. E-Procurement, Online-Shops, elektronische Marktplätze, Social Media, elektronische Zahlsysteme und rechtliche Rahmenbedingungen
- Management der digitalen Transformation im Handel
- ggf. Einführung in ausgewählte Softwarepakete

### BESONDERHEITEN

-

## VORAUSSETZUNGEN

-

## LITERATUR


- Bächle, M./Daurer, S./Kolb, A.: Einführung in die Wirtschaftsinformatik, München: Oldenbourg
- Becker, J./Winkelmann, A.: Handelscontrolling – Optimale Informationsversorgung mit Kennzahlen, Berlin: Springer Gabler
- Gläß, R./Leukert, B. (Hrsg.): Handel 4.0 – Die Digitalisierung des Handels, Berlin: Springer Gabler
- Heinemann, G. u.a. (Hrsg.): Digitale Transformation oder digitale Disruption im Handel, Wiesbaden: Springer Gabler
- Hertel, J./Zentes, J./Schramm-Klein, H.: Supply-Chain-Management und Warenwirtschaftssysteme im Handel, Heidelberg: Springer
- Kollmann, T.: E-Business – Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Digitalen Wirtschaft, Wiesbaden: Springer Gabler
- Laudon, K. C./Laudon, J. P.: Management Information Systems, Upper Saddle River: Pearson
- Turban, E. u.a.: Electronic Commerce – A Managerial and Social Network Perspective, Cham: Springer

# Praxismodul II (W3BW_HD802)

## Practical Module II

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

| MODULNUMMER | VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF | MODULDAUER (SEMESTER) | MODULVERANTWORTUNG | SPRACHE |
|---|---|---|---|---|
| W3BW_HD802 | 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 gesellschaftlicher und digitaler Herausforderungen. Sie sind in der Lage, praktische Problemstellungen in ihrer Komplexität zu erfassen, zu analysieren, um darauf aufbauend unter Hinzuziehung vermittelter Lehrveranstaltungsinhalte Lösungsvorschläge zu entwickeln.

**METHODENKOMPETENZ**

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

**PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ**

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

**ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ**

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

### LERNEINHEITEN UND INHALTE

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

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|
| Inhalte: Internes und externes Rechnungswesen<br><br>Aus den nachfolgend benannten Lerninhalten des praktischen Ausbildungsplans sind exemplarische Sachverhalte auszuwählen:<br>- Einordnung des Finanz- und Rechnungswesens in die Organisation des Gesamtunternehmens, Zusammenwirken der einzelnen Bereiche<br>- Finanzbuchhaltung: Inventur, Anlagenbuchhaltung, Kreditoren- und Debitorenbuchhaltung (einschließlich Zahlungsverkehr und Kontierung sowie Mahn- und Klagewesen)<br>- Kosten- und Leistungsrechnung: Planungsrechnung (kostenstellen- / kostenträgerbezogen) und Überwachung, Betriebsabrechnung und innerbetriebliche Leistungsverrechnung, Kalkulation<br>- Investition und Finanzierung: Unternehmensspezifische Ausprägungen der Investitionsrechnung, Wirtschaftlichkeitsrechnung, Finanzierungsarbeiten und deren Prämissen<br>- Bilanzierung: Jahresabschluss, bilanzielle Rechtsgrundlagen, Ausweis-, Ansatz- und Bewertungsvorschriften<br><br>Inhalt: Personalwirtschaft und Organisation<br><br>Aus den nachfolgend benannten Lerninhalten des praktischen Ausbildungsplans sind exemplarische Sachverhalte auszuwählen:<br>- Einordnung des Personalbereiches in das Gesamtunternehmen, Zusammenwirken der einzelnen Bereiche<br>- Personalplanung und -beschaffung: Personalbedarfsplanung, Personalmarketing, Maßnahmen der Personalbeschaffung, Personalauswahl<br>- Personalbetreuung und -entwicklung: Einstellung, Versetzung und Ausscheiden von Mitarbeitern, Betreuungsgespräche, Beurteilungen, Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen, Lohn- und Gehaltsabrechnung<br>- Arbeitsrecht und Arbeitsschutz: Arbeits- und sozialrechtliche Grundkenntnisse, Betriebsverfassungsgesetz, Arbeitsordnung, Betriebsvereinbarung, Mitwirkungsrechte des Betriebsrats, Unfallverhütung und Umweltschutz, Gesundheitsmanagement<br>- Personalverwaltung und -politik: Vergütungssysteme, Führungssysteme, Flexibilisierung, Arbeitszeitmodelle<br>- Betriebswirtschaftliche Organisation: Eigene Organisationsstruktur, Abgrenzung zu anderen Strukturen, Instrumente der Aufbauorganisation, Stellenplanung , Stellenbewertung, Instrumente der Ablauforganisation | | |
| Praxismodul II - Präsentation | 0 | 0 |
| Präsentation der Projektarbeit gemäß Vorgaben der StuPrO | | |
| 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 zeitlich und inhaltlich an die Besonderheiten des jeweiligen Ausbildungsunternehmens angepasst werden. Dabei sind betriebliche Schwerpunktsetzungen und Anpassungen sinnvoll und es kann auch von der zeitlichen Abfolge des Rahmenplans abgewichen werden.

## VORAUSSETZUNGEN

-

## LITERATUR


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

# 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<br>- Unternehmensführungsmodelle (Ebenen, Funktionen)<br>- Normative Unternehmensführung<br>- Nachhaltige, werteorientierte Unternehmensführung<br>- Strategische Unternehmensführung (Planung und Umsetzung) und Geschäftsmodelle<br>- Operative Unternehmensführung und Schnittstelle Controlling<br>- Ausgewählte Managementsysteme/-instrumente<br>- Aktuelle Entwicklungen (z.B. Disruption, Digitalisierung, Vernetzung) | | |
| Mitarbeiterführung | 25 | 50 |
| - Psychologische Grundlagen<br>- Motivation<br>- Führungskräfte und -eigenschaften<br>- Führungstheorien<br>- Führungsstile/-modelle<br>- Führungsinstrumente<br>- Kommunikation<br>- Ethische bzw. soziale Verantwortung einer Führungskraft<br>- 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 Personalmanage-ment, 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 | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|
| Ausgewählte Themen der Wirtschaftspolitik | 25 | 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 (RAV) (W3BW_HD721)

## Key Qualifications III

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

| MODULNUMMER | VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF | MODULDAUER (SEMESTER) | MODULVERANTWORTUNG | SPRACHE |
|---|---|---|---|---|
| W3BW_HD721 | 3. 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 Pruefungsordnung | Bestanden/ Nicht-Bestanden |

### WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

### QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

**FACHKOMPETENZ**

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 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 zurechtzufinden, 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 |
|---|---|---|
| Branchenspezifische Unternehmenssimulation (3. Studienjahr) | 25 | 50 |

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

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

## BESONDERHEITEN

-

## VORAUSSETZUNGEN

keine

## LITERATUR


- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Hollinger, T.: Führungskräftetraining 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

# Strategisches Handelsmarketing (W3BW_HD207)

## Strategic Retail and Wholesale Marketing

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

| MODULNUMMER | VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF | MODULDAUER (SEMESTER) | MODULVERANTWORTUNG | SPRACHE |
|---|---|---|---|---|
| W3BW_HD207 | 3. Studienjahr | 2 | Prof. Dr. Dietmar Polzin | Deutsch/Englisch |

### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Inverted Classroom

### EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

| PRÜFUNGSLEISTUNG | PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN) | BENOTUNG |
|---|---|---|
| Klausur | 120 | ja |

### WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

### QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

**FACHKOMPETENZ**

Die Studierenden des Moduls kennen die strategische Dimension des Handelsmarketing und zugehörige Paradigmen. Sie sind mit typischen Analyse- und Strategieentwicklungstools vertraut. Prozess und Schnittstellen der Strategieentwicklung sind durchdrungen.

**METHODENKOMPETENZ**

Die Studierenden des Moduls sind in der Lage, Konzepte und Paradigmen im strategischen Handelsmarketing zu bewerten. Sie können die relevanten Methoden auswählen und anwenden. Darüber hinaus sind sie in der Lage, die Methoden und deren Ergebnisse kritisch zu bewerten.

**PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ**

Nach erfolgreichem Besuch der Lehrveranstaltung können die Studierenden die behandelten Aspekte des strategischen Handelsmarketings im Hinblick auf die damit verbundene soziale, ethische und ökologische Verantwortung eigenständig reflektieren.

**ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ**

Die Studierenden können typische Probleme aus dem strategischen Handelsmarketing eigenständig analysieren, die passenden Analyseinstrumente anwenden und ersten Lösungen zuführen. Ebenso können sie die Auswirkungen von solchen Strategien auf das Gesamtunternehmen und die relevanten Unternehmensbereiche bewerten.

### LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|
| Strategisches Handelsmarketing | 50 | 100 |

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|

Verbindliche Kerninhalte
- Grundlagen der Strategieentwicklung im Marketing- und Handelskontext: Resource- versus market-based view, Informationsgrundlagen für strategische Entscheidungen, relevante Aspekte des Käuferverhaltens
- Instrumente der internen Analyse im Handel (z.B. Kostenstrukturanalyse, Ressourcen- und Kompetenzanalyse, Lebenszyklusanalyse, Benchmark-Analyse)
- Instrumente der externen Analyse im Handel (z.B. PEST-Analyse, Stakeholder-Analyse, Wettbewerbsanalyse, Zielgruppenanalyse)
- Identifizierung von Ansatzpunkten für erfolgreiche Handelsstrategien auf der Basis z.B. Gap-Analysen, Portfolios, SWOT/TOWS, Szenarien
- Generische Strategieoptionen im Handelsmarketing
- Aktuelle Entwicklungen der strategischen Unternehmensführung im Handel wie z.B. Integration auf vorgelagerte Stufen, Internationalisierung, Handelsformate, Standorttypen, Omni- und Multichannelkonzepte

Ergänzende Wahlinhalte
- Aspekte der strategischen Kontrolle und Frühwarnung/Trendscouting im Handel
- Aspekte der Strategieimplementierung
- Erfolgsfaktorenforschung im Handel
- Marktstrategien
- Besonderheiten des Markt- und Wettbewerbsrechts
- Servicemanagement im Handel

## BESONDERHEITEN

-

## VORAUSSETZUNGEN

-

## LITERATUR


- Backhaus, K./Schneider, H.: Strategisches Marketing, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Backhaus, K./Voeth, M.: Industriegütermarketing, München: Vahlen
- Becker, J.: Marketing-Konzeption, München: Vahlen
- Lynch, R.: Strategic Management, Harlow et al.: Pearson
- McGoldrick, P.: Retail Marketing, London et al.: McGraw-Hill
- Müller-Hagedorn, L./Toporowski, W./Zielke, S.: Der Handel, Stuttgart: Kohlhammer
- Redler, J: Die Store Brand, SpringerGabler
- Wilson, R. M. S./Gilligan, C.: Strategic Marketing Management, London/New York: Rotledge

# Handelsmanagement (W3BW_HD208)

## Retail Management

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

| MODULNUMMER | VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF | MODULDAUER (SEMESTER) | MODULVERANTWORTUNG | SPRACHE |
|---|---|---|---|---|
| W3BW_HD208 | 3. Studienjahr | 2 | Prof. Dr. Petra Morschheuser | Deutsch/Englisch |

### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Planspiel/Simulation, Case Study, Inverted Classroom

### EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

| PRÜFUNGSLEISTUNG | PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN) | BENOTUNG |
|---|---|---|
| Klausur | 120 | ja |

### WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

### QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

**FACHKOMPETENZ**

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

**METHODENKOMPETENZ**

Die Studierenden sind in der Lage, für weitgehend standardisierte Anwendungsfälle in der Praxis das angemessene System bzw. Konzept auszuwählen und anzuwenden. Sie kennen die Stärken und Schwächen der Systeme bzw. Konzepte in ihrem beruflichen Anwendungsfeld und können diese in konkreten Handlungssituationen gegeneinander abwägen.

**PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ**

Nach erfolgreichem Besuch der Lehrveranstaltung können die Studierenden die behandelten Aspekte des Handelsmanagement und die damit verbundenen sozialen, ethischen und ökologischen Folgen eigenständig reflektieren.

**ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ**

Die Studierenden können typische Probleme des Handelsmanagement eigenständig analysieren, die passenden Analyseinstrumente anwenden und ersten Lösungen zuführen.

### LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|
| Handelsmanagement | 50 | 100 |

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|

Verbindliche Kerninhalte
Controlling:
- Ziele, Aufgaben und Organisation des Controllings
- Operatives Controlling (u.a. Kennzahlen, Budgetierung, Controlling der Funktionalbereiche)
- Strategisches Controlling (u.a. Wertorientiere Konzepte, Balanced Scorecard)
- Adressatengerechtes Berichtswesen
- Handelsspezifische Controllinginstrumente
- Exemplarische Vertiefungen, Trends und Entwicklungen

Finanzmanagement:
- Finanzierungsmöglichkeiten
- Kapitalflussrechnung
- Cashflowrechnung
- Limitplanung und Cash Management
- Ausgewählte Instrumente des Finanz- und Risikocontrolling
- Kapitalmarktorientierte Informationssysteme

Arrondierende Themen des Handelsmanagement:
- Aktuelle Einbindung Handel in Gesamtwertschöpfungskette
- Anforderungen der Endkunden an Wertschöpfungskette
- Mögliche Szenarien der Optimierung der Gesamtwertschöpfungskette
- Derzeitige und zukünftige Aufgaben für den Handel
- Optimales Management der Handelsfunktion
- Category Management

Ergänzende Wahlinhalte
Recht im Handelsmanagement:
- Wettbewerbs- und Markenrecht (GWB, UWG, Schutzrechte, Produktverantwortung, handelsrelevante)
- Arbeitsrecht im Handelsmanagement (Arbeitsvertrag, Arbeitszeugnis, Kündigung insb. Sonderfälle),
- Arbeitsgerichtliches Verfahren
- Flexibilisierung von Arbeitsformen
- Betriebsrat

Personalmanagement im Handel:
- Personalbedarfsermittlung
- Personaleinsatz
- Personalentwicklung
- Entlohnungssysteme und betriebliche Sozialpolitik
- Personalverwaltung
- Personalinformationssysteme
- Personalcontrolling

## BESONDERHEITEN

-

## VORAUSSETZUNGEN

-

## LITERATUR


- Bramsemann, R.: Wertorientierte Unternehmenssteuerung, Konzepte – Implementierung – Praxisstatements, Wiesbaden: Gabler
- Eisele, D./Doyé, T.: Praxisorientierte Personalwirtschaftslehre, Stuttgart: Kohlhammer
- Haller, S.: Dienstleistungsmanagement: Grundlagen – Konzepte – Instrumente, Wiesbaden: Gabler
- Horváth, P.: Controlling, München: Vahlen
- Liebmann, H.-P./Zentes, J./Swoboda, B.: Handelsmanagement, München: Vahlen
- Nordemann, W./Nordemann, J.: Wettbewerbs- und Markenrecht, Baden-Baden: Nomos
- Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A. W.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, München: Vahlen
- Rudolph, T.: Modernes Handelsmanagement, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Weber, J./Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Zentes, J./Morschett, D./Schramm-Klein, H.: Strategic Retail Management – Text and International Cases, Wiesbaden: Springer Gabler

# Integrationsseminar zu Branchenthemen (W3BW_HD209)

## Integrative Perspectives on Management

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

| MODULNUMMER | VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF | MODULDAUER (SEMESTER) | MODULVERANTWORTUNG | SPRACHE |
|---|---|---|---|---|
| W3BW_HD209 | 3. Studienjahr | 2 | Prof. Dr. Dietmar W. Polzin | Deutsch/Englisch |

### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Planspiel/Simulation, Case Study

### EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

| PRÜFUNGSLEISTUNG | PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN) | BENOTUNG |
|---|---|---|
| Seminararbeit (mit Präsentation) | Siehe Pruefungsordnung | ja |

### WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

### QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

**FACHKOMPETENZ**

Die Studierenden erhalten einen vertieften Einblick in dogmengeschichtliche oder aktuelle Fragen des Managements von Unternehmungen, in allgemeine oder branchenbezogene Aspekte der Unternehmens- und/oder Mitarbeiterführung, in theoretische und /oder praktische Konzepte der Unternehmensführung.

**METHODENKOMPETENZ**

Studierende üben themenrelevante Informationen mit wissenschaftlichen Methoden zu sammeln und zu interpretieren. Die Studierenden erhalten dann im Seminar die Möglichkeit, ihre eigene inhaltlich/theoretische wie methodische Argumentationsbasis zu überprüfen, zu hinterfragen und kritisch zur Diskussion zu stellen. Themen- und problemadäquate Methoden werden ausgewählt und hinsichtlich Praktikabilität und Grenzen eigenständig eingeschätzt.

**PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ**

Studierenden können sich eigenständig und ausdauernd in eine betriebswirtschaftliche Problematik einarbeiten. Die Studierenden entwickeln ein Gefühl für vielschichtige Problemstellungen und können konstruktiv mit komplexen, schlechtstrukturierten Situation umgehen. Im Seminar zeigen Studierende ein hohes Maß an Teamorientierung und kultursensibles, tolerantes Arbeiten.

**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 Fach- und Führungsumfeld vorzubereiten. Durch die Beschäftigung mit systemischer Komplexität lernen sie in der Endphase ihres Studiums 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 Integrationsseminars ist es, aktuelle theoretische und/oder praktische Fragestellungen aus dem Bereich des Handels, des General Managements oder einer Unternehmensfunktion wissenschaftlich fundiert zu erfassen, relevante Informationen und Rahmenbedingungen zu analysieren und ganzheitliche Lösungsansätze dafür zu finden.

### BESONDERHEITEN

-

## VORAUSSETZUNGEN

-

## LITERATUR

Auf die konkrete Thematik bezogene, aktuelle und problemadäquate wissenschaftliche Fachliteratur in angemessenen Umfang.

# Praxismodul III (W3BW_HD803)

## Practical Module III

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

| MODULNUMMER | VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF | MODULDAUER (SEMESTER) | MODULVERANTWORTUNG | SPRACHE |
|---|---|---|---|---|
| W3BW_HD803 | 3. Studienjahr | 2 | Prof. Dr. Joachim Weber | Deutsch/Englisch |

### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Projekt

### EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

### WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

### QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

**FACHKOMPETENZ**

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

**METHODENKOMPETENZ**

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

**PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ**

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

**ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ**

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

### LERNEINHEITEN UND INHALTE

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

-

### BESONDERHEITEN

Die Inhalte des Praxismoduls III orientieren sich an den theoretischen Schwerpunkten in den einzelnen Semestern und dienen als Grundlage für den betrieblichen Ausbildungsplan. Der betriebliche Ausbildungsplan sollte zeitlich und inhaltlich an die Besonderheiten des jeweiligen Ausbildungsunternehmens angepasst werden. Dabei sind betriebliche Schwerpunktsetzungen und Anpassungen sinnvoll und es kann auch von der zeitlichen Abfolge des Rahmenplans abgewichen werden.

Im Praxismodul III erfolgt auch die Anfertigung der Bachelorarbeit.

## VORAUSSETZUNGEN

-

## LITERATUR


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

# Warenspezifisches Autohausmanagement (W3BW_HD332)

## Product-Specific Car Dealership Management

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

| MODULNUMMER | VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF | MODULDAUER (SEMESTER) | MODULVERANTWORTUNG | SPRACHE |
|---|---|---|---|---|
| W3BW_HD332 | 2. Studienjahr | 2 | Prof. Dr. Ulrich Ermschel | Deutsch/Englisch |

### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung

### EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

### WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

### QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

**FACHKOMPETENZ**

Die Studierenden erkennen die spezifischen Problemstellungen in den Profitcentern des Autohandels und sie verstehen, welche betriebswirtschaftlichen Zusammenhänge bei der Lösung dieser Probleme zu beachten sind. Sie sind in der Lage, unterschiedliche Ansätze miteinander zu vergleichen und können mithilfe ihres Wissens plausible Argumentationen und Schlüsse ableiten.

**METHODENKOMPETENZ**

Die Studierenden sind in der Lage, für weitgehend standardisierte Anwendungsfälle in der Praxis das angemessene System bzw. Konzept auszuwählen und anzuwenden. Sie kennen die Stärken und Schwächen der Systeme bzw. Konzepte in ihrem beruflichen Anwendungsfeld und können diese in konkreten Handlungssituationen gegeneinander abwägen.

**PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ**

Den Studierenden gelingt es, aus Erfahrungen zu lernen und sind offen für Veränderungen. Sie reflektieren die in den Modulinhalten angesprochenen Konzepte in Hinblick auf die damit verbundene soziale, ethische und ökologische Verantwortung.

**ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ**

Die Studierenden sind in der Lage, Ansätze zu vergleichen und zu bewerten. Sie verfügen über grundlegende Beschreibungs-, Analyse- und Bewertungsmuster, mit denen sie Managementprobleme zielorientiert bewältigen können.

### LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|
| Warenspezifisches Autohausmanagement | 55 | 95 |

- Rechtsrahmen des Automobilhandels
- Automobil-Vertriebspolitik
- Betriebstypen des Automobilhandels – Marktdaten
- Determinanten der Beschaffung, Lagerhaltung und des Vertriebs von Neufahrzeugen
- Determinanten der Beschaffung, Lagerhaltung und des Vertriebs von Gebrauchtfahrzeugen
- Determinanten der Beschaffung, Lagerhaltung und des Vertriebs von Ersatzteilen und Zubehör
- Aufbau- und Ablauforganisation in den Betriebsbereichen
- Finanzdienstleistungen auf Beschaffungs- und Absatzseite

### BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

## VORAUSSETZUNGEN

keine

## LITERATUR


- Brachat, H. (Hrsg.): Autohaus-Management 2015, Ottobrunn: Springer
- Brachat, H./vom Heu, G./Menzel, R. M./Schinckel, G./Bongartz, E. (Hrsg.): Autohaus-Service-Management 2015, Ottobrunn: Springer
- Diez, W.: Automobil-Marketing, München: Vahlen
- Diez, W. /Reindl, S./Brachat, H. (Hrsg.): Grundlagen der Automobilwirtschaft, München: Springer
- Diez, W./Stollenmaier, M.: Kostenmanagement mit Musterkostenrechnungen, Würzburg: Vogel-Business-Media
- Ermschel, U.: Die Autohaus-Zukunft, München: Springer
- Finkenberg, A.: Finanzierung & Leasing im Autohaus, München: Springer
- Herrnberger, J.: Kennzahlengestützte Autohaussteuerung, München: Beck
- Wöhe, G./Döring, U.: Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München: Vahlen

# Stationärhandel (W3BW_HD351)

## Store Based Retailing

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

| MODULNUMMER | VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF | MODULDAUER (SEMESTER) | MODULVERANTWORTUNG | SPRACHE |
|---|---|---|---|---|
| W3BW_HD351 | 2. Studienjahr | 2 | Prof. Dr. Thomas Asche | Deutsch/Englisch |

### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

### EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

### WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

### QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

#### FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sollen die Inhalte der in diesem Modul vermittelten wesentlichen Instrumente des stationären Handels darstellen, erläutern und einordnen können. Sie sollen die wesentlichen Entscheidungsprobleme des Vertriebsmanagements formulieren können. Darauf aufbauend sollen sie die behandelten Ansatzpunkte des stationären Handels nicht nur isoliert, sondern auch interdisziplinär und problembezogen anwenden können.

#### METHODENKOMPETENZ

Studierende haben die Kompetenz erworben, relevante Informationen mit wissenschaftlichen Methoden zu sammeln und unter der Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse zu interpretieren. Die Studierenden verfügen über ein breites Spektrum an Methoden und Techniken zur Bearbeitung von Problemen im stationären Handel, aus denen sie die angemessenen Methoden auswählen und anwenden, um neue Lösungen zu erarbeiten.

#### PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden weisen einen hohen Grad an Reflexivität auf und können mit Veränderungen auch in komplexen Situationen umgehen. Sie haben gelernt, das eigene Wissen und ihre Fähigkeiten selbständig auf die jeweils bestehenden Anforderungen im Handel anzupassen.

#### ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben Kompetenzen erworben, handelsspezifische Vermarktungsfragen selbstständig zu analysieren und weiterentwickeln zu können. Sie können die Auswirkungen von Strategien und Maßnahmen im Rahmen von Querschnittsbetrachtungen auf andere Unternehmensfunktionen und -bereiche bewerten. Im Rahmen einer ev. Führungsverantwortung sind sie in der Lage, vermarktungsrelevante Ziele abzustimmen, daraus entstehende Aufgaben zu delegieren und Konflikte zu lösen.

### LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|
| Stationärhandel | 55 | 95 |

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|

Visual Merchandising
- Außenbereich
- Schaufenstergestaltung
- Eingangsbereich
- Regalplatzierung
- Warenpräsentation
- Atmosphärische/ dramaturgische Elemente
- Zielgruppenorientierung

Event-Management
- Eventplanung, -durchführung und -kontrolle,
- Rechtliche Aspekte
- Events im Handel

Standortpolitik
- Grundlagen
- Ziele
- Standortentscheidungen
- Standortfaktoren
- Standortmodelle
- Standortanalyse
- Verfahren zur Standortbewertung

## BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

## VORAUSSETZUNGEN

keine

## LITERATUR


- Balderjahn, I.: Standortmarketing, Konstanz, München: UKV Verlagsgesellschaft
- Jäger, D.: Grundwissen Eventmanagement, Konstanz, München: UKV Verlagsgesellschaft
- Schnödt, D.: Inszenieren - verführen - mehr verkaufen: Ladengestaltung mit multisensualem Marketing, Frankfurt: Deutscher Fachverlag
- Spanke, M. u.a.: Faszination Visual Merchandising, Frankfurt: Deutscher Fachverlag

# B2B-Vertrieb (W3BW_HD352)

## B2B Sales Management

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

| MODULNUMMER | VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF | MODULDAUER (SEMESTER) | MODULVERANTWORTUNG | SPRACHE |
|---|---|---|---|---|
| W3BW_HD352 | 2. Studienjahr | 2 | Prof. Dr. Thomas Asche | Deutsch/Englisch |

### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Planspiel/Simulation, Case Study

### EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

### WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

### QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

**FACHKOMPETENZ**

Die Studierenden sollen die Inhalte der in diesem Modul vermittelten wesentlichen Instrumente des Vertriebs im B2B-Geschäft darstellen, erläutern und einordnen können. Sie sollen die wesentlichen Entscheidungsprobleme des Vertriebsmanagements formulieren können. Darauf aufbauend sollen sie die behandelten Ansatzpunkte des B2B-Vertriebs nicht nur isoliert, sondern auch interdisziplinär und problembezogen anwenden können.

**METHODENKOMPETENZ**

Die Studierenden verfügen über ein breites Spektrum an Methoden und Techniken zur Bearbeitung von Problemen im B2B-Vertrieb, aus denen sie die angemessenen Methoden auswählen und anwenden, um neue Lösungen zu erarbeiten. Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenzen erworben, um geeignete Methoden zur strukturierten Bearbeitung unterschiedlicher Aufgabenstellungen einzusetzen.

**PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ**

Die Studierenden weisen einen hohen Grad an Reflexivität auf und können mit Veränderungen auch in komplexen Situationen umgehen. Sie haben gelernt, das eigene Wissen und ihre Fähigkeiten selbstständig auf die jeweils bestehenden Anforderungen im Handel anzupassen.

**ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ**

Die Studierenden haben Kompetenzen erworben, handelsspezifische Vermarktungsfragen selbstständig zu analysieren und weiterentwickeln zu können. Sie können die Auswirkungen von Strategien und Maßnahmen im Rahmen von Querschnittsbetrachtungen auf andere Unternehmensfunktionen und -bereiche bewerten. Im Rahmen einer ev. Führungsverantwortung sind sie in der Lage, vermarktungsrelevante Ziele abzustimmen, daraus entstehende Aufgaben zu delegieren und Konflikte zu lösen.

### LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|
| B2B-Vertrieb | 55 | 95 |

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|

B2B-Marketing
- Unterschiede B2B vs. B2C
- Nachfrager im B2B
- Anbieter im B2B
- Marktforschung im B2B
- Online-Marketing im B2B

Vertrieb im Projektgeschäft
- Besonderheiten des Projektgeschäfts
- Angebotserstellung
- Verhandlungsinhalte
- Gewährleistungen

Vertrieb im Systemgeschäft
- Besonderheiten des Systemgeschäfts
- Management der Einstiegsinvestition
- Management der Folgeinvestitionen

## BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

## VORAUSSETZUNGEN

keine

## LITERATUR


- Backhaus, K./Voeth, M.: Industriegütermarketing, München: Vahlen
- Kreutzer, R./Rumler, A./Wille-Baumkauff, W.: B2B-Online-Marketing und Social Media, Wiesbaden: Springer
- Pförtsch, W./Godefroid, P.: Business-to-Business-Marketing, Herne: SWB-Verlag

# Betriebswirtschaftliche Grundfunktionen im Automobilhandel (W3BW_HD381)

## Basic Business Functions in the Automotive Trade

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

| MODULNUMMER | VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF | MODULDAUER (SEMESTER) | MODULVERANTWORTUNG | SPRACHE |
|---|---|---|---|---|
| W3BW_HD381 | 2. Studienjahr | 1 | Prof. Dr. Ulrich Ermschel | Deutsch/Englisch |

### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt

### EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

### WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

### QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

**FACHKOMPETENZ**

Die Studierenden erkennen, welche konkreten betriebswirtschaftlichen Fragestellungen sich im Automobilhandel ergeben und sie verstehen, welche spezifischen Erklärungsansätze und Instrumente der Betriebswirtschaftslehre hierbei herangezogen werden können. Sie sind in der Lage, unterschiedliche Ansätze miteinander zu vergleichen und können mithilfe ihres Wissens plausible Argumentationen und Schlüsse ableiten.

**METHODENKOMPETENZ**

Die Studierenden sind in der Lage, aktuelle Methoden der Betriebswirtschaftslehre für die Problemstellungen des Autohandels zu konkretisieren und anzuwenden, und sie haben somit autohandelsspezifische Methodenkompetenz erworben.

**PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ**

Den Studierenden gelingt es, aus Erfahrungen zu lernen und sie sind offen für Veränderungen. Sie reflektieren die in den Modulinhalten angesprochenen Konzepte in Hinblick auf die damit verbundene soziale, ethische und ökologische Verantwortung.

**ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ**

Die Studierenden sind in der Lage, Ansätze zu vergleichen und zu bewerten. Sie verfügen über grundlegende Beschreibungs-, Analyse- und Bewertungsmuster, mit denen sie Managementprobleme des Autohandels zielorientiert bewältigen können.

### LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|
| Betriebswirtschaftliche Grundfunktionen im Automobilhandel | 55 | 95 |

- Finanzmanagement und Investition im Autohandel
- Personalwirtschaft im Autohandel
- Internes und Externes Rechnungswesen im Autohandel
- Marketing im Autohandel

### BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

### VORAUSSETZUNGEN

-

## LITERATUR


- Brachat, H. (Hrsg.): Autohaus-Management 2015, Ottobrunn: Springer
- Brachat, vom Heu, Menzel, Schinckel, Bongartz (Hrsg.): Autohaus-Service-Management 2015, Ottobrunn: Springer
- Diez, W.: Automobil-Marketing, München: Vahlen
- Diez, W. /Reindl, S./Brachat, H. (Hrsg.): Grundlagen der Automobilwirtschaft, München: Springer
- Diez, W./Stollenmaier, M.: Kostenmanagement mit Musterkostenrechnungen, Würzburg: Vogel-Business-Media
- Ermschel, U.: Die Autohaus-Zukunft, München: Springer
- Ermschel, U./ Möbius, C./, Wengert, H.: Investition und Finanzierung, Heidelberg: Springer
- Finkenberg, A.: Finanzierung & Leasing im Autohaus, München: Springer
- Herrnberger, J.: Kennzahlengestützte Autohaussteuerung, München: Beck
- Jung, H.: Personalwirtschaft. München – Wien, Oldenbourg
- Wöhe, G./Döring, U.: Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München: Vahlen

# Rahmenbedingungen des Global Commerce Managements (W3BW_HD355)

## Conditions in Global Commerce Management

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

| MODULNUMMER | VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF | MODULDAUER (SEMESTER) | MODULVERANTWORTUNG | SPRACHE |
|---|---|---|---|---|
| W3BW_HD355 | 2. Studienjahr | 2 | Prof. Dr. Roman Macha | Deutsch/Englisch |

### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

### EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

| PRÜFUNGSLEISTUNG | PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN) | BENOTUNG |
|---|---|---|
| Klausur oder Referat | 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 die Inhalte der in diesem Modul vermittelten wesentlichen Rahmenbedingungen des Global Commerce Management darstellen, erläutern und einordnen können. Sie sollen die wesentlichen Entscheidungsprobleme des Global Commerce Management formulieren und globale Entwicklungen und deren Relevanz als Basisvoraussetzungen im internationalen Handel definieren können. Darauf aufbauend sollen sie die behandelten Instrumente nicht nur isoliert, sondern auch interdisziplinär und problembezogen anwenden können.

**METHODENKOMPETENZ**

Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, relevante Informationen mit wissenschaftlichen Methoden zu sammeln und unter der Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse zu interpretieren. Die Studierenden verfügen über ein breites Spektrum an Methoden und Techniken zur Bearbeitung von Problemstellungen im internationalen Handel, aus denen sie die angemessenen Methoden auswählen und anwenden, um neue Lösungen zu erarbeiten.

**PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ**

Die Studierenden weisen einen hohen Grad an Reflexivität auf und können mit Veränderungen auch in komplexen Situationen umgehen. Die Studierenden können sich eigenständig und ausdauernd in eine informationspezifische Problematik im internationalen Handelskontext einarbeiten, entwickeln ein Gefühl für vielschichtige Problemstellungen und können konstruktiv mit komplexen sowie schlecht strukturierten Situation umgehen.

**ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ**

Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen haben die Studierenden die Kompetenz erworben, interkulturelle Fragen, globale Megatrends und notwendige Anpassungsbedarfe zu identifizieren und zu analysieren. Sie können nach Abschluss dieses Moduls Strategien entwickeln, mit denen international agierende Handelsunternehmen auf identifizierte länder-, zielgruppen- und wertespezifische Besonderheiten reagieren können. Darüber hinaus sind sie in der Lage, länder-, zielgruppen- und wertespezifische Besonderheiten zielorientiert für den eigenen Unternehmenserfolg zu nutzen.

### LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|
| Rahmenbedingungen des Global Commerce Management | 50 | 100 |

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|

Nachhaltigkeitsmanagement
- Nachhaltige Geschäftsmodelle
- Ressourcenmanagement
- Umweltmanagement

Außenwirtschaft
- Tauschverhältnisse und Gleichgewicht
- Zölle
- Wechselkurse
- Empirische Ansätze zum Außenhandel

Qualitätsmanagement
- Qualitätsdefinition
- Qualitätstechniken
- Qualitätsmanagementsysteme und Normen
- Audits
- Zertifizierungen
- TQM- Ansätze

## BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.
Die Prüfungsdauer für das Referat beträgt 20 Minuten.

## VORAUSSETZUNGEN

keine

## LITERATUR


- Ahrend, K.-M.: Geschäftsmodell Nachhaltigkeit: Ökologische und soziale Innovationen als unternehmerische Chance, Berlin,Heidelberg: Springer
- Scholz, Chr./ Zentes, J. (Hrsg.): Beyond Sustainability, Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft
- Krugman, P. R. et al.: Internationale Wirtschaft : Theorie und Politik der Außenwirtschaft, Halbergmoos: Pearson
- Lorz, O./Siebert, H.: Außenwirtschaft. Stuttgart, München: UTB
- Herrmann, J./Fritz, H.: Qualitätsmanagement: Lehrbuch für Studium und Praxis, München, Wien: Hanser
- Schmitt, R./Pfeifer, T.: Qualitätsmanagement: Strategien - Methoden – Techniken, München, Wien: Hanser

# Warenflüsse im MCM (W3BW_HD380)

## Advanced Logistics and Supply Chain Management in Multichannel Distribution

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

| MODULNUMMER | VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF | MODULDAUER (SEMESTER) | MODULVERANTWORTUNG | SPRACHE |
|---|---|---|---|---|
| W3BW_HD380 | 2. Studienjahr | 2 | Prof. Dr. Carsten Münster | Deutsch/Englisch |

### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study, Inverted Classroom

### EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

### WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

### QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

**FACHKOMPETENZ**

Die Studierenden kennen die aktuellen Anforderungen hinsichtlich der vertieften Thematik dieses Multichannel-Management-Moduls bezüglich Warenwirtschaft und Global Sourcing in einem internationalen Kontext.

**METHODENKOMPETENZ**

Die Studierenden sind dazu in der Lage, die erlernten Methoden und Techniken im fachlichen Kontext und im beruflichen Anwendungsfeld kritisch reflektiert zu realisieren.

**PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ**

Die Studierenden erkennen Innovationen und Veränderungen im Marktgeschehen und sollten auch selbst kreative Impulsgeber im Unternehmens sein.

**ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ**

Mit Weitblick und Umsichtigkeit können die Studierenden theoretisch und praktisch umfassende Multichannel-Prozesse entwickeln, bewerten und implementieren, wobei sie dazu integrative Sach- und Fachkompetenzen nutzen.

### LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|
| Warenflüsse im MCM | 55 | 95 |

Quantitative Methoden in der Warenwirtschaft
- Beschaffungsorganisation und -marketing im MCM
- Logistik und Warenwirtschaft

Global Sourcing
- Ein- und Ausfuhren
- Optimale Gestaltung internationaler Transportketten
- Rechtliche Grundlagen des Im- und Exportes
- Warenursprung und Präferenzen
- Steuerliche Gesichtspunkte
- Finanzierungen und Absicherungen bei Ein- und Ausfuhren
- Risikoabschätzung und Controlling internationaler Partnerschaften
- Grundlagen des E-Procurement und die sich ergebenden Gesamtkosten

## BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

## VORAUSSETZUNGEN

-

## LITERATUR


- Becker, J./Kugler, M./Rosemann, M. (Hrsg): Prozessmanagement, Berlin: Springer Gabler
- Bogaschewsky, R. (Hrsg.): Beschaffung vor dem Hintergrund der Globalisierung, Frankfurt a.M.: BME
- Hartmann, H. (Hrsg.): Modernes Einkaufsmanagement, Gernsbach: Deutscher Betriebswirte-Verlag
- Helmold, M./Terry, M.: Global Sourcing and Supply Management Excellence in China, Singapore: Springer
- Kleemann, F.: Global Sourcing, Saarbrücken: AV AkademikerVerlag
- Kopp, W.: Logistikmanagement im Beschaffungsbereich, Saarbrücken: AV AkademikerVerlag
- Lasch, R.: Strategisches und operatives Logistikmanagement: Prozesse, Berlin: Springer Gabler
- Lasch, R.: Strategisches und operatives Logistikmanagement: Beschaffung, Berlin et al.: Springer Gabler
- Lasch, R.: Strategisches und operatives Logistikmanagement: Distribution, Berlin et al.: Springer Gabler

# Dienstleistungsspezifisches Autohausmanagement (W3BW_HD333)

## Service-Oriented Car Dealership Management

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

| MODULNUMMER | VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF | MODULDAUER (SEMESTER) | MODULVERANTWORTUNG | SPRACHE |
|---|---|---|---|---|
| W3BW_HD333 | 3. Studienjahr | 2 | Prof. Dr. Ulrich Ermschel | Deutsch/Englisch |

### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung

### EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

### WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

### QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

**FACHKOMPETENZ**

Die Studierenden erkennen die spezifischen Problemstellungen der Dienstleistung im Automobilservice und sie verstehen, welche betriebswirtschaftlichen Zusammenhänge bei der Lösung dieser Probleme zu beachten sind. Sie sind in der Lage, unterschiedliche Ansätze miteinander zu vergleichen und können mithilfe ihres Wissens plausible Argumentationen und Schlüsse ableiten.

**METHODENKOMPETENZ**

Die Studierenden sind in der Lage, für die spezifischen Problemstellungen der Dienstleistung im Automobilservice das angemessene System bzw. Konzept auszuwählen und anzuwenden. Sie kennen die Stärken und Schwächen der Systeme bzw. Konzepte in ihrem beruflichen Anwendungsfeld und können diese in konkreten Handlungssituationen gegeneinander abwägen.

**PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ**

Den Studierenden gelingt es, aus Erfahrungen zu lernen und sie sind offen für Veränderungen. Sie reflektieren die in den Modulinhalten angesprochenen Konzepte in Hinblick auf die damit verbundene soziale, ethische und ökologische Verantwortung.

**ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ**

Die Studierenden sind in der Lage, Ansätze zu vergleichen und zu bewerten. Sie verfügen über grundlegende Beschreibungs-, Analyse- und Bewertungsmuster, mit denen sie Managementprobleme zielorientiert bewältigen können.

### LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|
| Dienstleistungsspezifisches Autohausmanagement | 50 | 100 |

- Größe, Bedeutung und Aufteilung des Marktes
- Aufbau- und Ablauforganisation im Service
- Service-Kernprozesse
- Kostenrechnung im Automobilservice
- Service-Marktforschung
- Strategisches Service-Marketing
- Operatives Service-Marketing

### BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

## VORAUSSETZUNGEN

keine

## LITERATUR


- Brachat, H. (Hrsg.): Autohaus-Management 2015, Ottobrunn: Springer
- Brachat, H./vom Heu, G./Menzel, R. M./Schinckel, G./Bongartz, E. (Hrsg.): Autohaus-Service-Management 2015, Ottobrunn: Springer
- Diez, W.: Automobil-Marketing, München: Vahlen
- Diez, W. /Reindl, S./Brachat, H. (Hrsg.): Grundlagen der Automobilwirtschaft, München: Springer
- Diez, W./Stollenmaier, M.: Kostenmanagement mit Musterkostenrechnungen, Würzburg: Vogel-Business-Media
- Ermschel, U.: Die Autohaus-Zukunft, München: Springer
- Finkenberg, A.: Finanzierung & Leasing im Autohaus, München: Springer
- Herrnberger, J.: Kennzahlengestützte Autohaussteuerung, München: Beck
- Meffert, H./Bruhn, M.: Dienstleistungsmarketing, Wiesbaden: Gabler
- Wöhe, G./Döring, U.: Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München: Vahlen

# Digitalisierung des Automobilhandels (W3BW_HD382)

## Digitisation of the Automobile Trade

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

| MODULNUMMER | VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF | MODULDAUER (SEMESTER) | MODULVERANTWORTUNG | SPRACHE |
|---|---|---|---|---|
| W3BW_HD382 | 3. Studienjahr | 1 | Prof. Dr. Ulrich Ermschel | Deutsch/Englisch |

### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt

### 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 erkennen, welche konkreten Auswirkungen die Digitalisierung auf die Beschaffung, die Lagerung und den Absatz von Waren sowie die Erstellung und den Absatz von automobilspezifischen Dienstleistungen in den verschiedenen Profitcentern des Automobilhandels hat. Sie kennen die hierbei in Frage kommenden Instrumente und haben einen Überblick über die relevanten Kommunikationskanäle und deren Akteure. Sie vermögen die Chancen und Risiken der Digitalisierung im Automobilhandel einzuschätzen und sind sich der Dynamik der diesbezüglichen Entwicklung bewusst.

**METHODENKOMPETENZ**

Die Studierenden sind in der Lage, aktuelle Methoden im Zusammenhang mit der Digitalisierung des Automobilhandels für die Problemstellungen des Autohandels zu konkretisieren und anzuwenden. Sie haben somit autohandelsspezifische Methodenkompetenz im Bereich der Digitalisierung erworben.

**PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ**

Den Studierenden gelingt es, aus Erfahrungen zu lernen und sie sind offen für Veränderungen. Sie reflektieren die in den Modulinhalten angesprochenen Konzepte in Hinblick auf die damit verbundene soziale, ethische und ökologische Verantwortung.

**ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ**

Die Studierenden sind in der Lage, Ansätze zu vergleichen und zu bewerten. Sie verfügen über grundlegende Beschreibungs-, Analyse- und Bewertungsmuster, mit denen sie Managementprobleme im Bereich der Digitalisierung zielorientiert bewältigen können.

### LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|
| Digitalisierung des Automobilhandels | 50 | 100 |

- Anforderungen der organisatorischen Verankerung der Digitalisierung in Automobilhandelsunternehmen
- Abstimmung analoger und digitaler Prozesse im Autohandel
- Digitale Instrumente bei Beschaffung, Lagerung und Absatz von Waren sowie bei Erstellung und Absatz von automobilspezifischen Dienstleistungen im Autohandel
- Technologische Aspekte der Digitalisierung des Autohandels
- Ausgewählte psychologische Aspekte der Digitalisierung auf Beschaffungs- und Absatzseite, sowie im Hinblick auf die Mitarbeiterführung im Autohandel
- Ausgewählte rechtliche Aspekte der Digitalisierung des Autohandels

## BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

## VORAUSSETZUNGEN

-

## LITERATUR


- Appelfeller, W. / Feldmann C.: Die digitale Transformation des Unternehmens, Berlin: Springer
- Breyer-Mayländer, T.: Management 4.0, München: Carl Hanser Verlag
- Buhse, W.: Management by Internet, Kulmbach: Plassen-Verlag
- Diez, W.: Wohin steuert die deutsche Automobilindustrie?, Berlin: De Gruyter Oldenbourg
- Dudenhöffer, F.: Wer kriegt die Kurve?, Frankfurt am Main: Campus Verlag GmbH
- Gläß, R./Leukert, B. (Hrsg.): Handel 4.0: Die Digitalisierung des Handels, Berlin; Heidelberg: Springer
- Goerigk, P./Maaß, C./Reinartz, O.: Autohandel 2.0: Chancen und Risiken des Online-Automobilvertriebs, München: Springer
- Hannig, U.: Marketing und Sales Automation, Wiesbaden: Springer
- Kreutzer, R. T./Land, K.-H.: Digitaler Darwinismus, Wiesbaben: Springer
- Parment, A.: Die Zukunft des Autohandels, Wiesbaden: Springer
- Proff, H./Schönharting, J./Schramm, D./Ziegler, J. (Hrsg.): Zukünftige Entwicklungen in der Mobilität, Wiesbaden: Springer
- Ternès, A./Schieke, S.: Mittelstand 4.0: Wie mittelständische Unternehmen bei der Digitalisierung den Anschluss nicht verpassen, Wiesbaden: Springer
- Ternès, A./Towers, I./Jerusel,M.: Konsumentenverhalten im Zeitalter der Digitalisierung, Wiesbaden: Springer
- Winkelhake, U. Die Digitale Transformation der Automobilindustrie, Berlin: Springer

# Unternehmensführung im Automobilhandel (W3BW_HD405)

## General Car Dealership Management

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

| MODULNUMMER | VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF | MODULDAUER (SEMESTER) | MODULVERANTWORTUNG | SPRACHE |
|---|---|---|---|---|
| W3BW_HD405 | 3. Studienjahr | 2 | Prof. Dr. Ulrich Ermschel | Deutsch/Englisch |

### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Planspiel/Simulation

### EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

### WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

### QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

**FACHKOMPETENZ**

Die Studierenden erkennen die spezifischen Problemstellungen der Führung im Automobilhandel und sie verstehen, welche betriebswirtschaftlichen Zusammenhänge bei der Lösung dieser Probleme zu beachten sind. Sie kennen relevante Veränderungen der Rahmenbedingungen des Automobilhandels und sie sind in der Lage, deren Relevanz für den Handel zu bewerten. Sie können mithilfe ihres Wissens plausible Argumentationen und Schlüsse ableiten.

**METHODENKOMPETENZ**

Die Studierenden sind in der Lage, für die spezifischen Problemstellungen der Führung im Automobilhandel das angemessene System bzw. Konzept auszuwählen und anzuwenden. Sie kennen die Stärken und Schwächen der Systeme bzw. Konzepte in ihrem beruflichen Anwendungsfeld und können diese in konkreten Handlungssituationen gegeneinander abwägen.

**PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ**

Den Studierenden gelingt es, aus Erfahrungen zu lernen und sie sind offen für Veränderungen. Sie reflektieren die in den Modulinhalten angesprochenen Konzepte in Hinblick auf die damit verbundene soziale, ethische und ökologische Verantwortung.

**ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ**

Die Studierende sind in der Lage, Ansätze zu vergleichen und zu bewerten. Sie verfügen über grundlegende Beschreibungs-, Analyse- und Bewertungsmuster, mit denen sie Managementprobleme zielorientiert bewältigen können.

### LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|
| Autohausführung | 25 | 50 |

- Strategisches und operatives Controlling im Autohaus
- Wertorientierte Führung im Autohaus
- Strategisches und operatives Autohausmanagement
- Qualitätsmanagement
- Personalführung im Autohaus

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|
| Aktuelle Entwicklungen im Automobilhandel | 25 | 50 |

- Digitalisierung im Automobilhandel
- Alternative Geschäftsmodelle des Automobilhandels
- Folgen des Wertewandels für den Automobilhandel
- Folgen des demographischen Wandels für den Automobilhandel
- Aktuelle Themenstellungen im Automobilhandel

## BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

## VORAUSSETZUNGEN

keine

## LITERATUR


- Brachat, H. (Hrsg.): Autohaus-Management 2015, Ottobrunn: Springer
- Brachat, vom Heu, Menzel, Schinckel, Bongartz (Hrsg.): Autohaus-Service-Management 2015, Ottobrunn: Springer
- Diez, W.: Automobil-Marketing, München: Vahlen.
- Diez, W. /Reindl, S./Brachat, H. (Hrsg.): Grundlagen der Automobilwirtschaft, München: Springer
- Diez, W./Stollenmaier, M.: Kostenmanagement mit Musterkostenrechnungen, Würzburg: Vogel-Business-Media
- Ermschel, U.: Die Autohaus-Zukunft, München: Springer
- Finkenberg, A.: Finanzierung & Leasing im Autohaus, München: Springer
- Goerigk, P./Reinartz, O./Maaß, C.: Autohandel 2.0: Chancen und Risiken des Online-Automobilvertriebs, München: Springer
- Groll, K.-H.: Kennzahlen für das wertorientierte Management, München: Carl Hanser
- Herrnberger, J.: Kennzahlengestützte Autohaussteuerung, München: Beck
- Meffert, H./Bruhn, M.: Dienstleistungsmarketing, Wiesbaden: Gabler
- Parment, A.: Die Zukunft des Autohandels: Vertrieb und Konsumentenverhalten im Wandel - Wie das Auto benutzt, betrachtet und gekauft wird, Wiesbaden: Springer Gabler
- Proff, H. et al. (Hrsg.): Zukünftige Entwicklungen in der Mobilität - Technische und betriebswirtschaftliche Aspekte - Einordnung, Wiesbaden: Gabler Verlag
- Wöhe, G./Döring, U.: Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München: Vahlen.

# Rechtsfragen im Automobilhandel (W3BW_HD406)

## Legal Issues in Car Trading

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

| MODULNUMMER | VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF | MODULDAUER (SEMESTER) | MODULVERANTWORTUNG | SPRACHE |
|---|---|---|---|---|
| W3BW_HD406 | 3. Studienjahr | 2 | Prof. Dr. Ulrich Ermschel | Deutsch/Englisch |

### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

### EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

### WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

### QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

**FACHKOMPETENZ**

Die Studierenden erkennen die spezifischen rechtlichen Problemstellungen der Führung im Automobilhandel und sie verstehen, welche betriebswirtschaftlichen Zusammenhänge bei der Lösung dieser Probleme zu beachten sind. Sie sind in der Lage, unterschiedliche Ansätze miteinander zu vergleichen und können mithilfe ihres Wissens plausible Argumentationen und Schlüsse ableiten.

**METHODENKOMPETENZ**

Die Studierenden sind in der Lage, Problemlösungen zur Führung im Automobilhandel an die spezifischen rechtlichen Rahmenbedingungen anzupassen. Sie kennen die Stärken und Schwächen der Systeme bzw. Konzepte in ihrem beruflichen Anwendungsfeld und können diese in konkreten Handlungssituationen gegeneinander abwägen.

**PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ**

Den Studierenden gelingt es, aus Erfahrungen zu lernen und sie sind offen für Veränderungen. Sie reflektieren die in den Modulinhalten angesprochenen Konzepte in Hinblick auf die damit verbundene soziale, ethische und ökologische Verantwortung.

**ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ**

Die Studierenden sind in der Lage, Ansätze zu vergleichen und zu bewerten. Sie verfügen über grundlegende Beschreibungs-, Analyse- und Bewertungsmuster, mit denen sie Managementprobleme zielorientiert bewältigen können.

### LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|
| Rechtsfragen im Automobilhandel | 50 | 100 |

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|
| - Vertragsbeziehungen zwischen Hersteller/Importeur und Händler bzw. Werkstatt<br>- Kartellrechtliche Schranken in selektiven und exklusiven Vertriebssystemen<br>- Gruppenfreistellungsverordnungen (Vertikal-GVO und After-Sales-GVO)<br>- Rechtsansprüche auf Zulassung als Vertragshändler/Vertragswerkstatt<br>- Ausgleichsansprüche bei Vertragsbeendigung<br>- Gestaltung von Kaufverträgen über neue und gebrauchte Kfz<br>- Allgemeine Geschäftsbedingungen im Kraftfahrzeughandel<br>- Gewährleistung und Haftungsrecht<br>- Serviceverträge und besondere Dienstleistungsverträge<br>- Marketingrecht im Automobilhandel<br>- Bauplanungsrecht für Autohäuser<br>- Boden- und Wasserrecht<br>- Umgang mit und Auswertung von Kundendaten<br>- Rechtsfragen des autonomen Fahrens und vernetzter Systeme<br>- Kfz-Zulassungsrecht<br>- Differenzbesteuerung<br>- Innergemeinschaftlicher Erwerb<br>- Steuerrechtliche Behandlung von Dienst- und Firmenwagen<br>- Leasing | | |

## BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

## VORAUSSETZUNGEN

keine

## LITERATUR


- Ammenwerth, M. et al.: Umsatzsteuer im Kfz-Gewerbe, Würzburg: IWW Institut für Wissen in der Wirtschaft
- Bachmeier, W.: Rechtshandbuch Autokauf, München: C.H. Beck
- Diez, W. /Reindl, S./Brachat, H. (Hrsg.): Grundlagen der Automobilwirtschaft, München: Springer
- Ensthaler, J./Funk, M./Stopper, M.: Handbuch des Automobilvertriebsrechts, München: C.H. Beck
- Hartung, S./Regula, S./Schaeuffelen, A.: Rechtsfragen in der Automobil- und Zulieferindustrie, Frankfurt a. M.: Fachmedien Recht und Wirtschaft in Deutscher Fachverlag
- Müller-Hengstenberg, C./Kirn, S.: Rechtliche Risiken autonomer und vernetzter Systeme, Berlin: De Gruyter
- Reinking, K/Eggert, C.: Der Autokauf, Köln: Werner Verlag
- Schultze, J.-M. et al.: Vertikal-GVO Die Gruppenfreistellungsverordnung für vertikale Vereinbarungen, Frankfurt a. M.: Verlag Recht und Wirtschaft
- Zeitschrift "Recht Automobil Wirtschaft" (RAW), Frankfurt a. M.: dfv Mediengruppe

# Klassischer Distanzhandel (W3BW_HD353)

## Distance Selling

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

| MODULNUMMER | VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF | MODULDAUER (SEMESTER) | MODULVERANTWORTUNG | SPRACHE |
|---|---|---|---|---|
| W3BW_HD353 | 3. Studienjahr | 2 | Prof. Dr. Thomas Asche | Deutsch/Englisch |

### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

### EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

### WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

### QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

#### FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sollen die Inhalte der in diesem Modul vermittelten wesentlichen Instrumente des Distanzhandels darstellen, erläutern und einordnen können. Sie sollen die wesentlichen Entscheidungsprobleme des Vertriebsmanagements formulieren können. Darauf aufbauend sollen sie die behandelten Ansatzpunkte des Distanzhandels nicht nur isoliert, sondern auch interdisziplinär und problembezogen anwenden können.

#### METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, relevante Informationen mit wissenschaftlichen Methoden zu sammeln und unter der Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse zu interpretieren. Die Studierenden verfügen über ein breites Spektrum an Methoden und Techniken zur Bearbeitung von Problemen im Distanzhandel, aus denen sie die angemessenen Methoden auswählen und anwenden, um neue Lösungen zu erarbeiten. Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenzen erworben, um geeignete Methoden zur strukturierten Bearbeitung unterschiedlicher Aufgabenstellungen einzusetzen.

#### PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden weisen einen hohen Grad an Reflexivität auf und können mit Veränderungen auch in komplexen Situationen umgehen. Sie haben gelernt, das eigene Wissen und ihre Fähigkeiten selbstständig auf die jeweils bestehenden Anforderungen im Handel anzupassen

#### ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben Kompetenzen erworben, handelsspezifische Vermarktungsfragen selbstständig zu analysieren und weiterentwickeln zu können. Sie können die Auswirkungen von Strategien und Maßnahmen im Rahmen von Querschnittsbetrachtungen auf andere Unternehmensfunktionen und -bereiche bewerten. Im Rahmen einer eventuellen Führungsverantwortung sind sie in der Lage, vermarktungsrelevante Ziele abzustimmen, daraus entstehende Aufgaben zu delegieren und Konflikte zu lösen.

### LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|
| Klassischer Distanzhandel | 50 | 100 |

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|

Dialogmarketing
- Entwicklung
- Ursachen
- Ziele
- Adressanmietung
- Adressselektion
- Kreative Bestandteile
- Kalkulation
- Kennzahlen
- Neukundengewinnung
- Kundenbindung

Database-Management
- Ziele und Aufgaben
- Aufbau einer Datenbank
- Data-Warehousing
- Adressmanagement
- Data-Mining

Callcenter-Management
- Historie und Bedeutung
- Recht
- Aktives und passives Telefon-Marketing
- Telefon-Mehrwertdienste
- Ziele und Elemente eines Call Centers
- Kalkulation von Aktionen

## BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

## VORAUSSETZUNGEN

keine

## LITERATUR


- Holland, H.: Direktmarketing, München: Vahlen
- Huldi, C./Kuhfuß, H.: Ratgeber Data-Base-Marketing, Zürich, Hamburg: Verlag A&O des Wissens
- Kreutzer, R.: Konzepte und Instrumente des Dialog-Marketings, Wiesbaden: Springer
- Krumm, R./Geisler, Ch.: Outbound-Praxis, Wiesbaden: Springer

# Einkauf (W3BW_HD354)

## Procurement Management

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

| MODULNUMMER | VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF | MODULDAUER (SEMESTER) | MODULVERANTWORTUNG | SPRACHE |
|---|---|---|---|---|
| W3BW_HD354 | 3. Studienjahr | 2 | Prof. Dr. Stephan Rüschen | 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

Mit Abschluss des Moduls haben die Studierenden umfassende Kenntnisse über Methoden und Konzepte des Einkaufsmanagements erworben. Sie kennen die relevanten Einflussfaktoren und Rahmenbedingungen auf das Einkaufsmanagement und sind somit in der Lage ein Lieferantenmanagement durchzuführen. Die Studierenden kennen die Besonderheiten der Beschaffung von Eigenmarken.

#### METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können relevante Methoden zur strukturierten Bearbeitung unterschiedlicher Aufgabenstellungen einsetzen. Sie sind dabei imstande in der spezifischen Unternehmenssituation die Zweckmäßigkeit unterschiedlicher Einkaufstrategien zu beurteilen.

#### PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Sie sind in der Lage, Verantwortung in einem Team zu übernehmen und haben ihre kritische Reflexionsfähigkeit verbessert. Sie sind in der Lage, in interdisziplinären Teams Lösungen zu erarbeiten. Die Studierenden lernen auch die sozialen und ethischen Anforderungen an das Einkaufsmanagement kennen. Einen Schwerpunkt bilden dabei Sozial- und Umweltstandards, die auf die zu beschaffenden Waren anzuwenden sind.

#### ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage die erlernten Methoden und Konzepte in der Praxis anzuwenden und an die individuellen Anforderungen in ihrem Unternehmen anzupassen. Mit Abschluss des Moduls können die Studierenden die Stärken und Schwächen der Organisationsformen des Einkaufs, unter Berücksichtigung der jeweiligen Unternehmenssituation, bewerten.

### LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|
| Einkauf | 50 | 100 |

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|

- Einkaufsstrategien
- Lieferantenmanagement
- Sourcingprozess
- Eigenmarkenbeschaffung
- Qualitätsmanagement
- CSR in der Beschaffung
- Kartell/Compliance
- Saisonmanagement
- Konditionsarten und Konditionensysteme

Verhandlungsmanagement: Verhandlungsprozess, Verhandlungsorganisation, Verhandlungstaktiken, Auktionen

## BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

## VORAUSSETZUNGEN

-

## LITERATUR


- Appelfeller, W./Buchholz/W.: Supplier Relationship Management: Strategie, Organisation und IT des modernen Beschaffungsmanagements, Wiesbaden: Gabler
- Carsten, U.: CSR im internationalen Einkauf, in: Knoppe, M. (Hrsg.): CSR und Retail Management, Wiesbaden: Springer Gabler
- Cash, R. P./Thomas, C./Wingate, J. W./Friedlander J. S.: Management of Retail Buying
- Hofbauer G./Mashhour, T./Fischer, M.: Lieferantenmanagement: Die wertorientierte Gestaltung der Lieferbeziehung, Berlin: de Gruyter
- LaFleur, R.: Merchandise Planning Workbook, New York: Fairchild
- Levy, M./Weitz, B. A./Grewal, D.: Retailing Management, New York: McGraw-Hill
- Müller-Hagedorn, L./Toporowski, W./Zielke, S: Der Handel, Stuttgart: Kohlhammer
- Rabolt, N. J./Miler, J. K.: Concepts and Cases in Retail and Merchandise Management, New York: Fairchild
- Sebenius, J. K./Knebel, E.: Tom Muccio: Negotiating the P&G Relationship with Wal-Mart (A), Harvard Business School Case
- Voeth, M./Herbst, U.: Verhandlungsmanagement. Planung, Steuerung und Analyse, Stuttgart: Schäffer-Poeschel

# Informationsmanagement im Global Commerce Management (W3BW_HD356)

## Business Information in Global Commerce Management

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

| MODULNUMMER | VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF | MODULDAUER (SEMESTER) | MODULVERANTWORTUNG | SPRACHE |
|---|---|---|---|---|
| W3BW_HD356 | 3. Studienjahr | 2 | Prof. Dr. Roman Macha | Deutsch/Englisch |

### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

### EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

| PRÜFUNGSLEISTUNG | PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN) | BENOTUNG |
|---|---|---|
| Klausur oder Referat | 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 erhalten einen vertieften und umfassenden Einblick in die Informationsbedürfnisse international agierender Handelsunternehmen. Sie haben mit Abschluss des Moduls einen vertieften fachlichen Einblick in die besondere Relevanz spezieller Informationsbereiche erlangt, die insbesondere im internationalen Warentransfer von besonderer Relevanz sind. Darüber erlangen die Studierenden durch den Besuch dieses Moduls die Kompetenz, die Relevanz moderner Warenwirtschaftssysteme für international tätige Handelsunternehmen zu erkennen und diese entsprechend des jeweiligen Bedarfs zu konfigurieren.

#### METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, relevante Informationen mit wissenschaftlichen Methoden zu sammeln und unter der Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse zu interpretieren. Die Studierenden verfügen über ein breites Spektrum an Methoden und Techniken zur Bearbeitung von Problemstellungen im internationalen Handel, aus denen sie die angemessenen Methoden auswählen und anwenden, um neue Lösungen zu erarbeiten.

#### PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden weisen einen hohen Grad an Reflexivität auf und können mit Veränderungen auch in komplexen Situationen umgehen. Sie können sich eigenständig und ausdauernd in eine informationspezifische Problematik im internationalen Handelskontext einarbeiten, entwickeln ein Gefühl für vielschichtige Problemstellungen und können konstruktiv mit komplexen sowie schlecht strukturierten Situation umgehen.

#### ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben Kompetenzen erworben, handelsspezifische Fragestellungen im Kontext des internationalen Warentransfers selbstständig zu analysieren und weiterentwickeln zu können. Sie können die Auswirkungen von sich verändernden Rahmenbedingungen auf vorliegende Strategien und Prozesse bewerten und die daraus entstehenden notwendigen Handlungsfolgen abschätzen. Im Rahmen späterer Führungsverantwortung sind sie in der Lage, handelsrelevante Ziele abzustimmen, daraus entstehende Aufgaben zu delegieren und Konflikte zu lösen.

### LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|
| Informationsmanagement im Global Commerce Management | 50 | 100 |

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|

Systeme der Warenwirtschaft
- Arten von Warenwirtschaftssystemen
- Komponenten von Warenwirtschaftssystemen

Business Intelligence INCO-Terms:
- Tauschverhältnisse und Gleichgewicht
- Zölle
- Wechselkurse
- empirische Ansätze zum Außenhandel

ERP-Systeme
- Ziele
- Planungsebenen
- Kernprozesse
- Schnittstellen

## BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.
Die Prüfungsdauer für das Referat beträgt 20 Minuten.

## VORAUSSETZUNGEN

keine

## LITERATUR


- Gildeggen, R./Willburger, A.: Internationale Handelsgeschäfte: Das Recht des grenzüberschreitenden Handels, München
- Gronau, N.: Enterprise Resource Planning - Architektur, Funktionen und Management von ERP Systemen, München
- Leitner, W.: Logistik, Transport und Lieferbedingungen als Fundament des globalen Wirtschaftens, Wiesbaden
- Osterhage, W.: ERP-Kompendium: Eine Evaluierung von Enterprise Resource Planning Systemen, Berlin, Heidelberg
- Siegenthaler, M.: ERP für Handel, Produktion und Dienstleistung. Praxisleitfaden: Evaluation und Einführung, Rheinfelden
- Zentes, J. et al.: Handelsmanagement, München

# Geschäftsmodelle im Digital Commerce (W3BW_HD395)

## Business Models in Digital Commerce

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

| MODULNUMMER | VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF | MODULDAUER (SEMESTER) | MODULVERANTWORTUNG | SPRACHE |
|---|---|---|---|---|
| W3BW_HD395 | 3. Studienjahr | 1 | Prof. Dr. Sven Köhler | Deutsch/Englisch |

### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Case Study

### EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

| PRÜFUNGSLEISTUNG | PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN) | BENOTUNG |
|---|---|---|
| Portfolio | Siehe Pruefungsordnung | ja |

### WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

### QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

**FACHKOMPETENZ**

Nach Abschluss des Moduls kennen die Studierenden die Grundlagen und Methoden für die inhaltliche Konfiguration und zur Innovation von Geschäftsmodellen. Sie besitzen ein fundiertes Verständnis über die verschiedenen Arten und Dimensionen eines Geschäftsmodells, kennen den Geschäftsmodellmanagement-Prozess, können unterschiedliche Muster von Geschäftsmodellen erkennen und wissen wie technologische Innovationen und digitalisierte Prozesse als Treiber von Geschäftsmodellinnovationen wirken.

**METHODENKOMPETENZ**

Sie sind in der Lage, verschiedene Techniken der Geschäftsmodellentwicklung Situations- und Fallspezifisch anzuwenden, bestehende Geschäftsmodelle zu bewerten, neue Geschäftsmodelle zu entwickeln und Geschäftsmodelloptionen für das eigene Unternehmen auszuarbeiten. Dies beinhaltet fundierte Kenntnisse zum Transformationsprozess und zur Evaluation von Geschäftsmodellen.

**PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ**

Die Bearbeitung und Bewertung von Geschäftsmodellen erfolgt auf der Basis von Fallstudien und wird in kleinen Teams mit individuellen Aufgabenstellungen organisiert. Die Ergebnisse werden präsentiert und durch peer-review kritisch hinterfragt. An dieser Stelle ist interdisziplinäre Zusammenarbeit und Organisationstalent erforderlich. Hierbei sollen insbesondere die erlernten Methoden der Schlüsselqualifikationen I und II auf eine konkrete Aufgabenstellung angewendet werden.

**ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ**

Die Studierenden erwerben vor dem Hintergrund der zunehmenden Diversifikation von Geschäftsmodellen und Geschäftsgründungen alle erforderlichen Kenntnisse zur Ausarbeitung eines eigenen tragfähigen Geschäftsmodells in der jeweiligen Branche und sind in der Lage, auf Basis fundierter Methoden und Werkzeuge ein (digitales) Geschäftsmodell zu erstellen und dessen Chancen und Risiken richtig einzustufen.

### LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|
| Definition, Konfiguration und Optimierung von Geschäftsmodellen | 16 | 32 |

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|
| Grundlagen zur Konfiguration von Geschäftsmodellen<br>- Value Proposition<br>- Value Creation<br>- Value Capturing<br>- Technologische / Organisatorische / Strategische Dimensionen von Geschäftsmodellen<br>- Geschäftsmodellmanagement (vom Design bis zur Leistungsüberwachung)<br>- Allgemeine Systematik von Geschäftsmodellen<br>- Disruption / (Dis-)Intermediation / Category Creation<br>- Werkzeuge und Methoden zur Entwicklung und Konfiguration von Geschäftsmodellen (z.B. Design Thinking, Business Canvas Modell) | | |
| Digitale Transformation und Geschäftsmodell-Typen im Digital Commerce | 34 | 68 |
| - Vorgehensmodelle zur digitalen Transformation von Geschäftsmodellen<br>- Auswirkungen neuer Technologien auf Geschäftsmodelle (Artificial Intelligence, Robotik, Virtual Reality, Voice/Face Recognition etc.)<br>- Geschäftsmodell-Visionen/-Ideen/-Prototypen<br>- Technologiefolgeabschätzungen und Bewertung von Geschäftsmodellinnovationen<br><br>Chancen- und Risikobetrachtungen:<br>- Technologiebewertungen<br>- Nutzungs- und Akzeptanzbarrieren<br><br>Evolutionäre und revolutionäre Geschäftsmodellmuster im Digital Commerce:<br>- Smart automation; data-driven services<br>- Multi-sided plattforms (z.B. platform as a service, peer-to-peer)<br>- Innovative Abrechnungsmodelle (pay per use vs. flatrate)<br>- Freemium-Modelle<br>- Long Tail Commerce<br>- Crowdsourcing | | |

## BESONDERHEITEN

-

## VORAUSSETZUNGEN

-

## LITERATUR


- Aagaard, A.: Digital Business Models. Driving Transformation and Innovation, Cham: Palgrave Macmillan
- Brenner, W./Uebernickel, F.: Design Thinking for Innovation, Research and Practice, Cham: Springer
- Clement, R./Schreiber, D./Bossauer, P./Pakusch, Ch.: Internet-Ökonomie. Grundlagen und Fallbeispiele der digitalen und vernetzten Wirtschaft, Berlin: Springer Gabler
- Diderich, C.: Design Thinking for Strategy. Innovating Towards Competitive Advantage, Cham: Springer
- Doleski, O. D.: Integrated Business Model. Applying the St. Gallen Management Concept to Business Models, Wiesbaden: Springer
- Eckert, R.: Business Model Prototyping. Geschäftsmodellentwicklung im Hyperwettbewerb. Strategische Überlegenheit als Ziel, Wiesbaden: Springer Gabler
- Gläß, R./Leukert, B.: Handel 4.0: Die Digitalisierung des Handels - Strategien, Technologien, Transformation, Wiesbaden: Springer Gabler
- Grivas, S. G.: Digital Business Development. Die Auswirkungen der Digitalisierung auf Geschäftsmodelle und Märkte, Wiesbaden: Springer Gabler
- Goffin H.: Entwicklung neuer Geschäftsmodelle, in: Erfolgsunternehmen – empirisch belegte Wege an die Spitze, Berlin: Springer Gabler
- Heinemann, G./Gehrckens, H.M./Wolters, U.J.: Digitale Transformation oder digitale Disruption im Handel, Wiesbaden: Springer Gabler
- Keuper, F. et al.: Disruption und Transformation Management. Digital Leadership – Digitales Mindset – Digitale Strategie, Wiesbaden: Springer Gabler
- Knoppe, M./Wild, M.: Digitalisierung im Handel. Geschäftsmodelle, Trends und Best Practice, Berlin: Springer Gabler
- Kollmann, T.: Handbuch Digitale Wirtschaft, Wiesbaden: Springer Gabler
- Kumar, K./Zindani, D./Davim J.P.: Design Thinking to Digital Thinking, Cham: Springer
- Meinhardt, S./Pflaum, A.: Digitale Geschäftsmodelle Band 1, Wiesbaden: Springer Vieweg
- Meinhardt, S./Pflaum, A.: Digitale Geschäftsmodelle Band 2, Wiesbaden: Springer Vieweg
- Osterwalder, A./Pigneur, Y.: Business Model Generation, Hoboken (NJ): John Wiley & Sons
- Oswald, G./Krcmar, H.: Digitale Transformation. Fallbeispiele und Branchenanalysen. Wiesbaden: Springer Gabler
- Schallmo, D.: Bestehende Ansätze zu Business Model Innovationen. Analyse und Vergleich der Geschäftsmodelle, Wiesbaden: Springer
- Schallmo, D.: Jetzt digital transformieren: So gelingt die erfolgreiche Digitale Transformation Ihres Geschäftsmodells, Wiesbaden: Springer
- Schallmo, D.: Geschäftsmodelle erfolgreich entwickeln und implementieren, Wiesbaden: Springer
- Schallmo, D./Lang, K.: Design Thinking erfolgreich anwenden: so entwickeln Sie in 7 Phasen kundenorientierte Produkte und Dienstleistungen, Wiesbaden: Springer
- Schallmo, D./Reinhart, J./Kuntz, E.: Digitale Transformation von Geschäftsmodellen erfolgreich gestalten: Trends, Auswirkungen und Roadmap, Wiesbaden: SpringerGabler
- Stampfl, G.: The Process of Business Model Innovation. An Empirical Exploration, Wiesbaden: Springer Gabler
- Stephens, D./Pine, J.: Reengineering Retail: The Future of Selling in a Post-Digital World; Vancouver (BC): Figure 1 Publishing
- Stummeyer, C./Köber, B.: Amazon für Entscheider: Strategieentwicklung, Implementierung und Fallstudien für Hersteller und Händler, Wiesbaden: Springer Gabler
- Teufel, P./Zimmermann, R.: Holistic Retail Design, Reshaping Shopping for the Digital Era. Amsterdam: Frame Publishers
- Tesch, J. F.: Business Model Innovation in the Era of the Internet of Things, Studies on the Aspects of Evaluation, Decision Making and Tooling, Cham: Springer
- Wirtz, B.W.: Business Model Management. Design - Instrumente - Erfolgsfaktoren von Geschäftsmodellen, Wiesbaden: Springer Gabler
- Wirtz, B. W.: Digital Business Models. Concepts, Models and the Alphabet Case Study, Cham: Springer

# Sales Functions (W3BW_HD411)

## Sales Functions

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

| MODULNUMMER | VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF | MODULDAUER (SEMESTER) | MODULVERANTWORTUNG | SPRACHE |
|---|---|---|---|---|
| W3BW_HD411 | 3. Studienjahr | 2 | Dr. rer. pol. Sabine Staritz | Deutsch/Englisch |

### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

### EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

| PRÜFUNGSLEISTUNG | PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN) | BENOTUNG |
|---|---|---|
| Klausur oder Referat | 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 die Inhalte der in diesem Modul vermittelten wesentlichen Instrumente des Vertriebsmanagements darstellen, erläutern und einordnen können. Sie sollen die wesentlichen Entscheidungsprobleme des Vertriebsmanagements formulieren können. Darauf aufbauend sollen sie die behandelten Instrumente des Vertriebsmanagements nicht nur isoliert, sondern auch interdisziplinär und problembezogen anwenden können.

**METHODENKOMPETENZ**

Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, relevante Vertriebsinformationen mit wissenschaftlichen Methoden zu sammeln und unter der Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse zu interpretieren.
Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenzen erworben, um geeignete Methoden zur strukturierten Bearbeitung unterschiedlicher Aufgabenstellungen einzusetzen.

**PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ**

Die Studierenden weisen einen hohen Grad an Reflexivität auf und können mit Veränderungen auch in komplexen Situationen umgehen. Sie haben gelernt, das eigene Wissen und ihre Fähigkeiten selbstständig auf die jeweils bestehenden Anforderungen im Handel anzupassen.

**ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ**

Die Studierenden haben Kompetenzen erworben, handelsspezifische Vermarktungsfragen selbstständig zu analysieren und weiterentwickeln zu können. Sie können die Auswirkungen von Strategien und Maßnahmen im Rahmen von Querschnittsbetrachtungen auf andere Unternehmensfunktionen und -bereiche bewerten. Im Rahmen einer ev. Führungsverantwortung sind sie in der Lage, vermarktungsrelevante Ziele abzustimmen, daraus entstehende Aufgaben zu delegieren und Konflikte zu lösen.

### LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|
| Sales Functions | 50 | 100 |

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|
| - Vertriebsplanung: Strategie-/methodengestützter Vertrieb, Arten der Vertriebssysteme, Mitarbeiterplanung, Leistungsplanung und Vergütung, phasen(un-)spezifische Instrumente<br>- Vertriebsorganisation und -kontrolle<br>- Key-Account-Management: Entwicklung, Arten, Aufbau, Erfolgsfaktoren, Unterschiede zum Kleinkundenmanagement<br>- Multichannel-Management: Ziele und Aufgaben, Anforderungen, Kosten, Komplexität, Abstimmung im Beschaffungs-/Absatzmanagement, Kampagnen-Management<br>- Kundenakquisition und Kundenbindung<br>- Verkaufskanäle: persönlicher Verkauf, Telefonverkauf, Verkauf mittels elektronischer Medien, Messen als Verkaufsplattform<br>- Customer Relationship Management<br>- Verhandlungsführung | | |

## BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für Klausur. Die Prüfungsdauer für das Referat umfasst 20 Minuten.

## VORAUSSETZUNGEN

keine

## LITERATUR


- Albers, S./Krafft, M.: Vertriebsmanagement, Wiesbaden: Springer
- Biesel, H.: Key Account Management erfolgreich planen und umsetzen, Wiesbaden: Gabler
- Kühnapfel, J. B.: Vertriebscontrolling, Wiesbaden: Springer
- Schramm-Klein, H.: Multichannel-Retailing, Wiesbaden: Gabler
- Weis, H-Ch.: Verkaufsgesprächsführung, Ludwigshafen: Kiehl
- Wirtz, B. W.: Multi-Channel-Marketing, Wiesbaden: Springer

# Instrumente des Vertriebsmanagements (W3BW_HD412)

## Sales Management Methods

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

| MODULNUMMER | VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF | MODULDAUER (SEMESTER) | MODULVERANTWORTUNG | SPRACHE |
|---|---|---|---|---|
| W3BW_HD412 | 3. Studienjahr | 2 | Prof. Dr. Thomas Asche | Deutsch/Englisch |

### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

### EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

### WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

### QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

**FACHKOMPETENZ**

Die Studierenden sollen die Inhalte der in diesem Modul vermittelten wesentlichen Instrumente des Vertriebsmanagements darstellen, erläutern und einordnen können. Sie sollen die wesentlichen Entscheidungsprobleme des Vertriebsmanagements formulieren können. Darauf aufbauend sollen sie die behandelten Instrumente des Vertriebsmanagements nicht nur isoliert, sondern auch interdisziplinär und problembezogen anwenden können.

**METHODENKOMPETENZ**

Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, relevante Vertriebsinformationen mit wissenschaftlichen Methoden zu sammeln und unter der Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse zu interpretieren. Die Studierenden verfügen über ein breites Spektrum an Methoden und Techniken zur Bearbeitung von Vertriebsproblemen im Handel, aus denen sie die angemessenen Methoden auswählen und anwenden, um neue Lösungen zu erarbeiten.

**PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ**

Die Studierenden weisen einen hohen Grad an Reflexivität auf und können mit Veränderungen auch in komplexen Situationen umgehen. Sie haben gelernt, das eigene Wissen und ihre Fähigkeiten selbstständig auf die jeweils bestehenden Anforderungen im Handel anzupassen.

**ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ**

Die Studierenden haben Kompetenzen erworben, handelsspezifische Vermarktungsfragen selbstständig zu analysieren und weiterentwickeln zu können. Sie können die Auswirkungen von Strategien und Maßnahmen im Rahmen von Querschnittsbetrachtungen auf andere Unternehmensfunktionen und -bereiche bewerten. Im Rahmen einer ev. Führungsverantwortung sind sie in der Lage, vermarktungsrelevante Ziele abzustimmen, daraus entstehende Aufgaben zu delegieren und Konflikte zu lösen.

### LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|
| Instrumente des Vertriebsmanagements | 50 | 100 |

- Kommunikationspolitik: Werbung, Verkaufsförderung, Persönlicher Verkauf, Public Relations, kommunikationspolitische Sonderformen
- Geo-Marketing: Methoden zur Standortplanung, Service- und Vertriebsoptimierung, Marktsegmentierung, Geomarketing-Software
- Verhandlungsführung: Verhandlungsführung, Präsentationstechnik, Sozialtechniken, Einwandbehandlung, Preisargumentation, Closing, Verkaufsnachbereitung

### BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

## VORAUSSETZUNGEN

keine

## LITERATUR

- Bruhn, M.: Kommunikationspolitik, München: Vahlen
- GfK (Hrsg.): Praxiswissen Geomarketing: Erfolg durch regionale Marktbearbeitung, Bruchsal: Eigenverlag
- Kreggenfeld, U.: Erfolgreich systemisch verhandeln : Ganzheitliche Verhandlungsstrategien – Checklisten – Anwendungsbeispiele, Wiesbaden: Springer
- Pepels, W.: Kommunikationsmanagement, Berlin: Duncker&Humblot

# E-Business (W3BW_HD415)

## E-Business

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

| MODULNUMMER | VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF | MODULDAUER (SEMESTER) | MODULVERANTWORTUNG | SPRACHE |
|---|---|---|---|---|
| W3BW_HD415 | 3. Studienjahr | 2 | Prof. Dr. Thomas Asche | Deutsch/Englisch |

### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

### EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

### WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

### QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

**FACHKOMPETENZ**

Die Studierenden sollen die Inhalte der in diesem Modul vermittelten wesentlichen Instrumente und Anwendungen des E-Business im Handel darstellen, erläutern und einordnen können. Sie sollen die wesentlichen Entscheidungsprobleme des E-Business formulieren können. Darauf aufbauend sollen sie die behandelten Ansatzpunkte des E-Business nicht nur isoliert, sondern auch interdisziplinär und problembezogen anwenden können.

**METHODENKOMPETENZ**

Die Studierenden verfügen über ein breites Spektrum an Methoden und Techniken zur Bearbeitung von Problemen im E-Business, aus denen sie die angemessenen Methoden auswählen und anwenden, um neue Lösungen zu erarbeiten.
Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenzen erworben, um geeignete Methoden zur strukturierten Bearbeitung unterschiedlicher Aufgabenstellungen einzusetzen.

**PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ**

Die Studierenden weisen einen hohen Grad an Reflexivität auf und können mit Veränderungen auch in komplexen Situationen umgehen. Sie haben gelernt, das eigene Wissen und ihre Fähigkeiten selbstständig auf die jeweils bestehenden Anforderungen im Handel anzupassen.

**ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ**

Die Studierenden haben Kompetenzen erworben, handelsspezifische Vermarktungsfragen selbstständig zu analysieren und weiterentwickeln zu können. Sie können die Auswirkungen von Strategien und Maßnahmen im Rahmen von Querschnittsbetrachtungen auf andere Unternehmensfunktionen und -bereiche bewerten. Im Rahmen einer ev. Führungsverantwortung sind sie in der Lage, vermarktungsrelevante Ziele abzustimmen, daraus entstehende Aufgaben zu delegieren und Konflikte zu lösen.

### LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|
| E-Business | 50 | 100 |

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|

Internet-Marketing
- Einordnung in das Marketing-Management
- Entwicklung
- Online-Mixbereiche
- Bannerwerbung vs. Site-Promotion
- Viral-, Affiliate-, Permission-Marketing
- Erfolgskontrolle (Kennziffern)
- Online-Marktforschung
- Shops und Auktionen als Vermarktungsinstrumente
- Technologien
- Shoparchitekturen
- CMS
- Usability
- Web-Controlling

E-Commerce
- Entwicklung und Dienste der digitalen Wirtschaft
- Wirkungsmechanismen
- Management-Prozess im Internet-Handel
- Geschäftsmodelle im Handel (Auktionen, Portale, Intermediäre/ Disintermediation)

Internetökonomie
- Charakteristika der Informationswirtschaft
- Netzwerktheorie
- Preis- und Wettbewerbsstrategien in der Informationswirtschaft
- Lock In Effekte und deren Management
- Standards
- Kooperation und Kompatibilität
- Rechtemanagement

## BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

## VORAUSSETZUNGEN

keine

## LITERATUR


- Clement, R./Schreiber, D.: Internet-Ökonomie : Grundlagen und Fallbeispiele der vernetzten Wirtschaft, Wiesbaden: Gabler
- Heinemann, G.: Der neue Online-Handel, Wiesbaden: Springer
- Kollmann, T.: E-Business, Wiesbaden
- Wirtz, B.: Electronic Business, Wiesbaden: Springer

# International Trade Management (W3BW_HD428)

## International Trade Management

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

| MODULNUMMER | VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF | MODULDAUER (SEMESTER) | MODULVERANTWORTUNG | SPRACHE |
|---|---|---|---|---|
| W3BW_HD428 | 3. Studienjahr | 2 | Prof. Dr. Ralf Oppermann | Deutsch/Englisch |

### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Projekt, Planspiel/Simulation, 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 haben mit Abschluss des Moduls einen vertieften fachlichen Einblick in ausgewählte Bereiche des internationalen Handelsmanagements gewonnen.

**METHODENKOMPETENZ**

Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, die vermittelten Inhalte zum internationalen Handelsmanagement wiederzugeben und reflektierend zu bewerten. Sie können jeweils geeignete Methoden bzw. Modelle problembezogen und ergebnisorientiert auswählen und anwenden sowie relevante rechtliche Aspekte grundlegend beurteilen.

**PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ**

Den Studierenden gelingt es, die in den Modulinhalten angesprochenen Aspekte im Hinblick auf die damit verbundene soziale, ethische und ökologische Verantwortung kritisch zu reflektieren.

**ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ**

Die Studierenden sind in der Lage, Ansätze zu vergleichen und zu bewerten. Sie verfügen über Beschreibungs-, Analyse- und Bewertungsmuster mit denen sie Managementprobleme zielorientiert bewältigen können.

### LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|
| International Trade Management | 50 | 100 |

- Grundlagen des internationalen Handelsmanagements
- Internationale Beschaffung und Logistik
- Internationales Marketing/internationaler Vertrieb
- Aspekte des Internationalen Personalwesens
- Aspekte internationaler Finanzierung und Rechnungslegung
- Intercultural and Crosscultural Competence
- Internationales Kaufrecht
- Internationales Wettbewerbsrecht

### BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

## VORAUSSETZUNGEN

-

## LITERATUR

- Berndt, R./Fantapie Altobelli,C./Sander, M.: Internationales Marketing-Management, Berlin, Heidelberg: Springer Gabler
- Büter, C.: Außenhandel, Berlin, Heidelberg: Springer Gabler
- Fülbier, R.U./Gassen/J./Sellhorn, T.: Internationale Rechnungslegung, IFRS 1 bis 13, IAS 1 bis 41, IFRIC-Interpretationen, Standardentwürfe, Stuttgart: Schäffer Poeschel
- Funk, W./Rossmanith, J. (Hrsg.): Internationale Rechnungslegung und internationales Controlling, Wiesbaden: Gabler
- Gildeggen, R./Willburger, A.: Internationale Handelsgeschäfte, München: Vahlen
- Lustig M. W./Koester, J.: Intercultural Competence, London: Pearson
- Stocker, K.: Management internationaler Finanz- und Währungsrisiken, Wiesbaden: Springer Gabler
- Zentes, J./Swoboda, B./Schramm-Klein, H.: Internationales Marketing, München: Vahlen

# Digitales Handelsmanagement (W3BW_HD469)

## Digital Retail Management

### FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

| MODULNUMMER | VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF | MODULDAUER (SEMESTER) | MODULVERANTWORTUNG | SPRACHE |
|---|---|---|---|---|
| W3BW_HD469 | 3. Studienjahr | 2 | Prof. Dr. Sven Köhler | Deutsch/Englisch |

### EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Case Study

### EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

| PRÜFUNGSLEISTUNG | PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN) | BENOTUNG |
|---|---|---|
| Klausur | 120 | ja |

### WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

### QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

**FACHKOMPETENZ**

Die Studierenden besitzen ein vertieftes Verständnis über die Komplexität der Entwicklung digitaler Handelsplattformen. Hierzu gehören die Konzeption von digitalen Vertriebsanwendungen, Methoden und Werkzeuge für die Gestaltung von Online bzw. Mobile-Shopping-Lösungen auf der Basis optimierter Kundenprozesse sowie Kenntnisse über elementare Sicherheitsfragen und Rechtsgrundlagen.

**METHODENKOMPETENZ**

Die Studierenden erlernen Methoden und Werkzeuge zur Entwicklung und Gestaltung digitaler Handelsplattformen und können diese problemadäquat und im strategischen Gesamtkontext eines Unternehmens anwenden. Sie sind zudem mit Methoden der Sicherstellung der Funktionalität, Usability und der Datenqualität von digitalen Vertriebsplattformen vertraut.

**PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ**

Im Hinblick auf die Erarbeitung von Lösungsansätzen zur Entwicklung digitaler Handelsplattformen sind die Studierenden in der Lage, sachgerecht und nachvollziehbar zu argumentieren und ihre konzeptionellen Vorschläge zu begründen. Sie können substanzielle Kritik an bestehenden Handelsplattformen äußern und gemeinsam mit anderen Studierenden kunden- und serviceorientierte Digital Commerce-Konzepte erarbeiten.

**ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ**

Die Studierenden erwerben relevante Kompetenzen, um spezifische Fragen im digitalen Handelsmanagement sachlich fundiert zu beantworten, können Erfolgsfaktoren von Digital Commerce-Anwendungen auf ihren eigenen Ausbildungsbetrieb übertragen und sind in der Lage, auf der Basis von Checklisten digitale Handelsplattformen kritisch zu beurteilen.

### LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|
| Digitales Handelsmanagement | 50 | 100 |

## LERNEINHEITEN UND INHALTE

| LEHR- UND LERNEINHEITEN | PRÄSENZZEIT | SELBSTSTUDIUM |
|---|---|---|
| - Grundlagen des Handelsmanagements<br>- Aktuelle Trends und Entwicklungen im Digital Commerce: Geschäftsmodelle, Betriebstypen und Positionierungsstrategien im Digital Commerce Entwicklungspotenziale im Mobile und Social Commerce, Auswirkungen der Digitalisierung auf Handelsgeschäftsmodelle und Organisationsstrukturen<br>- Gestaltung digitaler Handelsplattformen:<br>Funktionalität, Usability und Navigation, Prozessautomatisation und visuelle Gestaltungselemente, Anbindung des stationären Handels und neuer Medienplattformen<br>- Kundeninteraktion und Digital Customer Journey:<br>Besonderheiten der digitalen Kundeninteraktion, Customer Journey Design, elektronische Pre- und After-Sales-Prozesse<br>- Data Governance und Datenmanagement:<br>Sicherstellung der Datenqualität, Golden Records/Golden Profiles<br>- Rechtsrahmen der Digitalisierung:<br>Datenschutzrechtlich zulässige Datenerhebung, -verarbeitung und -nutzung, Kennzeichnungs- und Informationspflichten im Internet, Urheberrechte | | |

## BESONDERHEITEN

-

## VORAUSSETZUNGEN

-

## LITERATUR


- Gläß, R./Leukert, B.: Handel 4.0. Die Digitalisierung des Handels – Strategien, Technologien, Transformation, Wiesbaden: Gabler
- Heinemann, G.: Der neue Online-Handel: Geschäftsmodell und Kanalexzellenz im Digital Commerce, Wiesbaden: Springer Gabler
- Heinemann, G./Geiser, C. W.: SoLoMo – Always-on im Handel: die soziale, lokale und mobile Zukunft des Omnichannel-Shopping, Wiesbaden: Springer Gabler
- Robier, J.: Das einfache und emotionale Kauferlebnis. Mit Usability, User Experience und Customer Experience anspruchsvolle Kunden gewinnen, Wiesbaden: Springer Gabler
- Robra-Bissantz, S./Lattemann, C.: Digital Customer Experience: Mit digitalen Diensten Kunden gewinnen und halten, Wiesbaden: Springer Vieweg
- Rohrlich, M.: Recht für Webshop-Betreiber: das umfassende Handbuch. Bonn: Rheinwerk Verlag
- Steireif, A./Bückle, M./Rieker, R.A.: Handbuch Online-Shop: Erfolgsrezepte für den Online-Handel, Bonn: Rheinwerk Verlag.
- Turban, E./Outland, J./King, D./Lee, J.K./Liang, T.-P./Turban, D.C.: Electronic Commerce 2018, Cham: Springer International Publishing
- Turban, E./Whiteside, J./King, D./Outland, J.: Introduction to Electronic Commerce and Social Commerce, Cham: Springer International Publishing