

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.

NUMMER	FESTGELEGTER MODULBEREICH 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

NUMMER	VARIABLER MODULBEREICH MODULBEZEICHNUNG	VERORTUNG	ECTS
W3BW_HD332	Warespezifisches 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_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		

INGESETZTE LEHRFORMEN

Projekt

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Bachelorarbeit	Siehe Prüfungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Bachelorarbeit	0	360

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

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

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

Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre (W3BW_101)

Principles of Business Administration

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

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

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen auf der Grundlage des entscheidungsorientierten, verhaltenswissenschaftlichen und systemorientierten Denkens über ein grundlegendes Analysemuster, mit dem sie im weiteren Verlaufe ihres Studiums einfache wie komplexe Problemstellungen zielorientiert analysieren und interpretieren können. Die Studierenden können vorgegebene Problemstellungen im Bereich Marketing anhand gegebener Informationen selbständig analysieren, strukturieren und zu einer Lösung führen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Zieldimensionen einer Unternehmung und sind mit den divergierenden Ansprüchen unterschiedlicher Interessensgruppen vertraut. Aus der Auseinandersetzung mit alternativen Rationalitätsprinzipien des Wirtschaftens haben sie ein grundlegendes Verständnis für die ökonomische, politische, soziale, ökologische und ethische Perspektive einer Unternehmung entwickelt. Die Studierenden lernen im Rahmen dieses Moduls die Möglichkeiten wie auch die Grenzen der informationellen Beeinflussung von Menschen kennen und haben sich mit den dabei ergebenden ökonomischen, sozialen wie auch ethischen Spannungsfeldern kritisch auseinandergesetzt.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Zielsetzungen der Betriebswirtschaftslehre als Wissenschaft sowie die unterschiedlichen Vorgehensweisen betriebswirtschaftlicher Forschungskonzeptionen. Sie können einfache Problemstellungen im Rahmen des Leistungs- und Führungsprozesses einer Unternehmung unter Verwendung der betriebswirtschaftlichen Fachsprache beschreiben. Die Studierenden können nach Abschluss dieses Moduls klar definierte Entscheidungsprobleme mit grundlegenden betriebswirtschaftlichen Methoden selbstständig analysieren und einfache Erklärungsansätze formulieren. Sie haben ein Verständnis für die Marketingorientierung einer Unternehmung und die Anwendung der Instrumente des Marketing-Mix entwickelt. Die Studierenden sind in der Lage, ihr Wissen sowie ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten auf Problemstellungen der Marketingpraxis anzuwenden.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	40	60
<ul style="list-style-type: none">- Die Unternehmung als ökonomisches und soziales System- Wissenschaftstheoretische Grundpositionen der Betriebswirtschaftslehre- Modelle und Methoden der Betriebswirtschaftslehre- Unternehmensumwelt: Ziele und Entscheidungen- Kernfunktionen des Managements: Rechtsformen, Verfügungsrechte und Unternehmensverfassung, Konzentration und Kooperation- Standortentscheidungen- Dimensionen des Wertschöpfungsprozesses im Überblick		
Marketing	20	30
<ul style="list-style-type: none">- Grundlagen, Ziele und Aufgaben des Marketing- Ansätze und neuere Entwicklungen des Marketing- Prozess der Marketingplanung- Marketingstrategien- Instrumente des Marketing-Mix- Marketingorganisation- 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./Burmans, C./Kirchgeorg, M.: Marketing; Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung; Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele, Wiesbaden: Gabler
- Thommen, J.-P. u.a.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre: Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht, Springer: Wiesbaden
- Vahs, D./Schäfer-Kunz, J.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Wöhe, G./Döring, U./Brösel, G.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München: Vahlen

Unternehmensrechnung (W3BW_102)

Corporate Accounting

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_102	1. Studienjahr	1	Prof. Dr. Wolfgang Bihler	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, Fragen der Kosten- und Leistungsrechnung sowie der Investition und Finanzierung auch im Team zu diskutieren und konstruktive Lösungen zu entwickeln. Eigene Standpunkte werden fundiert begründet, kritisch reflektiert und weiterentwickelt. Ergebnisse können bewertet und adressatenorientiert aufbereitet sowie kommuniziert werden.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

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

- Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung
- Vollkostenrechnung: Kostenarten-, Kostenstellen-, Kostenträgerrechnung/Betriebsergebnisrechnung
- Teilkostenrechnung: Grundzüge und entscheidungsorientierte Anwendungen

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Investition und Finanzierung	30	45

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

BESONDERHEITEN

Prof. Dr. Heike Schwadorf (Ravensburg) - Modulverantwortung

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

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

Technik der Finanzbuchführung (W3BW_103)

Methods of Financial Accounting

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_103	1. Studienjahr	2	Prof. Stefan Fünfgeld	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Grundbegriffe der doppelten Buchführung und können diese in das System des Rechnungswesens einordnen. Sie beherrschen die gesetzlichen Grundlagen, kennen die relevanten Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung, können einen Jahresabschluss von den Eröffnungsbuchungen über die laufenden Buchungen bis zu den Abschlussbuchungen erstellen. Sie verstehen die wesentlichen Grundsätze und Begriffe nach HGB (z.B. Anschaffungs-, Herstellungskosten, künftiger Erfüllungsbetrag) und kennen ausgewählte Unterschiede im Vergleich zur steuerlichen Behandlung.

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können komplexe fachbezogene Themen der Finanzbuchführung gegenüber ihren Gesprächspartnern im Studium und Beruf begründet vertreten und gemeinsam Lösungsvorschläge erarbeiten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Mit Abschluss dieses Moduls sind wichtige Grundlagen für die Rechnungslegung von buchführungspflichtigen Kaufleuten gelegt. Die Studierenden können in der Finanzbuchhaltung grundlegende Sachverhalte erfassen und daraus eine Bilanz und eine Gewinn- und Verlustrechnung gesetzeskonform ableiten. Die Bedeutung und Wichtigkeit der gelernten Grundlagen für darauf aufbauende Inhalte (Bilanzierung, betriebliche Steuerlehre, Konzernrechnungslegung) sind bekannt.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Grundlagen der Finanzbuchführung	30	45

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Fortgeschrittene Finanzbuchführung	30	45
<ul style="list-style-type: none">- Weitere Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung- Abschlussvorbereitung, Abschlussbuchungen, zeitliche Abgrenzung- Besonderheiten aus dem Steuerrecht für die laufende Buchführung nach HGB- Grundsätze der Bilanzierung aus Sicht des Finanzbuchhalters- ausgewählte Buchungsfälle, z.B. zum Anlagevermögen (Abschreibungen), Umlaufvermögen (Bewertungsvereinfachung), Forderungen (Abschreibungen, Einzel-, Pauschalwertberichtigungen), Verbindlichkeiten, Rückstellungen, Rechnungsabgrenzung		

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

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

Grundlagen der Volkswirtschaftslehre und Mikroökonomik (W3BW_501)

Principles of Economics and Microeconomics

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

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

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Fortgeschrittene Mikroökonomik	30	45
<ul style="list-style-type: none">- 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.: Behavior Economics, Heidelberg: Springer-Gabler
- Erlei, M./Leschke, M./Sauerland, D.: Neue Institutionenökonomik, Stuttgart: Schäffer Poeschel
- Goolsbee, A./Levitt, St./Syverson, C. : Mikroökonomik, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Mankiw, N.G.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Mankiw, N.G./Taylor, M.P.: Economics, Mason (Ohio): Thomson South Western
- Natrop, J.: Grundzüge der Angewandten Mikroökonomie, München: Oldenbourg
- Pindyck, R.S./Rubinfeld, D.L.: Mikroökonomie, München: Pearson
- Varian, H.R.: Grundzüge der Mikroökonomik, München: Oldenbourg

Bürgerliches Recht (W3BW_504)

Civil Law

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

INGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Case Study

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Grundlagen des Rechts, BGB Allgemeiner Teil und Schuldrecht Allgemeiner Teil	30	45

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Schuldrecht, Sachenrecht und Grundlagen des Prozessrechts	30	45
<ul style="list-style-type: none">- 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)
- Fühlich, E.: Wirtschaftsprivatrecht. München: Vahlen
- Fühlich, E./Werdan, I: Wirtschaftsprivatrecht in Fragen und Fällen. München: Vahlen
- Kallwass, W./Asbels, P.: Privatrecht. München: Vahlen
- Musielak, H.-J./Hau, W: Grundkurs BGB. München: Vahlen
- Musielak, H.-J./Voit, W: Grundkurs ZPO. München: Vahlen
- Sakowski, K.: Grundlagen des Bürgerlichen Rechts. Berlin Heidelberg: Springer Gabler
- Wolf, M./Wellenhofer, M.: Sachenrecht. München: Beck

Mathematik und Statistik (W3BW_601)

Mathematics and Statistics

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Mathematik	30	45

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Statistik	30	45

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

BESONDERHEITEN

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

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

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

Schlüsselqualifikationen I (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 Prüfungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Basisqualifikation Fachsprache	20	30

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

- Geschäftsbriefe (Anfragebriefe, Bestellungen, Beschwerdebriefe etc.)
- Reports und Proposals
- Kundentelefonate
- Analyse von Case Studies
- Präsentation des eigenen Unternehmens
- Analyse und Diskussion aktueller Wirtschaftsthemen, z.B. basierend auf Artikeln
- Fachvokabular aus der jeweiligen Studienrichtung
- Tense review

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens

20

30

- Wissenschaft, Zielspektrum wissenschaftlichen Arbeitens, Wissenschaftliche Methoden der Humanwissenschaften
- Anforderungen an wissenschaftliches Arbeiten (u.a. Objektivität, Ehrlichkeit/Redlichkeit, Überprüfbarkeit, Reliabilität, Validität, logische Argumentation, Nachvollziehbarkeit)
- Grundlegender Bearbeitungsprozess eines Themas (Ausgangssituation: Problem-/Fragestellung, Analyse/Präzisierung, Lösungen suchen und finden, Umsetzung, Ergebnisse aufbereiten)
- Bearbeitungsphasen einer wissenschaftlichen Arbeit (Themenwahl/Zielsetzung, Themenabgrenzung/-präzisierung, Zielsetzung der Arbeit und Ableitung der Forschungsfrage)
- Wissenschaftliches Exposé
- Projektplanung (Kommunikation mit den Betreuenden, Zeit-/Ressourcenplanung, Zeitmanagement, Arbeitshilfen)
- Einarbeitungsphase (Literaturstudium, -auswahl, -recherche), Haupt- und Erstellungsphase (Gestaltung einleitender Kapitel, Gliederungsalternativen, Schlusskapitel), Überarbeitungsphase
- Formale Gestaltung (Deckblatt/Titelblatt (gegebenenfalls inklusive Sperrvermerk), Verzeichnisse, Ausführungsteil, Anhang, Literaturverzeichnis, Ehrenwörtliche Erklärung), Gestaltungselemente, Zitation (u.a. Arten von Zitate, Zitierregeln, Plagiate), Literaturgattungen, Literaturverzeichnis und Quellenangaben

Präsentations- und Kommunikationskompetenz

20

30

Präsentationskompetenz

- Einsatzbereiche und Zielsetzungen einer Präsentation
- Inhaltliche Gliederung einer Präsentation/Präsentationsdramaturgie
- Medieneinsatz und Visualisierungstechniken (z.B. Textbilder, Grafiken und Symbole)
- Präsentationstechniken
- Stimmarbeit und Rhetorik
- Nonverbale Kommunikation: Körpersprache, Mimik und Gestik
- Umgang mit Lampenfieber
- Nachbereitung der Präsentation
- Spezifika von wissenschaftlichen Präsentationen
- Übungen mit Bezug zur jeweiligen Studienrichtung

Kommunikationskompetenz

- Kommunikationspsychologische Forschung und Kommunikationstheorien
- Kommunikation und Interaktion
- Rhetorik
- Vermittlung kommunikativer und rhetorischer Fähigkeiten
- Verhandlungstechniken
- Aktives Zuhören
- Fragetechnik
- Kommunikationsstörungen
- 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. u. Strasmann, J. Das Outdoor-Seminar in der betrieblichen Praxis, Hamburg:Verlag Windmühle
- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen
- Stickel-Wolf, C. /Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen

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 Modulhalten 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 die u.g. Inhalte eigenständig und umfassend zu erklären und in den betriebswirtschaftlichen Kontext einzuordnen.

METHODENKOMPETENZ

Die Absolventinnen und Absolventen 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 Absolventinnen und Absolventen 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 Prüfungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden 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 auszubildenden 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

Aus den nachfolgend benannten Lerninhalten des praktischen Ausbildungsplans sind exemplarische Sachverhalte auszuwählen:

- Organisation: Einordnung der Warenwirtschaft in das Gesamtunternehmen – Zusammenwirken der einzelnen Bereiche
- Disposition: Ermittlung von Bedarfsmengen und Bestellzeitpunkten – Bestandsüberwachung – Terminalsicherung – Engpassbeseitigung
- Beschaffung: Beschaffungsmarktforschung – Kriterien und Ablauf der Lieferantenauswahl – Phasen des Einkaufsvorgangs am praktischen Beispiel (Angebotseinholung, Vorauswahl, Verhandlungsführung, Abschluss, Lieferantenbetreuung)
- Lagerhaltung: Transportmittelplanung – Steuerung und Überwachung des Wareneingangs – Lagersysteme und Lagertechnik – Kommissionierung

Marketing und Vertrieb

Aus den nachfolgend benannten Lerninhalten des praktischen Ausbildungsplans sind exemplarische Sachverhalte auszuwählen:

- Organisation: Einordnung von Marketing und Vertrieb in das Gesamtunternehmen – Zusammenwirken der einzelnen Bereiche
- Sortiments- und Marktwissen: Sortiment – Warenbereiche – Warengruppen – Warenarten – Artikel – Sorten des eigenen Unternehmens – Überblick über wichtige Konkurrenzunternehmen und deren Sortimente – Kundensegmentierung
- Marketingplanung: Prozess der Marketingplanung – Vorgehensweise bei der Marktforschung (Datenquellen, -erhebung, -analyse)
- Marketing-Mix: Sortimentsgestaltung – Preisbildung, Rabatt- und Konditionenpolitik – Verkaufsraumgestaltung und Warenpräsentation – Distribution – Kommunikation – Planung, Realisation und Kontrolle von Marketingmaßnahmen
- 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
 - Stickle-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./Thiele, S.: Bilanzen, Düsseldorf: IDW
- Breithecker, V.: Einführung in die Betriebswirtschaftliche Steuerlehre, Berlin: ESV
- Brönnner, 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

INGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Case Study, Inverted Classroom, Rollenspiel

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Personalwirtschaft	33	57

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

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

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Organisation und Projektmanagement

22

38

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

BESONDERHEITEN

Modulverantwortung Prof. Dr. Ernst Deuer (RV)

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

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

Makroökonomik (W3BW_502)

Macroeconomics

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_502	2. Studienjahr	2	Dr Jan Greitens	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, kurz- und langfristige makroökonomische Entwicklungen der Volkswirtschaft zu beschreiben und anhand von Modellen zu analysieren. Die Studierenden können die Geldentstehung, den Geldwert und die Geldwirkungen anhand verschiedener Konzepte und im Zusammenhang mit dem Finanzsystem darstellen und auf aktuelle Fragen anwenden. Sie kennen wichtige währungstheoretische Zusammenhänge und können währungspolitische Entscheidungen erklären.

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Grundlagen der Makroökonomik	28	48

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

Geld und Währung

PRÄSENZZEIT

27

SELBSTSTUDIUM

47

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

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

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

Wirtschaftsrecht (W3BW_505)

Economic Law

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_505	2. Studienjahr	2	Prof. Dr. Klaus Sakowski	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Case Study

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Handels- und Gesellschaftsrecht	28	48

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Arbeitsrecht, Grundzüge des Insolvenzrechts	27	47
<hr/>		
(Anm. Insolvenzrecht optional, je nach Studienrichtung)		
<ul style="list-style-type: none">- 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		
<ul style="list-style-type: none">- 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 Prüfungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Angewandtes Projektmanagement	27	47
Inhalt noch in Erarbeitung		

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

Studienrichtungsspezifische Seminare (2. Studienjahr)

PRÄSENZZEIT

28

SELBSTSTUDIUM

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
- Opperl, 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 Absolventinnen und Absolventen 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 Absolventinnen und Absolventen 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

INGESETZTE LEHRFORMEN

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

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Prüfungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

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./Plink, 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./Drexel, 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 Zahlensysteme und rechtliche Rahmenbedingungen
- Management der digitalen Transformation im Handel
- ggf. Einführung in ausgewählte Softwarepakete

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSSETZUNGEN

-

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

Aus den nachfolgend benannten Lerninhalten des praktischen Ausbildungsplans sind exemplarische Sachverhalte auszuwählen:

- Einordnung des Finanz- und Rechnungswesens in die Organisation des Gesamtunternehmens, Zusammenwirken der einzelnen Bereiche
- Finanzbuchhaltung: Inventur, Anlagenbuchhaltung, Kreditoren- und Debitorenbuchhaltung (einschließlich Zahlungsverkehr und Kontierung sowie Mahn- und Klagewesen)
- Kosten- und Leistungsrechnung: Planungsrechnung (kostenstellen- / kostenträgerbezogen) und Überwachung, Betriebsabrechnung und innerbetriebliche Leistungsverrechnung, Kalkulation
- Investition und Finanzierung: Unternehmensspezifische Ausprägungen der Investitionsrechnung, Wirtschaftlichkeitsrechnung, Finanzierungsarbeiten und deren Prämissen
- Bilanzierung: Jahresabschluss, bilanzielle Rechtsgrundlagen, Ausweis-, Ansatz- und Bewertungsvorschriften

Inhalt: Personalwirtschaft und Organisation

Aus den nachfolgend benannten Lerninhalten des praktischen Ausbildungsplans sind exemplarische Sachverhalte auszuwählen:

- Einordnung des Personalbereiches in das Gesamtunternehmen, Zusammenwirken der einzelnen Bereiche
- Personalplanung und -beschaffung: Personalbedarfsplanung, Personalmarketing, Maßnahmen der Personalbeschaffung, Personalauswahl
- Personalbetreuung und -entwicklung: Einstellung, Versetzung und Ausscheiden von Mitarbeitern, Betreuungsgespräche, Beurteilungen, Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen, Lohn- und Gehaltsabrechnung
- Arbeitsrecht und Arbeitsschutz: Arbeits- und sozialrechtliche Grundkenntnisse, Betriebsverfassungsgesetz, Arbeitsordnung, Betriebsvereinbarung, Mitwirkungsrechte des Betriebsrats, Unfallverhütung und Umweltschutz, Gesundheitsmanagement
- Personalverwaltung und -politik: Vergütungssysteme, Führungssysteme, Flexibilisierung, Arbeitszeitmodelle
- 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

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

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Mitarbeiterführung

25

50

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

BESONDERHEITEN

Prof. dr. Gerhard Jäger (Lörrach) - Modulverantwortung

Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

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

Wirtschaftspolitik (W3BW_503)

Economic Policy

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, volkswirtschaftliche Theorien zu verwenden, um außenwirtschaftliche, wirtschaftspolitische und finanzwissenschaftliche Fragestellungen fundiert zu analysieren und zu bewerten.

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die Bedeutung von Werturteilen für unterschiedliche wirtschaftspolitische Empfehlungen. Sie können die erlernten theoretischen Konzepte auf aktuelle politische Fragen anwenden und verstehen die Konflikte zwischen ökonomischer Theorie und politischer Praxis.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

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

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Ausgewählte Themen der Wirtschaftspolitik	25	50
<ul style="list-style-type: none">- 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

INGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation, Rollenspiel

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden

- können sich schnell in neuen Situationen 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.
- 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
<p>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:</p> <ul style="list-style-type: none">– Entwicklung von Unternehmensleitbildern– Aufbau einer leistungsfähigen personellen, organisatorischen und planerischen Infrastruktur– Leistungsstrategische Entscheidungen (in Bezug auf Produkte und Dienstleistungen)– Erprobung der Qualität von Leistungen– Situationsspezifischer Einsatz von Marketinginstrumenten und Abstimmung der Marketinginstrumente untereinander sowie mit den Erfordernissen anderer Unternehmensfunktionen– Planerischer Einbezug von Zeitkonstanten in unternehmerische Entscheidungen– Erkennen und Nutzen günstiger Zeitpunkte zum Markteintritt- und -ausstieg– Finanz- und Rechnungswesen im Unternehmen (Budgetierung, Finanzplanung, Kennzahlen)– Methoden der effizienten, konstruktiven, kommunikativen Zusammenarbeit im Team		
Projektskizze zur Bachelorarbeit	25	50
<ul style="list-style-type: none">– Selbstständige Planung eines Forschungsprozesses und Erarbeitung eines Forschungsdesigns (Exposé) für ein mögliches Bachelorarbeitsthema (dieses muss nicht das spätere Thema der Bachelorarbeit sein)– Themenwahl/-eingrenzung, Problemstellung und Zielformulierung, Literaturrecherche und Informationsbeschaffung, Auswahl und Ausarbeitung einer Untersuchungsmethode, Festlegung des Aufbaus und der Gliederung der Arbeit		

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

keine

LITERATUR

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Hollinger, T.: Führungskräfte-Training mit Pferden. Können Menschen von Tieren lernen? Hamburg: igel
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius
- Schneider, D.: Betriebswirtschaftslehre, Band 4: Geschichte und Methoden der Wirtschaftswissenschaften. München: Oldenbourg
- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen
- Stichel-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

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

INGESETZTE LEHRFORMEN

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

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	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. Wertorientierte 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

INGESETZTE LEHRFORMEN

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

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit (mit Präsentation)	Siehe Prüfungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erhalten einen vertieften Einblick in dogmengeschichtliche oder aktuelle Fragen des Managements von Unternehmen, 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
Mündliche Prüfung	20	ja
Bericht zum Ablauf und zur Reflexion des Praxismoduls	Siehe Pruefungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über tiefgehende und umfassende Erkenntnisse in den für die Studienrichtung relevanten Bereichen im Kontext 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 - Mündliche Prüfung	0	240
Mündliche Prüfung gemäß der Vorgaben der StuPrO.		
Praxismodul III - Bericht zum Ablauf und zur Reflexion des Praxismoduls	0	0

BESONDERHEITEN

Mündliche Prüfung.

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 Modulhalten 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

Absolventinnen und Absolventen haben die Kompetenz erworben, relevante Informationen mit wissenschaftlichen Methoden zu sammeln und unter der Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse zu interpretieren. Die Absolventinnen und Absolventen 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 Absolventinnen und Absolventen 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

INGESETZTE LEHRFORMEN

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

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	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 Absolventinnen und Absolventen 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 Absolventinnen und Absolventen 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
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
- Kreuzer, 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 Absolventinnen und Absolventen 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 Modulhalten angesprochenen Konzepte in Hinblick auf die damit verbundene soziale, ethische und ökologische Verantwortung.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Absolventinnen und Absolventen 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 Absolventinnen und Absolventen haben die Kompetenz erworben, relevante Informationen mit wissenschaftlichen Methoden zu sammeln und unter der Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse zu interpretieren. Die Absolventinnen und Absolventen 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 Absolventinnen und Absolventen 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. und 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. und Siebert, H.: Außenwirtschaft. Stuttgart, München: UTB
- Herrmann, J. und Fritz, H.: Qualitätsmanagement: Lehrbuch für Studium und Praxis. München, Wien: Hanser
- Schmitt, R. und 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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

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

INGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden 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, 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.
- 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

INGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Absolventinnen und Absolventen 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
- Kreuzer, R. T./Land, K.-H.: Digitaler Darwinismus, Wiesbaden: 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 Absolventen 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 Absolventen gelingt es, aus Erfahrungen zu lernen und sie sind offen für Veränderungen. Sie reflektieren die in den Modulhalten angesprochenen Konzepte in Hinblick auf die damit verbundene soziale, ethische und ökologische Verantwortung.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Absolventen 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

- Brachar, H. (Hrsg.): Autohaus-Management 2015, Ottobrunn: Springer
- Brachar, vom Heu, Menzel, Schinckel, Bongartz (Hrsg.): Autohaus-Service-Management 2015, Ottobrunn: Springer
- Diez, W.: Automobil-Marketing, München: Vahlen.
- Diez, W. /Reindl, S./Brachar, 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 Absolventen 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 Absolventen gelingt es, aus Erfahrungen zu lernen und sie sind offen für Veränderungen. Sie reflektieren die in den Modulhalten angesprochenen Konzepte in Hinblick auf die damit verbundene soziale, ethische und ökologische Verantwortung.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Absolventen 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
- Kartellrechtliche Schranken in selektiven und exklusiven Vertriebssystemen
- Gruppenfreistellungsverordnungen (Vertikal-GVO und After-Sales-GVO)
- Rechtsansprüche auf Zulassung als Vertragshändler/Vertragswerkstatt
- Ausgleichsansprüche bei Vertragsbeendigung
- Gestaltung von Kaufverträgen über neue und gebrauchte Kfz
- Allgemeine Geschäftsbedingungen im Kraftfahrzeughandel
- Gewährleistung und Haftungsrecht
- Serviceverträge und besondere Dienstleistungsverträge
- Marketingrecht im Automobilhandel
- Bauplanungsrecht für Autohäuser
- Boden- und Wasserrecht
- Umgang mit und Auswertung von Kundendaten
- Rechtsfragen des autonomen Fahrens und vernetzter Systeme
- Kfz-Zulassungsrecht
- Differenzbesteuerung
- Innergemeinschaftlicher Erwerb
- Steuerrechtliche Behandlung von Dienst- und Firmenwagen
- 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 Absolventinnen und Absolventen haben die Kompetenz erworben, relevante Informationen mit wissenschaftlichen Methoden zu sammeln und unter der Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse zu interpretieren. Die Absolventinnen und Absolventen 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 Absolventinnen und Absolventen 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 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
- Huld, 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

INGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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 Einkaufsstrategien 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	MODULDUER (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 Absolventinnen und Absolventen haben die Kompetenz erworben, relevante Informationen mit wissenschaftlichen Methoden zu sammeln und unter der Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse zu interpretieren. Die Absolventinnen und Absolventen 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 Absolventinnen und Absolventen 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. und 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

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 Absolventinnen und Absolventen 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 Absolventinnen und Absolventen 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
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
- Vertriebsorganisation und -kontrolle
- Key-Account-Management: Entwicklung, Arten, Aufbau, Erfolgsfaktoren, Unterschiede zum Kleinkundenmanagement
- Multichannel-Management: Ziele und Aufgaben, Anforderungen, Kosten, Komplexität, Abstimmung im Beschaffungs-/Absatzmanagement, Kampagnen-Management
- Kundenakquisition und Kundenbindung
- Verkaufskanäle: persönlicher Verkauf, Telefonverkauf, Verkauf mittels elektronischer Medien, Messen als Verkaufsplattform
- Customer Relationship Management
- 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 Absolventinnen und Absolventen haben die Kompetenz erworben, relevante Vertriebsinformationen mit wissenschaftlichen Methoden zu sammeln und unter der Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse zu interpretieren. Die Absolventinnen und Absolventen 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 Absolventinnen und Absolventen 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
Instrumente des Vertriebsmanagements	50	100

- Kommunikationspolitik: Werbung, Verkaufsförderung, Persönlicher Verkauf, Public Relations, kommunikationspolitische Sonderformen
- Geo-Marketing: Methoden zur Standortplanung, Service- und Vertrieboptimierung, 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 Absolventinnen und Absolventen 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 Absolventinnen und Absolventen 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
E-Business	50	100

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 Modulhalten 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.; Rossmannith, 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 substantielle 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
- 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
- Gestaltung digitaler Handelsplattformen: Funktionalität, Usability und Navigation, Prozessautomatisierung und visuelle Gestaltungselemente, Anbindung des stationären Handels und neuer Medienplattformen
- Kundeninteraktion und Digital Customer Journey: Besonderheiten der digitalen Kundeninteraktion, Customer Journey Design, elektronische Pre- und After-Sales-Prozesse
- Data Governance und Datenmanagement: Sicherstellung der Datenqualität, Golden Records/Golden Profiles
- Rechtsrahmen der Digitalisierung: 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 Käuferlebnis. Mit Usability, User Experience und Customer Experience anspruchsvolle Kunden gewinnen, Wiesbaden: Springer Gabler
- Robra-Bissantz, S./Lattmann, C.: Digital Customer Experience: Mit digitalen Diensten Kunden gewinnen und halten, Wiesbaden: Springer Vieweg
- Rohrich, 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

Stand vom 09.06.2023

W3BW_HD469 // Seite 96