



Berufsakademie Rhein-Main

Modulhandbuch

Bachelor-Studiengang
Betriebswirtschaftslehre und
Internationales Management

Stand Juli 2020

Inhalt

1.	Studienverlaufsplan (Module und Workload/ECTS).....	3
2.	Modulbereich Grundlagen und quantitative Methoden der Ökonomie.....	4
3.	Modulbereich Kernbereiche der Betriebswirtschaft und Branchenspezialisierung	11
4.	Modulbereich Schwerpunkte der Betriebswirtschaft	62
5.	Praxismodule	79
6.	Modulbereich Bachelor Thesis Kolloquium und Bachelor Thesis	85

1. Studienverlaufsplan (Module und Workload/ECTS)

1. Trimester	2. Trimester	3. Trimester	4. Trimester	5. Trimester	6. Trimester	7. Trimester	8. Trimester	9. Trimester
Wirtschaftsmathematik (5)		Statistik (5)	Operations Management u. Research (5)	Mikro- u. Makroökonomie (8)				
General Management (8)		Internationales Projekt-Management (6)	Kosten- u. Leistungsrechnung (5)	Bilanzierung (5)	Einführung in die betriebliche Steuerlehre (5)	Finanzierung und Investition (8)		
Business English (8)				Wirtschaftsrecht (6)				
	Einführung in das Rechnungswesen (5)			International Marketing and Sales (5)	Wirtschaftspsychologie (5)	Strat. Controlling u. intern. Unternehmensführung (6)	Change Management u. Internationales Management (6)	
Wissenschaftliches Arbeiten, Methoden- u. Sozialkompetenz (5)			Digitale Transformation u. Geschäftsmodelle (6)			Betriebswirtschaftl. Schwerpunkte (10)		
Branchenspezialisierung (8)						Spanisch/ Französisch/ Chinesisch/ IQM/ UE (5)		
							Bachelor Thesis Kolloquium und Bachelor Thesis (15)	
Praxismodul I (10)			Praxismodul II (10)			Praxismodul III (10)		
60 ECTS			60 ECTS			60 ECTS		

2. Modulbereich Grundlagen und quantitative Methoden der Ökonomie

Modulbereich Grundlagen und quantitative Methoden der Ökonomie						
Modul:		Wirtschaftsmathematik			Trimester	
Teilbereich:					1	
ECTS:	5	Kontaktstunden:	50	Selbststudium:	100	
Verwendbarkeit:	Studiengänge: <ul style="list-style-type: none"> • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.) • Wirtschaftsinformatik (B.Sc.) • Wirtschaftsingenieurwesen (B.Sc.) 					
Häufigkeit des Moduls:	jährlich	Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Matthias Maßmann			
Voraussetzungen für die Teilnahme:						
Prüfung:	Modulklausur	Art des Moduls:	Pflichtfach			
Kurzbeschreibung		Inhalte				
<p>Ziel der Veranstaltung ist es, auf den mathematischen Grundkenntnissen aufbauend, Inhalte zu vermitteln, die ein effizientes Hilfsmittel für andere wirtschaftswissenschaftliche Studienfächer darstellen. Schwerpunkte bilden dabei die Methoden der Finanzwirtschaft, die zahlreichen Anwendungsmöglichkeiten der Analysis, die lineare Algebra sowie die Integralrechnung.</p> <p>Dabei werden neben der systematischen Vermittlung mathematischer Lehrinhalte volkswirtschaftliche und betriebswirtschaftliche Fragestellungen einbezogen</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Einführung <ul style="list-style-type: none"> ○ Mathematische Logik ○ Zahlenbereiche und grundlegende Rechenoperationen ○ Folgen & Reihen/ Gleichungen & Ungleichungen ○ Formalisierung, Beweisführung, vollständige Induktion • Finanzmathematik <ul style="list-style-type: none"> ○ Verzinsungsmethoden ○ Barwertkonzept ○ Rentenrechnung & Tilgungsrechnung • Analysis <ul style="list-style-type: none"> ○ Funktionen & Differentialrechnung • Lineare Algebra <ul style="list-style-type: none"> ○ Vektorrechnung ○ Matrizen/Matrizenfunktionen ○ Lineare Gleichungssysteme • Integralrechnung <ul style="list-style-type: none"> ○ Einfache Integrale und Mehrfachintegrale 				
Stellung des Moduls im Studiengang						
Grundlagenmodul zur Schaffung mathematischer Grundlagen, die als Basis für die mathematischen Anforderungen des gesamten Studiums dienen.						
Lernziele						
Fachkompetenz	Die Studierenden sollen die grundlegenden (finanz-) mathematischen Operationen kennen und die Lösungsverfahren von mathematischen Aufgaben, die für die Betriebs- und Volkswirtschaft relevant sind, beherrschen.					
Transferkompetenz	Die Studierenden sollen aus betriebswirtschaftlichen Fragestellungen Anwendungsmöglichkeiten der Mathematik ableiten können.					
Methoden- und Sozialkompetenz:	Mathematische Methodenkompetenz					
Methodische Umsetzung:	Lehrgespräch mit Übungen					

Lernmaterialien, Literaturangaben:

- Cremers, H. (2002): Mathematik für Wirtschaft und Finanzen I (1. Auflage), Frankfurt: Frankfurt School Verlag.
- Forster, O. (2015): Analysis 1 Differential- und Integralrechnung einer Veränderlichen (12. Auflage), Berlin: Springer.
- Görg, A. (2006): Grundlagen der Finanzmathematik und Statistik (2. Auflage), Frankfurt: Frankfurt School Verlag.
- Sydsaeter, K. / Hammond, P. (2018): Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler. Hallbergmoos: Pearson 2018 (5. Auflage)

Modulbereich Grundlagen und quantitative Methoden der Ökonomie						
Modul:		Statistik			Trimester	
Teilbereich:					3	
ECTS:	5	Kontaktstunden:	50	Selbststudium:	100	
Verwendbarkeit:		Studiengänge: <ul style="list-style-type: none"> • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.) • Wirtschaftsinformatik (B.Sc.) • Angewandte Informatik (B.Sc.) • Wirtschaftsingenieurwesen (B.Sc.) 				
Häufigkeit des Moduls:		jährlich		Modulverantwortlicher:		Prof. Dr. Matthias Maßmann
Voraussetzungen für die Teilnahme:		Wirtschaftsmathematik				
Prüfung:		Modulklausur		Art des Moduls:		Pflichtfach
Kurzbeschreibung			Inhalte			
<p>Im Rahmen dieser Veranstaltung werden den Studierenden die Grundlagen der deskriptiven und der schließenden Statistik vermittelt, die zum Verständnis betriebswirtschaftlicher Zusammenhänge notwendig sind.</p> <p>Auf der Grundlage der Vermittlung statistischer Methoden sollen die Studierenden in die Lage versetzt werden, wirtschaftswissenschaftliche Problemstellungen selbstständig zu lösen und statistische Veröffentlichungen besser zu beurteilen.</p>			<ul style="list-style-type: none"> • Beschreibende Statistik <ul style="list-style-type: none"> ○ Häufigkeitsverteilung bei einem Merkmal ○ Häufigkeitsverteilung bei zwei Merkmalen • Einführung in die Wahrscheinlichkeitsrechnung <ul style="list-style-type: none"> ○ Wahrscheinlichkeitsbegriff ○ Zufallsgrößen und ihre Wahrscheinlichkeit ○ Diskrete und stetige Zufallsgrößen • Einführung in die schließende Statistik <ul style="list-style-type: none"> ○ Grundgesamtheit und Stichprobe ○ Stichprobenfunktionen und ihre Verteilungen ○ Schätztheorie ○ Ausgewählte Testverfahren 			
Stellung des Moduls im Studiengang						
Modul, in dem die statistischen Grundlagen vermittelt werden, die für die statistischen Fragestellungen des gesamten Studiums notwendig sind.						
Lernziele						
Fachkompetenz		Die Studierenden sollen die Grundlagen der beschreibenden und schließenden Statistik verstehen, Wahrscheinlichkeiten berechnen können und die wichtigsten statistischen Testverfahren beherrschen.				
Transferkompetenz		Die Studierenden sollten die Einsatzmöglichkeiten statistischer Kenntnisse im Kontext betriebswirtschaftlicher Fragestellungen umsetzen können.				
Methoden- und Sozialkompetenz:		Statistische Methodenkompetenz.				
Methodische Umsetzung:		Lehrgespräch mit Übungen				
Lernmaterialien, Literaturangaben:						
<ul style="list-style-type: none"> • Backhaus, K./ Erichson, B / Plinke, W./ Weiber, R. (2018): Multivariate Analysemethoden (15. Auflage), Wiesbaden: Springer Gabler. • Bourier, G. (2018): Beschreibende Statistik (13. Auflage), Wiesbaden: Springer Gabler. • Bourier, G. (2018): Wahrscheinlichkeitsrechnung und schließende Statistik (9. Auflage), Wiesbaden: Springer Gabler. • Freedman, D./ Pisani, R./ Purves, R. (2011): Statistics (1. Auflage), New Delhi: Viva Books • Görg, A. (2006), Grundlagen der Finanzmathematik und Statistik (2. Auflage), Frankfurt: Frankfurt School Verlag. • Wewel, M. (2014): Statistik im Bachelor-Studium der BWL und VWL (3. Auflage), Hallbergmoos: Pearson Studium. 						

Modulbereich Grundlagen und quantitative Methoden der Ökonomie							
Modul:		Mikro- und Makroökonomie				Trimester	
Teilbereich:						5 + 6	
ECTS:	8	Kontaktstunden:	90	Selbststudium:	150	Sprache:	deutsch
Verwendbarkeit:		Studiengänge: • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.)					
Häufigkeit des Moduls:		jährlich	Modulverantwortlicher:		Anastasios Demertzidis		
Voraussetzungen für die Teilnahme:		General Management, Wirtschaftsmathematik, Statistik					
Prüfung:		Modulklausur	Art des Moduls:		Pflichtfach		
Kurzbeschreibung				Inhalte			
<p>Mikroökonomie Inhalt dieser Veranstaltung sind die praxisrelevanten Grundzüge der modernen Mikroökonomik kennenzulernen. Zu Beginn werden dabei die grundlegenden Begriffe erläutert. Im Anschluss wird in Thematik der Nachfrage der Konsumenten und des Angebotes der Unternehmungen eingeführt. Darauf aufbauend wird das Verhalten dieser genauer Thematisiert. Im Vordergrund steht dabei die Frage, wie sich Konsumenten und Produzenten, im wirtschaftlichen Sinne optimal Verhalten sollen. Danach wird das Zusammenspiel dieser beiden Akteure in verschiedenen Marktformen vorgestellt. Die LV schließt mit einer Einführung in die Spieltheorie, welche einen wichtigen Bestandteil der Mikroökonomik darstellt.</p> <p>Makroökonomik Die Studierenden setzen sich im Rahmen dieses Moduls mit den Grundzügen der Makroökonomik auseinander. Inhalt ist dabei die Vermittlung eines grundlegenden Verständnisses für den gesamtwirtschaftlichen Güter-, Arbeits- und Kapitalmarkt. Es werden die Grundlagen der Theorien der Entscheidungen zwischen Konsum und Sparen besprochen.</p> <p>Geldtheorie Die Studierende lernen die wichtigsten Aspekte der Geldtheorie kennen. Im Vordergrund steht dabei die kritische Auseinandersetzung mit grundlegenden und aktuellen Themen der Geldtheorie und Geldpolitik. Neben weiteren Inhalten werden die Theorie der Geldnachfrage und des Geldangebotes nebst wichtigen Insitutionen thematisiert</p>				<p>Mikroökonomie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffe der Mikroökonomik • Theorie von Angebot und Nachfrage <ul style="list-style-type: none"> ○ Einflussfaktoren von Angebot und Nachfrage ○ Rolle des Einkommens in der Mikroökonomik ○ Elastizitäten und ihre Bedeutung für die Ökonomie • Verbraucherverhalten <ul style="list-style-type: none"> ○ Analyse des Konsumentenverhaltens ○ Indifferenzkurve und Grenzrate der Substitution ○ Verbraucherentscheidung/ optimaler Konsumplan • Produktion <ul style="list-style-type: none"> ○ Verschiedene Produktionsfunktionen ○ Isoquanten ○ Kostenfunktionen aus Mikroökonomischer Sicht ○ Kostenminimierung • Verschiedene Marktformen <ul style="list-style-type: none"> ○ Perfekter Wettbewerb ○ Monopol/ Oligopol • Grundlagen der Spieltheorie <ul style="list-style-type: none"> ○ Grundbegriffe ○ Nash- Gleichgewichte • Mikroökonomische Vorteile des Handelns <p>Makroökonomie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffe der Makroökonomik: Was ist Makroökonomik, „Einsatzfelder der Makroökonomik, Inflation, Arbeitslosenquote, BIP • Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung • Die kurze Frist • Arbeitsmarkt in der Makroökonomik • Konsum und Sparen in der Makroökonomik • Internationale Fiskalpolitik • Die größten Volkswirtschaften der Welt • Internationale Handelsströme • Internationaler Handel und Globalisierung <p>Geldtheorie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Was ist Geld? <ul style="list-style-type: none"> ○ Geldfunktionen ○ Motive der Geldhaltung ○ Geschichte des Geldes 			

	<ul style="list-style-type: none"> • Geldangebot/Geldnachfrage • Bundesbank, EZB, IWF • Internationale Zahlbanksysteme im Vergleich • Instrumente der Geldpolitik • Internationale Finanzmärkte • Europäische Währungsunion
Stellung des Moduls im Studiengang	
Grundlagenmodul im Bereich Mikro- und Makroökonomie.	
Lernziele	
Fachkompetenz	Die Studierenden sollen ein grundlegendes Verständnis der gesamtwirtschaftlichen Märkte entwickeln.
Transferkompetenz	Die Studierenden sollen die Vorlesungsinhalte auf aktuelle volkswirtschaftliche Themen beziehen können.
Methoden- und Sozialkompetenz:	Die Studierenden sollen zur kritischen Reflexion aktueller Ereignisse ermuntert und befähigt werden
Methodische Umsetzung:	Lehrgespräch, Gruppenarbeit
Lernmaterialien, Literaturangaben:	
<ul style="list-style-type: none"> • Blanchard, O. / Illing, G. (2017): Makroökonomie (7. Auflage), Hallbergmoos: Pearson Studium. • Baldwin, R./ Wyplosz ,C. (2019): The economics of European integration (6. Auflage), New York: McGraw-Hill. • Görgens, E./ Ruckriegel, K./ Seitz, F. (2013): Europäische Geldpolitik (6. Auflage), Stuttgart: UTB GmbH. • Mankiw, N. (2017), Makroökonomik (7. Auflage): Stuttgart: Schäffer Poeschel. • Baßeler, H./ Heinrich, J./ Utecht, B. (2010): Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft (19. Auflage), Stuttgart: Schäffer Poeschel. • Feh, U./Oberender, P. (2004): Grundlagen der Mikroökonomie (9. Auflage), München: Vahlen. • Pindyck, R./ Rubinfeld, D. (2018): Mikroökonomie (9. Auflage), Hallbergmoos: Pearson Studium • Perloff, Jeffrey M. (2014): Microeconomics with calculus (3. Auflage), London: Pearson. • Mankiw, G. (2013): PRINCIPLES OF MACROECONOMICS, (7. Auflage), Cengage Learning. • Campbell R. McConnell / Stanley L. Brue / Sean Masaki Flynn (2018): Macroeconomics - Principles, Problems, & Policies, New York: McGraw Hill. • Mishkin F. (2018) The Economics of Money, Banking, and Financial Markets (12. Auflage), London: Pearson. • Walsh, C.(2010): Monetary Theory and Policy, (3. Auflage), Cambridge: The MIT-Press. 	

Modulbereich Grundlagen und quantitative Methoden der Ökonomie						
Modul:		Operations Management und Research			Trimester	
Teilbereich:					4	
ECTS:	5	Kontaktstunden:	60	Selbststudium:	90	
Verwendbarkeit:	Studiengänge: <ul style="list-style-type: none"> Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.) 					
Häufigkeit des Moduls:	jährlich	Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Matthias Maßmann			
Voraussetzungen für die Teilnahme:	General Management, Wirtschaftsmathematik, Statistik					
Prüfung:	Modulklausur	Art des Moduls:	Pflichtfach			
Kurzbeschreibung			Inhalte			
<p>Ziel der Veranstaltung ist es die Studierenden mit dem güterwirtschaftlichen Prozess in Industrieunternehmen sowie den Grundlagen der Materialwirtschaft, Produktion und Logistik vertraut zu machen. Sie erkennen, welche Instrumente den Unternehmen an die Hand gegeben werden, um die Material-wirtschaft so zu organisieren, dass dieser Unternehmensbereich effizient wirtschaftet. Gängige Methoden wie die Just-in-time-Beschaffung, die ABC- und die XYZ-Analyse sowie das KANBAN-Konzept werden vorgestellt. Die Produktionsplanung als Kern des modernen Produktionsmanagements wird eingeführt. Die Einsatzfelder und Kernleistungen der Logistik werden erörtert. Zudem werden wichtige Bestandteile des modernen Supply Chain Managements behandelt. Die Studierenden erhalten außerdem eine Einführung in wichtige Teilbereiche des OR.</p>			<p>Management</p> <ul style="list-style-type: none"> Beschaffung <ul style="list-style-type: none"> Grundlagen der Materialwirtschaft Grundlagen der Beschaffung, Wareneinkauf Beschaffungs- und Lagerbestandsmanagement Lieferantenauswahl und Just-In-Time Beschaffung Materialbestandsgrößen, Bestellmengenermittlung ABC- und XYZ- Analyse, KANBAN Produktion <ul style="list-style-type: none"> Grundbegriffe der Produktion Wertschöpfungskette der Produktion Teilpläne betrieblicher Produktionspolitik Grundlagen der Produktions- und Kostentheorie Produktion und Umwelt Grundzüge der mathematischen Programmplanung Logistik <ul style="list-style-type: none"> Grundlagen und Kernleistungen der Logistik Beschaffungs-, Lager-, Distributionslogistik Ganzheitliche Betrachtung der Logistik Supply Chain Management Green Logistik <p>Research</p> <ul style="list-style-type: none"> Einführung in die lineare Optimierung und Netzwerke Grundlagen der Optimierung Anwendungen und Modellbildung Grundlagen der Entscheidungstheorie 			
Stellung des Moduls im Studiengang						
Modul, in dem wichtige Teilaspekte der betrieblichen Wertschöpfungskette als Grundlage für andere betriebswirtschaftliche Module vermittelt werden. Außerdem erfolgt eine Einführung in Operations Research.						
Lernziele						
Fachkompetenz		Die Studierenden sollen ein Begriffsverständnis für die Bereiche Materialwirtschaft und Produktion entwickeln. Sie sollen die innerbetrieblichen Interdependenzen erkennen können und die wichtigsten Modelle zur Produktions- und Logistikplanung beherrschen. Sie können Methoden des OR anwenden.				
Transferkompetenz		Die Studierenden sollen die gelehrteten Methoden selbständig anwenden können.				
Methoden- und Sozialkompetenz:		Erkennen und Lösen ausgewählter betriebswirtschaftlicher Entscheidungssituationen.				
Methodische Umsetzung:		Lehrgespräch mit Fallbeispielen				

Lernmaterialien, Literaturangaben:

- Bloech, J. (2014): Einführung in die Produktion (7. Auflage), Wiesbaden: Springer Gabler.
- Wannenwetsch, H. (2009: Integrierte Materialwirtschaft und Logistik: Beschaffung, Logistik, Materialwirtschaft und Produktion (4. Auflage), Berlin: Springer.
- Wenzel, R./ Fischer, G./ Metze, G./ Nieß, P. (2001): Industriebetriebslehre (1. Auflage), Leipzig: Fachbuchverlag.
- Hillier, F. / Lieberman, G.(2017): Introduction to Operations Research (10. Auflage), New York: McGraw Hill.

3. Modulbereich Kernbereiche der Betriebswirtschaft und Branchenspezialisierung

Modulbereich Kernbereiche der Betriebswirtschaft und Branchenorientierung						
Modul:		General Management			Trimester	
Teilbereich:					1 + 2	
ECTS:	8	Kontaktstunden:	100	Selbststudium:	140	
Verwendbarkeit:		Studiengänge: <ul style="list-style-type: none"> • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.) • Wirtschaftsinformatik (B.Sc.) • Angewandte Informatik (B.Sc.) • Wirtschaftsingenieurwesen (B.Sc.) 				
Häufigkeit des Moduls:		jährlich	Modulverantwortlicher:		Prof. Dr. Nadja Henkel	
Voraussetzungen für die Teilnahme:						
Prüfung:		Modulklausur	Art des Moduls:		Pflichtfach	
Kurzbeschreibung			Inhalte			
<p>Nach der Behandlung elementarer betriebswirtschaftlicher Grundlagen erhalten die Studierenden einen ersten Einblick in die unterschiedlichen funktionalen Bereiche eines Unternehmens. Sie berücksichtigen die Interdependenzen zwischen diesen Bereichen und sind so in der Lage, im Rahmen einer beispielhaften Unternehmensneugründung zu betriebswirtschaftlich optimalen Entscheidungen zu gelangen. Eingehend werden daher organisatorische Strukturen, Abläufe und Wechselbeziehungen dargestellt. Es werden relevante Entscheidungsbereiche der strategischen Grundausrichtung diskutiert, beispielsweise Rechtsformen, Standortwahl sowie Kooperation/Konzentration. Darüber hinaus lernen die Studierenden den gesamten Personalprozess von der Beschaffung bis zum Ausscheiden des Personals kennen.</p>			<ul style="list-style-type: none"> • Einführung <ul style="list-style-type: none"> ○ Betriebswirtschaftliche Grundbegriffe ○ Systematisierung der Wirtschaftssektoren ○ Einteilung der Wirtschaftsgüter • Charakterisierung von Märkten/Kennzahlen <ul style="list-style-type: none"> ○ Organisation ○ Aufbau-/Ablauforganisation ○ Grundlagen unternehmerischer Entscheidungen ○ Gründung, Rechtsform, Unt.verfassung ○ Unternehmenskultur, Corporate Identity • Strategische Ausrichtung <ul style="list-style-type: none"> ○ Standortentscheidung, Koop./Konzentration ○ Dimensionen des Wertschöpfungsprozesses ○ Internationalisierung ○ Unternehmensverantwortung/ ○ Nachhaltige Unternehmensführung (CSR) • Human Resources Management <ul style="list-style-type: none"> ○ Aufgabenfelder des modernen Personalmanagements ○ Personalplanung/-entwicklung/-erhaltung ○ Personalmarketing 			
Stellung des Moduls im Studiengang						
Grundlagenmodul zum Grundverständnis für wirtschaftliche Zusammenhänge und Personalwirtschaft.						
Lernziele						
Fachkompetenz		Die Studierenden sollen grundlegende betriebswirtschaftliche Begriffe beherrschen und ein Verständnis für strategisches Denken sowie die Grundzüge der Personalwirtschaft entwickeln.				
Transferkompetenz		Die Studierenden sollen das erworbene Wissen und die gelehrteten Methoden auf aktuelle Themen aus der Wirtschaft sowie im Kontext des jeweiligen Partnerunternehmens anwenden können.				
Methoden- und Sozialkompetenz:		Erkennen und Lösen ausgewählter betriebswirtschaftlicher Entscheidungssituationen.				
Methodische Umsetzung:		Lehrgespräch mit Fallbeispielen; Erstellung eines Glossars				

Lernmaterialien, Literaturangaben:

- Schmalen, H./ Pechtl, H. (2013): Grundlagen und Probleme der Betriebswirtschaft (15. Auflage), Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Wöhe, G./ Döring, U./ Brösel, G. (2016): Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre (26. Auflage), München: Vahlen.
- Jung, H. (2017): Personalwirtschaft (10. Auflage), München: De Gruyter Oldenburg Jung.

Modulbereich Kernbereiche der Betriebswirtschaft und Branchenorientierung							
Modul:		Internationales Projektmanagement				Trimester	
Teilbereich:						3	
ECTS:	6	Kontaktstunden:	60	Selbststudium:	120	Sprache:	deutsch
Verwendbarkeit:	Studiengänge: <ul style="list-style-type: none"> Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.) 						
Häufigkeit des Moduls:	jährlich	Modulverantwortlicher:	Bernd Kress				
Voraussetzungen für die Teilnahme:							
Prüfung:	Projektarbeit/ Präsentation		Art des Moduls:	Pflichtfach			
Kurzbeschreibung			Inhalte				
<p>Gegenstand der Veranstaltung ist die Vermittlung von theoretischen und praktischen Kenntnissen aus dem Bereich Projektmanagement in der traditionellen als auch der agilen Methodik. Die Studierenden lernen Projekte zu initialisieren, planen, steuern abzuschließen und Produkte/ Dienstleistungen erfolgreich einzuführen Sie entwickeln ein vertieftes Verständnis für die inhaltlichen und prozessualen Erfolgsfaktoren von Projekten. Dieses Verständnis speist sich aus theoretischem Wissen, aber auch aus der Einsicht in die Arbeits- und Entscheidungsprozesse von Unternehmen. Neben den Planungs und Steuerungsprozessen von Projekten bilden die „menschlichen“ Aspekte der Führung in Projekten, Projekt-Teams und Projekt-Kommunikation Schwerpunkte der Veranstaltung. Zudem geht die Veranstaltung auf die Organisation und Steuerung sowie die Herausforderungen und Besonderheiten internationaler Projekte ein und verweist hierbei auch auf interkulturelle Kommunikation. Abschließend wird auf die Möglichkeiten der IT-Unterstützung und die Notwendigkeit des Verfassens von Projektberichten eingegangen.</p>			<p>Einführung und Begriffe</p> <ul style="list-style-type: none"> Projekt, Projekttypen, -ablauf und –organisation Projektmanagement und Projektleiter Vorbereitung und Planung von Projekten Projektstart, -auftrag und –ziele Projektplanung, Struktur- und Ablaufplan Termin-, Kosten- u. Risikoplanung Projektkommunikation Durchführung, Steuerung u. Kontrolle in Projekten Umgang mit Abweichungen, (Gegen-)Steuerung Statusbericht, Dokumentation, Abschluss/Review Int. Projekte: Organisation und Rahmenbedingungen <p>Woran scheitern Projekte?</p> <p>Führung und Zusammenarbeit in Projekten (Managing people, communication & change)</p> <ul style="list-style-type: none"> Menschenbilder, Führungsverständnis Zwischenmenschliche Kommunikation Projekt-Teamarbeit Entscheidungen Selbstmanagement Kreativität Herausforderung und Besonderheiten von int. Projekte, interkulturelle Kommunikation <p>Begleitend: Praxisfälle, IT-Tool, Design Thinking Workshop</p>				
Stellung des Moduls im Studiengang							
Das Modul Projektmanagement bietet den Studierenden die Möglichkeit, ihre betriebswirtschaftlichen Kenntnisse zielgerichtet in Projekten, national sowie international, anzuwenden.							
Lernziele							
Fachkompetenz			Die Studierenden sollen über Problemlösungskompetenz im Projektmanagement verfügen, d.h. sie sollen in der Lage sein, Projekte zu planen und den Verlauf mit einem Team durchzuführen und zu kontrollieren.				
Transferkompetenz			Die Studierenden sollen die Inhalte auf berufliche Projekte in den Partnerunternehmen übertragen können.				
Methoden- und Sozialkompetenz:			Die Studierenden sollen ihre Fähigkeiten im Selbstmanagement sowie ihre Fähigkeit zur Zusammenarbeit im Team erweitern.				
Methodische Umsetzung:			Lehrgespräch, Fallbeispiele				

Lernmaterialien, Literaturangaben:

- Gassmann, O. (2006): Praxiswissen Projektmanagement (2. Auflage), Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG.
- Litke, H./ Kunow, I./ Schulz-Wimmer, H. (2018): Projektmanagement – Taschen Guide (4. Auflage), Freiburg: Haufe.
- Schelle, H./ Linssen, O. (2018): Projekte zum Erfolg führen (8. Auflage), München: dtv Verlagsgesellschaft.
- Kerzner, H. (2017): Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling, New Jersey: Wiley.
- Schwalbe, K. (2016): An Introduction to Project Management (6th Edition), Minnesota: Schwalbe Publishing.

Module for core areas of Business Administration and industry orientation							
Module:		International Marketing and Sales				Trimester	
Subsection:						5	
ECTS:	5	Direct tuition:	60	Self-study:	90	Language:	English
Applicability:		Study program: • Business Administration and International Management (B.Sc.)					
Module frequency:		Annually	Module Manager:		Dr. René RÜth		
Prerequisite for participation:		General Management					
Exam:		Term paper	Type of Module:		Compulsory course		
Course description			Content				
<p>This module lays the foundations for international marketing. Strategic analysis models, as well as common marketing strategies/concepts, are discussed in this lecture. The topics of market research/segmentation, consumer research and consumer behavior are presented. Furthermore, the classic marketing mix instruments will be discussed and applied to national and international markets in the context of case studies.</p> <p>The students are able to analyze and evaluate the marketing environment (int.) companies. In addition, the most important principles of modern sales management are explained. Sales forms and distribution channels are discussed in detail. Subsequently, the module deals with customer relationship management and considers central approaches and processes of customer orientation, customer loyalty management and complaint management.</p>			<p>Strategic Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Basics of international Brand Management • Strategic Analysis models (Environmental Analysis, SWOT Analysis, Ansoff-Matrix) • Marketing strategies and concepts • Market research, assessment and segmentation • Marketing Strategies for international company's Operational marketing • Marketing Mix Instruments (4 & 7 Ps); Use of the marketing mix in international markets • Organization of international marketing activities • International consumer research, consumer behaviour • Comparative international marketing concepts • Basics of product management (idea generation / concept evaluation, product life cycle) • Marketing Controlling <p>Strategic sales planning/ operational sales control</p> <ul style="list-style-type: none"> • International sales forms and distribution channels • Factors influencing the sales structure, especially in the international environment • Fields of activity of the Key Account & Sales Mng • Multi-Channel distribution, Sales Excellence • E-Commerce /Mobile Commerce <p>Int. Customer Relationship Management (CRM)</p> <ul style="list-style-type: none"> • The relevance of customer satisfaction • Complaint / customer recovery management • IT supported CRM, social CRM • Special features of internal/intercultural campaigns 				
Placement of the module in the study program							
Basic module in which important approaches and working methods of marketing are developed.							
Learning Objectives							
Professional competency			The students get to know all relevant contents of operational and strategic marketing. You can distinguish advantages and disadvantages of direct and indirect forms of distribution. You will learn how to set up a multi-channel sales organization and can assess the opportunities and risks of the e-commerce business. In addition, they can evaluate customer potentials and develop target group-specific customer loyalty programs.				
Transfer competency:			Students should be able to apply their knowledge to the real behavior of actors in markets. In addition, they shall have the ability to make a				

	situation-appropriate selection from the sales policy instruments in order to derive sales potential.
Social competencies and Methods:	Recognition and solution of selected sales decision situations.
Methodical implementation:	Lectures with case studies
Learning materials, literature references:	
<ul style="list-style-type: none"> • Albers, A./ Krafft, M. (2013): Vertriebsmanagement: Organisation – Planung – Controlling – Support (1. Auflage), Wiesbaden: Springer Gabler. • Homburg, C./ Wieseke, J. (2011): Handbuch Vertriebsmanagement Strategie – Führung – Informationsmanagement – CRM (1. Auflage), Wiesbaden: Gabler Verlag. • Hippner, H. (2011): Grundlagen des CRM: Strategie, Geschäftsprozesse und IT-Unterstützung (3. Auflage), Wiesbaden: Gabler Verlag. • Keller, L./Kotler P./Opresnik M. (2017): Marketing-Management (15. Auflage), London: Pearson. • Marshall G./Johnston M. (2014): Marketing Management (2. Auflage), New York: MCGraw Hill Education. • Kotabe, M. (2010): Global Marketing Management (5. Auflage), New Jersey: John Wiley & Sons. 	

Modulbereich Kernbereiche der Betriebswirtschaft und Branchenorientierung							
Modul:		Einführung in das Rechnungswesen			Trimester		
Teilbereich:					2		
ECTS:	5	Kontaktstunden:	60	Selbststudium:	90	Sprache:	deutsch
Verwendbarkeit:	Studiengänge: <ul style="list-style-type: none"> • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.) • Wirtschaftsingenieurwesen (B.Sc.) 						
Häufigkeit des Moduls:	jährlich		Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Volker Drosse			
Voraussetzungen für die Teilnahme:	General Management						
Prüfung:	Modulklausur		Art des Moduls:	Pflichtfach			
Kurzbeschreibung			Inhalte				
<p>Im Rahmen dieser Veranstaltung werden die Grundzüge des externen Rechnungswesens vermittelt. Dies erfolgt jeweils auch unter Verweis auf internationale Rechnungslegungsstandards. Die Studierenden verstehen die Notwendigkeit und Zielsetzung der Finanzbuchhaltung. Sie können grundlegende praxisrelevante Geschäftsfälle buchhalterisch erfassen, erforderliche Umbuchungen vornehmen sowie eine G+V und Bilanz auf der Grundlage der geltenden handels- und steuerrechtlichen Bestimmungen erstellen.</p>			<ul style="list-style-type: none"> • Abgrenzung internes und externes Rechnungswesen • Die Buchhaltung im System des Rechnungswesens • Gesetzliche Grundlagen der Buchführung • Normen und Intention des IFRS • Zentrale Unterschiede der Rechnungslegung nach IFRS und HGB • Inventur, Inventar, Bilanz • Bilanz sowie Gewinn- und Verlustrechnung • Konto und Buchungssätze • Buchungen auf Bestandskonten • Buchen auf Erfolgskonten • Kontenrahmen und Kontenplan • Jahresabschluss nach HGB und IFRS 				
Stellung des Moduls im Studiengang							
Modul zur Schaffung eines Grundverständnisses des Rechnungswesens.							
Lernziele							
Fachkompetenz	Die Studierenden sollen das externe vom internen Rechnungswesen unterscheiden können. Sie erstellen selbstständig Buchungssätze und entwickeln daraus einen Jahresabschluss.						
Transferkompetenz	Die Studierenden sollen mit Hilfe der Technik der Bilanzierung – der doppelten Buchführung – ökonomische Vorgänge in Buchungssätze transferieren können, um damit das wirtschaftliche Handeln während einer Periode in einem Jahresabschluss abbilden zu können.						
Methoden- und Sozialkompetenz:	Die Studierenden erlernen die Technik des Erstellens von Buchungssätzen wie auch das Erkennen und Lösen ausgewählter betriebswirtschaftlicher Entscheidungssituationen. Zudem sind Sie dazu in der Lage - vor dem Hintergrund einschlägig bekannter Bilanzierungstheorien - die Vorzüge und Nachteile der Rechnungslegung nach IFRS grundsätzlich darlegen zu können.						
Methodische Umsetzung:	Lehrgespräch mit Übungen und Fallbeispielen						
Lernmaterialien, Literaturangaben:							
<ul style="list-style-type: none"> • Busieck, J./Ehrmann, H. (2010): Buchführung (9. Auflage),Herne: Kiehl. • Coenberg, A./ Haller, A./ Schultze, W. (2018): Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse (25. Auflage), Stuttgart: Schäffer-Poeschel. • Falterbaum, H./ Bolk, W./ Kirchner, T./ Reiß, W. (2015): Buchführung und Bilanz (22. Auflage), Achim: Fleischer. 							

Modulbereich Kernbereiche der Betriebswirtschaft und Branchenorientierung							
Modul:		Kosten- und Leistungsrechnung				Trimester	
Teilbereich:						2	
ECTS:	5	Kontaktstunden:	60	Selbststudium:	90	Sprache:	deutsch
Verwendbarkeit:	Studiengänge: <ul style="list-style-type: none"> • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.) • Wirtschaftsingenieurwesen (B.Sc.) 						
Häufigkeit des Moduls:	jährlich		Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Volker Drosse			
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Wirtschaftsmathematik, Einführung in das Rechnungswesen						
Prüfung:	Modulklausur		Art des Moduls:	Pflichtfach			
Kurzbeschreibung				Inhalte			
<p>Im Rahmen dieser Veranstaltung werden die Grundzüge des externen Rechnungswesens vermittelt. Dies erfolgt jeweils auch unter Verweis auf internationale Rechnungslegungsstandards. Die Studierenden verstehen die Notwendigkeit und Zielsetzung der Finanzbuchhaltung. Sie können grundlegende praxisrelevante Geschäftsfälle buchhalterisch erfassen, erforderliche Umbuchungen vornehmen sowie eine G+V und Bilanz auf der Grundlage der geltenden handels- und steuerrechtlichen Bestimmungen erstellen.</p>				<ul style="list-style-type: none"> • Begriffliche Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung im Gesamtsystem des Rechnungswesens • Kostenrechnungssysteme <ul style="list-style-type: none"> ○ Ist- und Normalkostenrechnung auf Vollkostenbasis ○ Ist- und Normalkostenrechnung auf Teilkostenbasis ○ Plankostenrechnung auf Voll- und Teilkostenbasis • Entscheidungsorientierte Kostenrechnung • Activity based costing und Prozesskostenrechnung • Verfahren des Kostenmanagements <ul style="list-style-type: none"> ○ Target costing ○ Product life cycle Costing ○ Weitere, ausgewählte und aktuelle Verfahren 			
Stellung des Moduls im Studiengang							
Modul zur Schaffung eines Grundverständnisses der Kosten- und Leistungsrechnung.							
Lernziele							
Fachkompetenz				Die Studierenden sollen ein Verständnis für die Funktion und die Notwendigkeit der KLR entwickeln. Sie sollen einerseits die Diskrepanz zwischen Voll- und Teilkostenrechnungssystemen und andererseits die Unterschiede zwischen Kostenrechnung und Kostenmanagement erläutern können.			
Transferkompetenz				Die Studierenden sollen in der Lage sein, das erlernte Wissen auf praktische Fragestellungen zur Kostenrechnung anzuwenden und selbständig Kalkulationen erstellen zu können.			
Methoden- und Sozialkompetenz:				Erkennen und Lösen ausgewählter betriebswirtschaftlicher Entscheidungssituationen im Bereich KLR.			
Methodische Umsetzung:				Lehrgespräch mit Übungen und Fallbeispielen			
Lernmaterialien, Literaturangaben:							
<ul style="list-style-type: none"> • Busieck, J./Ehrmann, H. (2010): Buchführung (9. Auflage), Herne: Kiehl. • Coenenberg, A./Haller, A./Schultze, W. (2018): Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse (25. Auflage), Stuttgart: Schäffer-Poeschel. • Drosse, V. (2014): Managerial Accounting, Schäffer-Poeschel. • Horsch, J. (2020): Kostenrechnung - Klassische und neue Methoden in der Unternehmenspraxis, Springer Verlag. 							

Modulbereich Kernbereiche der Betriebswirtschaft und Branchenorientierung						
Modul:		Bilanzierung			Trimester	
Teilbereich:					5	
ECTS:	5	Kontaktstunden:	60	Selbststudium:	90	
Verwendbarkeit:		Studiengänge:				
		<ul style="list-style-type: none"> Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.) 				
Häufigkeit des Moduls:		jährlich	Modulverantwortlicher:		Prof. Dr. Volker Drosse	
Voraussetzungen für die Teilnahme:		Einführung in das Rechnungswesen, Kosten- und Leistungsrechnung				
Prüfung:		Modulklausur	Art des Moduls:		Pflichtfach	
Kurzbeschreibung			Inhalte			
<p>Gegenstand dieser Veranstaltung ist es, auf Basis der Unterscheidung der unterschiedlichen Rechtsformen von Unternehmen, den Unterschied und den Zusammenhang zwischen Handels- und Steuerbilanz zu vermitteln. Die Studierenden üben die Bilanzierung von Aktiva und Passiva und lernen die Bedeutung von Gewinn- und Verlustrechnung (GuV), Anhang und Lagebericht kennen. Darüber hinaus werden Methoden der Jahresabschlussanalyse vermittelt und die unterschiedlichen Rahmenbedingungen erläutert, die durch HGB, IFRS und US-GAAP gesetzt werden.</p>			<ul style="list-style-type: none"> • Gliederung des Jahresabschlusses: Jahresabschluss und Rechtsform des Unternehmens • Bewertung in der Handelsbilanz und Auswirkungen auf die Steuerbilanz: Bewertungsmaßstäbe, Abschreibungen und Zuschreibungen • Bilanzierung der einzelnen Positionen: Aktiva und Passiva • Gewinn- und Verlustrechnung: Gesamtkosten- und Umsatzkostenverfahren • Anhang und Lagebericht • Jahresabschlussanalyse <ul style="list-style-type: none"> ○ Ablauf und Methoden ○ Kennzahlen ○ Statische und dynamische Jahresabschlussanalyse • Bilanzpolitik • Internationale Rechnungslegung: HGB und IFRS 			
Stellung des Moduls im Studiengang						
Modul zur Vertiefung des Wissens aus den Modulen Einführung in das Rechnungswesen sowie Kosten- und Leistungsrechnung im Bereich des externen Rechnungswesens.						
Lernziele						
Fachkompetenz		Die Studierenden sollen Jahresabschlüsse lesen und analysieren können und den Unterschied zwischen Handels- und Steuerbilanz kennen. Außerdem sollen sie die Unterschiede zwischen HGB und IFRS erläutern können.				
Transferkompetenz		Die Studierenden sollen das Wissen auf die Erstellung und die Analyse von Jahresabschlüssen in der Praxis übertragen können.				
Methoden- und Sozialkompetenz:		Erkennen und Lösen ausgewählter betriebswirtschaftlicher Entscheidungssituationen.				
Methodische Umsetzung:		Lehrgespräch mit Übungen				
Lernmaterialien, Literaturangaben:						
<ul style="list-style-type: none"> • Coenenberg, A./ Haller, A./ Schultze, W. (2018): Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse (25. Auflage), Stuttgart: Schäffer-Poeschel. • Arendt, J./Rinker, C. (2016): Bilanzen (15. Auflage), Herne: NWB Verlag. • Drosse, V./Stier, B. (2005): Bilanzen – Intensivtraining (1. Auflage), Wiesbaden: Gabler Verlag. • Meyer, C./Theile, C. (2018): Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht (29. Auflage), Herne: NWB Verlag. • Probst, H. (2008): Bilanzen lesen leicht gemacht (3. Auflage), München: REDLINE. • Wehrheim, M./ Gehrke, M./ Renz, A.(2016): Die Steuerbilanz (4. Auflage), München: Vahlen. 						

Modulbereich Kernbereiche der Betriebswirtschaft und Branchenorientierung							
Modul:		Finanzierung und Investition				Trimester	
Teilbereich:						2	
ECTS:	8	Kontaktstunden:	90	Selbststudium:	150	Sprache:	deutsch
Verwendbarkeit:	Studiengänge: <ul style="list-style-type: none"> • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.) • Wirtschaftsinformatik (B.Sc.) • Wirtschaftsingenieurwesen (B.Sc.) 						
Häufigkeit des Moduls:	jährlich	Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Volker Drosse				
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Wirtschaftsmathematik, Einführung in das Rechnungswesen						
Prüfung:	Modulklausur	Art des Moduls:	Pflichtfach				
Kurzbeschreibung				Inhalte			
<p>Investition Gegenstand diesser Veranstaltung ist zunächst die Erläuterung der Bedeutung und Investitionen für Unternehmen. Die wesentlichen Rahmenbedingungen in Abhängigkeit der gewählten Internationalisierungsstrategie warden hierbei ausführlich erörtert – stellen doch insbesondere international Investitionen häufig sehr gute Chancen, aber auch erhebliches Gafahrenpotential dar. Die Investitionsplanung sowie insbesondere die Anwendung einschlägiger Rechenverfahren im Falle von Einzel-, Auswahl- und Programmentscheidungen bilden den Kern der Veranstaltung. Schließlich erfolgt die Erläuterung von Methoden zur Quantifizierung von (insbesondere den o.g.) Investitionsrisiken. Die Studierenden verfügen abschließend über grundlegende Kenntnisse zur Handhabung geeigneter Instrumente, um Investitionsentscheidungen fundiert treffen zu können.</p> <p>Finanzierung Gegenstand der Veranstaltung bildet die Vermittlung der Grundlagen der Finanzplanung sowie die verschiedenen Möglichkeiten zur Außen- und Innenfinanzierung mit Fremd- und Eigenkapital, sowie mezzaninen Forme. Hierbei werden auch die eingeschränkten Finanzierungsmöglichkeiten mittelständiger Unternehmen im internationalen Vergleich thematisiert.. Den Studierenden werden Optionen zur Optimierung der finanzpolitischen Instrumente vorgestellt. Die Studierenden verfügen abschließend über grundlegende Kenntnisse zur Handhabung geeigneter Instrumente, um Finanzierungsentscheidungen fundiert</p>				<p>Investition</p> <ul style="list-style-type: none"> • Volkswirtschaftliche Bedeutung von Investitionen • Umfang ausländischer Direktinvestitionen in der Bundesrepublik • Auslandsinvestitionen internationaler, multinationaler, globaler und transnationaler Unternehmen • Wesentliche Rahmenbedingungen für die Internationalisierung mittelständischer Unternehmen • Grundlagen der Investitionsrechnung • Investitionsplanungprozesse • Statische Investitionsrechnung (Kostenvergleichs-, Gewinnvergleichs-, Rentabilitätsvergleichs-, Amortisationszeitrechnung) • Finanzmathematische Methoden • Dynamische Investitionsrechnung (Kapitalwertmethode, Interner Zinsfuss, Annuitätenmethode) • Investitionsprogrammentscheidungen • Investitionsentscheidungen bei unsicheren Erwartungen (sensitivity analysis und risk analysis) <p>Finanzierung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Finanzplanung Kapitalbedarfsrechnung, klassischer Finanzplan und Kapitalflussrechnung • Alternativen der Außenfinanzierung <ul style="list-style-type: none"> ○ Akteure des globalisierten Finanzmarkts ○ Handelsobjekte des Kapitalmarkts ○ Initial public offering (IPO) vs. initial coin offering (ICO) ○ Eigen- und Fremdfinanzierung ○ Mezzanine Finanzierung • Quellen der Innenfinanzierung und Cashflow • Sonderformen der Finanzierung <ul style="list-style-type: none"> ○ Leasing und Factoring/Forfaitierung ○ Projektfinanzierung mittels special purpose vehicle (SPV) • Finanzierungspolitische Ziele und Instrumente <ul style="list-style-type: none"> ○ Finanzierungsziele und -regeln ○ Optimierung der Kapitalstruktur 			

treffen zu können.	
Stellung des Moduls im Studiengang	
Modul zur Schaffung eines Grundverständnisses der Kosten- und Leistungsrechnung.	
Lernziele	
Fachkompetenz	Die Studierenden sollen ein Verständnis für die Funktion und die Notwendigkeit der KLR entwickeln. Sie sollen einerseits die Diskrepanz zwischen Voll- und Teilkostenrechnungssystemen und andererseits die Unterschiede zwischen Kostenrechnung und Kostenmanagement erläutern können.
Transferkompetenz	Die Studierenden sollen in der Lage sein, das erlernte Wissen auf praktische Fragestellungen zur Kostenrechnung anzuwenden und selbständig Kalkulationen erstellen zu können.
Methoden- und Sozialkompetenz:	Erkennen und Lösen ausgewählter betriebswirtschaftlicher Entscheidungssituationen im Bereich KLR.
Methodische Umsetzung:	Lehrgespräch mit Übungen und Fallbeispielen
Lernmaterialien, Literaturangaben:	
<ul style="list-style-type: none"> • von Colbe, W./ Laßmann, G. (2008): Betriebswirtschaftstheorie III. Investitionstheorie (3. Auflage), Berlin: Springer. • Drosse, V. (2014): Managerial Accounting, Schäffer-Poeschel-Verlag. • Olfert, K. (2015): Investition (13. Auflage), Herne: NWB Verlag. • Olfert, K.(2017): Finanzierung (17. Auflage), Herne: NWB Verlag. • Perridon, L./ Rathgeber, A./ Steiner,M. (2016): Finanzwirtschaft der Unternehmung (17. Auflage), München: Vahlen. • Bilstein, J. (2013): Grundzüge der Unternehmensfinanzierung (11. Auflage), München: Vahlen. 	

Modulbereich Kernbereiche der Betriebswirtschaft und Branchenorientierung						
Modul:		Wirtschaftsrecht			Trimester	
Teilbereich:					5 + 6	
ECTS:	6	Kontaktstunden:	60	Selbststudium:	120	
Verwendbarkeit:	Studiengänge: <ul style="list-style-type: none"> • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.) 					
Häufigkeit des Moduls:	jährlich	Modulverantwortlicher:	Ingo Ley, Gerald Groß			
Voraussetzungen für die Teilnahme:						
Prüfung:	Modulklausur	Art des Moduls:	Pflichtfach			
Kurzbeschreibung		Inhalte				
<p>Mit dieser Veranstaltung soll ein grundlegender Einblick in das deutsche Rechtssystem, insbesondere in das Bürgerliche Gesetzbuch, gewährt werden. Es werden sowohl schuldrechtliche Komplexe diskutiert, wie bspw. das Zustandekommen von Verträgen, die Folgen von Vertragsverletzungen etc., als auch Themen aus dem Bereich Sachenrecht, insbesondere der Besitz, das Eigentum und der Erwerb von Sachen. Eine Einführung in das Marken- und Patentrecht komplettiert die Veranstaltung.</p>		<p>Schuld- und Sachenrecht</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung (Abgrenzung Privatrecht, Öffentliches Recht, Strafrecht, Rechtsnormen, Gliederung BGB/HGB) • Schuldrecht <ul style="list-style-type: none"> ○ Verträge und Willenserklärungen ○ Vertragliche und gesetzliche Schuldverhältnisse ○ Leistungsstörungen, Schadensersatz ○ Fristen und Termine, Verjährung • Sachenrecht <ul style="list-style-type: none"> ○ Besitz, Eigentum, Übereignung, gutgläubiger Erwerb ○ Grundstücksrecht • Marken- und Patentrecht <ul style="list-style-type: none"> ○ Grundlagen ○ Rechtliche Gestaltung (Anwendungsbereiche, Anmeldung, Schutzdauer/-breite, Wirkungsbereiche) ○ Aufgaben des Marken- und Patentamtes, EU und internationale Schutzrechte <p>Handels-/ Gesellschaft- und Arbeitsrecht</p> <ul style="list-style-type: none"> • Handelsrecht <ul style="list-style-type: none"> ○ Kaufmannseigenschaft ○ Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) ○ Firma, Handelsregister, Prokura, Handlungsvollmacht, Generalvollmacht, Hilfspersonen des Kaufmanns ○ Vertragstypen; Kreditsicherheiten • Gesellschaftsrecht <ul style="list-style-type: none"> ○ Allgemeines Gesellschaftsrecht; ○ Behandlung der einzelnen Rechtsformen • Arbeitsrecht <ul style="list-style-type: none"> ○ Individuelles Arbeitsrecht (Rechtsquellen, Grundbegriffe, Arbeitsvertrag) ○ Kollektives Arbeitsrecht (Betriebsverfassungsrecht, Tarifrecht, Arbeitskämpfe, Mitbestimmung) • Arbeitsgerichtsbarkeit 				
Stellung des Moduls im Studiengang						
Einstiegsmodul in den Bereich Wirtschaftsrecht, welches sich mit wirtschaftlichen Rechtsthemen beschäftigt.						
Lernziele						
Fachkompetenz		Die Studierenden sollen juristische Fälle aus den Bereichen				

	Sachen- und Schuldrecht bearbeiten können.
Transferkompetenz	Durch die Vermittlung einer allgemeinen Methodik zur Fallbearbeitung werden die Studierenden in die Lage versetzt, schuld-, sachen- und marken- bzw. patentrechtliche Fragestellungen zu erörtern.
Methoden- und Sozialkompetenz:	Die Studierenden sollen ihren fachlichen Horizont um juristische Aspekte erweitern und ihre Konfliktlösungsfähigkeit ausbauen.
Methodische Umsetzung:	Lehrgespräch, Erlernen der juristischen Falllösungstechnik
Lernmaterialien, Literaturangaben:	
<ul style="list-style-type: none"> • BGB (2019): Bürgerliches Gesetzbuch (aktuelle Ausgabe). • HGB (2018): Handelsgesetzbuch (aktuelle Ausgabe). • Roth, G. (2016): Handels- und Gesellschaftsrecht (aktuelle Ausgabe). • Müssig, P. (2018): Wirtschaftsprivatrecht: Rechtliche Grundlagen wirtschaftlichen Handelns (20. Auflage), Heidelberg: C.F. Müller. 	

Modulbereich Kernbereiche der Betriebswirtschaft und Branchenorientierung						
Modul:		Einführung in die betriebliche Steuerlehre			Trimester	
Teilbereich:					6	
ECTS:	5	Kontaktstunden:	60	Selbststudium:	90	
Verwendbarkeit:	Studiengänge: • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.)					
Häufigkeit des Moduls:	jährlich		Modulverantwortlicher:	Karin Nickenig		
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Wirtschaftsrecht					
Prüfung:	Modulklausur		Art des Moduls:	Pflichtfach		
Kurzbeschreibung			Inhalte			
<p>Die Studierenden lernen die Steuerarten kennen, die aus Unternehmenssicht eine Abgabepflicht auslösen. Sie können aus konkreten ökonomischen Sachverhalten die steuerlichen Konsequenzen ableiten und quantifizieren. Gegenstand dieser Veranstaltung ist daher zunächst die Erläuterung verschiedener Einkommens- und Steuerarten. Die intensive Auseinandersetzung mit der Bilanzpolitik vermittelt den Studierenden dann, welche Möglichkeiten der Reduzierung der Steuerlast bestehen, wobei insbesondere auf die unterschiedliche Steuerlast bei verschiedenen Rechtsformen eingegangen wird.</p>			<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen <ul style="list-style-type: none"> ○ Begriffe, Einteilungen und Rechtsquellen ○ Einkommensarten ○ Steuerarten • Bilanzpolitik – Optimierung der Steuerlast <ul style="list-style-type: none"> ○ Bedeutung der Buchführung für die Gewinnermittlung ○ Bewertungsspielräume im Anlage- und Umlaufvermögen ○ Leasing und Factoring ○ Umstellung auf IAS / IFRS ○ Steuerlicher Gestaltungsspielraum bei der Finanzierung • Steuerbelastung der Rechtsformen im Überblick <ul style="list-style-type: none"> ○ Rechtsformbedingte Besteuerungsunterschiede ○ Besondere Unternehmensstrukturen ○ Wechsel der Rechtsform 			
Stellung des Moduls im Studiengang						
Modul zur Vertiefung des Wissens im Bereich Unternehmensbesteuerung.						
Lernziele						
Fachkompetenz	Die Studierenden sollen unterschiedliche Einkommens- und Steuerarten kennen und auch mit den Bewertungsmöglichkeiten verschiedener Bilanzpositionen vertraut sein. Darüber hinaus sollen die Studierenden ein Verständnis für die Möglichkeiten zur Optimierung der Steuerlast entwickelt haben.					
Transferkompetenz	Die Studierenden sollen das Wissen auf bilanzpolitische Entscheidungen in den Unternehmen übertragen können.					
Methoden- und Sozialkompetenz:	Erkennen und Lösen ausgewählter betriebswirtschaftlicher Entscheidungssituationen.					
Methodische Umsetzung:	Lehrgespräch, Übungen					
Lernmaterialien, Literaturangaben:						
<ul style="list-style-type: none"> • Falterbaum, H./ Bolk, W./ Kirchner, T./ Reiß, W. (2015): Buchführung und Bilanz (22. Auflage), Achim: Fleischer. • Meyer, C./Theile, C. (2018): Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht (29. Auflage), Herne: NWB Verlag. • Renz, A. (2006): Die Besteuerung der GmbH & Co. KGaA und ihre Eignung als Rechtsform für kleine und mittelständische Unternehmen (1. Auflage), Berlin: Peter Lang GmbH. • Gehrke, M. (2016): Die Steuerbilanz (4. Auflage), München: Vahlen. 						

Modulbereich Kernbereiche der Betriebswirtschaft und Branchenorientierung						
Modul:		Wissenschaftliches Arbeiten, Sozial- und Methodenkompetenz			Trimester	
Teilbereich:					1 + 2	
ECTS	5	Kontaktstunden:	60	Selbststudium:	90	
Verwendbarkeit:		Studiengänge: <ul style="list-style-type: none"> • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.) • Wirtschaftsinformatik (B.Sc.) • Angewandte Informatik (B.Sc.) • Wirtschaftsingenieurwesen (B.Sc.) 				
Häufigkeit des Moduls:		jährlich		Modulverantwortlicher:		Prof. Dr. Nadine Chehimi
Voraussetzungen für die Teilnahme:						
Prüfung:		Hausarbeit/ Präsentation		Art des Moduls:		Pflichtfach
Kurzbeschreibung			Inhalte			
<p>Wissenschaftliches Arbeiten Die Studierenden erlernen die Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens. Hierzu werden basislegend wissenschaftliche Arbeitstechniken vermittelt, welche den Studierenden eine zielgerichtete Beschaffung von Informationen sowie deren Aufbereitung und Darstellung nach wissenschaftlichen Kriterien ermöglicht. Zentrale Inhalte sind Aufbau und Strukturierung einer wissenschaftlichen Arbeit, wissenschaftliches Zitieren, Formulierung von Thesen und Hypothesen sowie die Auswahl und Bewertung von Fachliteratur. Wissenschaftliche Erhebungsinstrumente der Primär- und Sekundärforschung werden vorgestellt. In diesem Zusammenhang werden Aufbau und Ergebnisauswertung einer Erhebung diskutiert. Die Vermittlung der Grundlagen der Wissenschafts- und Erkenntnistheorie sowie der Textanalyse komplettieren die Vorlesung.</p> <p>Sozial- und Methodenkompetenz Gegenstand dieser Veranstaltung ist die Vermittlung der wichtigsten Präsentations- und Moderationstechniken. Die Studierenden üben das selbständige Präsentieren. Die Studierenden erlernen den Präsentationsaufbau und den Umgang mit Medieneinsatz/ -wechsel. Darüber hinaus werden den Studierenden grundlegende Kompetenzen hinsichtlich Zeitmanagement und Präsentationsrhetorik vermittelt. Moderations- und Feedbacktechniken sind ebenfalls Elemente der Vorlesung. Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, in verschiedenen beruflichen</p>			<p>Wissenschaftliches Arbeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Das Forschungsthema • Aufbau und Strukturierung einer wissenschaftlichen Arbeit • Definition der Forschungsfrage • Verwendung/Formulierung von Thesen und Hypothesen • Wissenschaftliches Zitieren • Identifikation und Bewertung von relevanter Literatur • Literaturquellen (Fachliteratur, Zeitschriften/Journals, Studien, Internetquellen, u.a.) • Primär- und Sekundärforschung • Wissenschaftliche Erhebungsinstrumente (Vor-/ Nachteile) • Aufbau einer Erhebung (Methodik, Vorgehensweise, Risiken, Ergebnisauswertung) • Grundlagen der Wissenschafts- und Erkenntnistheorie • Textanalyse <p>Sozial- und Methodenkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen erfolgreicher Präsentation • Einsatzbereiche und Zielsetzungen einer Präsentation • Präsentationsformen und -techniken • Medieneinsatz und Visualisierung • Durchführung einer Präsentation • Zeitmanagement • Präsentationsrhetorik • Moderations-/Feedbacktechnik • Kritische Situationen 			

Situations strukturiert, souverän, kompetent und zielorientiert kommunizieren und auftreten zu können.	
Stellung des Moduls im Studiengang	
Das Modul Wissenschaftliches Arbeiten/ Methoden- und Sozialkompetenz ist Teil des Grundstudiums und vermittelt den Studierenden bereits zu Beginn ihres Studiums wichtige Fähigkeiten zur persönlichen und fachlichen Präsentation sowie zur Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeitn.	
Lernziele	
Fachkompetenz	Die Studierenden sollen die grundsätzlichen Anforderungen an eine wissenschaftliche Arbeit kennen, um eigenständig Seminar- oder Projektarbeiten erstellen zu können und ihre Sozial- und Methodenkompetenz ausbauen.
Transferkompetenz	Die Studierenden sollen die Lerninhalte auf eigene Arbeiten während des Studiums übertragen können.
Methoden- und Sozialkompetenz:	Die Studierenden erweitern ihre akademische Kompetenz.
Methodische Umsetzung:	Lehrgespräch, Übungen
Lernmaterialien, Literaturangaben:	
<ul style="list-style-type: none"> • Bühler, P./P. Schlaich (2013): Präsentieren in Schule, Studium und Beruf (2. Auflage), Berlin: Springer. • Franck, N./Stary, J. (2006), Gekonnt visualisieren: Medien wirksam einsetzen (1. Auflage), Stuttgart: UTB GmbH. • Funk, R./ Funk, R./ Nietmann, H. (2018): Präsentationen: Zielgerichtet und adressatenorientiert (10. Auflage), Weinheim: Beltz. • Schilling Schildt, T./Schilling, G. (2012): Angewandte Rhetorik und Präsentationstechnik: Der Praxisleitfaden für Vortrag und Präsentation (1. Auflage), Berlin: Gert Schilling Verlag. • Bauer, T./ Fertig, H./ Schmidt, C. (2009): Empirische Wirtschaftsforschung - Eine Einführung (1. Auflage), Berlin: Springer. • Theisen, M.R. (2002), Wissenschaftliches Arbeiten: Technik-Methodik-Form (11. Auflage), München: Vahlen. 	

Modulbereich Kernbereiche der Betriebswirtschaft und Branchenorientierung						
Modul:		Wirtschaftspsychologie			Trimester	
Teilbereich:					6	
ECTS:	5	Kontaktstunden:	60	Selbststudium:	90	
Verwendbarkeit:		Studiengänge: <ul style="list-style-type: none"> Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.) 				
Häufigkeit des Moduls:		jährlich	Modulverantwortlicher:		Prof. Dr. Nadine Chehimi	
Voraussetzungen für die Teilnahme:		General Management				
Prüfung:		Modulklausur	Art des Moduls:		Pflichtfach	
Kurzbeschreibung			Inhalte			
<p>Gegenstand der Vorlesung ist die zwischenmenschliche Kommunikation und Zusammenarbeit von unterschiedlichen Persönlichkeiten in einer Organisation, sowie die individuellen wie sozialen Voraussetzungen effektiver Arbeit. Themen wie persönliche Entwicklung, Arbeitsmotivation, Verstehen und verstanden werden, effektive Teambildung und Teamarbeit, Umgang mit Konfliktsituationen, sowie Selbstmanagement, Work-Life-Integration und „New Work“ werden behandelt.</p> <p>Es werden grundlegende Theorien, moderne Ansätze, sowie deren empirische Belege und praktische Implikationen vorgestellt, erforscht und diskutiert.</p>			<ul style="list-style-type: none"> Das Individuum <ul style="list-style-type: none"> Lernen, Entwicklung und Prägung Innere Antreiber und Motivation Selbstführung, Resilienz und Work-Life-Integration Innere Vielfalt und „Persönlichkeit“ Zwischenmenschliche Kommunikation <ul style="list-style-type: none"> Grundlagen, verbale / nonverbale Kommunikation Verstehen und verstanden werden Klassische Konzepte (Watzlawick, Schulz-von-Thun, Transaktionsanalyse Moderne, praxisorientierte Ansätze der Gesprächsführung Menschen in der Organisation <ul style="list-style-type: none"> Organisation, Gruppe und Team als Sozialgefüge Organisationsstruktur und -kultur, Macht und Hierarchie Management, Führung und „Leadership“ Teambildung, Teamprozesse, Teamarbeit, Konflikte im Team 			
Stellung des Moduls im Studiengang						
Das Modul Wirtschaftspsychologie gibt einen Einblick in die Wechselbeziehungen zwischen Individuen und der Organisation. Positive sowie kritische Einflussfaktoren auf die Arbeitsleistung und Arbeitsmotivation von Individuen und Teams werden erklärt und auf dem aktuellen Stand der Forschung diskutiert.						
Lernziele						
Fachkompetenz		Die Studierenden sollen grundlegende Techniken der zwischenmenschlichen Kommunikation, Motivation und Gesprächsführung beherrschen, um sie im Berufsleben zu nutzen.				
Transferkompetenz		Die Studierenden sollen die Erfahrungen aus den Übungen auf das eigene private und berufliche Leben übertragen können.				
Methoden- und Sozialkompetenz:		Die Studierenden sollen in der Lage sein, ihre Konfliktlösungsfähigkeit und ihre Stressresistenz erhöhen zu können.				
Methodische Umsetzung:		Lehrgespräch, Fallstudien				
Lernmaterialien, Literaturangaben:						
<ul style="list-style-type: none"> Stopp, U (2007): Praktische Betriebspsychologie (14. Auflage), Renningen: expert. Schulz v. Thun, F. (2010): Miteinander reden 1-3 (48. Auflage), Hamburg: Rowohlt. Harris, T./Brender, I. (1976): Ich bin o.k., du bist o.k. (52. Auflage), Hamburg: Rowohlt. 						

Modulbereich Kernbereiche der Betriebswirtschaft und Branchenorientierung						
Modul:		Business English				Trimester
Teilbereich:						1 + 2
ECTS	8	Kontaktstunden:	90	Selbststudium:	150	
Verwendbarkeit:		Studiengänge: <ul style="list-style-type: none"> • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.) • Wirtschaftsinformatik (B.Sc.) • Wirtschaftsingenieurwesen (B.Sc.) 				
Häufigkeit des Moduls:		jährlich		Modulverantwortlicher:		Prof. Dr. Nadine Chehimi
Voraussetzungen für die Teilnahme:						
Prüfung:		Modulklausur/ Präsentation		Art des Moduls:		Pflichtfach
Kurzbeschreibung				Inhalte		
<p>Business English is a practical, skills based course focused on developing the four main communication skills of: speaking, listening, reading and writing. The course objective is to give the students the language and the confidence necessary to communicate effectively in today's "Global English" business environment. Additionally, students are introduced in topics in the subject area of business administration.</p> <p>Course books are used together with extracts from business magazines, broadcasts and podcasts. Priority is given to 'learning by doing' and extensive use is made of exercises and role plays set in realistic business situations. Throughout the course students will be consolidating their grammatical awareness, increasing their vocabulary and boosting their communicative power and confidence.</p>				<ul style="list-style-type: none"> • Business English is a module covering the English language and business administration content. It prepares the students to the language used in the following business situations: <ul style="list-style-type: none"> ○ Meeting new people, making contacts, starting and maintaining small talk ○ Making and handling telephone calls ○ Leading and attending international meetings ○ Preparing and holding presentations ○ Written business communication ○ Report Writing and Problem Solving ○ Writing an outline business plan ○ Making and taking criticism ○ Recruiting process • Furthermore it deals with the following topics in the subject area of business administration: <ul style="list-style-type: none"> ○ Market entry strategies ○ An introduction into marketing ○ Competition within industries ○ Entrepreneurship and Leadership ○ Crisis management ○ The economic environment ○ International communication 		
Stellung des Moduls im Studiengang						
Modul im Bereich Englisch.						
Lernziele						
Fachkompetenz		Die Studierenden erweitern ihren aktiven und passiven Wortschatz in Englisch um grundlegende betriebswirtschaftliche Begriffe und Redewendungen. Zudem lernen sie betriebswirtschaftliche Zusammenhänge kennen. Mit Abschluss des Moduls Business English soll das Sprachniveau B2 bis C1 erreicht werden.				
Transferkompetenz		Die Studierenden sollen in der Lage sein, fachliche und sprachliche Kenntnisse zusammenführen zu können.				
Methoden- und Sozialkompetenz:		Die Studierenden erweitern ihre sprachliche Kompetenz. Sie erlangen Sicherheit im Beherrschen der Sprache durch das Bearbeiten englischsprachiger Übungen und Fallstudien.				
Methodische Umsetzung:		Lehrgespräch, Diskussionen, Übungen, Fallstudien				
Lernmaterialien, Literaturangaben:						
<ul style="list-style-type: none"> • Lisboa, M. / Handford, M. (2012): Business Advantage C1-C2 (Übungsbuch), Stuttgart: Klett. 						

Modulbereich Kernbereiche der Betriebswirtschaft und Branchenorientierung							
Modul:		Digitale Transformation und Geschäftsmodelle				Trimester	
Teilbereich:						4	
ECTS:	6	Kontaktstunden:	60	Selbststudium:	120		
Verwendbarkeit:		Studiengänge: • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.)					
Häufigkeit des Moduls:		jährlich		Modulverantwortlicher:		Bernd Kress	
Voraussetzungen für die Teilnahme:		General Management					
Prüfung:		Präsentation		Art des Moduls:		Pflichtfach	
Kurzbeschreibung				Inhalte			
<p>Gegenstand der Vorlesung ist die Vermittlung von Risiken und Chancen der Digitalisierung. Die Studierenden lernen die Zusammenhänge der Wertschöpfung in der digitalen Ökonomie. Sie kennen die Basis digitaler Geschäftsmodelle und können Transformationsansätze entwickeln, sowie im eigenen Unternehmen einsetzen. Zusätzlich sind die Studierenden in der Lage, die Wettbewerbssituation einzuschätzen und den digitalen Wandel in der Gesellschaft aktiv mit zu gestalten. Damit den Studierneden die Digitalisierung auch bezüglich der Führung in einem Unternehmen ein Begriff ist, werden digitale Führungskompetenzen vermittelt. Das Instrumentarium an Methoden und Techniken als konkrete Handlungsempfehlungen wird aufgezeigt.</p>				<ul style="list-style-type: none"> • Einführung - Geschäftsmodelle und Wertschöpfung • Architektur und Wertemechanik digitaler Geschäftsmodelle • Digitale Geschäftsmodelle erfolgreich entwickeln • Erfolgsfaktoren von Digitalisierungsprojekten • Intelligente, vernetzte Produkte und das Internet of Things und Big Data • Digitale Geschäftsmodelle für die Praxis • Design-Prinzipien digitaler Geschäftsmodelle in der Praxis • Digitale Arbeitswelt und Arbeitskultur in der Digitalisierung • Digital Leadership 			
Stellung des Moduls im Studiengang							
Grundlagenmodul, in dem wichtige Teilaspekte der Digitalisierung als Grundlage für andere betriebswirtschaftliche Zusammenhänge vermittelt werden.							
Lernziele							
Fachkompetenz				Die Studierenden sollen ein grundlegendes Wissen zum Thema Digitalisierung erwerben, um dies im Berufsleben anzuwenden.			
Transferkompetenz				Die Studierenden sollen das Wissen auf täglich anfallende Aufgaben sowie Projektarbeiten übertragen können.			
Methoden- und Sozialkompetenz:				Die Studierenden sind in der Lage Begriffe korrekt einzuordnen un Handlungsempfehlungen auszusprechen.			
Methodische Umsetzung:				Lehrgespräch, Übungen			
Lernmaterialien, Literaturangaben:							
<ul style="list-style-type: none"> • Hoffmeister, Chr. (2015): Digital Business Modelling: Digitale Geschäftsmodelle entwickeln und strategisch verankern, München. • Kreutzer, R. T./Neugebauer, T. (2016): Digital Business Leadership: Digitale Transformation - Geschäftsmodell-Innovation - agile Organisation - Change-Management. 1. Aufl., Wiesbaden. • Gassmann, O./Sutter, P. (2016): Digitale Transformation im Unternehmen gestalten: GeschäftsmodelleErfolgsfaktoren - Fallstudien - Handlungsanweisungen, Berlin. • Ciesielski, M. A./Schutz, Th. (2016): Digitale Führung: Wie die neuen Technologien unsere Zusammenarbeit wertvoller machen, Heidelberg – Berlin. 							

Modulbereich Kernbereiche der Betriebswirtschaft und Branchenorientierung							
Modul:		Strategisches Controlling und Internationale Unternehmensführung				Trimester	
Teilbereich:						7	
ECTS:	6	Kontaktstunden:	80	Selbststudium:	100	Sprache:	deutsch
Verwendbarkeit:		Studiengänge: • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.)					
Häufigkeit des Moduls:		jährlich		Modulverantwortlicher:		Prof. Dr. Volker Drosse	
Voraussetzungen für die Teilnahme:		General Management, Einführung in das Rechnungswesen, Wirtschaftsmathematik					
Prüfung:		Modulklausur		Art des Moduls:		Pflichtfach	
Kurzbeschreibung				Inhalte			
<p>Gegenstand dieser Veranstaltung ist zunächst die begriffliche Abgrenzung des Controllings zu verwandten Themenfeldern. Die Funktion und mögliche Methoden des Controllings werden vorgestellt. Im Besonderen wird auf das Controlling als Grundlage und zentrale Informationsplattform für unternehmensstrategische Entscheidungen eingegangen. Schließlich erfolgt die ausführliche Darlegung der Herausforderungen an das Controlling in multinationalen Unternehmen.</p>				<ul style="list-style-type: none"> • Grundlegende Intention, Aufgaben und Teilbereiche des Controllings • Abgrenzung des Controllings vom Rechnungswesen und der internen Revision • Internationale Verfahren der Unternehmensbewertung und shareholder value management • Methoden des strategischen Controllings • Risk-Controlling • Internationale Führungsentscheidungen • Internationale Strategien • Internationale Markt- und Standortentscheidungen • Kulturelle Aspekte der internationalen Unternehmensführung 			
Stellung des Moduls im Studiengang							
Pflichtmodul der funktionsübergreifenden Betriebswirtschaftslehre, das auf den Modulen der Betriebswirtschaftslehre aufbaut und diese anhand von ausgewählten Themen vertieft.							
Lernziele							
Fachkompetenz		Die Studierenden sollen die Grundlagen des Controllings kennen und ein Verständnis für die unternehmensstrategische Ebene entwickeln können.					
Transferkompetenz		Die Studierenden sollen in der Lage sein, unternehmensstrategische Entscheidungen nachzuvollziehen und unternehmensspezifische Lösungen nachzuvollziehen. Sie sollen die besonderen Herausforderungen des Controllings in internationalen Unternehmen darlegen und Lösungsansätze hierzu beschreiben können.					
Methoden- und Sozialkompetenz:		Die Studierenden sollen lernen, in komplexen Zusammenhängen denken zu können.					
Methodische Umsetzung:		Lehrgespräch, Diskussionen, Fallbeispiele					
Lernmaterialien, Literaturangaben:							
<ul style="list-style-type: none"> • Baum, H.-G./ Coenenberg, A./ Günther, T. (2013): Strategisches Controlling (5. Auflage), Stuttgart: Schäffer Poeschel. • Hoffjan, A. (2009): Internationales Controlling, Stuttgart: Schäffer-Poeschel-Verlag • Schneider, D. (2007): Unternehmensführung und strategisches Controlling (5. Auflage), München: Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG. • Büter, C. (2012): Internationale Unternehmensführung, De Gruyter Verlag • Ziegenbein, K. (2012): Controlling (10 Auflage), Herne: NWB Verlag. 							

Modulbereich Kernbereiche der Betriebswirtschaft und Branchenorientierung							
Modul:		Change Management und Internationales Management				Trimester	
Teilbereich:						8	
ECTS:	6	Kontaktstunden:	80	Selbststudium:	100	Sprache:	deutsch/englisch
Verwendbarkeit:	Studiengänge: <ul style="list-style-type: none"> • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.) • Wirtschaftsinformatik (B.Sc.) 						
Häufigkeit des Moduls:	jährlich		Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Nadja Henkel			
Voraussetzungen für die Teilnahme:	General Management, Digitale Transformation und Geschäftsmodelle						
Prüfung:	Modulklausur		Art des Moduls:	Pflichtfach			
Kurzbeschreibung			Inhalte				
<p>Die komplexe, dynamische und internationale Wettbewerbsumwelt stellt für die meisten Unternehmen eine große Herausforderung dar. Unternehmen müssen sich anpassen, sich verändern und stetig lernen. Die Vermittlung der Grundlagen des Change Managements konzentriert sich daher insbesondere auf die Formulierung einer Veränderungsstrategie, das Design des Veränderungsprozesses sowie die Möglichkeiten der IT-Unterstützung, aber auch den Umgang mit Widerständen innerhalb der Organisation.</p> <p>Im Bereich internationales Management werden die Gründe für Internationalisierung sowie die damit verbundene Risiken diskutiert. Darüber hinaus werden Internationalisierungsstrategien besprochen.</p>			<p>Internationales Management</p> <ul style="list-style-type: none"> • Motive/Chancen der Internationalisierung • Risiken internationaler Supply Chains • Die Auswahl von Auslandsmärkten • Strategien des Auslandsmarkteintritts • Timing des Auslandsmarkteintritts • Organisationsentwicklung in internationalen Unternehmen <p>Change Management</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Notwendigkeit von Wandel in einer VUCA-Welt • Widerstand gegen Wandel und Modelle zur Überwindung (Lewin, Greiner, Kotter etc.) • Die Lernende Organisation • Wissensmanagement • IT-gestütztes Wissensmanagement 				
Stellung des Moduls im Studiengang							
Pflichtmodul der funktionsübergreifenden Betriebswirtschaftslehre, das auf den Modulen der Betriebswirtschaftslehre aufbaut und diese anhand von ausgewählten Themen vertieft.							
Lernziele							
Fachkompetenz		Die Studierenden sollen ein Verständnis für die Bedeutung von Change Management und International Management entwickeln.					
Transferkompetenz		Die Studierenden sollen das gelernte Wissen auf Veränderungsprozesse (in den Abteilungen) der Partnerunternehmen (bspw. auch im Rahmen einer Internationalisierung) übertragen können.					
Methoden- und Sozialkompetenz:		Durch diese Veranstaltung sollen die Studierenden eine Sensibilität für die Bedürfnisse anderer Menschen/Mitarbeiter in Veränderungsprozessen und anderen Ländern/Kulturen entwickeln.					
Methodische Umsetzung:		Lehrgespräch, Diskussionen, Fallbeispiele					

Lernmaterialien, Literaturangaben:

- Backhaus, K./Voeth, M. (2010): Internationales Marketing (6. Auflage), Stuttgart: Schäffer Poeschel.
- Berndt, R./Fantapié Altobelli, C./Sander, M. (2016): Internationales Marketing-Management, Springer Gabler Verlag, Berlin, Heidelberg.
- Doppler, K./Lauterburg, C. (2014): Change Management – den Unternehmenswandel gestalten (13. Auflage), Frankfurt: Campus Verlag.
- Morschatt, D./Schramm-Klein, H. (2015): Strategic international Management, Text and Cases, Wiesbaden: Gabler Verlag.
- Schreyögg, G./Koch, J. (2015): Grundlagen des Managements: Basiswissen für Studium und Praxis, Wiesbaden: Gabler Verlag.

Modulbereich Kernbereiche der Betriebswirtschaft und Branchenorientierung						
Modul:		Chinesisch			Trimester	
Teilbereich:					7 + 8	
ECTS:	5	Kontaktstunden:	50	Selbststudium:	100	
Verwendbarkeit:	Studiengänge: <ul style="list-style-type: none"> • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.) • Wirtschaftsinformatik (B.Sc.) 					
Häufigkeit des Moduls:	jährlich	Modulverantwortlicher:	Qum Wang			
Voraussetzungen für die Teilnahme:						
Prüfung:	Modulklausur	Art des Moduls:	Wahlpflichtfach			
Kurzbeschreibung		Inhalte				
<p>Gegenstand der Veranstaltung ist der Einstieg ins Erlernen der chinesischen Sprache. Im Mittelpunkt des didaktischen Ansatzes steht die Kommunikationsfähigkeit. Die Studierenden sind auf Basis eines Grundwortschatzes und grundlegender grammatikalischer Strukturen in der Lage, sich in einfachen Alltags- und Berufssituationen mündlich und schriftlich korrekt auszudrücken. Ziel ist es, das Niveau A1 des gemeinsamen Referenz-rahmens zu erreichen. Die Studierenden sind in der Lage, in vertrauten Alltags- und Berufssituationen über verschiedene Medien (z. B. Telefon) konkrete Wünsche und Bedürfnisse auszudrücken und ihren Gesprächspartner zu verstehen. Darüber hinaus können sie einfache Sachverhalte in der Vergangenheit beschreiben und Zukunftspläne ausdrücken.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Grundlagen der chinesischen Sprache • Vermittlung der Pinyin-Lautschrift und Zeichensetzungen • Lebenspraktische und kulturelle Besonderheiten • Reisen und Verhandeln im modernen China • Interkulturelle Kompetenzen • Selbständiges Führen von Dialogen • Kenntnisse über die Kultur und die Gesellschaft • chinesisch-deutsche Wirtschaftsbeziehung 				
Stellung des Moduls im Studiengang						
Modul zum Erlernen der chinesischen Sprache.						
Lernziele						
Fachkompetenz	Die Studierenden sollen über die Grundkenntnisse der chinesischen Sprache verfügen.					
Transferkompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, sprachliche Inhalte auf berufliche und private Situationen zu übertragen, um in der chinesischen Sprache kommunizieren zu können.					
Methoden- und Sozialkompetenz:	Die Studierenden sollen über eine gestiegene Sprachkompetenz verfügen.					
Methodische Umsetzung:	Lehrgespräch, Übungen					
Lernmaterialien, Literaturangaben:						
<ul style="list-style-type: none"> • Zhu, X. (2006), Experiencing Chinese: Living in China (1. Auflage), Peking: The Higher Education Press of China. 						

Modulbereich Kernbereiche der Betriebswirtschaft und Branchenorientierung						
Modul:		Spanisch			Trimester	
Teilbereich:					7 + 8	
ECTS:	5	Kontaktstunden:	50	Selbststudium:	100	
Verwendbarkeit:	Studiengänge: <ul style="list-style-type: none"> • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.) • Wirtschaftsinformatik (B.Sc.) 					
Häufigkeit des Moduls:	jährlich	Modulverantwortlicher:	Betty Sarabia			
Voraussetzungen für die Teilnahme:						
Prüfung:	Modulklausur	Art des Moduls:	Wahlpflichtfach			
Kurzbeschreibung			Inhalte			
<p>Gegenstand der Veranstaltung ist der Einstieg ins Erlernen der spanischen Sprache. Im Mittelpunkt des didaktischen Ansatzes steht die Kommunikationsfähigkeit. Die Studierenden sind auf Basis eines Grundwortschatzes und grundlegender grammatikalischer Strukturen in der Lage, sich in einfachen Alltags- und Berufssituationen mündlich und schriftlich korrekt auszudrücken. Ziel ist es, das Niveau A1 des gemeinsamen europäischen Referenzrahmens zu erreichen. Die Studierenden sind in der Lage, in vertrauten Alltags- und Berufssituationen über verschiedene Medien (z. B. Telefon) konkrete Wünsche und Bedürfnisse auszudrücken und ihren Gesprächspartner zu verstehen. Darüber hinaus können sie einfache Sachverhalte in der Vergangenheit beschreiben und Zukunftspläne ausdrücken.</p>			<p>Comunicación oral y escrita sobre los siguientes temas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Encuentros • El mundo del español • Ciudades y pueblos • Que aproveche! • De compras • Español profesional • Así es la vida • Relaciones personales • Tiempo libre • De viaje? <p>Verbale und schriftliche Kommunikation zu folgenden Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Begegnungen mit Menschen • Spanische Kultur • Städte und Gemeinden • Einkaufen • Spanisch und Geschäftsbeziehungen • Leben in Spanien • Freizeit und Reisen 			
Stellung des Moduls im Studiengang						
Modul zum Erlernen der spanischen Sprache.						
Lernziele						
Fachkompetenz	Die Studierenden sollen über die Grundkenntnisse der spanischen Sprache verfügen.					
Transferkompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, sprachliche Inhalte auf berufliche und private Situationen zu übertragen, um in der spanischen Sprache kommunizieren zu können.					
Methoden- und Sozialkompetenz:	Die Studierenden sollen über eine gestiegene Sprachkompetenz verfügen.					
Methodische Umsetzung:	Lehrgespräch, Übungen					
Lernmaterialien, Literaturangaben:						
<ul style="list-style-type: none"> • Görrissen, M./Häuple-Barcelo, M./Sanchez-Benito, J. (2009): Caminos A1 (Lehr- und Arbeitsbuch), Stuttgart: Klett. 						

Modulbereich Kernbereiche der Betriebswirtschaft und Branchenorientierung						
Modul:		Französisch			Trimester	
Teilbereich:					7 + 8	
ECTS:	5	Kontaktstunden:	50	Selbststudium:	100	
Verwendbarkeit:	Studiengänge: <ul style="list-style-type: none"> • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.) • Wirtschaftsinformatik (B.Sc.) 					
Häufigkeit des Moduls:	jährlich	Modulverantwortlicher:	N.N.			
Voraussetzungen für die Teilnahme:						
Prüfung:	Modulklausur	Art des Moduls:	Wahlpflichtfach			
Kurzbeschreibung			Inhalte			
<p>Gegenstand der Veranstaltung ist der Einstieg ins Erlernen der französischen Sprache. Im Mittelpunkt des didaktischen Ansatzes steht die Kommunikationsfähigkeit. Die Studierenden sind auf Basis eines Grundwortschatzes und grundlegender grammatikalischer Strukturen in der Lage, sich in einfachen Alltags- und Berufssituationen mündlich und schriftlich korrekt auszudrücken. Ziel ist es, das Niveau A1 des gemeinsamen europäischen Referenzrahmens zu erreichen. Die Studierenden sind in der Lage, in vertrauten Alltags- und Berufssituationen über verschiedene Medien (z. B. Telefon) konkrete Wünsche und Bedürfnisse auszudrücken und ihren Gesprächspartner zu verstehen. Darüber hinaus können sie einfache Sachverhalte in der Vergangenheit beschreiben und Zukunftspläne ausdrücken.</p>			<p>Communication verbale et écrit sur les sujets suivants:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les rencontres avec des gens • La culture française • Villes et villages • Faire des courses • Vivre en France • Voyager et les loisirs • L'espagnol dans les relations commerciales <p>Verbale und schriftliche Kommunikation zu folgenden Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Begegnungen mit Menschen • Französische Kultur • Städte und Gemeinden • Einkaufen • Spanisch und Geschäftsbeziehungen • Leben in Frankreich • Freizeit und Reisen 			
Modul zum Erlernen der französischen Sprache.						
Lernziele						
Fachkompetenz	Die Studierenden sollen über die Grundkenntnisse der französischen Sprache verfügen.					
Transferkompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, sprachliche Inhalte auf berufliche und private Situationen zu übertragen, um in der französischen Sprache kommunizieren zu können.					
Methoden- und Sozialkompetenz:	Die Studierenden sollen über eine gestiegene Sprachkompetenz verfügen.					
Methodische Umsetzung:	Lehrgespräch, Übungen					
Lernmaterialien, Literaturangaben:						
<ul style="list-style-type: none"> • Fischer, W./ Le Plouhinec, A.-W. (2012): Découvertes Série jaune/Série bleue (1. Auflage), Stuttgart: Klett 						

Modulbereich Kernbereiche der Betriebswirtschaft und Branchenorientierung							
Modul:		Internationales Qualitätsmanagement				Trimester	
Teilbereich:						7 + 8	
ECTS:	5	Kontaktstunden:	50	Selbststudium:	100	Sprache:	deutsch
Verwendbarkeit:	Studiengänge: <ul style="list-style-type: none"> • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.) • Wirtschaftsingenieurwesen (B.Sc.) 						
Häufigkeit des Moduls:	jährlich	Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Matthias Maßmann				
Voraussetzungen für die Teilnahme:	General Management						
Prüfung:	Modulklausur	Art des Moduls:	Wahlpflichtfach				
Kurzbeschreibung		Inhalte					
<p>Gegenstand der Vorlesung Qualitätsmanagement ist die Vermittlung der theoretischen Grundlagen und zentralen Begrifflichkeiten des modernen Qualitätsmanagements von Produktions- und Dienstleistungsunternehmen. Es werden gängige Modelle, Methoden und Theorien vorgestellt und deren praktischen Implikationen besprochen. Zudem werden die wegweisenden japanischen Ansätze diskutiert, wie z. B. Total Quality Management, Six Sigma oder Lean Management. Im Ergebnis sollen die Studierenden die Philosophie des Qualitätsmanagements verstehen, verinnerlichen und umsetzen können, sie sollen lernen, wie und wann sie die richtigen „Werkzeuge“ einsetzen können. Letztlich entsteht hieraus eine erhöhte Qualitätsorientierung in der beruflichen Umsetzung.</p>		<p>Qualitätsmanagement I</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des internationalen Qualitätsmanagements • Historische Entwicklung im In- und Ausland • QM im produzierenden Gewerbe • Herausforderungen des QM im Dienstleistungssektor insbesondere im interkulturellen Kontext • Theoretische Betrachtung eines nationalen und internationalen QM-Systems • Ansätze zur Bewertung und Messung von Dienstleistungsqualität <p>Qualitätsmanagement II</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Bedeutung von QM bei internationalen Unternehmen • Int. Arbeitstechniken im Qualitätsmanagement • Japanische Arbeits- und Lebensphilosophien als Basis für modernes QM • Zentrale Begrifflichkeiten (Audit, Zertifizierungen etc.) • Kontinuierliche Qualitätsverbesserung des int. Qualitätsmanagement(PDCA, SDCA Zyklus, DMAIC Methodik) • Detailbetrachtung der wegweisenden QM-Systeme ISO, EFQM, Sig Sigma Model 					
Stellung des Moduls im Studiengang							
Das Modul Qualitätsmanagement bietet den Studierenden als Wahlpflichtfach die Möglichkeit, ihre sachorientierten betriebswirtschaftlichen Kenntnisse zu erweitern.							
Lernziele							
Fachkompetenz	Die Studierenden sollen über Kenntnisse im Qualitätsmanagement verfügen, d.h. sie sollen die Bedeutung der Qualitätssicherung erkannt haben und entsprechende Methoden beherrschen.						
Transferkompetenz	Die Studierenden sollen am Ende des Moduls die Vorlesungsinhalte auf das Qualitätsmanagement in den Partnerunternehmen übertragen können.						
Methoden- und Sozialkompetenz:	Die Studierenden sollen über eine erhöhte Qualitätsorientierung verfügen.						
Methodische Umsetzung:	Lehrgespräch, Fallbeispiele						

Lernmaterialien, Literaturangaben:

- Gembrys, S./Herrmann, J. (2008): Qualitätsmanagement (2. Auflage), Freiburg: Haufe-Lexware
- Kamiske, G./ Brauer, J.-G. (2012): ABC des Qualitätsmanagements (4. Auflage), München: Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG.
- Rothlauf, J. (2014): Total Quality Management in Theorie und Praxis (4. Auflage), Berlin: De Gruyter Oldenbourg.
- Herrmann, J. / Fritz, H.(2016): Qualitätsmanagement (2. Auflage), München: Hanser.
- Brüggemann, H. / Bremer, P. (2015): Grundlagen Qualitätsmanagement (2. Auflage). Wiesbaden: Springer Vieweg.
- Goetsch, D./Davis S. (2013): Quality Management for Organizational Excellence – Introduction toTotal, London: Pearson.

Modulbereich Kernbereiche der Betriebswirtschaft und Branchenorientierung						
Modul:		Unternehmensethik			Trimester	
Teilbereich:					7 + 8	
ECTS:	5	Kontaktstunden:	50	Selbststudium:	100	
Verwendbarkeit:	Studiengänge: <ul style="list-style-type: none"> • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.) • Wirtschaftsinformatik (B.Sc.) 					
Häufigkeit des Moduls:	jährlich	Modulverantwortlicher:	Jörg Saalfeld			
Voraussetzungen für die Teilnahme:	General Management					
Prüfung:	Modulklausur	Art des Moduls:	Wahlpflichtfach			
Kurzbeschreibung		Inhalte				
<p>Die Vorlesung Unternehmensethik sensibilisiert die Studierenden für ethische Fragestellung im Rahmen wirtschaftlichen Handelns. Es werden insbesondere die verschiedenen Perspektiven der beteiligten Wirtschafts- subjekte beleuchtet. Hierbei wird sowohl auch Spannungsfeld zwischen Ökonomie und Ethik analysiert und diskutiert, als auch die Chancen die in der Beachtung und Umsetzung ethischer Normen und Vorgaben betrachtet. Die Studierenden üben sich in einer moralischen Urteilsbil- dung, welche diskursiv und multiperspek- tiv angelegt ist. Sie lernen Konzepte und Instrumente kennen, die ethische Grundsätze und Normen im Unternehmen verankern und ein ebensolches Handeln ermöglichen. Hierbei werden auch Aspekte der Globalisierung berücksichtigt.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffe der Ethik • Die verschiedenen Perspektiven der Ethik • Die Entscheidungsmethoden der Ethik • Moral versus Wirtschaft • Soziales Dilemma • Ethik aus der Perspektive der Wirtschaftssubjekte <ul style="list-style-type: none"> ○ Investorenethik ○ Produzentenethik ○ Arbeitnehmerethik ○ Konsumentenethik • Die Unternehmensethik in der Umsetzung • Das Compliance-Management-System (CMS) • Corporate Social Responsibility (CSR) • Das Unternehmen als moralisch handelnde Einheit • Unternehmensleitbild/Unternehmenskultur • Corporate Governance • Die Organisationsstruktur als ethischer Einflussfaktor • Stakeholder- und Shareholder-Value unter ethischen Aspekten • Rahmenbedingungen eine Wirtschaftsethik • Die Ethik der Medien • Ethik – ein Gesamtfazit 				
Stellung des Moduls im Studiengang						
Das Modul Unternehmensethik bietet den Studierenden als Wahlpflichtfach die Möglichkeit, ihre betriebswirtschaftlichen Kenntnisse um ethische Fragestellungen zu erweitern.						
Lernziele						
Fachkompetenz	Die Studierenden sollen das Spannungsfeld zwischen Ethik und Ökonomie verstanden haben.					
Transferkompetenz	Die Studierenden sollen in der Lage sein, das Verhalten von Managern und ihre Entscheidungen (Abfindungen von Spitzen-Managern, Mergers & Acquisitions, Betriebsschließungen) vor dem ethischen Hintergrund beurteilen und bewerten zu können.					
Methoden- und Sozialkompetenz:	Die Studierenden sollen für ethische Fragestellungen sensibilisiert werden und ihr Diskussionsverhalten schulen.					
Methodische Umsetzung:	Lehrgespräch, Diskussionen, Fallbeispiele					
Lernmaterialien, Literaturangaben:						
<ul style="list-style-type: none"> • Göbel, E. (2017): Unternehmensethik – Grundlagen und praktische Umsetzung (5. Auflage), Stuttgart: UTB GmbH. • Bak, P. (2014): Wirtschafts- und Unternehmensethik (1. Auflage), Stuttgart: Schäffer Poeschel. 						

Modulbereich Kernbereiche der Betriebswirtschaft und Branchenorientierung			
Modul:	Handel und Dienstleistungen		Trimester
Teilbereich:	Branchenspezialisierung I: Grundlagen der Handelsbetriebslehre		1
Verwendbarkeit:	Studiengänge: <ul style="list-style-type: none"> • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.) 		
Häufigkeit des Moduls:	jährlich		
Voraussetzungen für die Teilnahme:			
Prüfung:	Modulklausur	Art des Moduls:	Wahlpflichtfach
Kurzbeschreibung		Inhalte	
<p>Gegenstand der Veranstaltung ist es, den Studierenden die modernen Grundlagen sowie Leistungsfaktoren im Handel zu vermitteln und damit die grundlegenden Besonderheiten und organisationsrelevanten Eigenarten von Handelsunternehmen herauszuarbeiten. Des Weiteren werden Grundlagen des Handelsmanagements inkl. der existierenden Entscheidungstatbestände diskutiert. Ein weiterer Gegenstand des Unterrichts sind die zukünftigen Entwicklungsoptionen des Handels vor dem Hintergrund der aktuellen globalen und lokalen Trends.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Historische Entwicklung/ Wirtschaftsfaktor Handel • Grundlagen der Handelsbetriebslehre • Charakterisierung des Handels • Einstufiger und mehrstufiger indirekter Vertrieb • Besonderheiten des Groß- und Einzelhandels im In- und Ausland • Internationale Handels- und Vertriebsmodelle • Strategische Entscheidungen im Handelsmanagement • Grundlagen der Standort-, Sortiments-, Serviceplanung • Trends und Herausforderungen im internationalen Handel 	
Stellung des Moduls im Studiengang			
Einstiegsmodul für die Spezialisierung „Handel und Dienstleistung“, um grundlegende betriebswirtschaftliche Kenntnisse auf den Handel zu übertragen; die anderen Module der Spezialisierung bauen darauf auf.			
Lernziele			
Fachkompetenz	Die Studierenden sollen über Grundkenntnisse der Handelsbetriebslehre verfügen und die grundlegenden Unterschiede zwischen der Betriebswirtschaftslehre und der Handelsbetriebswirtschaftslehre kennen und erläutern können.		
Transferkompetenz	Die Studierenden sollen das erlernte Wissen auf die jeweils aktuellen Fragestellungen des Handels übertragen können. Sie sollen nach der Veranstaltung die Besonderheiten des Handels auf die Fragestellungen beim Partnerunternehmen übertragen können.		
Methoden- und Sozialkompetenz:	Die Studierenden sollen die Sensibilität für die Bedeutung und das Zusammenspiel unterschiedlicher Leistungsfaktoren im Handel erlernen.		
Methodische Umsetzung:	Lehrgespräch, Diskussion		
Lernmaterialien, Literaturangaben:			
<ul style="list-style-type: none"> • Barth, K./ Hartmann, M./ Schröder, H. (2015): Betriebswirtschaftslehre des Handels (7. Auflage), Wiesbaden: Springer-Gabler. • Müller-Hagedorn, L. (2012): Der Handel (2. Auflage), Stuttgart: Kohlhammer. • Rudolph, T.(2013), Modernes Handelsmanagement. Eine Einführung in die Handelslehre (3. Auflage),Stuttgart: Schäffer Poeschel. • Swoboda, B./ Forscht, T./ Schranmm-Klein, H. (2012): Handelsmanagement (3. Auflage), München : Vahlen. • Levy, M. (2013): Retailing Management (9. Auflage), New York: McGraw-Hill Education. • Zentes / Morschett / Schramm-Klein (2016): Strategic Retail Management: Text and International Cases, Heidelberg: Springer Verlag. 			

Modulbereich Kernbereiche der Betriebswirtschaft und Branchenorientierung			
Modul:	Handel und Dienstleistungen		Trimester
Teilbereich:	Branchenspezialisierung II: Organisation von Handels- unternehmen und Handelsmarketing / E-Commerce		2
Verwendbarkeit:	Studiengänge: <ul style="list-style-type: none"> • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.) 		
Häufigkeit des Moduls:	jährlich		
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Spezialisierung I, General Management, Internationales Marketing and Sales		
Prüfung:	Modulklausur	Art des Moduls:	Wahlpflichtfach
Kurzbeschreibung		Inhalte	
<p>Inhalt der Veranstaltung sind sämtliche Bestandteile des effektiven Handelsmarketing. Unter anderem werden die Aspekte der Unternehmenspositionierung, das Instrumentarium des Marketing-Mix für Dienstleistungsunternehmen sowie spezielle Möglichkeiten der Handelskooperationen und behandelt. Es stehen die zielgruppengerechte Sortimentsplanung, Standortpolitik sowie die Besonderheiten der Preis- und Vermarktungsgestaltung im Mittelpunkt.</p> <p>Das moderne Supplier Relationship Management (SRM) verfügt über eine Vielzahl von Strategien und Tools um den Einkauf eines Handelsunternehmens zu einem nachhaltigen Erfolgsfaktor zu entwickeln. Erfolgsfaktoren.</p>		<p>Organisation und Handelsmarketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instrumentarium des Handelsmarketing: Begriff und Bestandteile • Sortimentspolitik, Standortpolitik • Preispolitik, Werbung und Verkaufsförderung • Facility Management • Personalmanagement, Prozessmanagement • Besonderheiten im Groß- und Einzelhandel <p>E-Commerce</p> <ul style="list-style-type: none"> • Traditionelle und elektronische Beschaffung (E-Procurement) • Erfolgsfaktoren des Supplier Relationship Management • Strategien & Tools des SRM • Electronic Supplier Relationship Management (E-SRM) • Definition CRM, E-CRM, SRM und E-SRM • SRM und E-SRM: Chancen und Risiken eines IT-gestützten SRM • Internationales Sourcing und Supply Management • Coopetition: Effektives Supplier Relationship Management im internationalen Kontext 	
Stellung des Moduls im Studiengang			
Zentrales Modul zur Schaffung eines fundierten Verständnisses für Handelsorganisationen sowie des modernen Handelsmarketing zur gezielten Differenzierung im Wettbewerbsumfeld.			
Lernziele			
Fachkompetenz	Die Studierenden sollen die verschiedenen Grundmodelle der Organisation kennen und einen Bezug zu Strategie und Profil eines Handelsunternehmens herstellen können.		
Transferkompetenz	Die Studierenden sollen in der Lage sein, die Kenntnisse aus dem Bereich Organisation und Unternehmensprofil auf die Partnerunternehmen zu übertragen.		
Methoden- und Sozialkompetenz:	Erkennen und Lösen ausgewählter handelsbetriebswirtschaftlicher Entscheidungssituationen.		
Methodische Umsetzung:	Lehrgespräch, Diskussion		

Lernmaterialien, Literaturangaben:

- Mattmüller, R. (2012): Strategisches Handelsmarketing (4. Auflage), Wiesbaden: Springer-Gabler.
- Müller-Hagedorn, L./ Natter, M. (2011): Handelsmarketing (5. Auflage) , Stuttgart: Kohlhammer.
- Schröder, H. (2012): Handelsmarketing. Strategien und Instrumente für den stationären Einzelhandel und für Online-Shops (2. Auflage), Wiesbaden: Springer-Gabler.
- Bruhn, M./Hadwich, K. (2013): Dienstleistungsmanagement und Social Media (1. Auflage), Wiesbaden: Springer-Gabler.
- Berman, B./Evans, J. R. (2012): Retail Management. A Strategic Approach (12. Auflage), New Jersey: Prentice Hall.
- Albaum, G. (2016): International Marketing and Export Management, London: Pearson Publishing
- Laseter, T. (2008): Balanced Sourcing: Cooperation and Competition in Supplier Relationships.

Modulbereich Kernbereiche der Betriebswirtschaft und Branchenorientierung							
Modul:		Handel und Dienstleistungen				Trimester	
Teilbereich:		Branchenspezialisierung III: Handelslogistik und branchen- übergreifende Anforderungen / Innovationen im Handel				3	
ECTS:	8	Kontaktstunden:	100	Selbststudium:	140	Sprache:	deutsch
Verwendbarkeit:		Studiengänge: • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.)					
Häufigkeit des Moduls:		jährlich		Modulverantwortlicher:		Thorsten Netzer	
Voraussetzungen für die Teilnahme:		Spezialisierung I, Spezialisierung II					
Prüfung:		Seminararbeit		Art des Moduls:		Wahlpflichtfach	
Kurzbeschreibung				Inhalte			
<p>Die Veranstaltung fokussiert sich auf die Vermittlung der Erfolgsfaktoren einer effektiven und effizienten Handelslogistik im Sinne eines durchgängigen Supply Chain Management (SCM). SCM wird in seiner Gesamtheit diskutiert und ein Verständnis für das notwendige schnittstellenübergreifende Management aller Aktivitäten vom Hersteller über den Handel bis zum Abnehmer entwickelt. Strategien und Instrumente werden detailliert behandelt. Besonderheiten, Trends und Erfolgsfaktoren des modernen Logistikmanagements bilden die letzte Einheit der Vorlesungen. Zudem wird die Bedeutung von Innovationen für die volkswirtschaftliche Entwicklung und für das einzelne Unternehmen vermittelt.</p>				<p>Handelslogistik</p> <ul style="list-style-type: none"> • Supply Chain Management: Begrifflichkeiten, Erfolgsfaktoren, Strategien, Instrumente • Aufgaben der Beschaffungs- und Distributionslogistik • Spezifische Anforderungen an die Handelslogistik • Kennzahlen der Handelslogistik • Internationale Handelslogistik: Besonderheiten und Erfolgsfaktoren <p>Trends der Handelslogistik</p> <ul style="list-style-type: none"> • Branchenübergreifende Anforderungen • Erfolgs- und Differenzierungsfaktoren • Serviceerweiterung, Serviceinnovation, aktuelle Trends • Globale Lieferketten verstehen und aufbauen <p>Innovationen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Innovationsprozesse in Unternehmen • Erfolgsfaktoren von Innovationen, Innovationswerkzeuge • Lean Startup • Design Thinking als Innovationsmethode 			
Stellung des Moduls im Studiengang							
<p>Prüfungsmodul im Rahmen der Spezialisierung Handel, in dem das bisher erlernte Wissen durch eine Seminararbeit mit den themenfeldbezogenen Seminarinhalten verknüpft werden soll. Dieses Modul ist auf einem sehr hohen Niveau angesiedelt und soll neben den berufsfeldspezifischen Fachinhalten das allgemeine Managementwissen der Studierenden integrieren.</p>							
Lernziele							
Fachkompetenz				Die Studierenden kennen die organisatorischen und prozessualen Besonderheiten der Handelslogistik. Zudem werden zentrale Besonderheiten des Dienstleistungsmanagements erlernt.			
Transferkompetenz				Die Studierenden sollen ihre im bisherigen Studienverlauf erworbenen Kenntnisse des Handelsmanagements auf die spezielle Situation von Handelsunternehmen anwenden können und Erkenntnisse auf die Partnerunternehmen übertragen können.			
Methoden- und Sozialkompetenz:				Erkennen und Lösen ausgewählter handelsbetriebswirtschaftlicher Entscheidungssituationen.			
Methodische Umsetzung:				Lehrgespräch, Diskussion			

Lernmaterialien, Literaturangaben:

- Hartmut Werner, H. (2017): Supply Chain Management (6. Auflage), Wiesbaden: Springer-Gabler.
- Simchi-Levi, D. (2007): Designing and Managing the Supply Chain (1. Auflage), New York: McGraw-Hill Inc.
- Chopra, S./Meindl, P. (2014): Supply Chain Management (5. Auflage), Hallbergmoos: Pearson Studium.
- Womack, J. (2003): Lean Thinking (1. Auflage), London: Simon & Schuster.

Modulbereich Kernbereiche der Betriebswirtschaft und Branchenorientierung			
Modul:	Industrie		Trimester
Teilbereich:	Branchenspezialisierung I: Grundlagen und Organisation der Industrie		1
Verwendbarkeit:	Studiengänge: • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.)		
Häufigkeit des Moduls:	jährlich		
Voraussetzungen für die Teilnahme:			
Prüfung:	Klausur	Art des Moduls:	Wahlpflichtfach
Kurzbeschreibung		Inhalte	
<p>Gegenstand der Veranstaltung ist es, im Rahmen der grundlegenden Module der Betriebswirtschaftslehre bereits erworbene Grundkenntnisse speziell auf Industrieunternehmen zu übertragen. Es werden die historischen Grundlagen sowie der aktuelle Stand des industriellen Sektors vor den Herausforderungen einer globalisierten Welt betrachtet und analysiert. Zudem werden Organisationsformen und Unternehmensprofile speziell von Industrieunternehmen diskutiert. Es werden vor dem Hintergrund einer zunehmend kritischeren Öffentlichkeit die spezifischen Anforderungen an das Wertesystem, die Unternehmensphilosophie sowie die CI von Industriebetrieben analysiert.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Grundlegende Begrifflichkeiten der Industriebetriebslehre • Merkmale und Abgrenzung des Industriebetriebs • Historische Entwicklung, insb. die Industrialisierung • Heutige Bedeutung und Struktur der Industrie • Typen und Typologien von Industriebetrieben • Globalisierung • Organisation von Unternehmen in der Industrie <ul style="list-style-type: none"> ○ Aktionsparameter der organisatorischen Gestaltung ○ Grundmodelle der Organisation ○ Organisatorische Lösungen zur Erfolgs- und Strategieausrichtung ○ IT- und Organisationsstrukturen ○ Unternehmenskultur und Change Management 	
Stellung des Moduls im Studiengang			
Einstiegsmodul für die Spezialisierung „Industrie“, um grundlegende betriebswirtschaftliche Kenntnisse auf Industrieunternehmen zu übertragen; die anderen Module der Spezialisierung bauen darauf auf.			
Lernziele			
Fachkompetenz	Die Studierenden sollen über Grundkenntnisse der Industriebetriebslehre verfügen und die grundlegenden Unterschiede zwischen der Betriebswirtschaftslehre und der Industriebetriebswirtschaftslehre kennen und erläutern können.		
Transferkompetenz	Die Studierenden sollen das erlernte Wissen auf die jeweils aktuellen Fragestellungen der Industrie übertragen können. Sie sollen nach der Veranstaltung die Besonderheiten der Industrie auf die Fragestellungen beim Partnerunternehmen übertragen können		
Methoden- und Sozialkompetenz:	Die Studierenden sollen die Besonderheiten der Industrie als Teil der Volkswirtschaft erlernen.		
Methodische Umsetzung:	Lehrgespräch, Diskussion		
Lernmaterialien, Literaturangaben:			
<ul style="list-style-type: none"> • Bloech, J/ Bogaschewsky, R./ Buscher, U./ Daub, A./ Götze, U./ Roland, F. (2014): Einführung in die Produktion (7. Auflage), Wiesbaden: Springer-Gabler. • Wenzel, R. et. al. (2001): Industriebetriebslehre (1. Auflage), Leipzig: Fachbuchverlag. • Fiedler, R. (2013): Organisation kompakt (3. Auflage), München:De Gruyter Oldenbourg. • Frese, E./ Graumann, M./ Theussen, L. (2011): Grundlagen der Organisation: Entscheidungsorientiertes Konzept der Organisationsgestaltung (10. Auflage), Wiesbaden: Gabler. 			

Modulbereich Kernbereiche der Betriebswirtschaft und Branchenorientierung			
Modul:	Industrie		Trimester
Teilbereich:	Branchenspezialisierung II: Marktforschung und B2B-Marketing		2
Verwendbarkeit:	Studiengänge: • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.)		
Häufigkeit des Moduls:	jährlich		
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Spezialisierung I		
Prüfung:	Klausur	Art des Moduls:	Wahlpflichtfach
Kurzbeschreibung		Inhalte	
<p>Die Veranstaltung ist in einem seminaristischen Stil aufgebaut. Zunächst werden den Studierenden die Grundlagen einer effizienten Marktforschung vermittelt. Darauf aufbauend wird auf die Besonderheiten des Marketings von Industrieunternehmen eingegangen. Die einzelnen Themenfelder sollten sich dann in den Seminararbeiten der Studierenden niederschlagen und auf den bereits in den vorangegangenen Trimestern vermittelten Inhalten aufbauen.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Effiziente Marktforschung und Informationsbeschaffung als Grundlage betriebswirtschaftlichen Entscheidungsverhaltens in der Industrie • Markterkundung, Marktforschung, Marktanalyse, Marktbeobachtung • Elektronische Marktforschung • Beschaffungsmarkt-, Absatzmarkt-, Personalmarkt- und Finanzmarktforschung • Primär- und Sekundärdaten • Datenverarbeitung und Analyse • Suche in elektronischen Datenbanken für die Industrie • Die Besonderheiten des Marketings von Industrieunternehmen (B2B-Marketing) 	
Stellung des Moduls im Studiengang			
Anwendungsorientiertes Modul, in dem das bisher erlernte Wissen durch eine Seminararbeit mit den themenfeldbezogenen Seminarinhalten verknüpft werden soll.			
Lernziele			
Fachkompetenz	Die Studierenden sollen die Besonderheiten des (B2B-)Marketing von Industrieunternehmen kennen.		
Transferkompetenz	Die Studierenden sollen ihre im bisherigen Studienverlauf erworbenen Kenntnisse speziell auf das Marketing von Industrieunternehmen anwenden können. Diese Transferkompetenz können die Studierenden im Rahmen der Anfertigung der Seminararbeit unter Beweis stellen.		
Methoden- und Sozialkompetenz:	Die Studierenden sollen die Besonderheiten der Marktforschung Betriebswirtschaft erlernen.		
Methodische Umsetzung:	Lehrvortrag, Betreuung bei der Anfertigung einer Seminararbeit, Präsentation der Ergebnisse und Diskussion		
Lernmaterialien, Literaturangaben:			
<ul style="list-style-type: none"> • Berekoven, L./Eckert, W./Ellenrieder, P. et al. (2009): Marktforschung – Methodische Grundlagen und praktische Anwendung (12. Auflage), Wiesbaden: Gabler. • Koch, J. (2004): Marktforschung – Begriffe und Methoden (4. Auflage), München: De Gruyter Oldenbourg. • Kotler, P./Keller, K./Opresnik, M. (2017), Marketingmanagement (15. Auflage), Hallbergmoos: Pearson Studium. • Meffert, H. (2018): Marketing: Grundlagen markenorientierter Unternehmensführung (13. Auflage), Wiesbaden: Springer-Gabler. • Nieschlag, R. (2002): Marketing (1. Auflage), Berlin: Duncker & Humblot. 			

Modulbereich Kernbereiche der Betriebswirtschaft und Branchenorientierung						
Modul:		Industrie			Trimester	
Teilbereich:		Branchenspezialisierung III: Produktion, Materialfluss, Rechnungswesen, Controlling, E- Procurement und E-Commerce			3	
ECTS:	8	Kontaktstunden:	100	Selbststudium:	140	
Verwendbarkeit:		Studiengänge: • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.)				
Häufigkeit des Moduls:		jährlich	Modulverantwortlicher:			
Voraussetzungen für die Teilnahme:		Spezialisierung I bis II				
Prüfung:		Seminararbeit	Art des Moduls:		Wahlpflichtfach	
Kurzbeschreibung			Inhalte			
<p>Gegenstand der Veranstaltung sind die Produktionsplanung und –steuerung in Industrieunternehmen, sowie die innerbetriebliche Materialflusstechnik. Die Studierenden lernen die Methoden der operativen Produktions-planung und –steuerung kennen. Es werden die Warenförderung mit verschiedenen Förder(hilfs)-mitteln, die Verpackung, die Kommissionierung und die Verteilung thematisiert. Darauf aufbauend wird kurz auf das Rechnungswesen und Controlling in Industrieunternehmen eingegangen. Zudem steht die Vermittlung der Potenziale und Risiken, die sich für Industrieunternehmen durch den Einsatz von Informationstechnologien bieten, auf dem Lehrplane. Darüber hinaus wird auch das Electronic Supply Chain Management besprochen.</p>			<ul style="list-style-type: none"> • Produktionsplanung und -steuerung (PPS) <ul style="list-style-type: none"> ○ Gliederung PPS nach Funktionsgruppen ○ Definition "Arbeitsvorbereitung" ○ Aufgaben der PPS ○ Einmalige und periodische Planungsaufgaben ○ Operative Produktionsplanung und -steuerung ○ Produktionsplanung nach dem MRP-Konzept • Innerbetriebliche Materialflusstechnik <ul style="list-style-type: none"> ○ Förderhilfsmittel ○ Modulare Verpackungen ○ Fördermittel ○ Warenförderung im Hochregallager ○ Kommissionieren ○ Prinzipien des Sortierens und Verteilens • Rechnungswesen und Controlling in der Industrie • Traditionelle und elektronische Beschaffung (E-Procurement) • Traditionelle Absatzformen und Sell Side E-Commerce • E-CRM/ E-SCM 			
Stellung des Moduls im Studiengang						
Aufbaumodul im Rahmen der Spezialisierung Industrie, in dem es um die detaillierte Auseinandersetzung mit innerbetrieblichen Abläufen geht.						
Lernziele						
Fachkompetenz			Die Studierenden kennen die Abläufe der innerbetrieblichen Materialflusstechnik und die Besonderheiten des Rechnungswesens und des Controllings in Industrieunternehmen.			
Transferkompetenz			Die Studierenden sollen ihre im bisherigen Studienverlauf erworbenen Kenntnisse in Rechnungswesen und Controlling auf die spezielle Situation von Industrieunternehmen anwenden können und die Erkenntnisse auf die Partnerunternehmen übertragen können.			
Methoden- und Sozialkompetenz:			Erkennen und Lösen ausgewählter Industriebetriebswirtschaftlicher Entscheidungssituationen.			
Methodische Umsetzung:			Lehrgespräch, Diskussion			

Lernmaterialien, Literaturangaben:

- Oeldorf, G./ Olfert, K. (2018): Material-Logistik (14. Auflage), Herne: NWB Verlag.
- Olfert, K. (2018): Kostenrechnung (1. Auflage), Herne: NWB Verlag.
- Appelfeller, W./ Buchholz, W. (2010): Supplier Relationship Management (2. Auflage), Wiesbaden: Gabler.
- Hippner, H./ Hubrich, B./ Wilde, K. (2011): Grundlagen des CRM (3. Auflage), Wiesbaden: Gabler.
- Meier, A. (2012), Stormer: E-Commerce (3. Auflage), Berlin: Springer.

Modulbereich Kernbereiche der Betriebswirtschaft und Branchenorientierung			
Modul:	Spedition und Logistik		Trimester
Teilbereich:	Branchenspezialisierung I: Die Logistik-Branche und ihre Akteure		1
Verwendbarkeit:	Studiengänge:		
	<ul style="list-style-type: none"> • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.) 		
Häufigkeit des Moduls:	jährlich		
Voraussetzungen für die Teilnahme:			
Prüfung:	Modulklausur	Art des Moduls:	Wahlpflichtfach
Kurzbeschreibung		Inhalte	
<p>Gegenstand der Veranstaltung ist die Vermittlung eines Überblicks über die Bedeutung der Logistik(-Branche) im nationalen und internationalen Kontext. Darüber hinaus lernen die Studierenden die unterschiedlichen Akteure in der Logistik-Branche kennen. Zudem wird auf die Verkehrsbetriebslehre eingegangen. Es werden die Vor- und Nachteile der Land-, See- und Luftverkehre diskutiert und mögliche Effizienzsteigerungen durch sinnvolle Kombination der unterschiedlichen Transportwege (intermodaler Transport) besprochen.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Die Logistik-Branche <ul style="list-style-type: none"> ○ Volkswirtschaftliche Bedeutung ○ Globalisierung • Logistik-Dienstleistungsunternehmen <ul style="list-style-type: none"> ○ Einzeldienstleister (Transporteur) ○ Klassischer Spediteur (2PL) ○ Systemdienstleister (3PL) ○ Netzwerkintegrator (4PL) ○ SCM-IT-Dienstleister • Organisation der Logistik <ul style="list-style-type: none"> ○ Grundmodelle der Organisation ○ Organisatorische Lösungen zur Erfolgs- und Strategieausrichtung <p>Verkehrsbetriebslehre</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Nationale Oberflächentransporte ○ Euro-Oberflächenverkehre / Abläufe ○ Seeverkehre/ Luftverkehre ○ Intermodaler Transport 	
Stellung des Moduls im Studiengang			
Einstiegsmodul für die Spezialisierung „Spedition und Logistik“, um Basiswissen über die Logistik-Branche und die darin befindlichen Akteure zu erlangen. Die anderen Module der Spezialisierung bauen darauf auf.			
Lernziele			
Fachkompetenz	Die Studierenden sollen über Grundkenntnisse der Spedition- und Logistikbranche verfügen und verschiedene Logistik-Dienstleister unterscheiden können.		
Transferkompetenz	Die Studierenden sollen in der Lage sein, die Partnerunternehmen in die Kategorisierung der unterschiedlichen Akteure in der Logistik-Branche einzuordnen.		
Methoden- und Sozialkompetenz:	Die Studierenden sollen die Besonderheiten der Logistikbranche als Teil der Volkswirtschaft kennen.		
Methodische Umsetzung:	Lehrgespräch, Diskussion		

Lernmaterialien, Literaturangaben:

- Grant, D./ Lambert, D./ Stock, J./ Ellram, L. (2005): Fundamentals of Logistics Management (1. Auflage), New York: Mcgraw-Hill College.
- Schulte, C. (2016): Logistik (7. Auflage), München: Vahlen.
- Pfohl, H. C. (2018): Logistiksysteme – Betriebswirtschaftliche Grundlagen (9. Auflage), Berlin: Springer.
- Bauer, A. (2004): Entwicklungspfade und Meilensteine moderner Logistik (1. Auflage), Wiesbaden: Gabler.
- Fiedler, R. (2013): Organisation kompakt (3. Auflage), München: De Gruyter Oldenbourg.
- Frese, E. (2011): Grundlagen der Organisation (10. Auflage), Wiesbaden: Gabler.
- Aberle, G. (2009): Transportwirtschaft – einzelwirtschaftliche und gesamtwirtschaftliche Grundlagen (5. Auflage), München: De Gruyter Oldenbourg.

Modulbereich Kernbereiche der Betriebswirtschaft und Branchenorientierung			
Modul:	Spedition und Logistik		Trimester
Teilbereich:	Branchenspezialisierung II: Logistische Leistungserstellung		2
Verwendbarkeit:	Studiengänge: • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.)		
Häufigkeit des Moduls:	jährlich		
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Spezialisierung I		
Prüfung:	Modulklausur	Art des Moduls:	Wahlpflichtfach
Kurzbeschreibung		Inhalte	
Die Veranstaltung ist in einem seminaristischen Stil aufgebaut. Gegenstand der Veranstaltung sind die Grundlagen der logistischen Leistungserstellung sowie das Prozessmanagement in der Logistik.		<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der logistischen Leistungserstellung <ul style="list-style-type: none"> ○ Aufgaben und Ziele der logistischen Leistungserstellung ○ Logistikketten/logistische Prozessketten • Logistisches Prozessmanagement <ul style="list-style-type: none"> ○ Theoretische Fundierung logistischer Prozesse ○ Modellierung logistischer Prozesse (EPK, MPM-Netzpläne) ○ Prozesskostenrechnung ○ Logistische Kennzahlensysteme ○ Qualitätsmanagement in der Logistik • Quantitative Methoden des logistischen Prozessmanagements <ul style="list-style-type: none"> ○ Stauraum- und Tourenplanung ○ Generierung optimaler Prozessketten 	
Stellung des Moduls im Studiengang			
Anwendungsorientiertes Modul, in dem das bisher erlernte Wissen durch eine Seminararbeit mit den themenfeldbezogenen Seminarinhalten verknüpft werden soll.			
Lernziele			
Fachkompetenz	Die Studierenden sollen über Grundkenntnisse der logistischen Leistungserstellung und der logistischen Prozesse verfügen.		
Transferkompetenz	Im Rahmen der Seminararbeit sollen die Studierenden die erlernten Ansätze auf eine Problemstellung aus der Praxis ihres Partnerunternehmens übertragen und beschreiben.		
Methoden- und Sozialkompetenz:	Die Studierenden sollen zum einen das Erstellen einer wissenschaftlichen Arbeit erlernen und zum anderen die bereits erlernten Präsentationstechniken in eine eigene Präsentation umsetzen.		
Methodische Umsetzung:	Lehrvortrag, Diskussion		
Lernmaterialien, Literaturangaben:			
<ul style="list-style-type: none"> • Berning, R. (2002): Prozessmanagement und Logistik: Gestaltung der Wertschöpfung (1. Auflage), Berlin: Cornelsen Verlag Scriptor. • Guthermuth, J./ Brandenburg, H./ Oelfke, D./ Waschka, S. (2006): Güterverkehr – Spedition – Logistik: Leistungserstellung in Spedition und Logistik (1. Auflage), Troisdorf: Bildungsverlag EINS. 			

Modulbereich Kernbereiche der Betriebswirtschaft und Branchenorientierung						
Modul:		Spedition and Logistik			Trimester	
Teilbereich:		Branchenspezialisierung III: E-Logistics entlang der Wertschöpfungskette und Future Logistics			3	
ECTS:	8	Kontaktstunden:	100	Selbststudium:	140	
Verwendbarkeit:		Studiengänge: • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.)				
Häufigkeit des Moduls:		jährlich	Modulverantwortlicher:		Stephan Paul	
Voraussetzungen für die Teilnahme:		Spezialisierung I und II				
Prüfung:		Seminararbeit	Art des Moduls:		Wahlpflichtfach	
Kurzbeschreibung			Inhalte			
<p>Gegenstand dieser Veranstaltung ist es, mit den Studierenden die logistischen Fragestellungen entlang der Wertschöpfungskette zu besprechen und jeweils die Möglichkeiten des Einsatzes neuer Technologien zu erörtern.</p>			<ul style="list-style-type: none"> • Beschaffungslogistik • Produktionslogistik • Lagerlogistik • Distributionslogistik • Entsorgungslogistik • Das Outsourcing von Logistik-Dienstleistungen • Der Einsatz von RFID und anderen Technologien in der Logistik • Katastrophenlogistik • Event-Logistik • Logistik und Umweltschutz 			
Stellung des Moduls im Studiengang						
<p>Abschlussmodul im Rahmen der Spezialisierung Logistik, in dem das bisher erlernte Wissen durch eine Seminararbeit mit den themenfeldbezogenen Seminarinhalten verknüpft werden soll. Dieses Seminar ist auf einem sehr hohen Niveau angesiedelt und soll neben den berufsfeldspezifischen Fachinhalten das allgemeine Managementwissen der Studierenden integrieren.</p>						
Lernziele						
Fachkompetenz		Die Studierenden sollen über Grundkenntnisse der Future Logistics verfügen.				
Transferkompetenz		Im Rahmen der Seminararbeit sollen die Studierenden die erlernten Ansätze auf eine Problemstellung aus der Praxis ihres Partnerunternehmens übertragen und beschreiben.				
Methoden- und Sozialkompetenz:		Erkennen und Lösen ausgewählter Entscheidungssituationen im Bereich Spedition und Logistik				
Methodische Umsetzung:		Lehrvortrag, Diskussion				
Lernmaterialien, Literaturangaben:						
<ul style="list-style-type: none"> • Günther, H.-O./Tempelmeier, H. (2016): Produktion und Logistik (12. Auflage), Norderstedt: Books on Demand. • Martin, H. (2016): Transport- und Lagerlogistik (10. Auflage), Berlin: Springer. • Duscher, S. (2003): Entsorgungslogistik in der Automobilindustrie (1. Auflage), Siegburg: Josef Eul Verlag. • Rushton, A. (2000): The Handbook of Logistics and Distribution Management (2. Auflage), London: Kogan Page. 						

Modulbereich Kernbereiche der Betriebswirtschaft und Branchenorientierung			
Modul:	Banking and Finance		Trimester
Teilbereich:	Branchenspezialisierung I: Einführung in die Bankbetriebslehre & Finanzmärkte		1
Verwendbarkeit:	Studiengänge: <ul style="list-style-type: none"> • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.) 		
Häufigkeit des Moduls:	jährlich		
Voraussetzungen für die Teilnahme:			
Prüfung:	Modulklausur	Art des Moduls:	Wahlpflichtfach
Kurzbeschreibung		Inhalte	
<p>Gegenstand der Veranstaltung ist die Darlegung der Finanzsysteme und klassischer Bewertungsansätze. Die Finanzkrisen in Ursachen, Wirkungen und Schlussfolgerungen schafft ein Verständnis für die Komplexität des Bankgeschäfts. Der Fokus der Veranstaltung liegt auf der Vermittlung von Faktenwissen, ergänzt um Diskussionen um den aktuellen Stand des Bankensystems im gesellschaftlichen Kontext.</p>		<p>Einführung in die Bankbetriebslehre</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen <ul style="list-style-type: none"> ○ Aktuelle Entwicklungen ○ Struktur der Kreditwirtschaft ○ Eurosystem und EZB ○ Rechtlicher Rahmen ○ Finanzdienstleistungsaufsicht • Bankgeschäfte <ul style="list-style-type: none"> ○ Einlagengeschäft ○ Kreditgeschäft ○ Auslandsgeschäft • Wertpapiergeschäft <ul style="list-style-type: none"> ○ Märkte im Finanzwesen ○ Aktien und deren Unterscheidungskriterien ○ Verzinsliche Wertpapiere • Digitalisierung <ul style="list-style-type: none"> ○ Anforderungen an eine digitale Bank ○ Neue Potentiale und Herausforderungen ○ Big Data / Smart Data ○ Kryptowährungen / Blockchain <p>Finanzmärkte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Finanzmärkte <ul style="list-style-type: none"> ○ Optionale derivative Finanzprodukte ○ Lineare derivative Finanzprodukte ○ Rohstoffmärkte ○ Strukturierte Produkte in Form von Zertifikaten • Bewertungen an den Finanzmärkten <ul style="list-style-type: none"> ○ Finanzkennzahlen ○ Cash-Flow-Analysen ○ Bondbewertungen ○ Aktienbewertungen • Behavioral Finance - Psychologie der Finanzmärkte <ul style="list-style-type: none"> ○ Die Rolle des rationalen Handelns und der Informationsverarbeitung im heutigen Marktzusammenhang ○ Die Funktion der Heuristik an den Finanzmärkten • Finanzkrisen und ihre Folgen <ul style="list-style-type: none"> ○ Ursachen der Finanzkrisen ○ Risiken im Zusammenhang mit Finanzmärkten 	

Stellung des Moduls im Studiengang	
Das Modul schafft ein Grundverständnis für die Komplexität und Kausalbeziehungen moderner Finanzmärkte.	
Lernziele	
Fachkompetenz	Die Studierenden sollen die Grundlagen der Finanzsysteme kennen und verstehen. Sie sollen in der Lage sein, anhand von Kennzahlen Bewertungen vorzunehmen und das Handeln von Finanzmarktakteuren kritisch zu hinterfragen.
Transferkompetenz	Die Studierenden sollen das Erlernte auf geschäftspolitische Fragestellungen in den jeweiligen Partnerunternehmen übertragen können. Sie sollen in der Lage sein, die fachlichen und moralischen Wirkungen von Finanztransaktionen einschätzen zu können.
Methoden- und Sozialkompetenz:	Erkennen und Lösen ausgewählter bankbetriebswirtschaftlicher Entscheidungssituationen.
Methodische Umsetzung:	Lehrgespräch, Diskussion
Lernmaterialien, Literaturangaben:	
<ul style="list-style-type: none"> • Steiner, M./ Bruns, C./ Stöckl, S. (2017): Wertpapiermanagement (11. Auflage), Stuttgart: Schäffer-Poeschel. • von Nitzsch, R. (2004): Behavioral Finance (6. Auflage), München: FinanzBuch Verlag. • Grill, H. (2017): Wirtschaftslehre des Kreditwesens (51. Auflage), Troisdorf: Bildungsverlag EINS. • KWG (2016): Kreditwesensgesetz (3. Auflage), München: C. H. Beck (immer aktuelle Ausgabe). 	

Modulbereich Kernbereiche der Betriebswirtschaft und Branchenorientierung			
Modul:	Banking and Finance		Trimester
Teilbereich:	Branchenspezialisierung II: Firmen- und Privatkundengeschäft / Portfolio Mangement		2
Verwendbarkeit:	Studiengänge: <ul style="list-style-type: none"> • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.) 		
Häufigkeit des Moduls:	jährlich		
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Spezialisierung I		
Prüfung:	Modulklausur	Art des Moduls	Wahlpflichtfach
Kurzbeschreibung		Inhalte	
<p>Die Veranstaltung ist in einem seminaristischen Stil aufgebaut. Es werden ausgewählte Themenfelder aus dem Firmen-kundengeschäft von Kreditinstituten vorgestellt. Die einzelnen Themenfelder sollen sich dann in der von jedem Studierenden abzulegenden Modulklausur wiederfinden.</p> <p>Gegenstand ist das Portfolio Management in Theorie und Praxis. Basierend auf der Kenntnis ausgewählter portfoliotheoretischer Modelle erfolgt der Praxistransfer in die Themenfelder der Strategischen und Taktischen Asset Allocation. Dabei werden die Effizienzkriterien von Kapitalmärkten ebenso beachtet wie die neueren Erkenntnisse der Behavioral Finance. Aufgrund ihrer Bedeutung im modernen Portfolio Management wird die Konstruktion ausgewählter strukturierter Wertpapiere analysiert.</p>		<p>Firmen- und Privatkundengeschäft</p> <ul style="list-style-type: none"> • Firmenkundengeschäft <ul style="list-style-type: none"> ○ Situationsanalyse des Firmenkundengeschäfts ○ Zukünftige Markttrends ○ Finanzmanagement der Firmenkunden ○ Verfahren der Risikoanalyse und Kreditentscheidungen • Finanzmanagement der Firmenkunden <ul style="list-style-type: none"> ○ Aktives Zins- und Währungsmanagement ○ Klassifikation der derivativen Instrumente ○ Marktwertentwicklung von derivativen Finanzinstrumenten • Firmenkunden-Marketing <ul style="list-style-type: none"> ○ Kundensegmentierung und Positionierung ○ Customer-Relationship-Management ○ Neukundengewinnung im Firmenkundengeschäft ○ Produkt-, Vertriebs- und Preispolitik im Firmenkundengeschäft • Vier Dimensionen der Kundennähe • Anforderungen an Kundenkontaktpersonal • Know your customer • Entwicklung der Kommunikationsstrategie • Ausgewählte Produktangebote <p>Portfolio Management</p> <ul style="list-style-type: none"> • Portfolio Theorie • Asset Allocation • Erstellung des Marktprofils: Geldmarkt-, Renten- und Aktienanlagen • Portfolio Insurance <ul style="list-style-type: none"> ○ Struktur des Kapitalmarktes ○ Absicherungsstrategien für Aktien-Portfolios ○ Absicherungsstrategien für Renten-Portfolios • Strukturierte Produkte • Performance-Analyse <ul style="list-style-type: none"> ○ Performance-Messung ○ Performance-Attribution 	
Stellung des Moduls im Studiengang			
Anwendungsorientiertes Modul, in dem das bisher erlernte Wissen durch eine Seminararbeit mit den themenfeldbezogenen Seminarinhalten verknüpft werden soll.			

Lernziele	
Fachkompetenz	Die Studierenden sollen die besonderen Anforderungen und Ansätze des Firmenkunden- und Privatkundengeschäfts kennen lernen.
Transferkompetenz	Im Rahmen der Seminararbeit sollen die Studierenden die erlernten Ansätze auf eine Problemstellung aus der Praxis ihres Partnerunternehmens übertragen und beschreiben können.
Methoden- und Sozialkompetenz:	Erkennen und Lösen ausgewählter bankbetriebswirtschaftlicher Entscheidungssituationen.
Methodische Umsetzung:	Lehrgespräch, Betreuung bei der Ausfertigung einer Seminararbeit, Präsentation der Ergebnisse der Seminararbeit
Lernmaterialien, Literaturangaben:	
<ul style="list-style-type: none"> • Brost, H./ Dahmen, A./ Lippmann, I. (2013): Corporate Banking (7. Auflage) , Frankfurt: Frankfurt School Verlag. 	

Modulbereich Kernbereiche der Betriebswirtschaft und Branchenorientierung						
Modul:		Banking and Finance			Trimester	
Teilbereich:		Branchenspezialisierung III: Investment Banking / Bank Controlling und Risk Management			3	
Verwendbarkeit:		Studiengänge:				
		<ul style="list-style-type: none"> • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.) 				
ECTS:	8	Kontaktstunden:	100	Selbststudium:	140	
Häufigkeit des Moduls:		jährlich		Modulverantwortlicher:		Pedrag Popovic, Imre Bakó, Dr. Marcus Flemisch
Voraussetzungen für die Teilnahme:		Spezialisierung I & II				
Prüfung:		Seminararbeit		Art des Moduls		Wahlpflichtfach
Kurzbeschreibung			Inhalte			
<p>Gegenstand der Veranstaltung ist das Investmentbanking von Banken. Es werden die Methoden und Instrumente des modernen Investmentbanking dargestellt.</p> <p>Mit Bezug zu Inhalten vorangegangener Lehrveranstaltungen werden in diesem Modul ausgewählte Themenbereiche des Bank Controllings und des Risikomanagements vorgestellt. Dabei stützen sich die Inhalte auf theoretisch fundierte Ansätze, Modelle und Instrumente, die – qualitativ und quantitativ – anwendungs- und praxisbezogen aufbereitet werden.</p>			<p>Investment Banking / Bank Controlling</p> <ul style="list-style-type: none"> • Geschäftsfelder des Investment Bankings • Structured Finance <ul style="list-style-type: none"> ○ Zinsderivate ○ Kreditderivate ○ Grundlagen der Verbriefung • Mergers & Acquisitions <ul style="list-style-type: none"> ○ Formen von Mergers & Acquisitions ○ Motive für M & A ○ Phasen einer M & A-Transaktion ○ Due Diligence • Unternehmensbewertung <ul style="list-style-type: none"> ○ Bilanzanalyse • Marktanalysen • Bewertungsverfahren • Akquisitionsfinanzierungen (MBO, MBI, LBO) <p>Risk Management</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen, Ziele, Funktionen und Abgrenzung des Bank Controllings und des Risikomanagements • Organisationale Herausforderungen • Risikoarten, Kreditrisiko, Marktrisiko • Regulatorische Rahmenbedingungen (MaRisk, Basel, IFRS 9, EBA, BaFin, ECB) • Risikomessung (Methoden, Modelle, Kennzahlen) • Aktuelle Entwicklungen in der Regulatorik und Rechnungslegung 			
Stellung des Moduls im Studiengang						
Weiterführendes Modul, mit dem aufbauend auf den Grundlagen der vorangehenden Spezialisierungsmodule Banking & Finance das Geschäftsfeld des Investment Banking wissenschaftlich fundiert genauer beleuchtet wird.						
Lernziele						
Fachkompetenz			Die Studierenden sollen die in der Investmentpraxis aktuell angewandten Konzepte ausführlich und fundiert kennen lernen und an Fällen aus der Praxis erläutern können. Insbesondere sollen die Studierenden anhand von konkreten Fragestellungen die gelernten Konzepte anwenden und auch beurteilen können, bei welcher Fragestellung welche Konzepte greifen.			

	Die Studierenden verstehen die Bedeutung und die Herausforderungen der regulatorischen Rahmenbedingungen und können sie in Bezug zu den (bank-)internen Anforderungen setzen. Sie beherrschen die wichtigsten qualitativen und quantitativen Ansätze (Methoden, Techniken, Modelle und Instrumente) des modernen Bank Controllings und Risikomanagements.
Transferkompetenz	Die Studierenden sollen am Ende des Moduls das Erlernte auf Fragestellungen im Investmentbanking in den jeweiligen Partnerunternehmen übertragen können.
Methoden- und Sozialkompetenz:	Erkennen und Lösen ausgewählter bankbetriebswirtschaftlicher Entscheidungssituationen.
Methodische Umsetzung:	Lehrgespräch
Lernmaterialien, Literaturangaben:	
<ul style="list-style-type: none"> • Achleitner, A. K. (2000): Handbuch Investmentbanking (1. Auflage), Wiesbaden: Gabler. • Peemöller, V./ Ahlemeyer, N./ Angermayer-Michler, Birgit (2012): Praxishandbuch der Unternehmensbewertung (5. Auflage), Herne: NWB Verlag. • Schierenbeck, H./ Lister, M./ Kirmße, S. (2014): Ertragsorientiertes Bankmanagement: Band 1 (9. Auflage), Wiesbaden: Springer Gabler. • Schierenbeck, H./ Lister, M./ Kirmße, S. (2008): Ertragsorientiertes Bankmanagement: Band 2 (9. Auflage), Wiesbaden: Gabler. • Brauweiler, H.C. (2015): Risikomanagement in Kreditinstituten (1. Auflage), Wiesbaden: Springer-Gabler. • Hansmann, K.-W./Zurek, J. (2009): Kreditrisikomodellierung: Ein multifunktionaler Ansatz zur Integration in eine wertorientierte Gesamtbanksteuerung (1. Auflage), Wiesbaden: Gabler. 	

Modulbereich Kernbereiche der Betriebswirtschaft und Branchenorientierung			
Modul:	Hotelmanagement & Systemgastronomie		Trimester
Teilbereich:	Branchenspezialisierung I: Grundlagen des Hotel- und Systemgastronomiemanagements		1
Verwendbarkeit:	Studiengänge: <ul style="list-style-type: none"> • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.) 		
Häufigkeit des Moduls:	jährlich		
Voraussetzungen für die Teilnahme:			
Prüfung:	Modulklausur	Art des Moduls:	Wahlpflichtfach
Kurzbeschreibung		Inhalte	
<p>In diesem einführenden Modul werden grundlegende Begrifflichkeiten des Hotel- und Systemgastronomiemanagements vermittelt. Das Gastgewerbe wird in seiner Struktur und Einordnung in die Tourismusbranche vorgestellt. Die spezifischen Kosten-strukturen und die damit verbundene Budgetierung werden analysiert. Das für Gäste immer wichtiger werdende Umweltverhalten von Hotels wird genauso thematisiert wie grundlegende rechtliche Fragestellungen.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Gastgewerbliche Unternehmen im wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Umfeld • Einordnung des Gastgewerbes in das System Tourismus • Typologisierung des Angebots und der Nachfrage in der Hotellerie und Systemgastronomie • Grundzüge und Besonderheiten der Systemgastronomie • Internationale Hotel und Gastronomiemärkte im Vergleich • Hotelimmobilien • Nationale und internationale Hotel-/ Gastroverbände • Umweltorientiertes Handeln im Hotel- und Gastgewerbe, internationale Umweltprojekte, • Nationales Branchenrecht • Geschäftsbedingungen • Kostenarten und Kostenstellen • Methoden der Preisfindung • Deckungsbeiträge und Break Even • Kennzahlen der Hotellerie/Systemgastronomie • Teil- und Gesamtkostenbetrachtung einzelner Abteilungen und des gesamten Betriebs 	
Stellung des Moduls im Studiengang			
Einstiegsmodul für die Spezialisierung Hotel- & Gastronomiemangement, um grundlegende betriebswirtschaftliche Kenntnisse auf den Bereich Hotel- und Systemgastronomiemangement zu übertragen. Weitere Module der Spezialisierung bauen darauf auf.			
Lernziele			
Fachkompetenz	Die Studierenden sollen über Grundkenntnisse des Hotelmanagements verfügen und die grundlegenden Unterschiede zwischen der Betriebswirtschaftslehre und den Besonderheiten der Hotelbranche kennen und erläutern können.		
Transferkompetenz	Die Studierenden sollen in der Lage sein, allgemeine betriebswirtschaftliche und rechtliche Kenntnisse auf Hotels und Gastronomiebetriebe zu übertragen.		
Methoden- und Sozialkompetenz:	Erkennen und Lösen ausgewählter Entscheidungssituationen in der Hotelbranche.		
Methodische Umsetzung:	Lehrgespräch, Diskussion, Fallstudien		

Lernmaterialien, Literaturangaben:

- Henschel, U. (2018): Hotelmanagement (5. Auflage), München: De Gruyter Oldenbourg.
- Freyer, W. (2015), Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie (11. Auflage), München: De Gruyter Oldenbourg.
- Hänssler, K. H. (2016): Management in der Hotellerie und Gastronomie (9. Auflage), München: De Gruyter Oldenbourg.
- Krödel, C. / Letzner, C. (2017): Fachrechnen in der Systemgastronomie (4. Auflage), Norderstedt: Books on Demand.
- Haase, J. / Hayner, D. (2019): Systemgastronomie-Kompetent in Ausbildung und Beruf (2.Auflage), Hamburg: Verlag Handwerk und Technik
- Gardini, M. (2010): Grundlagen der Hotellerie und des Hotelmanagements (1. Auflage), München: De Gruyter Oldenbourg.
- Hayes, D. / Ninemeier, J. (2016): Hotel Operations Management (3. Auflage), London: Pearson
- Musgrove, R./ et.al. (2016): Hotel Asset Management Principles and Practices (3. Auflage), Educational Institutioe of the American Hotel-Assac

Modulbereich Kernbereiche der Betriebswirtschaft und Branchenorientierung			
Modul:	Hotelmanagement & Systemgastronomie		Trimester
Teilbereich:	Branchenspezialisierung II: Marketing in der Hotellerie und Systemgastronomie		2
Verwendbarkeit:	Studiengänge: <ul style="list-style-type: none"> • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.) 		
Häufigkeit des Moduls:	jährlich		
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Spezialisierung I		
Prüfung:	Modulklausur	Art des Moduls:	Wahlpflichtfach
Kurzbeschreibung		Inhalte	
<p>Die Veranstaltung ist in einem Stil eines Seminars aufgebaut. Gegenstand ist die Vermittlung von Marketing-Grundlagen und Vertiefungen des Hotel- und Systemgastronomiebereichs. Dabei steht insbesondere das Marketing-Mix mit seinen spezifischen Anwendungen sowie das im Bereich der Hotellerie wachsende Bedeutung erlangende Social Media im Blickpunkt der Betrachtung.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Marketingpolitik der Hotellerie und Systemgastronomie • Marketing-Plan • Marketing-Mix in unterschiedlichen Segmenten und Ländern der Branche • Sales Management unterschiedlicher Betriebe der Branche • Vertriebswege einschließlich Reservierungs- und Buchungssysteme • Social Media • CI-Konzeptionen • Internationale Marketingkonzepte und -projekte • Herausforderung des internationalen Marketing • Kulturelle Berücksichtigung im internationalen Marketing 	
Stellung des Moduls im Studiengang			
Zentrales Modul im Rahmen der Spezialisierung Hotel- & Systemgastronomiemanagement, in dem es um die detaillierte Auseinandersetzung mit dem Marketing für Hotel- und Gastronomiebetriebe geht.			
Lernziele			
Fachkompetenz	Die Studierenden sollen die Besonderheiten des Marketings von Hotels und Systemgastronomiebetrieben kennen.		
Transferkompetenz	Die Studierenden sollen in der Lage sein, ihr neu erworbenes Wissen im Marketing auf die Situation der Partnerunternehmen zu übertragen.		
Methoden- und Sozialkompetenz:	Erkennen und Lösen ausgewählter Entscheidungssituationen in der Hotelbranche.		
Methodische Umsetzung:	Lehrgespräch, Diskussion, Fallstudien		
Lernmaterialien, Literaturangaben:			
<ul style="list-style-type: none"> • Henschel, U.K./ Gruner, A./ von Freyberg, B. (2018): Hotelmanagement (5. Auflage), München: De Gruyter Oldenburg. • Kotler, P./ Bliemel, F. (2005): Marketingmanagement: Analyse, Planung und Verwirklichung (10. Auflage), Hallbergmoos: Pearson. • Meffert, H./ Burmann, C./ Eisenbeiß, M./ Kirchgeorg, M. (2018): Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung (13. Auflage), Wiesbaden: Springer Gabler. • Nieschlag, R./ Dichtl, E./ Hörschgen, H. (2002): Marketing (19. Auflage), Berlin: Duncker & Humblot. • Gardini, M. (2014): Marketing-Management in der Hotellerie (3. Auflage), München: De Gruyter Oldenburg. • Kotler, P. / Bowen, J. (2016): Marketing for Hospitality and Tourism (7. Auflage), London: Pearson. 			

Modulbereich Kernbereiche der Betriebswirtschaft und Branchenorientierung						
Modul:		Hotelmanagement & Systemgastronomie			Trimester	
Teilbereich:		Branchenspezialisierung III: Tourismus- und Freizeitmanagement / Qualitätsmanagement			3	
ECTS:	8	Kontaktstunden:	100	Selbststudium:	140	
Verwendbarkeit:		Studiengänge: <ul style="list-style-type: none"> • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.) 				
Häufigkeit des Moduls:		jährlich	Modulverantwortlicher:		Prof. Dr. Nadine Chehimi	
Voraussetzungen für die Teilnahme:		Spezialisierung I & II				
Prüfung:		Seminararbeit	Art des Moduls:		Wahlpflichtfach	
Kurzbeschreibung			Inhalte			
<p>Gegenstand der Veranstaltung ist es, den Studierenden die Grundlagen des Tourismus- und Freizeitmanagements zu vermitteln.</p> <p>Den Studierenden werden Systeme, Methoden vermittelt, die helfen, Unternehmen im Gastgewerbe erfolgreich zu führen. So werden sie befähigt, gut geführte Betriebe zu erkennen und sich dort auch den Arbeitsplatz gemäß ihren Erkenntnissen zu gestalten. Die Mehrzahl der Unternehmer und Unternehmerinnen haben keine Management-Erfahrung, so dass sich für die Studierenden mit dem Thema QM ein weites Feld der Betätigung auf tun kann.</p>			<p>Tourismus</p> <ul style="list-style-type: none"> • Das System Tourismus • Tourismusökonomie und –politik • Tourismus- und Freizeitmärkte • Incoming/Outgoing Tourismus • Kongress- und Geschäftstourismus • Touristische Transportwesen • Reiseveranstalter und -mittler • Angebots- und Innovationsentwicklung • Destinationsmanagement <p>Qualitätsmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kunden- und Gästebefragung im Qualitätsmanagement • Reklamationsmanagement • Kontinuierlicher Verbesserungsprozess (KVP) 			
Stellung des Moduls im Studiengang						
Zentrales Modul im Rahmen der Spezialisierung Hotel- & Systemgastronomiemanagement, in dem es um die detaillierte Auseinandersetzung mit dem Tourismus- und Freizeitmarkt als Rahmen für das Hotelmanagement geht.						
Lernziele						
Fachkompetenz						
Transferkompetenz						
Methoden- und Sozialkompetenz:						
Methodische Umsetzung:						
Lernmaterialien, Literaturangaben:						
<ul style="list-style-type: none"> • Freyer, W. (2015): Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie (11. Auflage), München: De Gruyter Oldenbourg. • Klauser, M. (2010): Lenke was dein Unternehmen lenkt (1. Auflage), Frankfurt: Campus-Verlag. • Euchner, M./ von Freyberg, B./ Gruner, A. (2019), Gastronomie managen (1. Auflage), Stuttgart: Matthaes-Verlag. • Covey, S (2016): Die 4 Disziplinen der Umsetzung (1. Auflage), München: Redline-Verlag. • Grudda, A. (2012): Powerbriefing: Drei Minuten täglich für Ihr Team (2. Auflage), Stuttgart: Matthaes-Verlag. • Pook, A. (2006): Beschwerdemanagement als Methode der Qualitätssicherung in der Hotellerie – Grundlagen, Instrumente, Praxis, München: VDM Verlag Dr. Müller. • Weaver, D. / Lawton, L. (2006), Tourism Management (3. Auflage), New Jersey: John Wiley & Sons 						

4. Modulbereich Schwerpunkte der Betriebswirtschaft

Modulbereich Schwerpunkte der Betriebswirtschaft							
Modul:		Schwerpunkt				Trimester	
Teilbereich:		Automobilwirtschaft				7 + 8	
ECTS:	10	Kontaktstunden:	120	Selbststudium:	180	Sprache:	deutsch
Verwendbarkeit:		Studiengänge: • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.)					
Häufigkeit des Moduls:		jährlich	Modulverantwortlicher:		N.N.		
Voraussetzungen für die Teilnahme:							
Prüfung:		Modulklausur/ Seminararbeit	Art des Moduls:		Wahlpflichtfach		
Kurzbeschreibung			Inhalte				
<p>Nach der Behandlung elementarer betriebswirtschaftlicher Grundlagen erhalten die Studierenden einen vertiefenden Einblick in die Besonderheiten der Automobilwirtschaft, beginnend mit einer Einführung in die Automobilindustrie und Mobilitäts- und Automobilwirtschaft. Aufbauend werden Konzepte und Strategien im Automobilmarketing sowie Besonderheiten im Autohaus-Controlling und dem Management von Automobilhandelsgruppen behandelt. Neben den Rechtsgrundlagen des Automobilvertriebs werden auch Aspekte der Automobilkommunikation berücksichtigt.</p>			<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die nationale und internationale Automobilindustrie • Mobilitäts- und Automobilwirtschaft • Konzepte und Strategien im Automobilmarketing • Autohaus-Controlling • Management von internationalen Automobilhandelsgruppen • Automobiltechnik • Rechtsgrundlagen des Automobilvertriebs • Automobilpolitik • Internationale Automobilkommunikation 				
Stellung des Moduls im Studiengang							
Vertiefungsmodul zur Vermittlung automobilwirtschaftlicher Zusammenhänge und Einordnung der Automobilwirtschaft im gesamtwirtschaftlichen Kontext..							
Lernziele							
Fachkompetenz		Die Studierenden sollen die grundlegenden Begriffe und Besonderheiten der Automobilwirtschaft beherrschen und ein Verständnis für den Einsatz wirtschaftlicher Instrumente in der Automobilbranche entwickeln.					
Transferkompetenz		Die Studierenden sollen das erworbene Wissen und die gelehrt Methoden auf aktuelle Themen aus der Wirtschaft sowie im Kontext des jeweiligen Partnerunternehmens anwenden können.					
Methoden- und Sozialkompetenz:		Erkennen und Lösen ausgewählter betriebswirtschaftlicher Entscheidungssituationen im Kontext zur Automobilwirtschaft.					
Methodische Umsetzung:		Lehrgespräch mit Fallbeispielen					
Lernmaterialien, Literaturangaben:							
<ul style="list-style-type: none"> • Diehlmann, J., Häcker, J., (2012): Automobilmanagement (2. Auflage), München: Wissenschaftsverlag GmbH. • Diez, W., Reindl, S., Brachat, H. (2016): Grundlagen der Automobilwirtschaft (6. Auflage), München: Springer Fachmedien. • Ebel, B., Hofer, M. B. (2014): Automotive Management (2. Auflage), Berlin: Springer. • Proff, H., Proff, H. (2012): Dynamisches Automobilmanagement (2. Auflage), Wiesbaden: Springer-Gabler. 							

Modulbereich Schwerpunkte der Betriebswirtschaft						
Modul:		Schwerpunkt			Trimester	
Teilbereich:		Gesundheit, Pflege und Soziales			7 + 8	
ECTS:	10	Kontaktstunden:	120	Selbststudium:	180	
Verwendbarkeit:		Studiengänge:				
		<ul style="list-style-type: none"> • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.) 				
Häufigkeit des Moduls:		jährlich	Modulverantwortlicher:		N.N.	
Voraussetzungen für die Teilnahme:						
Prüfung:		Modulklausur/ Seminararbeit	Art des Moduls:		Wahlpflichtfach	
Kurzbeschreibung			Inhalte			
<p>Nach der Behandlung betriebswirtschaftlicher Grundlagen erhalten die Studierenden einen Einblick in das Pflege- und Gesundheitsmanagement, Sozial- und Krankenhausmanagement. Aufbauend werden Aspekte des betrieblichen Gesundheitsmanagements behandelt und das strategische Management in der gesamten Gesundheitsbranche. Krankenhaus- sowie Gesundheits- und Sozialrecht runden den Blick in das Gesundheits- und Pflegemanagement ab. Die Studierenden lernen Besonderheiten des Medizincontrollings und Grundlagen der gesundheitlichen Versorgung sowie theoretische Grundlagen der pflegerischen Betreuung.</p>			<ul style="list-style-type: none"> • Pflegemanagement • Gesundheitsmanagement • Health Care Management • Sozialmanagement • Gesundheitspolitik • Krankenhausmanagement • Betriebliches Gesundheitsmanagement • Strategisches Management in der Gesundheitsbranche • Krankenhausrecht • Gesundheits- und Sozialrecht • Medizincontrolling • Gesundheitliche Versorgung und pflegerische Betreuung • Sozial- und kultursensible Pflege 			
Stellung des Moduls im Studiengang						
Vertiefungsmodul zur Vermittlung wirtschaftlicher Zusammenhänge und Besonderheiten des Gesundheits- und Pflegemanagements und Einordnung im gesamtwirtschaftlichen Kontext.						
Lernziele						
Fachkompetenz		Die Studierenden sollen grundlegende Begriffe und Besonderheiten des Gesundheits- und Pflegemanagements beherrschen und ein Verständnis für Gesundheitsökonomie entwickeln.				
Transferkompetenz		Die Studierenden sollen das erworbene Wissen und die gelehrt Methoden auf aktuelle Themen aus der Wirtschaft sowie im Kontext des jeweiligen Partnerunternehmens anwenden können.				
Methoden- und Sozialkompetenz:		Erkennen und Lösen ausgewählter betriebswirtschaftlicher Entscheidungssituationen im gesundheitsökonomischen Kontext.				
Methodische Umsetzung:		Lehrgespräch mit Fallbeispielen				
Lernmaterialien, Literaturangaben:						
<ul style="list-style-type: none"> • Conzen, C./ Freund, J./ Overlander, G. (2016): Pflegemanagement Heute (2. Auflage), München: Urban & Fischer. • Pfannstiel, M. A./ Mehlich, H. (2016): Betriebliches Gesundheitsmanagement (1. Auflage), Wiesbaden: Springer Gabler. • Prölß, J./ Lux, V./ Bechtel, P. (2019): Pflegemanagement (1. Auflage), Berlin: MWV. 						

Modulbereich Schwerpunkte der Betriebswirtschaft						
Modul:		Schwerpunkt			Trimester	
Teilbereich:		Sportmanagement			7 + 8	
ECTS:	10	Kontaktstunden:	120	Selbststudium:	180	
Verwendbarkeit:		Studiengänge: • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.)				
Häufigkeit des Moduls:		jährlich	Modulverantwortlicher:		N.N.	
Voraussetzungen für die Teilnahme:						
Prüfung:		Modulklausur/ Seminararbeit	Art des Moduls:		Wahlpflichtfach	
Kurzbeschreibung			Inhalte			
<p>Nach der Behandlung betriebswirtschaftlicher Grundlagen erhalten die Studierenden einen Einblick in die unterschiedlichen Bereiche des Sportmanagements. Aspekte des Sportrechts werden ebenso behandelt wie die Strategien des digitalen Sportmarketings und Sporteventmanagements. Ferner finden Bedeutung und Einsatz von Methoden und Instrumenten des Sportmedienmanagements und Sponsoringmanagement Berücksichtigung. Abgerundet wird das Modul mit Besonderheiten des Sportcontrollings und Aspekten der Sportpsychologie. Abschließend wird die Verwendung sportlicher Erfolge in sportlichen Institutionen diskutiert. Abschließend wird das Sportmanagement im internationalen Kontext eingeordnet.</p>			<ul style="list-style-type: none"> • Differenzierung des Sportmarktes • Produktion und Verwertung sportlichen Erfolgs in sportlichen Institutionen • Sportpsychologie • Sportrecht • Digitales Sportmarketing • Sponsoringmanagement • Sportmedienmanagement • Sporteventmanagement • Markenmanagement • Sportcontrolling • Internationales Sportmanagement • Sport- und Tourismuswirtschaft 			
Stellung des Moduls im Studiengang						
Vertiefungsmodul zur Vermittlung wirtschaftlicher Zusammenhänge und Besonderheiten des Sportmanagements und Einordnung im gesamtwirtschaftlichen Kontext.						
Lernziele						
Fachkompetenz		Die Studierenden sollen grundlegende Begriffe des Sportmanagements beherrschen und ein Verständnis für den Einsatz von Strategien und Methoden des Sportmanagements entwickeln.				
Transferkompetenz		Die Studierenden sollen das erworbene Wissen und die gelehrt Methoden auf aktuelle Themen aus der Wirtschaft sowie im Kontext des jeweiligen Partnerunternehmens anwenden können.				
Methoden- und Sozialkompetenz:		Erkennen und Lösen ausgewählter betriebswirtschaftlicher Entscheidungssituationen im Kontext des Sportmanagements.				
Methodische Umsetzung:		Lehrgespräch mit Fallbeispielen				
Lernmaterialien, Literaturangaben:						
<ul style="list-style-type: none"> • Galli, A./ Gömmel, R., Holzhäuser, W./ Straub, W., Elter, V. (2012): Sportmanagement (2. Auflage), München: Vahlen. • Quirling, C./ Kainz, F./ Haupt, T. (2017): Sportmanagement (1. Auflage), München: Vahlen. • Schütte, N. (2016): Grundwissen Sportmanagement (1. Auflage), Konstanz: UVK. 						

Modulbereich Schwerpunkte der Betriebswirtschaft							
Modul:		Schwerpunkt				Trimester	
Teilbereich:		Immobilienwirtschaft				7 + 8	
ECTS:	10	Kontaktstunden:	120	Selbststudium:	180	Sprache:	deutsch
Verwendbarkeit:		Studiengänge: <ul style="list-style-type: none"> Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.) 					
Häufigkeit des Moduls:		jährlich		Modulverantwortlicher:		N.N.	
Voraussetzungen für die Teilnahme:							
Prüfung:		Modulklausur/ Seminararbeit		Art des Moduls:		Wahlpflichtfach	
Kurzbeschreibung				Inhalte			
<p>Nach der Behandlung betriebswirtschaftlicher Grundlagen erhalten die Studierenden einen Einblick in die unterschiedlichen Methoden der Immobilienbewertung und Bedeutung von Immobilien als Assetklasse im Portfolio- und Risikomanagement. Grundlagen der Bautechnik werden behandelt und mit architektonischen und baurechtlichen Grundlagen ergänzt. Die Grundlagen aus Wirtschaftsmathematik werden um Immobilienfinanzierungsformen erweitert. Besonderheiten des Immobilienrechts und Vertragsmanagement finden in diesem Modul ebenso Berücksichtigung. Abschließend werden Strategien des Immobilienmarketings sowie die Bewirtschaftung und Vermarktung von Wohn- und Gewerbeimmobilien diskutiert.</p>				<ul style="list-style-type: none"> Immobilienbewertung Portfolio- und Risikomanagement Bautechnik Immobilienrecht Bewirtschaftung und Vermarktung von Wohn- und Gewerbeimmobilien Strategisches Immobilienmarketing Internationales Immobilienmanagement Immobilienfinanzierung Architektonische und baurechtliche Grundlagen Vertragsmanagement 			
Stellung des Moduls im Studiengang							
Vertiefungsmodul zur Vermittlung immobilienwirtschaftlicher Zusammenhänge und Einordnung der Immobilienwirtschaft im gesamtwirtschaftlichen Kontext.							
Lernziele							
Fachkompetenz		Die Studierenden sollen grundlegende Begriffe der Immobilienwirtschaft beherrschen und ein Verständnis für den Einsatz immobilienwirtschaftlicher Strategien entwickeln.					
Transferkompetenz		Die Studierenden sollen das erworbene Wissen und die gelehrt Methoden auf aktuelle Themen aus der Wirtschaft sowie im Kontext des jeweiligen Partnerunternehmens anwenden können.					
Methoden- und Sozialkompetenz:		Erkennen und Lösen ausgewählter betriebswirtschaftlicher Entscheidungssituationen im immobilienwirtschaftlichen Kontext.					
Methodische Umsetzung:		Lehrgespräch mit Fallbeispielen; Erstellung eines Glossars					
Lernmaterialien, Literaturangaben:							
<ul style="list-style-type: none"> Brauer, K.-U. (2018): Grundlagen der Immobilienwirtschaft (10. Auflage), Wiesbaden: Springer Gabler. Murfeld, E. (2018): Spezielle Betriebswirtschaftslehre der Immobilienwirtschaft (8. Auflage), Freiburg: Haufe. Schmoll, F. (2015): Basiswissen Immobilienwirtschaft (3. Auflage), München: Vahlen. 							

Modulbereich Schwerpunkte der Betriebswirtschaft						
Modul:		Schwerpunkt			Trimester	
Teilbereich:		Digital Management			7 + 8	
ECTS:	10	Kontaktstunden:	120	Selbststudium:	180	
Verwendbarkeit:		Studiengänge: • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.)				
Häufigkeit des Moduls:		jährlich	Modulverantwortlicher:		N.N.	
Voraussetzungen für die Teilnahme:						
Prüfung:		Modulklausur/ Seminararbeit	Art des Moduls:		Wahlpflichtfach	
Kurzbeschreibung			Inhalte			
<p>Nach der Behandlung der betriebswirtschaftlichen Grundlagen erhalten die Studierenden einen vertiefenden Einblick in Grundlagen der digitalen Wirtschaft und digitale Geschäftsmodelle, sowie die digitale Transformation. Das Datenmanagement und die Analyse, Aspekte der Business Intelligence und eCommerce ergänzen den Schwerpunkt. Zudem werden Inhalte des digitalen Marketing und der digitaler Kommunikation erarbeitet. Abgerundet um Aspekte der IT-Sicherheit und Grundlagen zum IT-Recht.</p>			<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der digitalen Wirtschaft • Digitale Business Modelle • Digitale Transformation • Datenmanagement und Analyse • Business Intelligence • Digital Marketing und digale Kommunikation • Smart Data / Big Data • eCommerce • Content Management Systeme • Innovation und Design • IT-Sicherheit • IT-Recht 			
Stellung des Moduls im Studiengang						
Vertiefungsmodul zur Vermittlung digitaler Aspekte wirtschaftlicher Zusammenhänge und Einordnung des Digital Business im gesamtwirtschaftlichen Kontext.						
Lernziele						
Fachkompetenz		Die Studierenden sollen die grundlegenden Begriffe des Digital Business beherrschen und ein Verständnis für den Einsatz digitaler Instrumente im wirtschaftlichen Umfeld entwickeln.				
Transferkompetenz		Die Studierenden sollen das erworbene Wissen und die gelehrtten Methoden auf aktuelle Themen aus der Wirtschaft sowie im Kontext des jeweiligen Partnerunternehmens anwenden können.				
Methoden- und Sozialkompetenz:		Erkennen und Lösen ausgewählter betriebswirtschaftlicher Entscheidungssituationen im digitalen Kontext.				
Methodische Umsetzung:		Lehrgespräch mit Fallbeispielen; Erstellung eines Glossars				
Lernmaterialien, Literaturangaben:						
<ul style="list-style-type: none"> • Chaffey, D./ Hemphill, T./ Edmundson-Bird, D. (2019): Digital Business and E-Commerce Management (7. Auflage), Harlow (UK), Pearson Education Limited. • Hoffmeister, C. (2017): Digital Business Modelling (1. Auflage), München, Carl Hanser Verlag. • Kreutzer, R. T./ Neugebauer, T./ Pattloch, A./ (2016): Digital Business Leadership (1. Auflage), Wiesbaden, Springer Fachmedien. 						

Modulbereich Schwerpunkte der Betriebswirtschaft						
Modul:		Schwerpunkt			Trimester	
Teilbereich:		Human Resources			7 + 8	
ECTS:	10	Kontaktstunden:	120	Selbststudium:	180	
Verwendbarkeit:		Studiengänge: • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.)				
Häufigkeit des Moduls:		jährlich	Modulverantwortlicher:		N.N.	
Voraussetzungen für die Teilnahme:						
Prüfung:		Modulklausur/ Seminararbeit	Art des Moduls:		Wahlpflichtfach	
Kurzbeschreibung			Inhalte			
<p>Zunächst werden die betriebswirtschaftlichen Grundlagen des Personalmanagements erarbeitet. Die Behandlung von psychologischen Grundlagen werden um Führungs- und Motivationstheorien ergänzt und finden auch im Changemanagement ihre Berücksichtigung. Des Weiteren findet der Prozess des strategischen Personalmanagements beginnend mit der Personalbeschaffung und -auswahl bis hin zur Organisationsgestaltung und -entwicklung Berücksichtigung. Auch aktuelle Themen wie Employer Branding und Gesundheitsförderung werden im unternehmensspezifischen Kontext erörtert.</p>			<ul style="list-style-type: none"> • Führungs- und Motivationstheorien • Strategisches Personalmanagement • Personalbeschaffung und Personalauswahl • Personalmarketing und Recruiting • Talent Management • Personalentwicklung • Personalcontrolling • Vergütungsmodelle und Anreizsysteme • Changemanagement • Organisationsgestaltung und -entwicklung • Psychologische Grundlagen • Gesundheitsförderung 			
Stellung des Moduls im Studiengang						
Vertiefungsmodul zur Vermittlung personalwirtschaftlicher Zusammenhänge und Einordnung des Human Resource Managements im gesamtwirtschaftlichen Kontext.						
Lernziele						
Fachkompetenz		Die Studierenden sollen die grundlegenden Begriffe des Human Resource Managements beherrschen und ein Verständnis für den Einsatz personalwirtschaftlicher Methoden und Strategien entwickeln.				
Transferkompetenz		Die Studierenden sollen das erworbene Wissen und die gelehrteten Methoden auf aktuelle Themen aus der Wirtschaft sowie im Kontext des jeweiligen Partnerunternehmens anwenden können.				
Methoden- und Sozialkompetenz:		Erkennen und Lösen ausgewählter betriebswirtschaftlicher Entscheidungssituationen im personalwirtschaftlichen Kontext.				
Methodische Umsetzung:		Lehrgespräch mit Fallbeispielen; Erstellung eines Glossars				
Lernmaterialien, Literaturangaben:						
<ul style="list-style-type: none"> • Bartscher, T./ Nissen, R./ (2017): Personalmanagement (2. Auflage), Hallbergmoos, Pearson Deutschland GmbH. • Rowold, J. (2015): Human Resource Management (2. Auflage), Berlin, Springer-Verlag. 						

Modulbereich Schwerpunkte der Betriebswirtschaft							
Modul:		Schwerpunkt				Trimester	
Teilbereich:		Food und Beverage				7 + 8	
ECTS:	10	Kontaktstunden:	120	Selbststudium:	180	Sprache:	deutsch
Verwendbarkeit:		Studiengänge: • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.)					
Häufigkeit des Moduls:		jährlich		Modulverantwortlicher:		N.N.	
Voraussetzungen für die Teilnahme:							
Prüfung:		Modulklausur/ Seminararbeit		Art des Moduls:		Wahlpflichtfach	
Kurzbeschreibung				Inhalte			
<p>Nach der Behandlung der betriebswirtschaftlichen Grundlagen erhalten die Studierenden einen vertiefenden Einblick in Warengruppen und Warenkunde, sowie Qualitätssicherung in der Lebensmittelbranche. Neben Grundlagen in Kultur- und Ernährungswissenschaften, werden Inhalte der Lebensmitteltechnologie und Lebensmittelhygiene erarbeitet, sowie rechtliche Grundlagen in der Lebensmittelbranche. Auch Aspekte des Verbraucherschutzes und Strategien im Food- & Beverage-Managements werden berücksichtigt. Ebenso werden aktuelle Trends wie Nachhaltigkeit und Farm-to-Table-Prozesse behandelt.</p>				<ul style="list-style-type: none"> • Kultur- und Ernährungswissenschaft Warengruppen und Warenkunde • Qualitätssicherung in der Lebensmittelbranche • Wertschöpfungskette in der Lebensmittelbranche • Strategien im Food- & Beverage-Management • Konzepte der Agrar- und Ernährungspolitik • Nachhaltigkeit • Formen der Gastronomie und Gastronomiemanagement • Lebensmitteltechnologie • Lebensmittelhygiene • Verbraucherschutz • Rechtliche Grundlagen in der Lebensmittelbranche • Farm-to-Table-Prozess • Besonderheiten internationale F&B Märkte 			
Stellung des Moduls im Studiengang							
Vertiefungsmodul zur Vermittlung strategischer Aspekte wirtschaftlicher Zusammenhänge und Einordnung des Food- & Beverage-Managements im gesamtwirtschaftlichen Kontext.							
Lernziele							
Fachkompetenz		Die Studierenden sollen die grundlegenden Begriffe des Food- & Beverage-Managements beherrschen und ein Verständnis für den Einsatz wirtschaftlicher Instrumente in der Lebensmittelbranche und dem Umfeld entwickeln.					
Transferkompetenz		Die Studierenden sollen das erworbene Wissen und die gelehrt Methoden auf aktuelle Themen aus der Wirtschaft sowie im Kontext des jeweiligen Partnerunternehmens anwenden können.					
Methoden- und Sozialkompetenz:		Erkennen und Lösen ausgewählter betriebswirtschaftlicher Entscheidungssituationen im Food- & Beverage-Kontext.					
Methodische Umsetzung:		Lehrgespräch mit Fallbeispielen; Erstellung eines Glossars					
Lernmaterialien, Literaturangaben:							
<ul style="list-style-type: none"> • Au, S. (2014): Multisensorisches Marketing in der Lebensmittelbranche (1. Auflage), Hamburg, Igel Verlag RWS. • Wördenweber, M. (2017): Nachhaltigkeitsmanagement (1. Auflage), Stuttgart, Schäffer-Poeschel. • Köhn, C. (2012): Food & Beverage Controlling: Aufwand und Nutzen in Klein- und Kleinstbetrieben, Norderstedt: Grin Verlag GmbH. 							

Modulbereich Schwerpunkte der Betriebswirtschaft							
Modul:		Schwerpunkt				Trimester	
Teilbereich:		Steuern und Prüfungswesen				7 + 8	
ECTS:	10	Kontaktstunden:	120	Selbststudium:	180	Sprache:	deutsch
Verwendbarkeit:		Studiengänge: • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.)					
Häufigkeit des Moduls:		jährlich		Modulverantwortlicher:		N.N.	
Voraussetzungen für die Teilnahme:							
Prüfung:		Modulklausur/ Seminararbeit		Art des Moduls:		Wahlpflichtfach	
Kurzbeschreibung				Inhalte			
<p>Nach der Behandlung der betriebswirtschaftlichen Grundlagen erhalten die Studierenden einen vertiefenden Einblick in Besteuerung von Personen- und Kapitalgesellschaften. Neben dem internationalen Steuerrecht werden auch Grundlagen der internationalen Rechnungslegung wie IFRS/ IAS und US-GAAP behandelt. Auch die Bedeutung der Rechtsformwahl und die unternehmerische Bedeutung der Unternehmensnachfolge finden Berücksichtigung. Um auch dem Prüfungsaspekt gerecht zu werden, werden Unternehmensanalysen und Unternehmensbewertungen sowie bilanzsteuerrechtliche Grundlagen erarbeitet.</p>				<ul style="list-style-type: none"> • Rechtsformwahl und Umwandlungssteuerrecht • Besteuerung von Personen- und Kapitalgesellschaften • Internationales Steuerrecht und internationale Rechnungslegung • Internationale Steuerplanung und Verrechnungspreise • Steuerverfahrensrecht und Steuerstrafrecht • Erbschaftssteuer und Erbrecht • Unternehmensnachfolge • Bilanzsteuerrecht • Umsatzsteuer • Unternehmensanalyse und -bewertung • Unternehmensfinanzierung • Vertiefung Bilanzierung • IT Audit 			
Stellung des Moduls im Studiengang							
Vertiefungsmodul zur Vermittlung steuerrelevanter Aspekte wirtschaftlicher Zusammenhänge und Einordnung des Prüfungswesens im gesamtwirtschaftlichen Kontext.							
Lernziele							
Fachkompetenz		Die Studierenden sollen die grundlegenden Begriffe des Steuer- und Prüfungswesens beherrschen und ein Verständnis für den Einsatz steuerpolitischer Instrumente im gesamtwirtschaftlichen Umfeld entwickeln.					
Transferkompetenz		Die Studierenden sollen das erworbene Wissen und die gelehrt Methoden auf aktuelle Themen aus der Wirtschaft sowie im Kontext des jeweiligen Partnerunternehmens anwenden können.					
Methoden- und Sozialkompetenz:		Erkennen und Lösen ausgewählter betriebswirtschaftlicher Entscheidungssituationen im gesamtwirtschaftlichen Kontext.					
Methodische Umsetzung:		Lehrgespräch mit Fallbeispielen; Erstellung eines Glossars					
Lernmaterialien, Literaturangaben:							
<ul style="list-style-type: none"> • Goldwein, A. (2018): Leitfaden für Investmentstrategie, Steuerstrategie & steueroptimierte Rechtsformwahl (1. Auflage), Monheim am Rhein, M&E Books Verlag GmbH. • Grefe, C. (2017): Unternehmenssteuern (20. Auflage), Herne, NWB Verlag GmbH & Co. KG. • Hoffjan, A. (2009): Internationales Controlling, Stuttgart: Schäffer-Poeschel-Verlag. • Marten, K.-U./ Quick, R./ Ruhnke, K. (2015): Wirtschaftsprüfung (5. Auflage), Stuttgart, Schäffer-Poeschel. 							

Modulbereich Schwerpunkte der Betriebswirtschaft							
Modul:		Schwerpunkt				Trimester	
Teilbereich:		Internationales Marketing und Media Management				7 + 8	
ECTS:	10	Kontaktstunden:	120	Selbststudium:	180	Sprache:	deutsch
Verwendbarkeit:		Studiengänge: • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.)					
Häufigkeit des Moduls:		jährlich		Modulverantwortlicher:		N.N.	
Voraussetzungen für die Teilnahme:							
Prüfung:		Modulklausur/ Seminararbeit		Art des Moduls:		Wahlpflichtfach	
Kurzbeschreibung				Inhalte			
<p>Nach der Behandlung der betriebswirtschaftlichen Grundlagen erhalten die Studierenden einen vertiefenden Einblick in Marktforschung, Medienpsychologie und Grundlagen in Medien- und Kommunikationswissenschaften, um die erlernten Inhalte in den verschiedenen Medienformaten wiederzuerkennen. Des Weiteren werden Aspekte zu Markenkommunikation, internationalem Marketing und internationalem Management erarbeitet. Der Einblick in Kulturwissenschaften und in die multikulturelle Marketing Kommunikation ergänzen den Schwerpunkt ebenso wie Grundlagen in Medienrecht.</p>				<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen Medien- und Kommunikationswissenschaften • Medienformate • Printmedien • Audio-visuelle Medien • Digitale Medien • Crossmediamanagement • Marktforschung • Medienpsychologie • Augmented, mixed und virtual Reality • Int. Markenkommunikation • Strategisches Marketing • Internationales Marketing • Internationales Management • Kulturwissenschaften und interkulturelle Kompetenz • Multikulturelle Marketing Kommunikation • Konsum- und Investitionsgütermarketing • Medienrecht 			
Stellung des Moduls im Studiengang							
Vertiefungsmodul zur Vermittlung wirtschaftlicher Zusammenhänge und Einordnung des Internationales Marketing und Media Management im gesamtwirtschaftlichen Kontext.							
Lernziele							
Fachkompetenz		Die Studierenden sollen die grundlegenden Begriffe des Internationalen Marketing und Media Management beherrschen und ein Verständnis für den Einsatz von (internationalen) Marketing-Instrumenten im wirtschaftlichen Umfeld entwickeln.					
Transferkompetenz		Die Studierenden sollen das erworbene Wissen und die gelehrt Methoden auf aktuelle Themen aus der Wirtschaft sowie im Kontext des jeweiligen Partnerunternehmens anwenden können.					
Methoden- und Sozialkompetenz:		Erkennen und Lösen ausgewählter betriebswirtschaftlicher Entscheidungssituationen im Kontext des Internationalen Marketing und Media Management.					
Methodische Umsetzung:		Lehrgespräch mit Fallbeispielen; Erstellung eines Glossars					
Lernmaterialien, Literaturangaben:							
<ul style="list-style-type: none"> • Berndt, R./ Fantapié Altobelli, C./ Sander, M. (2016): Internationales Marketing-Management (5. Auflage), Berlin, Springer-Verlag. • Ermer, B./ Weinländer, M. (2017): Internationales Marketing (1. Auflage), Erlangen, Publicis Pixelpark. • Kochhan, C./ Moutchnik, A. (2018): Media Management (1. Auflage), Wiesbaden, Springer Fachmedien. 							

Modulbereich Schwerpunkte der Betriebswirtschaft							
Modul:		Schwerpunkt				Trimester	
Teilbereich:		Steuern und Prüfungswesen				7 + 8	
ECTS:	10	Kontaktstunden:	120	Selbststudium:	180	Sprache:	deutsch
Verwendbarkeit:		Studiengänge: • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.)					
Häufigkeit des Moduls:		jährlich		Modulverantwortlicher:		N.N.	
Voraussetzungen für die Teilnahme:							
Prüfung:		Modulklausur/ Seminararbeit		Art des Moduls:		Wahlpflichtfach	
Kurzbeschreibung				Inhalte			
<p>Nach der Behandlung der betriebswirtschaftlichen Grundlagen erhalten die Studierenden einen vertiefenden Einblick in Besteuerung von Personen- und Kapitalgesellschaften. Neben dem internationalen Steuerrecht werden auch Grundlagen der internationalen Rechnungslegung wie IFRS/ IAS und US-GAAP behandelt. Auch die Bedeutung der Rechtsformwahl und die unternehmerische Bedeutung der Unternehmensnachfolge finden Berücksichtigung. Um auch dem Prüfungsaspekt gerecht zu werden, werden Unternehmensanalysen und Unternehmensbewertungen sowie bilanzsteuerrechtliche Grundlagen erarbeitet.</p>				<ul style="list-style-type: none"> • Rechtsformwahl und Umwandlungssteuerrecht • Besteuerung von Personen- und Kapitalgesellschaften • Internationales Steuerrecht und internationale Rechnungslegung • Internationale Steuerplanung und Verrechnungspreise • Steuerverfahrensrecht und Steuerstrafrecht • Erbschaftssteuer und Erbrecht • Unternehmensnachfolge • Bilanzsteuerrecht • Umsatzsteuer • Unternehmensanalyse und -bewertung • Unternehmensfinanzierung • Vertiefung Bilanzierung • IT Audit 			
Stellung des Moduls im Studiengang							
Vertiefungsmodul zur Vermittlung steuerrelevanter Aspekte wirtschaftlicher Zusammenhänge und Einordnung des Prüfungswesens im gesamtwirtschaftlichen Kontext.							
Lernziele							
Fachkompetenz		Die Studierenden sollen die grundlegenden Begriffe des Steuer- und Prüfungswesens beherrschen und ein Verständnis für den Einsatz steuerpolitischer Instrumente im gesamtwirtschaftlichen Umfeld entwickeln.					
Transferkompetenz		Die Studierenden sollen das erworbene Wissen und die gelehrt Methoden auf aktuelle Themen aus der Wirtschaft sowie im Kontext des jeweiligen Partnerunternehmens anwenden können.					
Methoden- und Sozialkompetenz:		Erkennen und Lösen ausgewählter betriebswirtschaftlicher Entscheidungssituationen im gesamtwirtschaftlichen Kontext.					
Methodische Umsetzung:		Lehrgespräch mit Fallbeispielen; Erstellung eines Glossars					
Lernmaterialien, Literaturangaben:							
<ul style="list-style-type: none"> • Goldwein, A. (2018): Leitfaden für Investmentstrategie, Steuerstrategie & steueroptimierte Rechtsformwahl (1. Auflage), Monheim am Rhein, M&E Books Verlag GmbH. • Grefe, C. (2017): Unternehmenssteuern (20. Auflage), Herne, NWB Verlag GmbH & Co. KG. • Hoffjan, A. (2009): Internationales Controlling, Stuttgart: Schäffer-Poeschel-Verlag. • Marten, K.-U./ Quick, R./ Ruhnke, K. (2015): Wirtschaftsprüfung (5. Auflage), Stuttgart, Schäffer-Poeschel. 							

Modulbereich Schwerpunkte der Betriebswirtschaft						
Modul:		Schwerpunkt			Trimester	
Teilbereich:		Versicherungswirtschaft			7 + 8	
ECTS:	10	Kontaktstunden:	120	Selbststudium:	180	
Verwendbarkeit:		Studiengänge: • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.)				
Häufigkeit des Moduls:		jährlich	Modulverantwortlicher:		N.N.	
Voraussetzungen für die Teilnahme:						
Prüfung:		Modulklausur/ Seminararbeit	Art des Moduls:		Wahlpflichtfach	
Kurzbeschreibung			Inhalte			
<p>Nach der Behandlung der betriebswirtschaftlichen Grundlagen erhalten die Studierenden einen vertiefenden Einblick in die verschiedenen Versicherungsarten, betriebliches Altersvorsorgemanagement, das internationale Versicherungswesen und versicherungsmanagement. Zum Gesamtverständnis werden die Geld-, Währungs- und Finanzmärkte sowie Grundlagen des Assetmanagements behandelt. Des Weiteren werden Aspekte des Risikomanagements und die Rolle der Rückversicherung erarbeitet. Abschließend finden auch die Versicherungsaufsicht und Tarifgestaltung und -kalkulation Berücksichtigung.</p>			<ul style="list-style-type: none"> • Versicherungsarten • Personenversicherungen • Sachversicherungen • Lebens- und Risikoversicherungen • Rentenversicherung • Industrie- und Gewerbeversicherung • Altersvorsorgemanagement • Internationales Versicherungswesen • Assetmanagement • Versicherungsmanagement • Risikomanagement • Tarifgestaltung und -kalkulation • Rückversicherung • Geld-, Währungs- und Finanzmärkte • Versicherungsaufsicht 			
Stellung des Moduls im Studiengang						
Vertiefungsmodul zur Vermittlung versicherungswirtschaftlicher Aspekte und Einordnung der Versicherungswirtschaft im gesamtwirtschaftlichen Kontext.						
Lernziele						
Fachkompetenz		Die Studierenden sollen die grundlegenden Begriffe der Versicherungswirtschaft beherrschen und ein Verständnis für den Einsatz entsprechender Instrumente im versicherungswirtschaftlichen Umfeld entwickeln.				
Transferkompetenz		Die Studierenden sollen das erworbene Wissen und die gelehrt Methoden auf aktuelle Themen aus der Wirtschaft sowie im Kontext des jeweiligen Partnerunternehmens anwenden können.				
Methoden- und Sozialkompetenz:		Erkennen und Lösen ausgewählter betriebswirtschaftlicher Entscheidungssituationen im versicherungswirtschaftlichen Kontext.				
Methodische Umsetzung:		Lehrgespräch mit Fallbeispielen; Erstellung eines Glossars				
Lernmaterialien, Literaturangaben:						
<ul style="list-style-type: none"> • Koch, P. (2013): Versicherungswirtschaft (7. Auflage), Karlsruhe, Verlag Versicherungswirtschaft GmbH. • Nguyen, T./ Romeike, F./ (2012): Versicherungswirtschaftslehre (1. Auflage), Wiesbaden, Springer Gabler. • Richter, A./ (2018): Moderne Verhaltensökonomie in der Versicherungswirtschaft (1. Auflage), Wiesbaden, Springer Gabler. 						

Modulbereich Schwerpunkte der Betriebswirtschaft							
Modul:		Schwerpunkt				Trimester	
Teilbereich:		Controlling und Consulting				7 + 8	
ECTS:	10	Kontaktstunden:	120	Selbststudium:	180	Sprache:	deutsch
Verwendbarkeit:		Studiengänge: • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.)					
Häufigkeit des Moduls:		jährlich	Modulverantwortlicher:		N.N.		
Voraussetzungen für die Teilnahme:							
Prüfung:		Modulklausur/ Seminararbeit		Art des Moduls:		Wahlpflichtfach	
Kurzbeschreibung				Inhalte			
<p>Nach der Behandlung der betriebswirtschaftlichen Grundlagen erhalten die Studierenden einen vertiefenden Einblick in den Aufbau und Inhalte betrieblicher Informationssysteme. Die Prinzipien des Prozessmanagements, der Strategieentwicklung und -umsetzung und die Besonderheiten des Innovationsmanagements werden anschließend erläutert. Vor dem Hintergrund dieser Inhalte erfolgt der Ausbau eines vorhandenen (operativen) Controllingsystems zu einem ganzheitlichen System, welches auch dazu geeignet ist, die Herausforderungen globalisierter Märkte zu bewältigen.</p> <p>Die wesentlichen Player des Consultingmarkts und deren Beratungsansätze werden abschließend vorgestellt. Die Problematik der Umsetzung der empfohlenen Strategien schließt diesen Teilbereich der Veranstaltung.</p>				<ul style="list-style-type: none"> • Informationssysteme im Unternehmen <ul style="list-style-type: none"> • Möglichkeiten zur Harmonisierung von internem und externem Rechnungswesen • ERP- und CRM-Systeme • Controllingssysteme • RMS und IKS • Business Development und Strategieumsetzung • Ausbau des operativen Controllingsystems zu einem ganzheitlichen System <ul style="list-style-type: none"> • Integration externer und qualitativer Elemente • Entwicklung eines wertorientierten Systems unter Berücksichtigung internationaler Rechnungslegungsnormen • Herausforderungen an das Beteiligungscontrolling • Besonderheiten des internationalen Steuerrechts Inhouse-Consulting • Formen des Inhouse Consulting • Beratung und Implementierung • Akzeptanz im Unternehmen • Kostenaspekte • Prozesssteuerung -Besonderheiten- 			
Stellung des Moduls im Studiengang							
Vertiefungsmodul zur Vermittlung controllingrelevanter Aspekte wirtschaftlicher Zusammenhänge und Einordnung des Controllings und Consultings im gesamtwirtschaftlichen Kontext.							
Lernziele							
Fachkompetenz		Die Studierenden sollen die grundlegenden Begriffe des Controlling und Consultings beherrschen und ein Verständnis für den Einsatz von Controlling Instrumenten im internationalen unternehmerischen Umfeld zu entwickeln.					
Transferkompetenz		Die Studierenden sollen das erworbene Wissen und die gelehnten Methoden auf aktuelle Themen aus der Wirtschaft sowie im Kontext des jeweiligen Partnerunternehmens anwenden können.					
Methoden- und Sozialkompetenz:		Erkennen und Lösen ausgewählter betriebswirtschaftlicher Entscheidungssituationen im Kontext des Controlling und Consultings.					
Methodische Umsetzung:		Lehrgespräch mit Fallbeispielen; Erstellung eines Glossars					
Lernmaterialien, Literaturangaben:							
<ul style="list-style-type: none"> • Britzelmaier, B./ (2017): Controlling (2. Auflage), Hallbergmoos, Pearson Deutschland GmbH. • Horváth, P./ Gleich, R./ Seiter, M., (2015): Controlling (13. Auflage), München, Verlag Franz Vahlen. • Krings, U. (2012): Controlling als Inhouse-Consulting (1. Auflage), Wiesbaden, Springer Fachmedien. 							

Modulbereich Schwerpunkte der Betriebswirtschaft						
Modul:		Schwerpunkt			Trimester	
Teilbereich:		Öffentliche Wirtschaft			7 + 8	
ECTS:	10	Kontaktstunden:	120	Selbststudium:	180	
Verwendbarkeit:		Studiengänge: • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.)				
Häufigkeit des Moduls:		jährlich	Modulverantwortlicher:		N.N.	
Voraussetzungen für die Teilnahme:						
Prüfung:		Modulklausur/ Seminararbeit	Art des Moduls:		Wahlpflichtfach	
Kurzbeschreibung			Inhalte			
<p>Nach der Behandlung der betriebswirtschaftlichen Grundlagen erhalten die Studierenden einen vertiefenden Einblick in die drei großen Bereiche Versorgungswirtschaft, Verwaltungswirtschaft und Wirtschaftsförderung der öffentlichen Wirtschaft. Neben der Rolle des Staates als Nachfrager werden auch rechtliche Grundlagen des Verfassungs-, Staats- und Europarechts sowie des Sozialrechts behandelt. Abgerundet durch öffentliches Finanzmanagement und die Betrachtung des Spannungsfeldes zwischen Wirtschaft und Politik werden auch aktuelle Themen wie New Public Management behandelt.</p>			<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und Rahmenbedingungen des Public Management • Versorgungswirtschaft • Verwaltungswirtschaft • Wirtschaftsförderung • Rolle des Staates als Nachfrager • Öffentlichen Handlungsfelder • Kommunalwirtschaft • Spannungsfeld Wirtschaft – Politik • Kommunales Personal- und Organisationsmanagement • Finanzmanagement • Öffentliche Finanzwirtschaft • Rechtsgrundlagen der öffentlichen Wirtschaftstätigkeit • Grundlagen Verfassungs-, Staats- und Europarecht • Sozialrecht • New Public Management 			
Stellung des Moduls im Studiengang						
Vertiefungsmodul zur Vermittlung wirtschaftlicher Aspekte in der öffentlichen Wirtschaft und Einordnung des im gesamtwirtschaftlichen Kontext.						
Lernziele						
Fachkompetenz		Die Studierenden sollen die grundlegenden Begriffe und Methoden der öffentlichen Wirtschaft beherrschen und ein Verständnis für den Einsatz entsprechender Instrumente im kommunalen Umfeld entwickeln.				
Transferkompetenz		Die Studierenden sollen das erworbene Wissen und die gelehrteten Methoden auf aktuelle Themen aus der Wirtschaft sowie im Kontext des jeweiligen Partnerunternehmens anwenden können.				
Methoden- und Sozialkompetenz:		Erkennen und Lösen ausgewählter betriebswirtschaftlicher Entscheidungssituationen im kommunalen Kontext.				
Methodische Umsetzung:		Lehrgespräch mit Fallbeispielen; Erstellung eines Glossars				
Lernmaterialien, Literaturangaben:						
<ul style="list-style-type: none"> • Barthel, T./ Eisner, S./ Ehlert, V./ Schubert, D., (2018): Public Management in Kommunen (1. Auflage), Hamburg, Maximilian Verlag. • Lamers, A. (2018): Public Management (8. Auflage), Wiesbaden, Springer Fachmedien. • Thom, N./ Ritz, A. (2017): Public Management (5. Auflage), Wiesbaden, Springer Fachmedien. 						

Modulbereich Schwerpunkte der Betriebswirtschaft						
Modul:		Schwerpunkt			Trimester	
Teilbereich:		Messe-, Kongress- und Eventmanagement			7 + 8	
ECTS:	10	Kontaktstunden:	120	Selbststudium:	180	
Verwendbarkeit:		Studiengänge: • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.)				
Häufigkeit des Moduls:		jährlich		Modulverantwortlicher:	N.N.	
Voraussetzungen für die Teilnahme:						
Prüfung:		Modulklausur/ Seminararbeit		Art des Moduls:	Wahlpflichtfach	
Kurzbeschreibung			Inhalte			
<p>Nach der Behandlung der betriebswirtschaftlichen Grundlagen erhalten die Studierenden einen vertiefenden Einblick in die Messe- und Kongressplanung, die Veranstaltungskonzeption sowie die Budgetplanung. Neben der Betrachtung der Dienstleister der Veranstaltungsbranche und des Dienstleistungsmanagements finden auch Aspekte der Veranstaltungstechnik und logistische Grundlagen Berücksichtigung. Auch Rhetorik und Präsentations- und Moderationsmethoden werden vertieft. Abschließend werden Aspekte des Teilnehmer- und Besuchermanagements, aber auch rechtliche Grundlagen im Veranstaltungswesen erarbeitet. Interkulturelle Kommunikation sowie virtuelle Event- und Messeauftritte runden den Schwerpunkt ab.</p>			<ul style="list-style-type: none"> • Messe- und Kongressorganisation • Internationale Veranstaltungskonzeption • Budgetplanung • Internationales Eventmarketing und –kommunikation • Veranstaltungsmanagement • Dienstleistungsmanagement • Dienstleister der Eventbranche • Logistische Grundlagen und Messebau • Veranstaltungstechnik • Teilnehmer- und Besuchermanagement • Tourismuswirtschaft • Präsentations- und Moderationsmethoden • Rhetorik • Interkulturelle Kommunikation • Virtuelle Event- und Messeauftritte <p>Recht im Veranstaltungswesen</p>			
Stellung des Moduls im Studiengang						
Vertiefungsmodul zur Vermittlung organisatorischer Aspekte wirtschaftlicher Zusammenhänge und Einordnung des Event-, Kongress- und Messemanagements im gesamtwirtschaftlichen Kontext.						
Lernziele						
Fachkompetenz		Die Studierenden sollen die grundlegenden Begriffe des Event-, Kongress- und Messemanagements beherrschen und ein Verständnis für den Einsatz entsprechender Instrumente im Veranstaltungsumfeld entwickeln.				
Transferkompetenz		Die Studierenden sollen das erworbene Wissen und die gelehrteten Methoden auf aktuelle Themen aus der Wirtschaft sowie im Kontext des jeweiligen Partnerunternehmens anwenden können.				
Methoden- und Sozialkompetenz:		Erkennen und Lösen ausgewählter betriebswirtschaftlicher Entscheidungssituationen im Kontext des Event-, Kongress- und Messemanagements.				
Methodische Umsetzung:		Lehrgespräch mit Fallbeispielen; Erstellung eines Glossars				
Lernmaterialien, Literaturangaben:						
<ul style="list-style-type: none"> • Graeve, M. (2014): Events professionell managen (1. Auflage), Göttingen, BusinessVillage GmbH. • Jäger, D. (2018): Grundwissen Eventmanagement (3. Auflage), München, UVK Verlag. • Siekmeier, S. (2015): Professionelles Eventmanagement (1. Auflage), Göttingen, BusinessVillage GmbH. 						

Modulbereich Schwerpunkte der Betriebswirtschaft						
Modul:		Schwerpunkt			Trimester	
Teilbereich:		Vertriebsmanagement			7 + 8	
ECTS:	10	Kontaktstunden:	120	Selbststudium:	180	
Verwendbarkeit:		Studiengänge: • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.)				
Häufigkeit des Moduls:		jährlich	Modulverantwortlicher:		N.N.	
Voraussetzungen für die Teilnahme:						
Prüfung:		Modulklausur/ Seminararbeit	Art des Moduls:		Wahlpflichtfach	
Kurzbeschreibung			Inhalte			
<p>Nach der Behandlung der betriebswirtschaftlichen Grundlagen erhalten die Studierenden einen vertiefenden Einblick in Vertriebskonzepte, -planung und -controlling-instrumente. Preispolitik und Preisstrategien sowie Aspekte der Verkaufspsychologie werden ebenso behandelt wie die Bedeutung von Kundenbindung. Darüber hinaus werden die Themen Kundenbindung und -bindungsmanagement und vertriebsrechtliche Grundlagen betrachtet. Auch aktuelle Aspekte im B2B und B2C Umfeld wie die Bedeutung des CRM und eCRM werden erarbeitet.</p>			<ul style="list-style-type: none"> • Verhandlungsstrategien im Vertrieb • Vertriebskonzepte • Produktpolitik • Preispolitik und Preisstrategien • Vertriebsplanung und -controlling • Kunden-, Produkt- und Vertriebskanalstrukturen • Kundenzufriedenheit • Kundenbindung und Kundenbindungsmanagement • Operatives Vertriebsmanagement • Strategisches Vertriebsmanagement • Verkaufspsychologie • B2B und B2C Vertrieb • CRM und eCRM • Vertriebsrecht 			
Stellung des Moduls im Studiengang						
Vertiefungsmodul zur Vermittlung vertrieblicher Aspekte wirtschaftlicher Zusammenhänge und Einordnung des Vertriebsmanagements im gesamtwirtschaftlichen Kontext.						
Lernziele						
Fachkompetenz		Die Studierenden sollen die grundlegenden Begriffe des Vertriebsmanagements beherrschen und ein Verständnis für den Einsatz vertrieblicher Instrumente im gesamtwirtschaftlichen Umfeld entwickeln.				
Transferkompetenz		Die Studierenden sollen das erworbene Wissen und die gelehrteten Methoden auf aktuelle Themen aus der Wirtschaft sowie im Kontext des jeweiligen Partnerunternehmens anwenden können.				
Methoden- und Sozialkompetenz:		Erkennen und Lösen ausgewählter betriebswirtschaftlicher Entscheidungssituationen im vertrieblichen Kontext.				
Methodische Umsetzung:		Lehrgespräch mit Fallbeispielen; Erstellung eines Glossars				
Lernmaterialien, Literaturangaben:						
<ul style="list-style-type: none"> • Homburg, C./ Schäfer, H./ Schneider, J. (2016): Sales Excellence (8. Auflage), Wiesbaden, Springer Fachmedien. • Pufahl, M. (2018): Sales Performance Management (2. Auflage), Wiesbaden, Springer Fachmedien. • Scheed, B./ Scherer, P., (2018): Strategisches Vertriebsmanagement (1. Auflage), Wiesbaden, Springer Fachmedien. 						

Modulbereich Schwerpunkte der Betriebswirtschaft						
Modul:		Schwerpunkt			Trimester	
Teilbereich:		Informations- und IT-Management			7 + 8	
ECTS:	10	Kontaktstunden:	120	Selbststudium:	180	
Verwendbarkeit:		Studiengänge: • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.)				
Häufigkeit des Moduls:		jährlich	Modulverantwortlicher:		N.N.	
Voraussetzungen für die Teilnahme:						
Prüfung:		Modulklausur/ Seminararbeit	Art des Moduls:		Wahlpflichtfach	
Kurzbeschreibung			Inhalte			
<p>Nach der Behandlung der betriebswirtschaftlichen Grundlagen erhalten die Studierenden einen vertiefenden Einblick in Informations- und Kommunikationstechnik, Datenbanken und Big Data-Management sowie IT-Anwendungen und Prozessmodellierung. Zudem werden Grundlagen des Web- und Software Engineering behandelt und Ansätze des Business Intelligence und Analytics erarbeitet. Aspekte des eBusiness und eCommerce werden durch rechtliche Grundlagen im IT-Recht ergänzt.</p>			<ul style="list-style-type: none"> • Informations- und Kommunikationstechniken • Datenbanken und Big Data Management • IT-Anwendungen und Geschäftsprozesse • Prozessmodellierung • Web- und Software-Engineering • Business Intelligence • Business Analytics • IT-Architekturen • eBusiness und eCommerce • IT-Sicherheit • Consulting • IT-Recht 			
Stellung des Moduls im Studiengang						
Vertiefungsmodul zur Vermittlung von IT-Aspekte wirtschaftlicher Zusammenhänge und Einordnung des Informations- und IT-Management im gesamtwirtschaftlichen Kontext.						
Lernziele						
Fachkompetenz		Die Studierenden sollen die grundlegenden Begriffe des Informations- und IT-Management beherrschen und ein Verständnis für den Einsatz informationswissenschaftlicher Instrumente im wirtschaftlichen Umfeld entwickeln.				
Transferkompetenz		Die Studierenden sollen das erworbene Wissen und die gelehrt Methoden auf aktuelle Themen aus der Wirtschaft sowie im Kontext des jeweiligen Partnerunternehmens anwenden können.				
Methoden- und Sozialkompetenz:		Erkennen und Lösen ausgewählter betriebswirtschaftlicher Entscheidungssituationen im IT-Kontext.				
Methodische Umsetzung:		Lehrgespräch mit Fallbeispielen; Erstellung eines Glossars				
Lernmaterialien, Literaturangaben:						
<ul style="list-style-type: none"> • Resch, O. (2016): Einführung in das IT-Management (1. Auflage), Berlin, Erich Schmidt Verlag. • Tiemeyer, E. (2017): Handbuch IT-Management (6. Auflage); München, Carl Hanser Verlag. • Urbach, N./ Ahlemann, F. (2016): IT-Management im Zeitalter der Digitalisierung (1. Auflage), Heidelberg, Springer-Verlag. 						

Modulbereich Schwerpunkte der Betriebswirtschaft						
Modul:		Schwerpunkt			Trimester	
Teilbereich:		Frühkindliche Erziehung und Bildung			7 + 8	
ECTS:	10	Kontaktstunden:	120	Selbststudium:	180	
Verwendbarkeit:		Studiengänge: • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.)				
Häufigkeit des Moduls:		jährlich	Modulverantwortlicher:		N.N.	
Voraussetzungen für die Teilnahme:						
Prüfung:		Modulklausur/ Seminararbeit	Art des Moduls:		Wahlpflichtfach	
Kurzbeschreibung			Inhalte			
<p>Nach der Behandlung der betriebswirtschaftlichen Grundlagen erhalten die Studierenden einen vertiefenden Einblick in bildungs- und sozialwissenschaftliche Grundlagen der Erziehung. Darüber hinaus werden Aspekte der Didaktik und Methodik, Pädagogik und Sozialisation behandelt. Ebenso werden Aspekte zu Lernen und Lehren, Emotionen und Soziabilität sowie Sprache und Kommunikation in der kindlichen Entwicklung erarbeitet. Abgerundet wird der Schwerpunkt durch rechtliche Grundlagen rund um das Thema Erziehung und Kindeswohl.</p>			<ul style="list-style-type: none"> • Bildungs-, sozial- und erziehungswissenschaftliche Grundlagen • Pädagogik und ihre Entwicklung • Didaktik und Methodik • Erziehung • Fürsorge, Diagnose und Beratung • Sozialisation • Lernen und Lehren • Sprache und Kommunikation • Emotion und Soziabilität • Organisation und Management • Lernforschung und Medien • Recht in der Erziehung 			
Stellung des Moduls im Studiengang						
Vertiefungsmodul zur Vermittlung erziehungswissenschaftlicher Aspekte in wirtschaftlichen Zusammenhängen und Einordnung der Frühkindliche Erziehung und Entwicklung im gesamtgesellschaftlichen Kontext.						
Lernziele						
Fachkompetenz		Die Studierenden sollen die grundlegenden Begriffe der Frühkindliche Erziehung und Entwicklung beherrschen und ein Verständnis für den Einsatz entsprechender Methoden im wirtschaftlichen Umfeld entwickeln.				
Transferkompetenz		Die Studierenden sollen das erworbene Wissen und die gelehrt Methoden auf aktuelle Themen aus der Wirtschaft sowie im Kontext des jeweiligen Partnerunternehmens anwenden können.				
Methoden- und Sozialkompetenz:		Erkennen und Lösen ausgewählter betriebswirtschaftlicher Entscheidungssituationen im digitalen Kontext.				
Methodische Umsetzung:		Lehrgespräch mit Fallbeispielen; Erstellung eines Glossars				
Lernmaterialien, Literaturangaben:						
<ul style="list-style-type: none"> • Koller, H.-C. (2017): Grundbegriffe, Theorien und Methoden der Erziehungswissenschaft (8. Auflage), Stuttgart, Verlag W. Kohlhammer. • Seel, N.M./ Hanke, U., (2014): Erziehungswissenschaft (1. Auflage), Berlin, Springer Verlag. • Stamm, M. (2010): Frühkindliche Bildung, Betreuung und Erziehung (1. Auflage), Bern, Haupt Verlag AG. 						

5. Praxismodule

Praxismodule					
Modul:		Praxismodul I – 1. Studienjahr			Trimester
Teilbereich:					3
ECTS:	10	Kontaktstunden:	20	Stunden Theorie-Praxis-Transfer	280
Verwendbarkeit:	Studiengänge: • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.)				
Häufigkeit des Moduls:	Jährlich				
Modulverantwortlich:	Prof. Dr. Nadine Chehimi				
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Module Trimester 1 bis 3				
Prüfung:	Praxis-transferbericht Projektarbeit/ Präsentation	Art des Moduls:	Pflichtfach		
Kurzbeschreibung		Inhalte			
<p>Die Studierenden werden in der Praxis für Tätigkeiten eingesetzt, die einen Bezug zu den im ersten Studienjahr gelehrt Modulen aufzeigen.</p> <p>Hierbei sind insbesondere die Module</p> <ul style="list-style-type: none"> • General Management, • Internationales Projektmanagement, • Einführung in das Rechnungswesen und • die jeweilige Branchenspezialisierung <p>zu nennen.</p>		<p>Als integraler Bestandteil des dualen Studiums finden die drei Praxisphasen des ersten Studienjahres im Wechsel mit den Theoriephasen statt. Innerhalb der Praxisphasen erfolgt der Einsatz der Studierenden im Partnerunternehmen im Einklang mit den an der BA gelehrt Modulen, um einen hohen Theorie-Praxis-Transfer zu gewährleisten. Die gelernte Theorie wird so regelmäßig auf betriebliche Problemstellungen und Geschäftsprozesse der Partnerunternehmen angewandt und analysiert. Die Studierenden sollen durch die Symbiose von Theorie und Praxis zu Lösungsansätzen der entsprechenden Problemstellungen gelangen.</p> <p>Im ersten Studienjahr wirken die Studierenden demnach an Geschäftsprozessen mit, die einen Bezug zu Themen der Personalwirtschaft, des Projektmanagement oder der Buchhaltung haben bzw. branchenspezifisch sind.</p> <p>Der Transfer zwischen Theorie und Praxis sowie die Analysen und Entwicklung der Lösungsansätze werden schriftlich dokumentiert: Zum Ende einer jeden Praxisphase erfolgt die Abgabe eines Praxistransferberichts gemäß Vorlage (Bewertung). Dieser Bericht dokumentiert die Theorie-Praxis-Verzahnung und ist ein wesentliches Element zur Überprüfung der ordnungsgemäßen Umsetzung der Theorie-Praxis-Verzahnung. Er wird vom Studierenden unter Berücksichtigung der Richtlinien des wissenschaftlichen Arbeitens geschrieben und vom betrieblichen Betreuer zur Vorlage an der BA freigegeben. Auf dem Bericht wird ebenfalls seitens des Betreuers dokumentiert, dass er sich über das Hochschulverwaltungsprogramm der BA über die Anwesenheit seines/r Studierenden informiert hat.</p> <p><u>Projektarbeit 1 - kritische Betrachtung der Theoriemodule, Anwendungsbezüge und Interdependenzen</u> Neben den Praxistransferberichten ist zum Ende des ersten Studienjahres eine Projektarbeit einzureichen. Das Thema wird vom Unternehmen vorgeschlagen, mit dem Studierenden</p>			

	<p>vereinbart und von den verantwortlichen Lehrenden freigegeben.</p> <p>Sie ist wie folgt strukturiert: Teil I (erstes Halbjahr): Inhaltliche Analyse und Anwendung der Module des ersten/zweiten Trimesters. Erläuterung und Beschreibung der Theorie und Anwendung auf eine Problemstellung aus der Praxis Teil II (zweites Halbjahr): Inhaltliche Analyse und Anwendung der Module des zweiten/dritten Trimesters. Erläuterung und Beschreibung der Theorie und Anwendung auf eine Problemstellung der Praxis sowie <u>Aufzeigen von Interdependenzen</u> zum Teil I der Projektarbeit.</p> <p>Die Inhalte der Praxistransferberichte werden am Ende des ersten Studienjahres vor den Lehrenden der BA und den betrieblichen Betreuern präsentiert und beinhalten auch eine schriftliche Ausarbeitung in Form von Exposé und Handout.(Benotung)</p>
<p>Stellung des Moduls im Studiengang</p>	
<p>Das Praxismodul I ist ein integraler Bestandteil des dualen Studiums und ermöglicht die Verknüpfung zwischen Theorie und Praxis. Der betriebliche Ausbildungsplan orientiert sich an den an der BA gelehrteten Modulen, sodass ein gezielter Transfer aus der Theorie in die Praxis regelmäßig stattfindet. Dabei müssen die Besonderheiten des Partnerunternehmens berücksichtigt werden; Abweichungen sind möglich.</p>	
<p>Lernziele</p>	
<p>Fachkompetenz</p>	<p>Die Studierenden sind fähig, die betriebswirtschaftlichen Geschäftsprozesse der Partnerunternehmen zu verstehen. Sie sind in der Lage, ausgewählte Problemstellungen aus der Praxis vor dem Hintergrund theoretischen Wissens zu reflektieren und zu analysieren. Die Anfertigung der Praxistransferberichte sowie der Projektarbeit schult außerdem die Anwendung wissenschaftlicher Standards bei schriftlichen Ausarbeitungen.</p>
<p>Transferkompetenz</p>	<p>Im Praxismodul sollen die Studierenden eine intensive Verbindung von betriebswirtschaftlicher Theorie und Praxis erfahren. Insbesondere wird angestrebt, den Studierenden die Einsicht in die Arbeits- und Entscheidungsprozesse von Unternehmen, die Vermittlung betrieblicher Zusammenhänge und Entscheidungsprozesse sowie die Gewinnung von Erkenntnissen gesellschaftlicher und sozialer Bezüge zu ermöglichen.</p>
<p>Methoden- und Sozialkompetenz:</p>	<p>Die Studierenden sollen lernen, sich in das hierarchische und soziale Gefüge des Partnerunternehmens zu integrieren. Für die ihnen übertragenen Aufgaben sind sie weitestgehend selbst verantwortlich. Weiterhin sollen sie den Praxistransferbericht nach den „Richtlinien zur Sicherung der qualitativen Standards der Verzahnung von Theorie und Praxis an der BA“ erstellen und die gewonnenen Erfahrungen und Lösungsansätze sicher und unter Einsatz passender Medien präsentieren. Sowohl der Praxistransferbericht als auch die Projektarbeit sind nach wissenschaftlichem Standard anzufertigen.</p>
<p>Methodische Umsetzung:</p>	<p>Drei zweimonatige Praxisphasen im Partnerunternehmen, Praxistransferbericht, Projektarbeit, Präsentation der Berichte inkl. Exposé und Handout.</p>
<p>Lernmaterialien, Literaturangaben:</p>	
<p>Kornmeier, M. (2007): Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten, Heidelberg: Physica. Schwaiger, M./Meyer, A. (2009): Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft, München: Vahlen. Stichel-Wolf, C./Wolf, J. (2019): Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken (9. Auflage), Wiesbaden: Gabler. Theisen, M. R. (2017): Wissenschaftliches Arbeiten (17. Auflage), München: Vahlen. Wöhe, G. (2016): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre (26. Auflage), München: Vahlen.</p>	

Praxismodule					
Modul:		Praxismodul II – 2. Studienjahr			Trimester
Teilbereich:					6
ECTS:	10	Kontaktstunden:	20	Stunden Theorie-Praxis-Transfer	280
Verwendbarkeit:	Studiengänge: <ul style="list-style-type: none"> Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.) 				
Häufigkeit des Moduls:	Jährlich				
Modulverantwortlich:	Prof.Dr. Nadine Chehimi				
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Module Trimester 4 bis 6				
Prüfung:	Praxis-transferbericht Projektarbeit/ Präsentation		Art des Moduls:	Pflichtfach	
Kurzbeschreibung			Inhalte		
<p>Die Studierenden werden in der Praxis für Tätigkeiten eingesetzt, die einen Bezug zu den im zweiten Studienjahr gelehrt Modulen aufzeigen.</p> <p>Hierbei sind insbesondere die Module</p> <ul style="list-style-type: none"> Operations Management, Kosten- und Leistungsrechnung, Digitale Transformation u. Geschäftsmodelle, Internationales Marketing and Sales und Wirtschaftspsychologie <p>zu nennen.</p>			<p>Als integraler Bestandteil des dualen Studiums finden die drei Praxisphasen des zweiten Studienjahres im Wechsel mit den Theoriephasen statt. Innerhalb der Praxisphasen erfolgt der Einsatz der Studierenden im Partnerunternehmen im Einklang mit den an der BA gelehrt Modulen, um einen hohen Theorie-Praxis-Transfer zu gewährleisten. Die gelernte Theorie wird so regelmäßig auf betriebliche Problemstellungen und Geschäftsprozesse der Partnerunternehmen angewandt und analysiert. Die Studierenden sollen durch die Symbiose von Theorie und Praxis zu Lösungsansätzen der entsprechenden Problemstellungen gelangen.</p> <p>Im zweiten Studienjahr wirken die Studierenden demnach an Geschäftsprozessen mit, die einen Bezug zu Themen der Materialwirtschaft, des Marketing und des Vertriebs, der Digitalisierung oder der Kostenseite der Unternehmen haben.</p> <p>Der Transfer zwischen Theorie und Praxis sowie die Analysen und Entwicklung der Lösungsansätze werden schriftlich dokumentiert: Zum Ende einer jeden Praxisphase erfolgt die Abgabe eines Praxistransferberichts gemäß Vorlage (Bewertung). Dieser Bericht dokumentiert die Theorie-Praxis-Verzahnung und ist ein wesentliches Element zur Überprüfung der ordnungsgemäßen Umsetzung der Theorie-Praxis-Verzahnung. Er wird vom Studierenden unter Berücksichtigung der Richtlinien des wissenschaftlichen Arbeitens geschrieben und vom betrieblichen Betreuer zur Vorlage an der BA freigegeben. Auf dem Bericht wird ebenfalls seitens des Betreuers dokumentiert, dass er sich über das Hochschulverwaltungsprogramm der BA über die Anwesenheit seines/r Studierenden informiert hat.</p> <p><u>Projektarbeit 2 – branchenübergreifende und prozessuale Betrachtung ausgewählter Theoriemodule</u></p> <p>Neben den Praxistransferberichten arbeiten die Studierenden im zweiten Studienjahr an einer Projektarbeit, die zum Ende des Studienjahres präsentiert wird und auch eine schriftliche Ausarbeitung in Form von Exposé und Handout beinhaltet (Benotung). In dieser Projektarbeit findet die theoretisch-wissenschaftliche Wissensvertiefung auf einem, im Vergleich</p>		

	<p>zum ersten Studienjahr <u>höheren und spezialisierteren Niveau</u> statt.</p> <p>Es erfolgen Aufgabenstellungen, die sich auf Theoriemodule beziehen, deren Anwendung in der Praxis branchenübergreifend untersucht wird. So werden z.B. Marketingstrategien und Recruiting Konzepte auf ihre Anwendung und Umsetzung im Finanzdienstleistungssektor, mit dem Handel oder der Industrie beschrieben und verglichen. Hieraus entsteht ein Mehrwert für die Studierenden und die Unternehmen, in dem über den Tellerrand hinaus geschaut wird und ein branchenübergreifendes Lernen stattfindet.</p>
<p>Stellung des Moduls im Studiengang</p>	
<p>Das Praxismodul II ist ein integraler Bestandteil des dualen Studiums und ermöglicht die Verknüpfung zwischen Theorie und Praxis. Der betriebliche Ausbildungsplan orientiert sich an den an der BA gelehrt Module, sodass ein gezielter Transfer aus der Theorie in die Praxis regelmäßig stattfindet. Dabei müssen die Besonderheiten des Partnerunternehmens berücksichtigt werden; Abweichungen sind möglich.</p>	
<p>Lernziele</p>	
<p>Fachkompetenz</p>	<p>Die Studierenden sind auf Basis der bereits gelernten Theorie und ihren gesammelten Erfahrungen in der Praxis fähig, die betriebswirtschaftlichen Geschäftsprozesse der Partnerunternehmen zu verstehen. Sie sind aufgrund ihrer vertieften Einblicke in der Lage, ausgewählte Problemstellungen und Herausforderungen der Partnerunternehmen vor dem Hintergrund theoretischen Wissens zu reflektieren, zu analysieren und konkrete Lösungsvorschläge zu entwickeln. Dies umfasst auch die Auswahl angemessener Methoden zur Analyse. Die Anfertigung der Praxistransferberichte sowie die Präsentation der Projektarbeit schult außerdem die Anwendung wissenschaftlicher Standards bei schriftlichen Ausarbeitungen und Präsentationen.</p>
<p>Transferkompetenz</p>	<p>Im Praxismodul sollen die Studierenden eine intensive Verbindung von betriebswirtschaftlicher Theorie und Praxis erfahren. Insbesondere wird angestrebt, den Studierenden die Einsicht in die Arbeits- und Entscheidungsprozesse von Unternehmen, die Vermittlung betrieblicher Zusammenhänge und Entscheidungsprozesse sowie die Gewinnung von Erkenntnissen gesellschaftlicher und sozialer Bezüge zu ermöglichen.</p>
<p>Methoden- und Sozialkompetenz:</p>	<p>Die Studierenden sollen lernen, sich weiter in das hierarchische und soziale Gefüge des Partnerunternehmens zu integrieren. Für die ihnen übertragenen Aufgaben sind sie selbst verantwortlich. Weiterhin sollen sie den Praxistransferbericht nach den „Richtlinien zur Sicherung der qualitativen Standards der Verzahnung von Theorie und Praxis an der BA“ erstellen und die gewonnenen Erfahrungen und Lösungsansätze sicher und unter Einsatz passender Medien präsentieren. Sowohl der Praxistransferbericht als auch die Präsentation zur Projektarbeit sind nach wissenschaftlichem Standard anzufertigen.</p>
<p>Methodische Umsetzung:</p>	<p>Drei zweimonatige Praxisphasen im Partnerunternehmen, Praxistransferbericht, Projektarbeit, Präsentation der Projektarbeit inkl. Exposé und Handout.</p>
<p>Lernmaterialien, Literaturangaben:</p>	
<p>Kornmeier, M. (2007): Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten, Heidelberg: Physica. Schwaiger, M./Meyer, A. (2009): Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft, München: Vahlen. Stickel-Wolf, C./Wolf, J. (2019): Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken (9. Auflage), Wiesbaden: Gabler. Theisen, M. R. (2017): Wissenschaftliches Arbeiten (17. Auflage), München: Vahlen. Wöhe, G. (2016): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre (26. Auflage), München: Vahlen.</p>	

Praxismodule					
Modul:		Praxismodul III – 3. Studienjahr			Trimester
Teilbereich:					9
ECTS:	10	Kontaktstunden:	20	Stunden Theorie-Praxis-Transfer	
		280			
Verwendbarkeit:		Studiengänge: <ul style="list-style-type: none"> • Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.) 			
Häufigkeit des Moduls:		Jährlich			
Modulverantwortlich:		Prof. Dr. Nadine Chehimi			
Voraussetzungen für die Teilnahme:		Module Trimester 7 bis 9			
Prüfung:		Praxis-transferbericht Projektarbeit/ Präsentation	Art des Moduls:		Pflichtfach
Kurzbeschreibung			Inhalte		
<p>Die Studierenden werden in der Praxis für Tätigkeiten eingesetzt, die einen Bezug zu den im dritten Studienjahr gelehrt Modulen aufzeigen.</p> <p>Hierbei sind insbesondere die Module</p> <ul style="list-style-type: none"> • Finanzierung & Investition, • Strategisches Controlling & int. Unternehmensführung, • Change & Int. Management sowie • die Wahlpflichtmodule der betriebswirtschaftlichen Schwerpunkte <p>zu nennen.</p>			<p>Als integraler Bestandteil des dualen Studiums finden die drei Praxisphasen des dritten Studienjahres im Wechsel mit den Theoriephasen statt. Innerhalb der Praxisphasen erfolgt der Einsatz der Studierenden im Partnerunternehmen im Einklang mit den an der BA gelehrt Modulen, um einen hohen Theorie-Praxis-Transfer zu gewährleisten. Die gelernte Theorie wird so regelmäßig auf betriebliche Problemstellungen und Geschäftsprozesse der Partnerunternehmen angewandt und analysiert. Die Studierenden sollen durch die Symbiose von Theorie und Praxis zu Lösungsansätzen der entsprechenden Problemstellungen gelangen.</p> <p>Im dritten Studienjahr wirken die Studierenden demnach an Geschäftsprozessen mit, die einen Bezug zu Themen des Controlling, der Finanzierung und Investition, des Change und Internationalen Managements oder zu dem von den Studierenden gewählten betriebswirtschaftlichen Schwerpunkt haben.</p> <p>Der Transfer zwischen Theorie und Praxis sowie die Analysen und Entwicklung der Lösungsansätze werden schriftlich dokumentiert: Zum Ende einer jeden Praxisphase erfolgt die Abgabe eines Praxistransferberichts gemäß Vorlage (Bewertung). Dieser Bericht dokumentiert die Theorie-Praxis-Verzahnung und ist ein wesentliches Element zur Überprüfung der ordnungsgemäßen Umsetzung der Theorie-Praxis-Verzahnung. Er wird vom Studierenden unter Berücksichtigung der Richtlinien des wissenschaftlichen Arbeitens geschrieben und vom betrieblichen Betreuer zur Vorlage an der BA freigegeben. Auf dem Bericht wird ebenfalls seitens des Betreuers dokumentiert, dass er sich über das Hochschulverwaltungsprogramm der BA über die Anwesenheit seines/r Studierenden informiert hat.</p> <p><u>Projektarbeit 3 - Gesamtbetrachtung der Theiemodule über den Studienverlauf: Interdependenzen und inhaltliche Analyse</u></p> <p>Neben den Praxistransferberichten ist eine Projektarbeit zu erstellen (Benotung). Im Rahmen der abschließenden Projektarbeit präsentieren die Studierenden die <u>Zusammenhänge zwischen Theorie und Praxis über den kompletten Studienverlauf</u>. Die Theiemodule und deren</p>		

	<p>Interdependenzen in Theorie und Praxis werden beschrieben und es ist darzulegen, wie Problemstellungen in der Praxis mit den theoretischen Instrumenten im Sinne einer gesamtunternehmerischen Aufgabe verbessert bzw. gelöst wurden. (Benotung)</p> <p>Die Inhalte der Praxistransferberichte werden am Ende des dritten Studienjahres vor den Lehrenden der BA und den betrieblichen Betreuern präsentiert und beinhalten auch eine schriftliche Ausarbeitung in Form von Exposé und Handout.(Bewertung)</p>
Stellung des Moduls im Studiengang	
<p>Das Praxismodul III ist ein integraler Bestandteil des dualen Studiums und ermöglicht die Verknüpfung zwischen Theorie und Praxis. Der betriebliche Ausbildungsplan orientiert sich an den an der BA gelehrt Module, sodass ein gezielter Transfer aus der Theorie in die Praxis regelmäßig stattfindet. Dabei müssen die Besonderheiten des Partnerunternehmens berücksichtigt werden; Abweichungen sind möglich.</p>	
Lernziele	
Fachkompetenz	<p>Die Studierenden sind auf Basis der bereits gelernten Theorie und ihren gesammelten Erfahrungen in der Praxis fähig, die betriebswirtschaftlichen Geschäftsprozesse der Partnerunternehmen zu verstehen. Sie verfügen über umfassende Kenntnisse in Theorie und Praxis. Sie können Probleme der Praxis in ihrer Komplexität vollständig erfassen und sind in der Lage, diese zu reflektieren, zu analysieren und hierfür effiziente Lösungsvorschläge zu entwickeln. Die Anfertigung der Praxistransferberichte sowie die Anfertigung und Präsentation der Projektarbeit schult außerdem die Anwendung wissenschaftlicher Standards bei schriftlichen Ausarbeitungen und Präsentationen.</p>
Transferkompetenz	<p>Im Praxismodul sollen die Studierenden eine intensive Verbindung von betriebswirtschaftlicher Theorie und Praxis erfahren. Insbesondere wird angestrebt, den Studierenden die Einsicht in die Arbeits- und Entscheidungsprozesse von Unternehmen, die Vermittlung betrieblicher Zusammenhänge und Entscheidungsprozesse sowie die Gewinnung von Erkenntnissen gesellschaftlicher und sozialer Bezüge zu ermöglichen.</p>
Methoden- und Sozialkompetenz:	<p>Die Studierenden sind in das hierarchische und soziale Gefüge des Partnerunternehmens integriert. Für die ihnen übertragenen Aufgaben sind sie selbst verantwortlich. Weiterhin sollen sie den Praxistransferbericht und die Projektarbeit nach den „Richtlinien zur Sicherung der qualitativen Standards der Verzahnung von Theorie und Praxis an der BA“ erstellen und die gewonnenen Erfahrungen und Lösungsansätze sicher und unter Einsatz passender Medien präsentieren. Sowohl der Praxistransferbericht, die Projektarbeit als auch die Präsentation zur Projektarbeit sind nach wissenschaftlichem Standard anzufertigen.</p>
Methodische Umsetzung:	<p>Drei zweimonatige Praxisphasen im Partnerunternehmen, Praxistransferbericht, Projektarbeit, Präsentation der Berichte inkl. Exposé und Handout.</p>
Lernmaterialien, Literaturangaben:	
<p>Kornmeier, M. (2007): Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten, Heidelberg: Physica. Schwaiger, M./Meyer, A. (2009): Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft, München: Vahlen. Stickel-Wolf, C./Wolf, J. (2019): Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken (9. Auflage), Wiesbaden: Gabler. Theisen, M. R. (2017): Wissenschaftliches Arbeiten (17. Auflage), München: Vahlen. Wöhe, G. (2016): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre (26. Auflage), München: Vahlen.</p>	

6. Modulbereich Bachelor Thesis Kolloquium und Bachelor Thesis

Modulbereich Bachelor Thesis Kolloquium und Bachelor Thesis						
Modul:		Bachelor Thesis Kolloquium und Bachelor Thesis			Trimester	
Teilbereich:		Bachelor Thesis Kolloquium			8	
ECTS:	3	Kontaktstunden:	10	Selbststudium:	80	
Verwendbarkeit:		Studiengänge: <ul style="list-style-type: none"> Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.) 				
Häufigkeit des Moduls:		jährlich	Modulverantwortlicher:		Prof. Dr. Nadine Chehimi	
Voraussetzungen für die Teilnahme:		Module Trimester 1 bis 8				
Prüfung:		Präsentation	Art des Moduls:		Pflichtfach	
Kurzbeschreibung			Inhalte			
Im Rahmen des Bachelor Thesis Kolloquiums stellen die Studierenden ein Exposé vor Beginn der Bearbeitung der Bachelor Thesis vor. Das wissenschaftliche Fundament wie auch die empirische Umsetzbarkeit können überprüft und bei Bedarf angepasst werden.			Die Studierenden präsentieren mit dem Exposé zu ihrem Thema der Bachelor Thesis <ul style="list-style-type: none"> die Problemstellung, die These / Hypothese, die Art der Bearbeitung, die vorgesehene Gliederung, den geplanten zeitlichen Ablauf der Bearbeitung sowie einen ersten Überblick der Literaturrecherche 			
Stellung des Moduls im Studiengang						
Mit dem Verfassen der Bachelor Thesis und dem dazugehörigen Bachelor Thesis Kolloquium schließen die Studierenden ihr Studium ab.						
Lernziele						
Fachkompetenz		Erstellen eines Projektplans und einer Projektdokumentation.				
Transferkompetenz		Übertragung einer Projektidee (Bachelor Thesis) in eine Projektplanung einschließlich Dokumentation.				
Methoden- und Sozialkompetenz:		Die Studierenden sollen zeigen, dass Sie in der Lage sind, eine Problemstellung für die Bearbeitung zu strukturieren und so vorzubereiten, dass die Erstellung in der vorgesehenen Zeit durchgeführt werden kann.				
Methodische Umsetzung:		Anwendung der erlernten wissenschaftlichen Methoden sowie der Präsentationstechniken.				
Lernmaterialien, Literaturangaben:						
Die Studierenden führen im Rahmen des Verfassens der Bachelor Thesis eine eigenständige Literaturrecherche durch.						

Modulbereich Bachelor Thesis Kolloquium und Bachelor Thesis						
Modul:		Bachelor Thesis Kolloquium und Bachelor Thesis			Trimester	
Teilbereich:		Bachelor Thesis			9	
ECTS:	12	Kontaktstunden:		Selbststudium:	360	
Verwendbarkeit:	Studiengänge: <ul style="list-style-type: none"> Betriebswirtschaft und Internationales Management (B.Sc.) 					
Häufigkeit des Moduls:	jährlich	Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Nadine Chehimi			
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Module Trimester 1 bis 8					
Prüfung:	Präsentation/ Bachelor Thesis	Art des Moduls:	Pflichtfach			
Kurzbeschreibung		Inhalte				
Die Studierenden verfassen eine Bachelor Thesis, mit der sie nachweisen sollen, dass sie selbstständig ein fachpraktisches Thema unter Berücksichtigung theoretischer Erkenntnisse nach wissenschaftlichen Standards bearbeiten können.		Die Inhalte sind abhängig vom gewählten Thema. Das Thema und die Aufgabenstellung der Bachelor Thesis müssen so beschaffen sein, dass die Bachelor Thesis innerhalb der für die Bearbeitung vorgesehenen Frist abgeschlossen werden kann.				
Stellung des Moduls im Studiengang						
Mit dem Verfassen der Bachelor Thesis und dem dazugehörigen Bachelor Thesis Kolloquium schließen die Studierenden ihr Studium ab.						
Lernziele						
Fachkompetenz	Anwendung des erworbenen Wissens auf ein fachpraktisches Thema.					
Transferkompetenz	Die Bachelor Thesis ist eine schriftliche Ausarbeitung über ein abgegrenztes Problem. Die Studierenden sollen zeigen, dass sie in der Lage sind, eine praxisorientierte Aufgabe aus ihrem Fachgebiet sowohl in ihren fachlichen Einzelheiten, als auch in den fachübergreifenden Zusammenhängen nach wissenschaftlichen und fachpraktischen Methoden zu bearbeiten.					
Methoden- und Sozialkompetenz:	Die Studierenden sollen zeigen, dass sie befähigt sind, innerhalb einer vorgegebenen Frist eine fachpraktische, wissenschaftliche Arbeit selbstständig erstellen zu können.					
Methodische Umsetzung:	Verfassen der Bachelor Thesis nach den Richtlinien der BA Rhein-Main für die Verfassung schriftlicher Arbeiten.					
Lernmaterialien, Literaturangaben:						
Die Studierenden führen im Rahmen des Verfassens der Bachelor Thesis eine eigenständige Literaturrecherche durch.						