

Fachbereich Wirtschaftswissenschaften

Modulhandbuch für die Bachelorstudiengänge

- Business Administration
- Business Administration dual (ausbildungsintegriert)
- Business Administration dual (praxisintegriert)
- Business Administration - Steuern dual
- Business Administration (berufsbegleitendes Studium) für VWA-Absolvent*innen
- Marketing and International Business
- Entrepreneurship
- Wirtschaftsingenieurwesen
- Bauwirtschaftsingenieurwesen

GPO 2024

Stand: August 2026

Erklärungen zu den einzelnen Modularten

Pflichtmodule

Pflichtmodule sind Module, die von allen Studierenden verpflichtend zu belegen sind. Pflichtmodule müssen erfolgreich abgeschlossen werden, um einen Studienabschluss zu erlangen. I.d.R. wird in den Pflichtmodulen Grundlagenwissen vermittelt. Pflichtmodule sind mit ECTS-Punkten ausgestattet.

Schwerpunktmodule

Schwerpunktmodule sind Module, die von den Studierenden aus einem bestimmten Fächerkatalog gewählt werden und deren Lehrinhalte i.d.R. auf dem in den Pflichtmodulen vermittelten Grundlagenwissen aufbauen. Die Studierenden erwerben vertiefende Kenntnisse in ausgesuchten Spezialgebieten. Schwerpunktmodule sind ebenfalls mit ECTS-Punkten ausgestattet und müssen zur Erreichung des Studienziels erfolgreich abgeschlossen werden.

Wahlpflichtmodule (Electives)

Wahlpflichtmodule, sog. Electives, sind Module, die von den Studierenden aus einem bestimmten Fächerangebot gewählt werden. Sie vervollständigen das Bachelor-Curriculum, in dem sie z.B. den Erwerb von zusätzlichen Sprachkompetenzen ermöglichen oder aufgrund der Vermittlung spezifischer Lehrinhalte den Lehrstoff der Schwerpunktmodule ergänzen. Auch werden häufig sog. „soft skills“ in den Fächerkanon der Wahlpflichtmodule übernommen. Wahlpflichtmodule sind mit ECTS-Punkten ausgestattet und zur Erlangung eines erfolgreichen Studienabschlusses unerlässlich.

Wahlmodule (Freiwillige Leistungen)

Wahlmodule sind Module, die auf rein freiwilliger Basis von den Studierenden belegt werden können. Es sind zusätzliche Module, für die keine ECTS-Punkte vergeben werden. Nach Abschluss des Studiums können die Studierenden eine Übersicht über ihre freiwilligen Leistungen mit den Zeugnisunterlagen beantragen. Die Belegung eines Wahlmoduls ist für einen erfolgreichen Studienabschluss nicht erforderlich.

Die angegebenen Schwerpunkt- und Wahlpflichtmodule sind umfassend. Weitere Schwerpunktmodule können semesterweise dem aktuellen Modulhandbuch entnommen werden.

Modul-Kompetenzmatrix

Studiengänge

Business Administration,

Business Administration dual (ausbildungsintegriert), Business
Administration dual (praxisintegriert), Business
Administration - Steuern dual (B. Sc.)

Code-	Modulbezeichnung	spezifisch	generalisierend	Problemanalyse/-lösung, u. a.	Transferfähigkeit	Projektmanagement	wiss. Arbeiten und angewandt	Kommunikations- und	Sozialkompetenz	Anschlussmöglichkeit	Sprachkompetenz (Englisch)	Zeitmanagement	Eigeninitiative
	Pflichtmodule												
BPBWL	Einführung in die Betriebswirtschaftslehre		x	x	x			x	x			x	
BPVW1	VWL I (Mikroökonomie)	x		x	x							x	x
BPREW	Einführung in das Rechnungswesen	x		x	x			x	x	x		x	x
BPGKL	Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung	x		x				x					
BPMA1	Mathematik I		x	x								x	x
BPEN1	Business English Concepts and Correspondence		x		x		x	x			x		
BPEMA	Marketing Basics and Data-driven Marketing	x				x			x		x		x
BBPUO	Personal und Organisation	x		x	x			x	x	x			x
BPSTA	Statistics	x		x	x					x		x	x
BPVW2	Theorie der Makroökonomie und angewandte Wirtschaftspolitik	x		x	x		x	x	x	x		x	x
BPS01	Steuern I (Einführung/Est)												
BPOPM	Operations Management	x		x	x							x	x
BPIAB	Jahresabschluss	x		x	x			x	x	x	x	x	x
BPIF1	Finanzierung und Investition I	x		x	x				x	x		x	x
BPWAT	Einführung in die wissenschaftlichen Arbeitstechniken		x	x	x		x	x	x	x	x		
BPBW2	Volkswirtschaftslehre II		x	x	x					x		x	x
BPRE1	Recht I (BGB)	x		x	x							x	
BPMAN	Unternehmensführung (Corporate and Sustainability Management)		x	x	x				x	x		x	
BPWIN	Grundlagen der Wirtschaftsinformatik und Digitalen Transformation	x		x	x							x	x
BPRE2	Recht II (AR/HGB)	x		x	x							x	x
BPCON	Einführung in das Controlling	x		x	x			x	x			x	x
BPPJM	Projektmanagement		x	x	x	x	x	x	x	x		x	
BPPSP	Praktische Studienphase	x		x	x				x	x			x
BPWT1	Wissenstransferphase I (dual Studierende)		x	x	x				x	x			x
BPWT2	Wissenstransferphase II (dual Studierende)	x		x	x				x	x			x
BPBT	Bachelor-Thesis	x		x							x	x	x
	Schwerpunktmodule												
BPBUL	Beschaffung und Logistik	x		x	x					x		x	x
BPBAW	Betriebliche Außenwirtschaft	x		x	x							x	x
BSMAM	Marketingmanagement	x		x	x		x	x	x	x			
BPGUI	Gründung und Innovation	x		x	x	x			x	x			x
BPMMU	Management mittelständischer Unternehmen	x		x	x	x			x	x			x
BSEIR	Externes und internes Rechnungswesen	x		x	x							x	x
BPIF2	Finanzierung und Investition II	x		x	x					x			
BSHRM	Human Resource Management / Operatives Personalmanagement	x		x	x					x	x		
BSPOR	Produktionswirtschaft / OR	x		x	x					x		x	x
BSST2	Steuern II (Unternehmenssteuern)	x		x	x					x		x	x
BSWP	Wirtschaftsprüfung	x		x	x					x			
	Wahlpflichtmodule												
NABU	Nachhaltigkeit in Bauprojektmanagement und UN-führung	x		x	x					x			
BEEN2	English Presentations and Public Speaking		x				x	x	x		x		
BEMA2	Mathematik II (Dynamische Modellierung und Lineare Optimierung)	x		x								x	x
BEBIS	Betriebliche Informationssysteme	x		x								x	
BEQMA	Qualitätsmanagement	x		x	x			x	x	x		x	x
BEGRÜ	Business Planning	x		x	x	x	x	x		x			
NABU	Nachhaltigkeit in Bauprojektmanagement und UN-Führung	x		x	x	x		x		x		x	

spezifisch
generalisierend
Problemanalyse/-lösung, u. a. Einsatz v. Fallstudienmethodik
Transferfähigkeit
Projektmanagement
wiss. Arbeiten und angewandt Forschen
Kommunikations- und Präsentationskompetenz
Sozialkompetenz
Anschlussmöglichkeit Weiterbildung / Befähigung Masterstudium
Sprachkompetenz (Englisch)
Zeitmanagement
Eigeninitiative

Code-Nr.	Modulbezeichnung (deutsch / englisch)																	
	Pflichtmodule																	
BPBWL	Introduction to Business Administration (MIB Studiengang)		x	x	x			x	x								x	
BPVW1	Economics I (Microeconomics)	x		x	x								x				x	x
BPREW	Einführung in das Rechnungswesen	x		x	x			x	x								x	x
BPGKL	Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung	x		x				x	x								x	x
BPMA1	Mathematik I			x	x													x
BPEN1	Business English Concepts and Correspondence			x		x		x	x	x			x					x
BPEMA	Marketing Basics and Data-driven Marketing	x			x	x			x	x							x	x
BBPUO	Personal und Organisation	x			x	x			x	x	x							x
BPSTA	Statistics	x			x	x						x		x				x
BPVW2	Theorie der Makroökonomie und angewandte Wirtschaftspolitik	x			x	x		x	x	x	x							x
BPS01	Steuern I (Einführung/Est)			x	x													x
BPOPM	Operations Management	x			x	x												x
BPJAB	Jahresabschluss	x			x	x						x						x
BPFI1	Finance and Investing	x			x	x					x	x		x				x
BPWAT	Introduction to Academic Writing			x	x	x		x	x	x	x		x					x
BPBW2	Volkswirtschaftslehre II			x	x	x						x						x
BPRE1	Recht I (BGB)	x			x	x												x
BPWIN	Grundlagen der Wirtschaftsinformatik und Digitalen Transformation	x			x	x												x
BPCON	Einführung in das Controlling	x			x	x												x
BPPJM	Projektmanagement			x	x	x	x	x	x	x	x							x
BPBT	Bachelorthesis	x			x			x						x				x
	Schwerpunktmodule																	
BSMCB	Digital Marketing	x			x	x		x	x	x	x		x					
BPCR	Consumer Research	x			x	x		x	x			x		x				x
BPIMC	Integrated Marketing Communications	x			x	x						x		x				x
BPSMM	Social Media Marketing	x			x	x						x		x				x
BPIBI	International Business I	x			x	x		x			x		x		x			x
BPIB2	International Business II	x			x	x		x			x		x		x			x
	Wahlpflichtmodule																	
BEEN2	English Presentations and Public Speaking			x				x	x	x			x					x
BEMA2	Mathematik II (Dynamische Modellierung und Lineare Optimierung)	x			x													x
EBEIS	Betriebliche Informationssysteme	x			x													x
BEQMA	Qualitätsmanagement	x			x	x				x	x	x						x
BEGRÜ	Business Planning	x			x	x	x	x	x			x						x

Studiengang Entrepreneurship (B. Sc.)

Code-	Modulbezeichnung	spezifisch	generalisierend	Problemanalyse/-lösung, u. a. Einsatz v.	Transferfähigkeit	Projektmanagement	wiss. Arbeiten und angewandt Forschen	Kommunikations- und Präsentationskompetenz	Sozialkompetenz	Anschlussmöglichkeit Weiterbildung / Befähigung	Sprachkompetenz (Englisch)	Zeitmanagement	Eigeninitiative
	Pflichtmodule												
BPBWL	Einführung in die Betriebswirtschaftslehre		x	x	x			x	x			x	
BPVW1	VWL I (Mikroökonomie)	x		x	x							x	x
BPREW	Einführung in das Rechnungswesen	x		x	x			x	x	x		x	x
BPGKL	Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung	x		x				x					
BPMA1	Mathematik I		x	x								x	x
BPEN1	Business English Concepts and Correspondence		x		x		x	x			x		
BPEMA	Marketing Basics and Data-driven Marketing	x					x		x		x		x
BBPUO	Personal und Organisation	x		x	x			x	x	x			x
BPSTA	Statistik	x		x	x					x		x	x
BPVW2	Theorie der Makroökonomie und angewandte Wirtschaftspolitik	x		x	x		x	x	x	x		x	x
BPS01	Steuern I (Einführung/Est)												
BPOPM	Operations Management	x		x	x					x		x	x
BPJAB	Jahresabschluss	x		x	x			x	x	x	x	x	x
BPF11	Finanzierung und Investition I	x		x	x				x	x		x	x
BPWAT	Einführung in die wissenschaftlichen Arbeitstechniken		x	x	x		x	x	x	x	x		
BPBW2	Volkswirtschaftslehre II		x	x	x					x		x	x
BPRE1	Recht I (BGB)	x		x	x							x	
BPMAN	Unternehmensführung (Corporate and Sustainability Management)		x	x	x				x	x		x	
BPWIN	Grundlagen der Wirtschaftsinformatik und Digitalen Transformation	x		x	x							x	x
BPRE2	Recht II (AR/HGB)	x		x	x					x		x	x
BPCON	Einführung in das Controlling	x		x	x			x	x			x	x
BPPJM	Projektmanagement		x	x	x	x	x	x	x	x		x	
BPPSP	Praktische Studienphase	x		x	x				x	x			x
BPBT	Bachelorthesis	x		x							x	x	x
	Schwerpunktmodule												
BPBUL	Beschaffung und Logistik	x		x	x					x		x	x
BPBAW	Betriebliche Außenwirtschaft	x		x	x							x	x
BSMAM	Marketingmanagement	x		x	x		x	x	x	x			
BPGUI	Gründung und Innovation	x		x	x	x			x	x			x
BPMMU	Management mittelständischer Unternehmen	x		x	x	x			x	x			x
BSEIR	Externes und internes Rechnungswesen	x		x	x							x	x
BPF12	Finanzierung und Investition II	x		x	x					x			
BSHRM	Human Resource Management / Operatives Personalmanagement	x		x	x						x		
BSPOR	Produktionswirtschaft / OR	x		x	x					x		x	x
BSST2	Steuern II (Unternehmenssteuern)	x		x	x					x		x	x
BSWP	Wirtschaftsprüfung	x		x	x					x			
	Wahlpflichtmodule												
BEEN2	English Presentations and Public Speaking		x				x	x	x		x		
BEMA2	Mathematik II (Dynamische Modellierung und Lineare Optimierung)	x		x								x	x
BEBIS	Betriebliche Informationssysteme	x		x								x	x
BEQMA	Qualitätsmanagement	x		x	x			x	x	x		x	x
BEGRÜ	Business Planning	x		x	x	x	x	x		x			

PFLICHTMODULE (am Beispiel des Studiengangs „Business Administration“) *

Code- Nr.	Modulbezeichnung	Semester / SWS											
		1.		2.		3.		4.		5.		6.	
		SWS K	A S	SWS K	A S	SWS K	A S	SWS K	A S	SWS K	A S	SWS K	A S
	PFLICHTMODULE												
BPBWL	Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	4	5										
		64	86										
BPVW1	VWL I (Mikroökonomie)	4	5										
		64	86										
BPREW	Einführung in das Rechnungswesen	6	5										
		36	54										
BPGKL	Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung	6	5										
		36	86										
BPMA1	Mathematik I	4	5										
		64	86										
BPEN1	Business English Concepts and Correspondence	4	5										
		64	86										
BPEMA	Marketing Basics and Data-driven Marketing			4	5								
				64	86								
BPPUO	Personal und Organisation			4	5								
				64	86								
BPSTA	Statistik			6	5								
				36	54								
BPSD1	Steuern I (Einführung / Est)			4	5								
				64	86								
BPOPM	Operations Management			4	5								
				64	86								
BPJAB	Jahresabschluss			6	5								
				36	54								
BPGIF	Finanzierung und Investition I					4	5						
						64	86						
BPWAT	Einführung in die wissenschaftlichen Arbeitstechniken					4	5						
						64	86						
BPVW2	Volkswirtschaftslehre II					4	5						
						64	86						
BPRE1	Recht I (BGB)							4	5				
								64	86				
BPMAN	Unternehmensführung (Corporate and Sustainability Management)									4	5		
										64	86		
BPWIN	Grundlagen der Wirtschaftsinformatik und der Digitalen Transformation									4	5		
										64	86		
BPRE2	Recht II (AR / HGB)									4	5		
										64	86		
BPCON	Einführung in das Controlling									4	5		
										64	86		
BPPJM	Projektmanagement											4	3
												64	86

HASE / AUSLANDSSEMESTER

JEKTPHASE

ELORARBEIT

* Studienverlaufspläne anderer Studiengänge gemäß Prüfungsordnung

Inhaltsverzeichnis

Erklärungen zu den einzelnen Modularten	1
Pflichtmodule	2
Schwerpunktmodule	2
Wahlpflichtmodule (Electives)	2
Wahlmodule (Freiwillige Leistungen)	2
Modul-Kompetenzmatrix	3
Studiengang Marketing and International Business	4
Studiengang Entrepreneurship (B. Sc.)	5
PFLICHTMODULE (am Beispiel des Studiengangs „Business Administration“) *	6
Pflichtmodule	1
Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	2
Introduction to Business Administration	5
Volkswirtschaftslehre I (Mikroökonomie)	7
Economics I (Microeconomics)	9
Einführung in das Rechnungswesen	11
Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung	13
Mathematik I	15
Mathematik	17
Business English Concepts and Correspondence	19
Marketing Basics and Data-driven Marketing	21
Marketing Basics	23
Personal und Organisation	26
Statistik	28
Statistics	30
VWL II - Theorie der Makroökonomie und angewandte Wirtschaftspolitik	32
Economics II (Macroeconomics)	34
Operations Management	36
Jahresabschluss	38
Finanzierung und Investition I	40
Finance and Investing	42
Steuern I (Einführung / Einkommensteuer)	44
Einführung in das Controlling	46
Einführung in die wissenschaftlichen Arbeitstechniken	48

Introduction to Academic Writing.....	50
Wissenschaftliches Arbeiten	52
Recht I (BGB).....	54
Unternehmensführung (Corporate and Sustainability Management).....	56
Grundlagen der Wirtschaftsinformatik und der Digitalen Transformation	58
Recht II (Arbeitsrecht / Handels- und Gesellschaftsrecht).....	60
Projektmanagement.....	63
Praktische Studienphase.....	65
Wissenstransferphase I (dual Studierende)	68
Wissenstransferphase II (dual Studierende)	71
Wissenstransferphase.....	74
Bachelor-Thesis	76
I. SCHWERPUNKTMODULE	78
Studiengang „Bus. Adm. - Steuern dual“	78
Studiengang „Marketing and International Business“	78
Studiengang „Entrepreneurship“	78
Integrated Marketing Communications.....	80
Beschaffung und Logistik	82
Social Media Marketing.....	84
Marketingmanagement	86
Digital Marketing	88
Consumer Research	90
Gründung und Innovation	92
Management mittelständischer Unternehmen.....	94
Externes und Internes Rechnungswesen	96
Finanzierung und Investition II.....	99
Human Resource Management / Operatives Personalmanagement.....	101
International Business I	104
International Business II	107
Produktionswirtschaft / OR.....	109
Steuern II (Unternehmenssteuern).....	111
Wirtschaftsprüfung	113
WAHLPFLICHTMODULE (Electives)	115
English Presentations and Public Speaking	116
Mathematik II (Dynamische Modellierung und Lineare Optimierung).....	118

Betriebliche Informationssysteme.....	120
Business Planning.....	122
Qualitätsmanagement.....	124
Steuern III (Abgabenordnung und Umsatzsteuer).....	126
Career Preparedness in English.....	128
NABU – Nachhaltigkeit in Bauprojektentwicklung, Bauprojektmanagement und Unternehmensführung.....	130
Mergers & Aquisitions (M&A), Due Dilegence, Jahresabschlussanalyse und Unternehmensbewertung.....	132
Data Analytics & Dashboard Design	135

Pflichtmodule

Einführung in die Betriebswirtschaftslehre

Modul BPBWL	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 1. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Vorlesung		Kontaktzeit 4 SWS/64 h	Selbststudium 86 h	geplante Gruppengröße unbegrenzt	
Lehrsprache Deutsch / Englisch					
Verwendung des Moduls (Studiengang)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen)					
☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business					
☒ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship					
☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen					
☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
☒ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse (Learning Outcomes)/ Kompetenzen					
Fachkompetenz					
▪ Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen sind die Studierenden in der Lage, die grundlegenden Entscheidungen in Unternehmen und betriebswirtschaftlichen Forschungsmethoden darzustellen. ▪ Sie können die betriebswirtschaftlichen Teilgebiete definieren und deren Verflechtungen beschreiben. ▪ Sie können Problemstellungen der Betriebswirtschaftslehre erkennen, analysieren und Lösungsvorschläge entwickeln. ▪ Sie kennen die Notwendigkeit und das Problem des Transfers zwischen Theorie und Praxis.					
Methodenkompetenz					
▪ Die Studierenden werden in die Lage versetzt, ihre Problemlösefähigkeit, Transfer- und Analysefähigkeit zu verbessern. ▪ Sie kennen die erkenntnis- und wissenschaftstheoretischen Methoden des Faches.					
Sozialkompetenz					
▪ Die Studierenden entwickeln ihre Team- und Kooperationsfähigkeit. ▪ Sie entwickeln ihre Diskussions- und Argumentationsfähigkeit über gegebene Inhalte.					
Selbstkompetenz					
▪ Die Teilnahme an diesem Modul fördert die Fähigkeiten des Selbstmanagements wie z. B. der Selbstlernkompetenz und der sinnvollen Zeiteinteilung bei der Vorbereitung auf die zu erbringende Prüfungsleistung. ▪ Das Modul trägt dazu bei, dass die Studierenden ein ethisches Bewusstsein in Bezug auf die gesellschaftliche Verantwortung von Marktteilnehmer/innen, insbesondere von Unternehmen und Konsumenten, entwickeln.					

Inhalte ▪ Ausgewählte Themen der Einführung in das Fach Betriebswirtschaftslehre, insbesondere ▪ Grundlegende Begriffe der BWL (u. a. Wirtschaftlichkeitsprinzip, Wettbewerb, Marktformen) ▪ Überblick über die betrieblichen Grundfunktionen (v. a. Investition, Finanzierung, Organisation, Personal, Marketing, Beschaffung, Produktion, Logistik, Rechnungswesen, Controlling) ▪ Auseinandersetzung mit betriebswirtschaftlichen Basisentscheidungen (u. a. Zielsysteme, Standortentscheidungen, Rechtsformen von Unternehmen) ▪ Überblick über grundlegende Fragen der Unternehmensführung (u. a. strategischer Planungsprozess, Methoden der strategischen Planung) ▪ Einführung in wirtschaftsethische, nachhaltigkeitsorientierte Fragestellungen von Wirtschaftsakteuren im Kontext der Digitalisierung und Globalisierung ▪ BWL als Wissenschaft im interdisziplinären Kontext (u. a. BWL als theoretische und angewandte Wissenschaft; ▪ Grundbegriffe der Wissenschaftstheorie; Geschichte des Faches) ▪ Denkschulen und Theorieansätze der BWL (z. B. produktionsfaktor-orientierte BWL nach Erich Gutenberg; ▪ institutionenökonomie-orientierte BWL nach Ronald Coase; verhaltenswissenschaftlich-orientierte BWL nach dem St.Galler Management-Modell)
Lehrformen Vorlesung/seminaristischer Stil (abhängig von der Teilnehmerzahl) mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen
Teilnahmevoraussetzungen Formal keine Inhaltlich keine
Prüfungsformen Klausur, 90 Minuten
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r ▪ Prof. Dr. Sibylle Treude Lehrende ▪ Lehrende des Fachbereichs, Lehrbeauftragte
Literaturhinweise (jeweils die aktuelle Auflage) Auswahl ▪ Capaul, Roman; Steingruber, Daniel Betriebswirtschaft verstehen. Das St. Galler Management-Modell. ▪ Ernst, Dietmar; Sailer, Ulrich Nachhaltige Betriebswirtschaft. ▪ Hutzschenreuter, Thomas Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Grundlagen mit zahlreichen Praxisbeispielen. ▪ Jung, Hans Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. ▪ Kornmeier, Martin Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Eine Einführung für Wirtschaftswissenschaftler. ▪ Pepels, Werner (Hrsg.) Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. ▪ Schierenbeck, Henner; Wöhle, Claudia B. Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre. ▪ Thommen, Jean-Paul; Achleitner, Ann-Kristin Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Umfassende

Einführung aus

- managementorientierter Sicht.
- Vahs, Dietmar; Schäfer-Kunz, Jan Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, aktuelle Auflage.
- Wöhe, Günter; Döring, Ulrich Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. eine Betriebswirtschaftslehre.

Introduction to Business Administration					
Modulnr. BPBWL	Workload 150 h	Credits 5	Study Semester 1. semester	Frequency of supply each semester	Duration 1 semester
Course Seminar		Contact time 4 SWS / 64 h	Self-study 86 h	Group size 30 students	
Teaching language english					
Use of module (Study program) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☐ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Learning outcomes Professional skills ▪ Students are able to illustrate basic business decisions and adequate research methods. ▪ Students are able to define and describe business functions and their interdisciplinary interplay. ▪ Students are able to identify and analyze business problems and develop proposals for solutions. ▪ Students are aware of the challenges of theory-to-practice transfer. ▪ Students are aware of market-relevant trends (especially about digitalization and sustainability) Methodological skills ▪ Students are enabled to improve their abilities in problem-solving, academic transfer and analysis. ▪ Student know the specific epistemological framework and methods. Social skills ▪ Students understand links of business and sustainability challenges and are enabled to conceptualize solutions. ▪ Students build skills in arguing and discussing about given topics. Self-competence ▪ The module encourages students in their capabilities of self-management. For instance, in regard to self-studying and time-management of the exam preparation process. ▪ The module contributes to the development of ethical consciousness in regard to the social responsibility of market players, in particular the sustainability of companies and consumers.					

Content (Selection of topic) ▪ Key terms, components and objectives of business administration (e.g., economic principle, sustainability, competition, market forms) ▪ Interdisciplinarity of basic business functions (in particular, finance, investment, organization, HR, marketing, procurement, production, logistics, accounting, controlling). ▪ Initial business decision (e.g., location decisions, objectives, legal forms of organizations) ▪ Management basics (e.g., planning process, strategic management) ▪ Sustainability and ethics in business ▪ Business administration as a science (research methods in business administration) ▪ Megatrends (globalization, digitalization, artificial intelligence, augmented/virtual reality and more) Knowledge transfer by wall board, presentations, scripts, text-based information, tasks, case studies, discussions
Teaching formats Seminar with speeches, presentations, discussions and working tasks
Requirements Formal No requirements Content No requirements
Forms of examination Written exam 90 min. our portfolio examination
Necessary conditions for credits Passed examination
Weight of the grading According to the ECTS points
Module representatives ▪ Prof. Dr. Sibylle Treude Lecturers ▪ Prof. Dr. Andreas Hesse ▪ Dr. Aida Matri Ben Jemaa ▪ Teaching staff of the faculty
Additional Information Literature list for a deeper understanding ▪ Bryman, A. (2016). Social research methods. Oxford University Press. ▪ Drucker, P. (1954), The Practice of Management, Harper, New York. ▪ Hesse, A. & Höhmann, K. (2019). Management Basics – Einführung in die ABWL. Litello-Verlag Bonn. ▪ Jenkins, M.; Ambrosini, V.; & Collier, N. (2015) Advanced Strategic Management – A Multi-Perspective Approach. 2nd Edition, Palgrave MacMillan Verlag. ▪ Meffert, M.; P. Kenning; M. Kirchgeorg (Hrsg.) Sustainable Marketing Management. Wiesbaden. ▪ Porter, M. E. (1985). The Competitive Advantage Creating and Sustaining Superior Performance. NY Free Press, 1985 ▪ Ries, E. (2017). The Lean Startup. How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses. Currency International Edition. ▪ Westerman, G.; Bonnet, D. & McAfee, A. (2014). Leading Digital. Turning Technology into Business Transformation. Harvard Business Review Press.

Volkswirtschaftslehre I (Mikroökonomie)					
Modul BPVW1	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 1. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Vorlesung		Kontaktzeit 4 SWS / 64 h	Selbststudium 86 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende	
Lehrsprache Deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☒ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☒ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen					
Fachkompetenzen ▪ Die Studierenden erwerben im Rahmen des Moduls grundlegende Kenntnisse in den folgenden Gebieten Grundfragen der Volkswirtschaftslehre und Gegenstand der Mikroökonomie, Haushalts-, Unternehmens-, Markt- und Preistheorie. ▪ Ferner können sie die Modelle der Mikroökonomie auf Fälle der volkswirtschaftlichen Praxis und reale Situationen anwenden, um ökonomische Zusammenhänge und Phänomene ganzheitlich darzustellen, zu erklären und zu interpretieren. ▪ Sie erkennen die Bedeutung und die Herausforderungen, die mit dem Transfer zwischen Theorie und Praxis einhergeht. ▪ Das Modul trägt dazu bei, dass die Studierenden das ökonomische Bewusstsein für ethische Überlegungen in wirtschaftlichen Entscheidungen und Handlungen entwickeln.					
Methodenkompetenzen ▪ Die Studierenden beherrschen die wissenschaftliche Methodik der mikroökonomischen Analyse und deren Anwendung auf konkrete Fragestellungen. ▪ Sie werden in die Lage versetzt, ihr analytisches und kritisches Denken sowie ihre Transfer- und Problemlösefähigkeit zu verbessern und zu erweitern.					
Sozialkompetenzen ▪ Die Teilnahme an diesem Modul befähigt die Studierenden, im Team mikroökonomische Fragestellungen zu bearbeiten und diese vor der Seminaröffentlichkeit zu präsentieren sowie sich einer kritischen Diskussion zu stellen. Somit entwickeln Sie ihre Team- und Kooperationsfähigkeit. ▪ Des Weiteren erweitern sie ihre Diskussions-, Präsentations-, Moderations- und Argumentationsfähigkeit über gegebene mikroökonomische Inhalte und Sachverhalte.					
Selbstkompetenzen ▪ Die Teilnahme an diesem Modul fördert die Fähigkeiten des Selbstmanagements wie z. B. der Selbstlernkompetenz und der sinnvollen Zeiteinteilung bei der Vorbereitung auf die zu erbringende Prüfungsleistung.					

Inhalte Ausgewählte Themen der Einführung in das Fach Volkswirtschaftslehre/ Mikroökonomie (u. a.) ▪ Einführung in die Volkswirtschaftslehre ▪ Rationale Entscheidung ▪ Haushaltstheorie ▪ Unternehmenstheorie ▪ Unternehmensverhalten und Preisbildung in verschiedenen Marktformen ▪ Effizienz von Märkten und Wohlstand ▪ Ineffizienz von Märkten und Marktversagen Themen zur weiteren Vertiefung
Lehrformen Vorlesung/ seminaristische Veranstaltung mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen
Teilnahmevoraussetzungen Formal keine Inhaltlich keine
Prüfungsformen Klausur 90 Minuten
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche ▪ Prof. Dr. Mark Sellenthin, Prof. Dr. Margareta Teodorescu Lehrende ▪ Prof. Dr. Mark Sellenthin, Prof. Dr. Margareta Teodorescu, Lehrende des Fachbereichs
Literaturhinweise (Auswahl, jeweils die aktuelle Auflage) ▪ Bartling, H. & Luzius, F., Grundzüge der Volkswirtschaftslehre – Einführung in die Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik, Vahlen ▪ Bofinger, P., Grundzüge der Volkswirtschaftslehre Eine Einführung in die Wissenschaft von Märkten, Pearson ▪ Hanusch, H., Kuhn, T. & Canter, U., Volkswirtschaftslehre 1 Grundlegende Mikro- und Makroökonomik, Springer Gabler ▪ Krugman, P. & Wells, R., Volkswirtschaftslehre, Schäffer-Poeschel ▪ Mankiw, N & M. Taylor; Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Schaeffer-Poeschel ▪ Pindyck, S. R. & Rubinfeld, L. D., Mikroökonomie, Pearson ▪ Sellenthin, M. Volkswirtschaftslehre – mathematisch gedacht, Springer Gabler ▪ Varian, H. R., Grundzüge der Mikroökonomik, De Gruyter Oldenbourg

Economics I (Microeconomics)					
Module	Workload	Credits	Semester	Frequency offered	Duration
BPVW1	150 h	5	1 st semester	Each semester	1 semester
Course components		Contact time	Independent study	Planned group size	
Lecture		4 semester hours / 64 h	86 h	60 students	
Teaching language					
German					
Module used in (degree program) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☐ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Learning outcome/ skills Expertise/ professional skills ▪ After successfully completing this module, students have basic knowledge of the following areas fundamentals in microeconomics and the subject matter of microeconomics, and consumer, firm, market, and price theories. ▪ Furthermore, they are able to apply microeconomic models to economic issues and in real-world economic scenarios in order to present, explain and interpret economic relationships and phenomena. ▪ They recognize the importance and complexity of bridging the gap between theory and practice. ▪ The module aids students in developing and cultivating an economic awareness of ethical considerations within economic decision-making and actions. Methodological skills ▪ Students proficiently grasp the scientific methodology of microeconomic analysis and its applications to address specific, real-world economic issues and scenarios. ▪ They enhance and broaden their analytical and critical thinking abilities, along with refining their skills in knowledge transfer and problem-solving. Social skills ▪ After successfully participating in this module, students will better work in teams, present their microeconomic findings to their fellow students, and actively engage in critical discussions. This process contributes to the development of their teamwork and cooperation skills. ▪ Furthermore, they enhance their ability to discuss, present, moderate and argue about given microeconomic concepts and issues. Self-competences ▪ Participating in this module fosters self-management skills, including effective self-study techniques and the ability to better organize and manage time when preparing for examinations.					

Contents ▪ Selected topics in introduction to economics/ microeconomics ▪ Introduction to Microeconomics ▪ Consumer Theory ▪ Theory of the Firm ▪ Market Theory ▪ Firm Behavior and the Organization of Industry ▪ Markets and Welfare ▪ Market Inefficiency and Market Failure ▪ Topics for Further Study
Teaching formats Seminar with presentations, discussions, working tasks and quizzes, and exercise elements.
Requirements Formal Admission to the Bachelor study program MIB Content No requirements
Forms of examination Written exam or portfolio examination
Requirements for the award of credits Passed module exam
Weight of the grade in the final score Weighted according to the number of ECTS credits
Module representative ▪ Prof. Dr. Margareta Teodorescu Lecturers ▪ Prof. Dr. Margareta Teodorescu, Prof. Dr. Mark O. Sellenthin, teaching staff of the faculty
Literature (latest editions) ▪ Jehle, A. Geoffrey & Reny, J. Philip, Advanced Microeconomic Theory, Pearson ▪ Krugman, Paul & Wells, Robin, Economics, Worth ▪ Mankiw, N. Gregory, Principles of Economics, Cengage ▪ Nicholson, Walter & Snyder, Christopher, Intermediate Microeconomics and Its Application, Cengage ▪ Perloff, Jeffrey M., Microeconomics, Addison Wesley ▪ Pindyck, Robert & Rubinfeld, Daniel, Microeconomics, Pearson ▪ Samuelson, P. Anthony & Nordhaus, D. William, Economics, international edition, McGraw-Hill Education ▪ Smith, Adam, An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations, Classic Reprint ▪ Varian, R. Hal, Intermediate Microeconomics A Modern Approach, international edition, Norton

Einführung in das Rechnungswesen					
Modul BPREW	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 1. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Vorlesung Übung		Kontaktzeit 4 SWS / 64 h 2 SWS / 32 h	Selbststudium 54 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende	
Lehrsprache Deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☒ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☒ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse Die Studierenden sollen am Ende des Moduls die Bedeutung des Rechnungswesens für das gesamte Unternehmen sowie die Bedeutung der Buchführung für ein funktionierendes Rechnungswesen kennen. Unter Beachtung der normativen Grundlagen der steuer- und handelsrechtlichen Buchführung sind die Studierenden u. a. in der Lage, die Eröffnung und den Abschluss der Bestands- und Erfolgskonten, die Verbuchung des Waren-, Güter- und Zahlungsverkehrs sowie die Buchungen im Personalbereich eigenständig durchzuführen. Darüber hinaus sind die Studierenden in der Lage mit Auswertungen des Rechnungswesens umzugehen und deren Aussagegehalt zu verstehen.					
Kompetenzen Diese Veranstaltung vermittelt die grundlegenden Kenntnisse des Aufbaus und der Funktionsweise des betrieblichen Rechnungswesens. Ziel ist, die Basis für das Verständnis der Zusammenhänge der verschiedenen Teilbereiche des Rechnungswesens zu legen (Fachkompetenz). Die Studierenden können einfache Geschäftsvorfälle als Ströme von Geld und Gütern interpretieren (analytische Fähigkeit) und in der Finanzbuchhaltung fundiert abbilden (praktische Fähigkeit). Darüber hinaus verstehen die Studierenden die Systematik eines Jahresabschlusses (kognitive Fähigkeit) und können einen einfachen Jahresabschluss planen und durchführen (praktische Fähigkeit). Schließlich verstehen die Studierenden die Zusammenhänge zwischen dem Rechnungswesen und anderen betrieblichen Bereichen (kognitive Fähigkeit) sowie die Zusammenhänge zwischen verschiedenen Größen des Rechnungswesens (kognitive Fähigkeit).					

Inhalte-Vorlesung

- Grundlagen Aufgaben und Bereiche des Rechnungswesens; Buchführung als Teil des Rechnungswesens;
- Rechtliche Grundlagen der handels- und steuerrechtlichen Buchführungs- und Aufzeichnungspflicht
- Technik der Buchführung u. a. Inventar, Inventur, Bilanz, Bestandskonten sowie Erfolgskonten;
- Buchung im Anlagevermögen u. a. Abschreibungen, GWG und Verkauf von Anlagen;
- Buchung der Umsatzsteuer (USt) u. a. Wesen der USt, Verbuchung und Bilanzierung;
- Buchungen im Umlaufvermögen u. a. Privatentnahme/Privateinlag, Einkaufsbereich, Verkaufsbereich;
- Jahresabschluss u. a. zeitliche Abgrenzungen (sonst. Ford.; sonst. Verb., ARAP, PRAP, Rückstellungen), Bewertung von Forderungen (z. B. Wertberichtigungen);
- Buchungen im Personalbereich u. a. Sozialversicherungsbeiträge, Gehalt sowie Vorschüsse;
- Lesen und verstehen der Betriebswirtschaftlichen Auswertung, der Branchenvergleiche und der Kapitalflussrechnung

Übung

Fallstudien und Praxisfälle zum externen Rechnungswesen

Lehrformen

Vorlesung mit Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung

Teilnahmevoraussetzungen

Formal keine

Inhaltlich keine

Prüfungsformen

Klausur 90 Min.

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte

Modulverantwortliche/r

- Prof. Dr. Jürgen Mertes

Lehrende

- Prof. Dr. Jürgen Mertes
- Lehrbeauftragte

Literaturhinweise (jeweils die aktuelle Auflage)

- Bornhofen, M./Bornhofen, M.C. Buchführung 1
- Bornhofen, M./Bornhofen, M.C. Buchführung 2
- Hufnagel/Burgfeld-Schächer, Einführung in die Buchführung und Bilanzierung
- Meyer/Theile, Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht
- Schildbach/Stobbe/Freichel, Der handelsrechtliche Jahresabschluss
- Schmolke/Deitermann Industrielles Rechnungswesen

Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung

Modul BPGKL	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 1. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Vorlesung Übung		Kontaktzeit 4 SWS / 64 h 2 SWS / 32 h	Selbststudium 54 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende	
Lehrsprache Deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☒ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☒ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden kennen nach Abschluss des Moduls als Fachkompetenz die Aufgaben und Teilbereiche des internen Rechnungswesens, gelernte Verfahren und Methoden können sie in die Praxis umsetzen. Sozialkompetenz wird durch die Bearbeitung von Übungsaufgaben in Lerngruppen aufgebaut. Ebenso wird das Denken in betriebswirtschaftlichen Kategorien und Zusammenhängen trainiert.					
Inhalte-Vorlesung - Die Kosten- und Leistungsrechnung als Teilbereich des Rechnungswesens - Aufgaben der Kosten- und Leistungsrechnung - Grundbegriffe des Rechnungswesens - Kostenartenrechnung - Kostenstellenrechnung - Kostenträgerrechnung und Kalkulationsformen - Kurzfristige Erfolgsrechnung					
Übung Fallbeispiele zur Kosten- und Leistungsrechnung					
Lehrformen Vorlesung mit Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung					

Teilnahmevoraussetzungen Formal keine Inhaltlich keine
Prüfungsformen Klausur 120 Min.
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r ▪ Prof. Dr. Andreas Mengen Lehrende ▪ Prof. Dr. Andreas Mengen; Lehrbeauftragte, wiss. Mitarbeiter*innen
Literaturhinweise (Jeweils die aktuelle Auflage.) ▪ Weber, Jürgen u. Weißenberger, Barbara Einführung in das Rechnungswesen. ▪ Schweitzer, Marcel und Küpper, Hans-Ulrich Systeme der Kosten- und Erlösrechnung.

Mathematik I					
Modul BPMA1	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 1. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Vorlesung		Kontaktzeit 4 SWS / 64 h	Selbststudium 86 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende	
Lehrsprache Deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☒ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse (learning outcomes)					
Nach Absolvierung dieses Moduls haben die Studierenden grundlegende mathematische Kenntnisse in folgenden Bereichen erworben Elementare Grundlagen, Potenzen, Wurzeln, Logarithmen, Gleichungen und Ungleichungen, Differentialrechnung mit einer und mehreren Variablen, Integralrechnung, Lineare Algebra und Lineare Gleichungssysteme.					
Inhalte					
☐ Grundlagen Zahlen und Zahlssysteme, Potenzen, Wurzeln, Logarithmen Lösen von Gleichungen und Ungleichungen ☐ Funktionen und ihr Graphen ☐ Differentialrechnung und deren wirtschaftswissenschaftliche Anwendung ☐ Funktionen mit mehreren Unbekannten (partielle Differentiation) Optimierungsverfahren unter Nebenbedingungen ☐ Integralrechnung und deren wirtschaftswissenschaftliche Anwendung ☐ Lineare Algebra und Lineare Gleichungssysteme					
Wissensvermittlung via PowerPoint, Tafel					
Lehrformen					
Vorlesung mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen.					

Teilnahmevoraussetzungen Formal keine Inhaltlich keine
Prüfungsformen Klausur, 90 Min
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r - Prof. Dr. Mark Sellenthin Lehrende - Prof. Dr. Mark Sellenthin, Prof. Dr. Margareta Teodorescu, Lehrende des Fachbereichs, Lehrbeauftragte
Literaturhinweise (Auswahl, jeweils die aktuelle Auflage) - Matthäus, H. & Matthäus, W.-G., Mathematik für BWL-Bachelor Schritt für Schritt mit ausführlichen Lösungen, Springer Gabler - Matthäus, H. & Matthäus, W.-G., Mathematik für BWL-Bachelor Übungsbuch – Ergänzungen für Vertiefung und Training, Springer Gabler - Schwarze, J., Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Band 1, 2 und 3, nwb - Sellenthin, M. (2017), Volkswirtschaftslehre – mathematisch gedacht, Springer Gabler - Sydsaeter, K., Hammond, P., Strom, A. & Carvajal, A., Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Pearson - Tietze, J., Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik Das praxisnahe Lehrbuch – inklusive Brückenkurs für Einsteiger, Springer - Tietze, J., Übungsbuch zur angewandten Wirtschaftsmathematik Aufgaben, Testklausuren und ausführliche Lösungen, Springer

Mathematik					
Modul BPM AV	Workload 210 h	Credits 8	Studiensemester 1. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Vorlesung		Kontaktzeit 6 SWS / 96 h	Selbststudium 120 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
Lehrsprache Deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang)					
☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☐ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen					
Nach Absolvierung dieses Moduls haben die Studierenden grundlegende mathematische Kenntnisse in folgenden Bereichen erworben Elementare Grundlagen, Potenzen, Wurzeln, Logarithmen, Gleichungen und Ungleichungen, Differentialrechnung mit einer und mehreren Variablen, Integralrechnung, Lineare Algebra und Lineare Gleichungssysteme.					
Inhalte					
☐ Grundlagen Zahlen und Zahlssysteme, Potenzen, Wurzeln, Logarithmen Lösen von Gleichungen und Ungleichungen ☐ Funktionen und ihr Graphen ☐ Differentialrechnung und deren wirtschaftswissenschaftliche Anwendung ☐ Funktionen mit mehreren Unbekannten (partielle Differentiation) ☐ Optimierungsverfahren unter Nebenbedingungen (graphisch-orientierter Lösungsweg, Lagrange-Verfahren) ☐ Elastizitäten (insbes. Preiselastizität, Einkommenselastizität, Kreuzpreiselastizität, Faktorelastizität) ☐ Integralrechnung und deren wirtschaftswissenschaftliche Anwendung ☐ Lineare Algebra und Lineare Gleichungssysteme					
Wissensvermittlung via PowerPoint, Tafel					
Lehrformen					
Vorlesung mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen.					

Teilnahmevoraussetzungen Formal keine Inhaltlich Keine
Prüfungsformen Klausur 90 Min.
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r ▪ Prof. Dr. Mark Sellenthin Lehrende ▪ Prof. Dr. Mark Sellenthin
Literaturhinweise ▪ Sellenthin, M. (2017), Volkswirtschaftslehre – mathematisch gedacht, Springer Verlag. ▪ Matthäus & Matthäus (2009), Mathematik für BWL-Master, Vieweg + Teubner, Wiesbaden. ▪ Schwarze, Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Band 1, 2 und 3, akt. Aufl

Business English Concepts and Correspondence					
Modul BPEN1	Workload 150 h	Credits 5	Study Semester 1. semester	Frequency of supply each semester	Duration 1 Semester
Course Seminar Tutorial		Contact time 2 SWS / 32 h 2 SWS/ 32 h	Self-study 86 h	Group size 20 students	
Teaching language english					
Use of module (Study program) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☒ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☒ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Learning Outcomes ▪ Students are divided into small groups based on the results of an English language placement test given at the start of the semester. The module is split into two components, business vocabulary and business communication. ▪ On successful completion of the course, participants should have reached a minimum level of CEFR B2, however, this is dependent on their respective language level on entry. ▪ Students should also have developed ▪ confidence in using the English language while speaking in business situations. Including asking for information and comprehending the answer. ▪ their vocabulary for working in an English-speaking environment. Including vocabulary related to the different legal forms a business can take, the departments within a business, and to a limited extent common and current issues facing these businesses. Students should be able to express their opinions and take part in a discussion in a business context. ▪ skills in reading related to business issues. This includes understanding the general meaning of reports, emails, letters and other commonly found business texts. ▪ writing standard forms of business correspondence. Including emails, reports, letters, and other commonly found business texts. ▪ their overall ability to communicate in English in business settings.					
Self-competence ▪ Communication, problem solving, group work, information retrieval, time management					

Content ▪ Legal entities ▪ Company culture, departments and organisational structures ▪ Factors affecting successful businesses- examples of, ▪ Successful management and teamwork ▪ Number work - Interpreting statistics, describing trends ▪ Business writing-reports & emails ▪ Suitable register for business situations
Teaching formats Case studies, group work, discussions, exercises, online study course.
Requirements Formal 7 to 9 years school English Content no requirements
Forms of examination Written exam or written assignment/report testing the learning outcomes and course content
Necessary conditions for credits Passed examination
Weight of the grading According to the ECTS points
Modul representative ▪ Mark Frost and Megan Steitz Lecturers ▪ Mark Frost; David Davies; Eric Thomas, Megan Steitz
Additional Information Literature list Ashford, Stephanie (2010). Business Proficiency, Klett, ISBN 3128000212 Murphy, Raymond (1985) English Grammar in Use, ISBN 978-1-108-45765-1 (5th Ed) Additional literature to be given over the course of the semester

Marketing Basics and Data-driven Marketing					
Modul BPMAG	Workload 150	Credits 5	Studiensemester 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Vorlesung		Kontaktzeit 4 SWS / 64 h	Selbststudium 86 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende	
Lehrsprache Deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☒ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse (learning outcomes) Das Modul dient der Einführung in das Marketing. Die Studierenden lernen wichtige Marketing-Entscheidungssituationen kennen und sind in der Lage, diese mithilfe geeigneter interdisziplinärer Methoden zu lösen. Hierzu wird folgende Fach- und Methodenkompetenz vermittelt ▪ Die Studierenden lernen den Prozess der Marketingplanung mit ihren strategischen und operativen Elementen kennen. ▪ Die Studierenden lernen Ansätze der Marketingstrategie (insb. Segmentierung, Erhebung von Marktdaten) kennen. ▪ Die Studierenden besitzen ein fundiertes Wissen zur Interpretation und Anwendung der verschiedenen Maßnahmen des Marketing-Mix (Produkt, Preis, Kommunikation und Distribution) unter besonderer Berücksichtigung der fortschreitenden Digitalisierung und Internationalisierung. ▪ Die Studierenden kennen die Grundbegriffe und Unterschiede in verschiedenen Feldern des digitalen Marketings (insbesondere Website-Marketing, Suchmaschinenmarketing, Social Media Marketing, E-Commerce). ▪ Die Studierenden lernen Marketingtrends (insbesondere Nachhaltigkeitsmarketing, Purpose-driven Marketing) kennen. ▪ Die Studierenden lernen anwendungsorientierte Grundlagen des daten-gestützten Marketings kennen, so dass sie die praktische Anwendung von datenbasierter Entscheidungsfindung nutzen können.					
Kompetenzen Fachkompetenz Strategische und operative Marketingplanung, aktuelle Marketingtrends, digitales Marketing, daten-gestütztes Marketing. Methodenkompetenz Selbstständiges Arbeiten, Arbeiten in Gruppen, Diskussionsfähigkeit, Anwendung von Methoden im Rahmen der Marketingplanung					

Inhalte ▪ Grundlegende Begriffe im Marketing ▪ Der Prozess der strategischen und operativen Marketingplanung ▪ Marktsegmentierung, Berechnung von Marktanteilen, Weiterempfehlungsrate (NPS) ▪ Produktpolitische Entscheidungen mit den Schwerpunkten Internationalisierung und Markenführung ▪ Grundbegriffe zur Preissetzung (insbesondere Preiselastizität der Nachfrage) ▪ Kommunikationspolitische Entscheidungen (insbesondere Green Marketing/Nachhaltigkeitsmarketing) ▪ Einführung in digitales Marketing, Social Media Marketing und E-Commerce ▪ Aktuelle Trends im Marketing ▪ Daten-gestütztes Marketing (insbesondere marktorientierte Steuerungskennzahlen, Vorhersagemodelle wie beispielsweise lineare Regression)
Lehrformen Vorlesung mit Vortrags-, Diskussions- und Übungselementen. Aufgaben und Quizzes in der Online-Lernplattform der Hochschule (OLAT), Studium der aktuellen Wirtschaftspresse.
Teilnahmevoraussetzungen Formal keine Inhaltlich keine
Prüfungsformen Klausur 90 Min. oder Portfolioprüfung
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Andreas Hesse Lehrende Prof. Dr. Andreas Hesse Nika Kimeridze
Literaturhinweise (jeweils die aktuelle Auflage) ▪ Ahlert, D.; Kenning, P.; Brock, C. (2020). Handelsmarketing Grundlagen der marktorientierten Führung von Handelsbetrieben; 3. Auflage ▪ Homburg, C. (2016). Marketingmanagement Strategie-Instrumente-Umsetzung-Unternehmensführung. Springer-Verlag. ▪ Kreutzer, R. T. (2016). Online-marketing. Wiesbaden Springer Fachmedien Wiesbaden ▪ Meffert, M.; P. Kenning; M. Kirchgeorg (Hrsg.) (2014) Sustainable Marketing Management. Wiesbaden. ▪ Porter, M. E. (1985). The Competitive Advantage Creating and Sustaining Superior Performance. NY Free Press ▪ Roger, E.M. (1995). Diffusion of innovations, Free Press, New York ▪ Scharf, A., Schubert, B., & Hehn, P. (2015). Marketing Einführung in Theorie und Praxis. Schäffer-Poeschel. ▪ Tuten, T. (2020). Social Media Marketing. 4th Edition. Sage Publications

Marketing Basics					
Modulnr. BPMAG	Workload 150 h	Credits 5	Study semester 2. Semester	Frequency of supply each semester	Duration 1 semester
Course Seminar		Contact time 4 SWS/64 h	Self-study 86 h	Group size 30 students	
Teaching language English					
Use of module (Study program) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☐ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Learning outcomes The teaching module is a basic introduction of marketing as a business function. Students learn how organizations may use marketing strategies and marketing activities in competitive markets. Students know important marketing decision making challenges and are able to develop proposals with interdisciplinary methods.					
Professional skills ▪ Students get to know various marketing strategies and are methodologically enabled to develop such strategies ▪ Students get a solid knowledge to interpret and apply marketing vehicles (e.g. price, product, promotions, placement) as well as digital marketing vehicles (e.g., website marketing, search engine marketing, social media marketing, e-commerce) ▪ Students get to know specific challenges and implications of B2B, B2C and international marketing ▪ Students get to know topical marketing trends and examine marketing-specific business decisions, in particular in regard to sustainability marketing, social marketing and green marketing ▪ Students get to know applied basics of data-driven marketing					
Methodological skills ▪ Self-studying, teamwork, discussions, application of strategic marketing methods					

Content Selection of topics ▪ Key terms of marketing market, market players, marketing, marketing instruments, strategic marketing ▪ B2B, B2C, international marketing
▪ Introduction to consumer behavior ▪ Marketing strategies, market segmentation, net promotor score ▪ Product marketing, innovation management and brand management ▪ Pricing, Price elasticity of demand ▪ Promotion, marketing communication, sustainability marketing, green marketing ▪ Placement, sales channel management ▪ Digital marketing and e-commerce ▪ Examination of marketing trends (i.e., social media, social commerce etc.) ▪ Data-driven marketing (i.e., marketing metrics, predictive analytics) Knowledge transfer ▪ by wall board, presentations, scripts, text-based information, tasks, case studies, discussions
Teaching formats Lecturing incl. seminaristic elements with speeches, presentations, discussions and working tasks.
Requirements Formal No requirements Content No requirements
Forms of examination Written exam 90 min.
Necessary conditions for credits Passed examination
Weight of the grading According to the ECTS points
Modul representative Prof. Dr. Andreas Hesse Lecturers Prof. Dr. Andreas Hesse Prof. Dr. Sonja Christ-Brendemühl

Additional Information

Course participants will be provided with articles and lecture notes during the course. In addition, it's recommended to use the following sources in order to deepen the understanding of marketing

- Ahlert, D.; Kenning, P.; Brock, C. (2020). Handelsmarketing Grundlagen der marktorientierten Führung von Handelsbetrieben; 3. Auflage
- Ansoff, H. I. (1957). Strategies for diversification. Harvard Business Review, 35(5), 113-124
- Charter, M.; Peattle, K.; Ottman, J. & Polonsky, M. (2002). Marketing and Sustainability, BRASS
- Dibb et al. (2012). Marketing. Concepts & Strategies (6th Ed.)
- Meffert, M.; P. Kenning; M. Kirchgeorg (Hrsg.) (2014). Sustainable Marketing Management. Wiesbaden.
- Porter, M. E. (1985). The Competitive Advantage Creating and Sustaining Superior Performance. NY Free Press
- Sorger, S. (2013). Marketing Analytics. Strategic Models and Metrics. AdmiralPress.
- Roger, E.M. (1995). Diffusion of innovations, Free Press, New York
- Tuten, T. (2020). Social Media Marketing. 4th Edition. Sage Publications
- Westerman, G.; Bonnet, D. & McAfee, A. (2014). Leading Digital. Turning Technology into Business Transformation. Harvard Business Review Press

Personal und Organisation					
Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BPPUO	150	5	2. Semester	Jedes Semester	1 Semester
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
Vorlesung		4 SWS / 64 h	86 h	60 Studierende	
Lehrsprache					
Deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual					
☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen)					
☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business					
☒ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship					
☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen					
☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse /Kompetenzen					
Die Studierenden sollen am Ende des Moduls					
▪ Gesamtprozess in einem Unternehmen internalisiert haben. ▪ in der Lage sein, einzelne personalwirtschaftliche Instrumente anzuwenden und kritisch zu reflektieren ▪ die Rolle und Aufgaben des Personalmanagements im Zusammenwirken der betriebswirtschaftlichen Funktionsbereiche einordnen und bewerten können ▪ die Grundlagen der Organisationstheorie kennen ▪ hinterfragen können, wie sich ökologische und soziale Nachhaltigkeit auf die Organisationsgestaltung auswirkt ▪ ein fundiertes Verständnis für das Verhalten von Individuen und Teams in Organisationen haben und daraus auch Schlüsse für ihr Self-Management ableiten ▪ Leadership Techniken verstehen und kritisch reflektieren können					
Inhalte					
Personal					
▪ Definition Personalmanagement und Human Ressource Management ▪ Theoretische Grundlagen des Personalmanagement ▪ Akteure des Personalmanagement ▪ Bedingungen des Personalmanagement ▪ Instrumente des Personalmanagement (Personalbedarfsplanung, Personalbeschaffung, Personalentwicklung, Personalfreisetzung) ▪ Personalcontrolling ▪ Vom Employer Branding, über das Personalmarketing zum (E-) Recruiting ▪ Arbeitszeitmodelle heute und Future of Work					

Organisation ▪ Definition, Bedeutung und Entwicklung von Organisationen ▪ Strukturierung von Aufgaben ▪ Integration von Individuum und Organisation ▪ Organisation und Umwelt ▪ Politische Prozesse in der Organisation und Unternehmenskultur ▪ Organisatorischer Wandel und Lernen ▪ Klassische und moderne Organisationstheorien
Lehrformen Vorlesung mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen.
Teilnahmevoraussetzungen Formal keine Inhaltlich keine
Prüfungsformen Klausur 90 Min
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r Ivan Paunovic Lehrende Ivan Paunovic Prof. Dr. Johannes Berger
Literaturhinweise (jeweils die aktuelle Auflage) ▪ Holtbrügge, D. (2022) Personalmanagement, 8. Aufl., Springer, Berlin. ▪ Schreyögg, Georg, und Daniel Geiger. Organisation Grundlagen moderner Organisationsgestaltung. Mit Fallstudien. Wiesbaden Springer Fachmedien, 2024. https://doi.org/10.1007/978-3-658-43439-7. ▪ Verhulst, S. L., & DeCenzo, D. A. (2021). Fundamentals of human resource management. John Wiley & Sons. ▪ Jung, R. H., Heinzen, M., & Quarg, S. (2018). Allgemeine Managementlehre Lehrbuch für die angewandte Unternehmens-und Personalführung. Erich Schmidt Verlag.

Statistik					
Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BPSTA	150	5	2. Semester	Jedes Semester	1 Semester
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
Vorlesung		4 SWS / 64 h	54 h	60 Studierende	
Übung		2 SWS / 32 h			
Lehrsprache					
Deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual					
☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen)					
☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business					
☒ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship					
☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen					
☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen					
Fachkompetenzen					
- Die Studierenden erwerben im Rahmen des Moduls Kenntnisse über die Anwendungsgebiete der statistischen Methodenlehre und deren Einbettung in die gesamte statistische Untersuchung. - Des Weiteren sind sie in der Lage, statistische Datenanalysen durchzuführen, quantitative Daten zu interpretieren und statistische Konzepte und Verfahren auf Fälle der betriebswirtschaftlichen Praxis und reale Situationen anzuwenden, um ökonomische Zusammenhänge und Phänomene ganzheitlich darzustellen, zu erklären und zu interpretieren. - Sie erkennen die Bedeutung und die Herausforderungen, die mit dem Transfer zwischen Theorie und Praxis einhergeht. - Das Modul trägt dazu bei, dass die Studierenden ein besseres Verständnis für statistische Methoden im Zusammenhang mit ethischen Überlegungen in wirtschaftlichen Entscheidungen und Handlungen entwickeln.					
Methodenkompetenzen					
- Die Studierenden beherrschen die wissenschaftliche Methodik der statistischen Analyse und deren Anwendung auf konkrete Fragestellungen. - Sie werden in die Lage versetzt, ihr analytisches und kritisches Denken sowie ihre Datenkompetenz und Transfer- und Problemlösefähigkeit zu verbessern und zu erweitern.					
Sozialkompetenzen					
- Die Teilnahme an diesem Modul befähigt die Studierenden, im Team statistische Fragestellungen und Übungen zu bearbeiten und diese vor der Seminaröffentlichkeit zu präsentieren sowie sich einer kritischen Diskussion zu stellen. Somit entwickeln Sie ihre Team- und Kooperationsfähigkeit. - Des Weiteren erweitern sie ihre Diskussions-, Präsentations-, Moderations- und					

Argumentationsfähigkeit über gegebene statistische Inhalte und Sachverhalte. Selbstkompetenzen Die Teilnahme an diesem Modul fördert die Fähigkeiten des Selbstmanagements wie z. B. der Selbstlernkompetenz und der sinnvollen Zeiteinteilung bei der Vorbereitung auf die zu erbringende Prüfungsleistung
Inhalte Ausgewählte Themen der Einführung in das Fach Statistik (u. a.) I. Eindimensionale Datenanalyse Einfache Häufigkeitsverteilungen, Parameter von Häufigkeitsverteilungen (Mittelwerte, Streuungsmaße), Konzentrationsmessung II. Mehrdimensionale Datenanalyse Mehrdimensionale Häufigkeitsverteilungen, Abhängigkeit von Merkmalen, Regressions- und Korrelationsanalyse
Lehrformen Vorlesung/ seminaristische Veranstaltung mit Vortrags-, Diskussions- und Übungselementen
Teilnahmevoraussetzungen Formal keine Inhaltlich keine
Prüfungsformen Klausur
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r - Dr. Alexander Heczko Lehrende - Dr. Alexander Heczko
Literaturhinweise (jeweils die aktuelle Auflage) - Agresti, Alan, Franklin, Christine & Klingenberg, Bernhard, Statistics – The Art and Science of Learning from Data, Pearson - Bleymüller, Josef & Weißbach, Rafael, Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, Vahlen - Bourier, Günther, Beschreibende Statistik Praxisorientierte Einführung – Mit Aufgaben und Lösungen, Springer Gabler - Cleff, Thomas, Deskriptive Statistik und explorative Datenanalyse, Springer Gabler - Kosfeld, Reinhold, Eckey, Hans Friedrich & Türck, Matthias, Deskriptive Statistik Grundlagen, Methoden, Beispiele, Springer - Schira, Josef, Statistische Methoden der VWL und BWL Theorie und Praxis, Pearson - Schwarze, Jochen, Grundlagen der Statistik I Beschreibende Verfahren, nwb - Schwarze, Jochen, Grundlagen der Statistik II Wahrscheinlichkeitsrechnung und induktive Statistik, nwb - Wewel, Max C. & Blatter, Anja, Statistik im Bachelor-Studium der BWL und VWL Methoden, Anwendung, Interpretation, Pearson

Statistics					
Modulnr. BPVW1	Workload 150 h	Credits 5	Study semester Second term	Frequency of supply Each term	Duration One semester
Course Seminar		Contact time 4 SWS/64 h	Self-study 86 h	Group size 60 students	
Teaching language English					
Use of module (Study program) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☐ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Learning outcomes/ skills Expertise/ professional skills ▪ After successfully completing this module, students know the areas of application of statistical methodology and are able to demonstrate the ability of using methods of descriptive statistics to analyze empirical facts. ▪ Furthermore, they are able to carry out statistical data analyses, interpret quantitative data and apply statistical concepts and methods to business and economic issues and in real-world economic scenarios in order to present, explain and interpret economic relationships and phenomena. ▪ They recognize the importance and complexity of bridging the gap between theory and practice. ▪ The module aids students in developing a better understanding of statistical methods in connection with ethical considerations within economic decision-making and actions. Methodological skills ▪ Students proficiently grasp the scientific methodology of statistical analysis and its applications to address specific, real-world business and economic issues and scenarios. ▪ They enhance and broaden their analytical and critical thinking abilities as well as their data literacy, along with refining their skills in knowledge transfer and problem-solving. Social skills ▪ After successfully participating in this module, students will better work in teams, present their statistical findings to their fellow students, and actively engage in critical discussions. This process contributes to the development of their teamwork and cooperation skills. ▪ Furthermore, they enhance their ability to discuss, present, moderate and argue about given statistical concepts and issues. Self-competences ▪ Participating in this module fosters self-management skills, including effective self-study techniques and the ability to better organize and manage time when preparing for examinations.					

Contents Selected topics in introduction to statistics I. Statistical univariate analysis frequency distributions, statistical parameters (mean, median, measures of statistical dispersion) II. Statistical multivariate analysis multivariate distributions, regression analysis, correlation analysis
Teaching formats Seminar with presentations, discussions, working tasks and quizzes, and exercise elements
Requirements Formal Admission to the Bachelor study program MIB Content No requirements
Forms of examination Written exam or portfolio examination
Requirements for awarding the credit points Passed module exam
Weight of the grade in the final score Weighted according to the number of ECTS credits
Module representative ▪ Dr. Alexander Heczko Lecturers ▪ Dr. Alexander Heczko
Literature (latest editions) ▪ Agresti, Alan, Franklin, Christine & Klingenberg, Bernhard, Statistics – The Art and Science of Learning from Data, Pearson ▪ Anderson, R. David et al., Statistics for Business and Economics, Cengage ▪ Mann, S. Prem, Introductory Statistics, Wiley & Sons ▪ McClave, T. James, Benson, P. George & Sincich, L. Terry, Statistics for Business and Economics, international edition, Pearson ▪ Newbold, Paul, Carlson, William & Thorne, Betty, Statistics for Business and Economics, global edition, Pearson ▪ Rice, A. John, Mathematical Statistics and Data Analysis, international edition, Brooks/Cole Thomson ▪ Sharpe, D. Noreen, De Veaux, D. Richard & Velleman, F. Paul, Business Statistics, Pearson ▪ Witte, S. Robert & Witte, S. John, Statistics, Wiley & Sons ▪ Wood, N. Simon, Core Statistics, Cambridge University Press

VWL II - Theorie der Makroökonomie und angewandte Wirtschaftspolitik					
Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BPVW2	150	5	3. Semester	Jedes Semester	1 Semester
Lehrveranstaltungen Vorlesung		Kontaktzeit 4 SWS / 64 h	Selbststudium 86 h	geplante Gruppengröße unbeschränkt	
Lehrsprache Deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☒ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen Fachkompetenzen ▪ Die Studierenden erwerben im Rahmen des Moduls Kenntnisse über den Gegenstand der Makroökonomie und makroökonomische Zusammenhänge. ▪ Sie sind in der Lage, die gesamtwirtschaftlichen Märkte (Güter-, Geld-, und Arbeitsmarkt) in der kurzen, mittleren und langen Frist zu untersuchen und verstehen das Ineinandergreifen dieser Märkte. ▪ Ferner können sie die Wirkung wirtschaftspolitischer Maßnahmen wie bspw. geld- und fiskalpolitischer Impulse auf den einzelnen Märkten nachvollziehen und anwendungsbezogene Aspekte erschließen. ▪ Sie erkennen die Bedeutung und die Herausforderungen, die mit dem Transfer zwischen Theorie und Praxis einhergeht. Methodenkompetenzen ▪ Die Studierenden beherrschen die wissenschaftliche Methodik der makroökonomischen Analyse und deren Anwendung auf konkrete Fragestellungen. ▪ Sie werden in die Lage versetzt, ihr analytisches und kritisches Denken sowie ihre Transfer- und Problemlösefähigkeit zu verbessern und zu erweitern. Sozialkompetenzen ▪ Die Teilnahme an diesem Modul befähigt die Studierenden, im Team makroökonomische Fragestellungen und Übungen zu bearbeiten und diese vor der Seminaröffentlichkeit zu präsentieren sowie sich einer kritischen Diskussion zu stellen. Somit entwickeln Sie ihre Team- und Kooperationsfähigkeit. ▪ Des Weiteren erweitern sie ihre Diskussions-, Präsentations-, Moderations- und Argumentationsfähigkeit über gegebene makroökonomische Inhalte und Sachverhalte. Selbstkompetenzen Die Teilnahme an diesem Modul fördert die Fähigkeiten des Selbstmanagements wie z. B. der Selbstlernkompetenz und der sinnvollen Zeiteinteilung bei der Vorbereitung auf die zu erbringende Prüfungsleistung.					

Inhalte Ausgewählte Themen der Theorie der Makroökonomie und angewandten Wirtschaftspolitik (u. a.) 1. Einführung in die Makroökonomie 2. Makroökonomie der kurzen Frist 2.1. Keynesianische Güter- und Geldmarktmodelle 2.2. Gleichgewichtsanalyse (IS/LM-Modell) 3. Makroökonomie der mittleren Frist 3.1. Keynesianische und neoklassische Arbeitsmarktökonomik 3.2. Konjunkturmodelle 4. Makroökonomie der langen Frist 4.1. Neoklassische Wachstumstheorie 4.2. Grenzen des Wachstums
Lehrformen Vorlesung/ seminaristische Veranstaltung mit Vortrags-, Diskussions- und Übungselementen.
Teilnahmevoraussetzungen Formal keine Inhaltlich erfolgreich abgeschlossenes Modul VWL I
Prüfungsformen Klausur
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche ▪ Prof. Dr. Mark Sellenthin, Prof. Dr. Margareta Teodorescu Lehrende ▪ Prof. Dr. Mark Sellenthin, Prof. Dr. Margareta Teodorescu, Dr. Alexander Heczko
Literaturhinweise (Auswahl, jeweils die aktuelle Auflage) ▪ Bartling, H. & Luzius, F., Grundzüge der Volkswirtschaftslehre – Einführung in die Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik, Vahlen ▪ Blanchard, O. & Illing, G., Makroökonomie, Pearson ▪ Bofinger, P., Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Pearson ▪ Burda, M. & Wyplosz, A., Makroökonomie Eine europäische Perspektive, Vahlen ▪ Felderer, B, Makroökonomik und Neue Makroökonomik, Springer ▪ Krugman, P. & Wells, R., Volkswirtschaftslehre, Schäffer-Poeschel ▪ Hagen, T., Klüh, U. & Sauer, S., Makroökonomie – Das Übungsbuch, Pearson ▪ Mankiw, N. G., Klaus, D. J. & , Sauer, T., Makroökonomik, Schäffer-Poeschel ▪ Sellenthin, M., Volkswirtschaftslehre – mathematisch gedacht, Springer Gabler

Economics II (Macroeconomics)					
Modulnr. BPVW2	Workload 150 h	Credits 5	Study semester 2 nd semester	Frequency of supply Each semester	Duration 1 semester
Course Seminar		Contact time 4 semester hours / 64 h		Self-study 86 h	Group size 30 students
Teaching language English					
Module taught in (degree program) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business (compulsory) ☐ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Learning outcomes/ skills Expertise/ professional skills ▪ After successfully completing this module, students know the areas of application of macroeconomic theories and are able to demonstrate the ability of using macroeconomic methods to analyze economic issues and facts. ▪ They are able to holistically analyze markets (goods, money and labor markets) in the short, medium and in the long run, and understand how these markets interact. ▪ Furthermore, they understand the effect of economic policy measures such as monetary and fiscal policy on the individual markets and are able to apply macroeconomic models to economic issues and in real-world economic scenarios in order to present, explain and interpret macroeconomic relationships and phenomena. ▪ They recognize the importance and complexity of bridging the gap between theory and practice. Methodological skills ▪ Students proficiently grasp the scientific methodology of macroeconomic analysis and its applications to address specific, real-world economic issues and scenarios. ▪ They enhance and broaden their analytical and critical thinking abilities, along with refining their skills in knowledge transfer and problem-solving. Social skills ▪ After successfully participating in this module, students will better work in teams, present their macroeconomic findings to their fellow students, and actively engage in critical discussions. This process contributes to the development of their teamwork and cooperation skills. ▪ Furthermore, they enhance their ability to discuss, present, moderate and argue about given macroeconomic concepts and issues. Self-competences ▪ Participating in this module fosters self-management skills, including effective self-study techniques and the ability to better organize and manage time when preparing for examinations.					

Contents Selected topics in introduction to macroeconomics/ economic policy 1. Introduction to Macroeconomics 2. Macroeconomics in the Short Run 2.1. Keynesian Goods and Financial Markets 2.2. The IS-LM Model 3. Macroeconomics in the Medium Run 3.1. Keynesian and Neoclassical Labor Economics 3.2. Business Cycle Models 4. Macroeconomics of the Long Run 4.1. Stylized Facts 4.2. Neoclassical Growth Theory
Teaching formats Seminar with presentations, discussions, working tasks and quizzes, and exercise elements
Requirements Formal Admission to the Bachelor study program MIB Content Successfully completed module Economics I (Microeconomics)
Forms of examination Written exam or portfolio examination
Requirements for awarding the credit points Passed module exam
Weight of the grade in the final score Weighted according to the number of ECTS credits
Module representative ▪ Prof. Dr. Margareta Teodorescu Lecturers ▪ Prof. Dr. Margareta Teodorescu, Prof. Dr. Mark O. Sellenthin, teaching staff of the faculty
Literature (latest editions) ▪ Aghion, Philippe & Howitt, W. Peter, The Economics of Growth, MIT Press ▪ Bade, Robin & Parkin, Michael, Foundations of Macroeconomics, Pearson ▪ Blanchard, Olivier, Macroeconomics, Pearson ▪ Krugman, Paul & Wells, Robin, Economics, Worth Publishers ▪ Krugman, Paul & Wells, Robin, Macroeconomics, Worth Publishers ▪ Mankiw, N. Gregory, Principles of Economics, Cengage ▪ Mankiw, N. Gregory, Macroeconomics, Worth Publishers ▪ Obstfeld, Maurice & Rogoff, Kenneth, Foundations of International Macroeconomics, MIT Press ▪ Romer, David, Advanced Macroeconomics, McGraw-Hill Education ▪ Samuelson, P. Anthony & Nordhaus, D. William, Economics, international edition, McGraw-Hill Education

Operations Management					
Modulnr. BPOPm	Workload 150	Credits 5	Studiensemester 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Vorlesung		Kontaktzeit 4 SWS / 64 h	Selbststudium 86 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende	
Lehrsprache Deutsch/Englisch					
Verwendung des Moduls (Studiengang) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☒ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☒ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse (learning outcomes) Vermittlung von Handlungskompetenz zur Ausgestaltung und zur Führung von Operationsorganisationen in Industrie und Handel, inkl. ihrer beschaffungslogistischen Anbindung. Die Studierenden sollen Bedeutung, Aufgaben und Ziele der Operationsmodule im Unternehmen kennen und verstehen lernen.					
Kompetenzen Die Funktionsweise komplexer Beschaffungsorganisationen verstehen. Das Gelernte auf eine praktische Aufgabe im Beschaffungsumfeld anwenden können. Die Kompetenzvermittlung erfolgt über einen gezielten Mix von Vortrags-, Gruppenarbeits- und Reflexionsaufgabenstellungen. Die Prüfung beinhaltet Elemente der Transfer- und Kompetenzreflexion.					
Inhalte A. Grundlagen Gesamtzusammenhang B/P/L B. Grundlagen der Beschaffung, Funktionseinordnung im Unternehmen B.1. Beschaffungsmärkte Bedarfs- und Marktanalysen B.2. Procurement-Portfolio & Ziele, Überblick Detailaufgaben C. Grundlagen der Produktion C.1. Produktion im Unternehmenszusammenhang C.2. Grundlagen des Produktionsmanagements D. Grundlagen der Logistik D.1. Strategische Ausrichtung der Logistik/Liefer-Bestandsstrategien D.2. Lean Logistik					
Lehrformen Vorlesung mit Vortrags-, Diskussions- und Übungselementen.					

Teilnahmevoraussetzungen Formal keine Inhaltlich keine
Prüfungsformen Klausur
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Klausur
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r ▪ Prof. Dr. Bräkling Lehrende ▪ Prof. Dr. Lux, Prof. Dr. Bräkling, Prof. Dr. Leyendecker
Literaturhinweise ▪ Bräkling, E.; Oidtmann, K. Power in Procurement, SpringerGabler Verlag, Wiesbaden ▪ Bräkling, E. Lux, J.; Oidtmann, K. Logistikmanagement, SpringerGabler Verlag, Wiesbaden ▪ Large, R. Strategisches Beschaffungsmanagement, SpringerGabler Verlag, Wiesbaden. ▪ Büsch, M. Praxishandbuch Strategischer Einkauf, SpringerGabler Verlag ▪ Ury, W. Nein sagen und trotzdem erfolgreich verhandeln, Campus Verlag ▪ Schneeweiß, C. Einführung in die Produktionswirtschaft, Springer Verlag ▪ Hoitsch, H.-J. Produktionswirtschaft, Vahlen Verlag

Jahresabschluss					
Modulnr. BPJAB	Workload 150	Credits 5	Studiensemester 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Vorlesung Übung		Kontaktzeit 4 SWS / 64 h 2 SWS / 32 h		Selbststudium 54 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende
Lehrsprache Deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☒ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse Die Studierenden sollen am Ende des Moduls die begrifflichen und normativen Grundlagen des Handel- und Steuerbilanzrechts, die fristgerechte Entstehung sowie die Verknüpfung von Handels- und Steuerbilanz kennen. Sie sind in der Lage, Diskussionen zu aktuellen bilanzrechtlichen Themen (besser) nachzuvollziehen und sich eine erste eigene Meinung dazu zu bilden. Die Studierenden kennen die grundlegenden Prinzipien der handelsrechtlichen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung (GoB), können diese interpretieren und in der Praxis anwenden. Sie kennen das aktuelle Bilanzrecht und die relevanten Aktivierungs-, Passivierungs- und Bewertungsnormen sowie die Gewinnrealisierungskriterien und können diese selbständig auf einfache Geschäftsvorfälle anwenden. Die Studierenden sind darüber hinaus in der Lage die grundlegenden Abweichungen hinsichtlich der Zielrichtung des deutschen Handelsrechts und den internationalen Bilanzierungsregelungen (IFRS) aufzuzeigen. Des Weiteren sind die Studierenden in der Lage grundlegende Bilanzanalysen durchzuführen und bilanzpolitische Bewertungen vorzunehmen.					
Kompetenzen Dieses Modul soll auf berufliche Tätigkeiten im Rechnungswesen vorbereiten, welche die Anwendung bilanzrechtlicher Vorschriften und Methoden erfordern. Der Schwerpunkt liegt in der Vermittlung von einschlägigen Bilanzierungs- und Bewertungsregeln, der Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen Handels- und Steuerrecht für praxisrelevante Sachverhalte sowie der Fähigkeit bilanzanalytische Bewertungen vorzunehmen. Schließlich gibt das Modul einen ersten wichtigen Ein- und Überblick über relevante Kompetenzbereiche, die in den Fächern Externes Rechnungswesen, Steuern und/oder Wirtschaftsprüfung vermittelt werden und vermittelt darüber hinaus rudimentäre Grundkenntnisse zu den Abweichungen zwischen Handelsrecht und den IFRS (Fachkompetenz).					
Wissensvermittlung via Einschlägige Wirtschaftsgesetze, PowerPoint-Präsentation, Praxisfälle sowie Übungsbeispiele					

Inhalte

Vorlesung

Einleitend werden die Aufgaben des handels- und steuerrechtlichen Jahresabschlusses, insbesondere die Ausschüttungsbemessungs-, Besteuerungs- sowie Informationsfunktion erläutert. Anschließend werden die Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung (GoB), die Inventur, das Inventar im Rahmen der Jahresabschlusserstellung dargestellt. Ergänzend werden die Ausführungen durch die Vermittlung grundlegender Kompetenzen in der Bilanzanalyse. Im Anschluss wird die Bilanzierung dem Grunde („Welche Vorschriften bestehen zum Bilanzansatz?“), der Höhe (Welche Bewertungsregeln sind einzuhalten?“) und dem Ausweis („Welche Gliederungsvorschriften gibt es?“) nach dargestellt und nachhaltig erörtert. Die Gewinn- und Verlustrechnung wird nach dem Gesamt- und dem Umsatzkostenverfahren beleuchtet. Des Weiteren erfahren weitere Rechnungslegungsbestandteile, wie Anhang und Lagebericht, eine nähere Betrachtung. Abschließend werden die grundlegenden Unterschiede zwischen dem handelsrechtlichen Jahresabschluss und den internationalen Bilanzierungsregelungen (IFRS) dargestellt.

Übung

Aufbauend auf den Inhalt der Vorlesung erfolgt eine Vertiefung des Wissens im Rahmen von 2 Übungsstunden pro Woche. Es werden Praxisfälle gelöst und aktuelle Bilanzierungssachverhalte diskutiert.

Lehrformen

Vorlesung mit Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung

Teilnahmevoraussetzungen

Formal keine

Inhaltlich keine

Prüfungsformen

Klausur, 90 Min.

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte

Modulverantwortliche/r

- Prof. Dr. Jürgen Mertes

Lehrende

- Prof. Dr. Jürgen Mertes und Lehrbeauftragte

Literaturhinweise (jeweils die aktuelle Ausgabe)

- Coenenberg/Haller/Schultze Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse Betriebswirtschaftliche, handelsrechtliche, steuerrechtliche und internationale Grundlagen - HGB, IAS/IFRS, US-GAAP, DRS
- Coenenberg/Haller/Schultze Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse Aufgaben und Lösungen
- Baetge/Kirsch/Thiele Bilanzen

Finanzierung und Investition I					
Modul BPF11	Workload 150	Credits 5	Studiensemester 3. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Seminar		Kontaktzeit 4 SWS / 64 h	Selbststudium 86 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende	
Lehrsprache Deutsch / Englisch					
Verwendung des Moduls (Studiengang)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual					
☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen)					
☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business					
☒ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship					
☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen					
☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
☒ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse (learning outcomes)					
Die Studierenden sollen am Ende des Moduls einen Einblick in wesentliche Grundlagen der Investitionsrechnung und Finanzwirtschaft und in einfache diesbezügliche Zusammenhänge erlangt haben. Des Weiteren kennen sie wichtige Finanzmarktteilnehmer mit ihren Aufgaben und Zielen. Darüber hinaus können sie fachliche Informationen in Zusammenhänge einordnen, Diskussionen folgen und sich bereits punktuell in erste fachliche Diskussionen einbringen.					
Kompetenzen					
Zugleich haben sie die Basis gelegt, um sich in der Fach-, Methoden- und auch Sozialkompetenz weiterzuentwickeln. Das Erlernte sollen sie in einfachen Situationen bereits praxisgerecht anwenden können.					
Inhalte					
Grundlagen unter anderem zu den Themenbereichen					
▪ Investitionsrechnung ▪ Finanzinstrumente ▪ Finanzierungsrechnung ▪ Finanzplanung und –controlling ▪ Finanzmarktteilnehmer					
Zusätzlich können weitere Finanzthemen, bspw. bezüglich Nachhaltigkeit und Digitalisierung, und auch aktuelle finanzwirtschaftliche Entwicklungen aufgegriffen werden.					
Lehrformen					
In Präsenz und Online Seminaristischer Unterricht (abhängig v. Teilnehmerzahl) mit Vortrags-, Diskussions-, Gruppen- und Übungselementen; Gastvorträge; Selbststudium					

Teilnahmevoraussetzungen Formal keine Inhaltlich keine
Prüfungsformen Klausur, 60 Min., mündliche Prüfung
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r ▪ Prof. Dr. Michael Kaul Lehrende ▪ Prof. Dr. Michael Kaul, Prof. Dr. Moschinski ▪ Lehrkraft für besondere Aufgaben Herr Frost ▪ Lehrbeauftragte, wiss. Mitarbeitende, Gastreferenten
Literaturhinweise (jeweils die aktuelle Auflage) • Blohm H.; Lüder, K.; Schäfer, C. Investition, München. • Caprano E.; Wimmer, K. Finanzmathematik, München. • Däumler K.-D.; Grabe, J. Betriebliche Finanzwirtschaft, Herne. • Hull J. C. Optionen, Futures und andere Derivate, München. • Peppmeier A. Bankbetriebslehre, Herne. • Zantow R., Dinauer J., Schäffler C. Finanzwirtschaft des Unternehmens, Hallbergmoos. Weitere Literatur wird bei Bedarf in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Finance and Investing					
Module	Workload	Credits	Semester	Frequency offered	Duration
BPF11	150	5	3 rd semester	each semester	1 semester
Course components seminar		Contact time 4 semester hours / 64 h		Independent study 86 h	Planned group size 60 students
Teaching language German/English					
Module used in (degree program) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☐ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Learning outcome By the end of the module, students should have gained an insight into essential basics of investment and finance and into simple relationships concerning these areas. They will also know important financial market players along with their functions and goals. In addition, they will be able to place technical information into their wider contexts, follow discussions, and begin to contribute selectively to their first technical discussions.					
Skills They will also have laid the foundation to further develop their technical, methodological, and social skills. They should already be able to apply theory to simple situations in practice.					
Contents Basics, incl. in the following subject areas - Financial market players - Investment - Financial instruments Financial planning and controlling					
Teaching formats In the classroom and online seminar-like class (depending on number of participants) with presentation, discussion, group and exercise elements; guest lectures; independent study					
Requirements Formal No requirements Content No requirements					
Forms of examination Written exam, oral exam					
Requirements for the award of credits Passed module exam					

Weight of the grade in the final score

Weighted according to the number of ECTS credits

Module representative

- Prof. Dr. Michael Kaul

Lecturers

- Prof. Dr. Michael Kaul
- Prof. Dr. Moschinski
- Mark Frost

Literature list (latest editions)

- Blohm H.; Lüder, K.; Schäfer, C. Investition, Munich.
- Caprano E.; Wimmer, K. Finanzmathematik, Munich.
- Däumler K.-D.; Grabe, J. Betriebliche Finanzwirtschaft, Herne.
- Hull J. C. Optionen, Futures und andere Derivate, Munich .
- Peppmeier A. Banking Management, Herne.
- Zantow R., Dinauer J., Schäffler C. Finanzwirtschaft des Unternehmens, Hallbergmoos.

Students will be informed of additional literature in class as needed.

Steuern I (Einführung / Einkommensteuer)					
Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BPST1	150	5	2 Semester	Jedes Semester	1 Semester
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
Vorlesung		4 SWS / 64 h	86 h	60 Studierende	
Lehrsprache					
Deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☒ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse (learning outcomes)					
Nach diesem Modul kennen die Studierenden die Grundlagen des deutschen Besteuerungssystems für Privatpersonen und für Kapitalgesellschaften. Mit den Einzelheiten der Einkommenssteuer sind sie intensiver vertraut. Sie sind bei der Einkommensteuer in der Lage, die Einkunftsarten zu unterscheiden und eine Einkommenssteuerberechnung unter Berücksichtigung von Werbungskosten, Sonderausgaben und außergewöhnlichen Belastungen durchzuführen.					
Kompetenzen					
Aneignung fachlicher Grundkenntnisse, Diskussion über erarbeitete Lösungsvorschläge, Erschließung anwendungsbezogener Aspekte – Fach- und Methodenkompetenz.					
Inhalte					
I. Grundlagen zum deutschen Besteuerungssystem					
II. Einführung zur Besteuerung von Kapitalgesellschaften, Personengesellschaften und natürlichen Personen					
III. Einkommensteuerliche Grundbegriffe					
IV. Persönliche und sachliche Steuerpflicht					
V. Unbeschränkte Steuerpflicht					
VI. Verlustrechnung					
VII. Alle Einkunftsarten					
VIII. Gewinnermittlungen					
IX. Werbungskosten					
X. Sonderausgaben					
XI. Außergewöhnliche Belastungen					
XII. Umfangreiche Fallbeispiele					
Lehrformen					
Vorlesung mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen.					

Teilnahmevoraussetzungen Formal keine Inhaltlich keine
Prüfungsformen Klausur, 90 Min.
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r ▪ Prof. Dr. Arno Steudter Lehrende ▪ Prof. Dr. Arno Steudter
Literaturhinweise (jeweils die aktuelle Auflage.) ▪ Rose Lehrbuch Einkommensteuer. ▪ Zimmermann/ Reyher Lehrbuch Einkommensteuer. ▪ Bornhofen Lehrbuch Einkommensteuer. ▪ Kussmann/ Martin Lehrbuch Einkommensteuer.

Einführung in das Controlling					
Modul BPCON	Workload 150	Credits 5	Studiensemester 5 Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Vorlesung		Kontaktzeit 4 SWS / 64 h	Selbststudium 86 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende	
Lehrsprache Deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☒ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☒ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Inhalte					
I. Abgrenzung des entscheidungsorientierten Controllings (Anbindung an die Grundlagen des Rechnungswesens, Aufgaben des Controllings, Centerstrukturen als Steuerungselemente). II. Koordination durch Budget Begriff und Verfahren der Budgetierung, Budgetplanung und -kontrolle (Funktionen von Budgets, Masterbudget; Abweichungsanalysen, Benchmarking) III. Koordination durch Zielvorgaben Kennzahlen und Kennzahlensysteme. (Anforderungen an Kennzahlen, Bereichskennzahlen, Pro-Forma-Kennzahlen, Cashflow, ROI-Kennzahlensystem) IV. Informationsfunktion des Controlling Produkt- und Risikobeurteilung (Target Costing, Lebenszyklusrechnung, Liquiditätsanalyse) Ausgewählte Instrumente des strategischen und operativen Controllings					
Lehrformen					
Vorlesung mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen.					
Teilnahmevoraussetzungen					
Formal keine Inhaltlich keine					
Prüfungsformen					
Klausur					
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten					
Bestandene Modulprüfung					
Stellenwert der Note für die Endnote					
Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte					

Modulverantwortliche/r

- Prof. Dr. Silke Griemert

Lehrende

- Prof. Dr. Silke Griemert, Prof. Dr. Andreas Moschinski, Lehrbeauftragte

Literaturhinweise (jeweils die aktuelle Auflage)

- Deyhle, Albrecht Controller-Praxis, Führung durch Ziele – Planung – Controlling, Band I und II
- Friedl, B. Controlling.
- Horváth, Péter Controlling
- Kremin-Buch, B. Strategisches Kostenmanagement.
- Perridon, Louis; Steiner, Manfred Finanzwirtschaft der Unternehmung
- Weber, J./ Schäffer, U. Einführung in das Controlling.
- Ziegenbein, K. Controlling.

Einführung in die wissenschaftlichen Arbeitstechniken					
Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BPWAT	150 h	5	3. Semester	Jedes Semester	1 Semester
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
Seminar		4 SWS / 56 h	94 h	60 Studierende	
Lehrsprache					
Deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual					
☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen)					
☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business					
☒ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship					
☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen					
☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse (learning outcomes)					
Nach Besuch des Moduls kennen die Studierenden die Grundlagen der wissenschaftlichen Arbeitstechniken und können diese anwenden. Zudem können sie eine wissenschaftliche Arbeit planen und organisieren. Sie sind in der Lage von ihnen selbst verfasste Texte entsprechend wissenschaftlicher Standards aufzubereiten.					
Schlüsselkompetenzen					
Analyse komplexer Sachverhalte und deren Darstellung, praktische Umsetzung theoretisch erlernter Inhalte, Selbst- und Zeitmanagement, Selbstständigkeit.					
Inhalte					
I. Projektdimension und Ziele (inkl. Zeitplanung und -management)					
II. Vorgaben (organisatorisch, zeitlich und formal)					
III. Recherche (Literatursuche, -auswahl und -beschaffung)					
IV. Gliederung					
V. Zitiertechniken					
VI. Wissenschaftliche Sprache					
<u>Wissensvermittlung via</u> Vorlesung, optional virtuelle, synchrone und asynchrone Präsentationen (Screencasts, Podcasts etc.) und Materialien zur Vorlesung (Gestaltungsbeispiele, Übungen u. a.).					
Lehrformen					
Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags-, Diskussions- und Übungselementen					

Teilnahmevoraussetzungen Formal keine Inhaltlich keine
Prüfungsformen Hausarbeit
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r ▪ Prof. Dr. Johannes Berger Lehrende ▪ Prof. Dr. Johannes Berger
Literaturhinweise (jeweils die aktuellste Auflage) ▪ Alternative Prüfungsformen ▪ Franck, Norbert (2017) Handbuch wissenschaftliches Arbeiten; was man für ein erfolgreiches Studium wissen und können muss, Paderborn, Verlag Ferdinand Schöningh ▪ Karmasin, Matthias / Ribing, Rainer (2017) Die Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten, Wien Facultas Verlags- und Buchhandels AG (E-Book) ▪ Kipman, Ulrike / Reiter, Thomas / Leopold-Wildburger, Ulrike Wissenschaftliches Arbeiten 4.0, Vortragen und Verfassen leicht gemacht, Berlin Springer-Verlag (E-Book, mit Beispielen) ▪ Theisen, René (2017) Wissenschaftliches Arbeiten; Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit, München Vahlen Verlag ▪ Voss, Rüdiger (2017) Wissenschaftliches Arbeiten, Konstanz UVK Verlagsgesellschaft mbH ▪ Norm E DIN ISO 690

Introduction to Academic Writing					
Modul	Workload	Credits	Study Semester	Frequency of supply	Duration
BPWAT	150 h	5	3. semester	each semester	1 semester
Course Seminar		Contact time 4 SWS / 56 h	Self-study 94 h	Group size 30 students	
Teaching language english					
Use of module (Study program) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☐ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Learning Outcomes After attending the module, the students know the basics of academic writing techniques and its application. In addition, they can plan and organize an academic paper. The students are able to write their own texts in accordance with scholarly standards and know how to conduct research. Self-competence Analysis of complex issues and their presentation, practical implementation (methodological competence) of theory, self- and time management, independent work					
Content ▪ Completing an academic paper (including time planning and -management) ▪ Meeting the department's standards for academic papers (organizational, formatting, and deadlines) ▪ Research techniques ▪ Structuring an academic paper ▪ Citation techniques ▪ Content and language requirements for an academic paper ▪ Structural and linguistic design of academic texts					
Teaching formats Seminar with discussion and exercise elements, individual and group work					
Requirements Formal No requirements Content No requirements					

Forms of examination Term Paper
Necessary conditions for credits Passed examination
Weight of the grading According to the ECTS points
Modul representative and lecturers Module representatives ▪ Prof. Dr. Holger Philipps Lecturers ▪ Mark Frost
Additional Information Literature list ▪ Rossig / Prätsch Wissenschaftliche Arbeiten ▪ Franck, Norbert Handbuch wissenschaftliches Arbeiten; was man für ein erfolgreiches Studium wissen und können muss, Paderborn, Verlag Ferdinand Schöningh ▪ Karmasin, Matthias / Ribing, Rainer Die Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten, Wien Facultas Verlags- und Buchhandels AG (E-Book) ▪ Kipman, Ulrike / Reiter, Thomas / Leopold-Wildburger, Ulrike Wissenschaftliches Arbeiten 4.0, Vortragen und Verfassen leicht gemacht, Berlin Axel Springer-Verlag (E-Book, mit Beispielen) ▪ Theisen, René Wissenschaftliches Arbeiten; Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit, München Vahlen Verlag ▪ Voss, Rüdiger Wissenschaftliches Arbeiten, Konstanz UVK Verlagsgesellschaft mbH ▪ Norm E DIN ISO 690

Wissenschaftliches Arbeiten					
Modul BPWAV	Workload 180 h	Credits 6	Studiensemester 3. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Seminar		Kontaktzeit 4 SWS / 64 h	Selbststudium 116 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
Lehrsprache Deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☐ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse (learning outcomes) Nach Besuch des Moduls verfügen die Studierenden über ein Verständnis von Wissenschaft, Wissenschaftstheorie, erkenntnistheoretische Positionen, Aussagesysteme und Theorien. Sie kennen die wissenschaftlichen Arbeitstechniken und sind in der Lage, eine wissenschaftliche Arbeit zu erstellen.					
Kompetenzen Analyse komplexer Sachverhalte und deren Darstellung, praktische Umsetzung (Methodenkompetenz) theoretisch erlernter Inhalte, Selbst- und Zeitmanagement, Selbstständigkeit, EDV-technische Aspekte (PC-Einrichtung, Dateior- ganisation, Datensicherheit), Literatursuche und –beschaffung, incl. Digitale Bibliothek und Internetrecherche					
Inhalte ▪ Aufzeigen der Projektdimension einer wissenschaftlichen Arbeit (inkl. Zeitplanung und –management) ▪ Vorgaben des Fachbereichs (organisatorisch, zeitlich und formal) ▪ Literaturrecherche und –beschaffung ▪ Gliederungsanalyse ▪ Zitiertechniken ▪ Inhaltliche und sprachliche Anforderungen an eine wissenschaftliche Arbeit ▪ Strukturelle und sprachliche Gestaltung von wissenschaftlichen Texten					
Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags-, Diskussions- und Übungselementen					
Teilnahmevoraussetzungen Formal Keine Inhaltlich Keine					

Prüfungsformen Hausarbeit
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r ▪ Prof. Dr. Andreas Mengen Lehrende ▪ Wissenschaftliche Mitarbeiter
Literaturhinweise (jeweils die aktuellste Auflage) • Rossig / Prätsch Wissenschaftliche Arbeiten • Kornmeier, M. Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten

Recht I (BGB)					
Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BPRE1	150	5	4. Semester	Jedes Semester	1 Semester
Lehrveranstaltungen Vorlesung		Kontaktzeit 4 SWS / 64 h	Selbststudium 86 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende	
Lehrsprache Deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual					
☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen)					
☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business					
☒ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship					
☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen					
☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
☒ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse und Kompetenzen					
- Fachkompetenz Die Studierenden kennen nach Abschluss des Moduls den Aufbau der Privatrechtsordnung. Sie können einfach gelagerte Sachverhalte rechtlich beurteilen und sind in der Lage, Rechtsnormen zu verstehen und anzuwenden. Sie können Bewusstsein für wirtschaftsrechtliche Problemstellungen entwickeln. - Methodenkompetenz Die Studierenden werden in die Lage versetzt, Transferleistungen zu erbringen und gelernte Problemlösungen auf unbekannte Fälle anzuwenden. Förderung des interdisziplinären Denkens und Handelns, Erlernen von Argumentationsmethoden sind weitere Ziele, die durch dieses Modul erreicht werden soll. - Sozialkompetenz Die Studierenden entwickeln ihre Diskussions- und Argumentationsfähigkeit im Hinblick auf die verschiedenen Möglichkeiten, Normen zu interpretieren - Selbstkompetenz Das Modul fördert das Erlernen des eigenen Zeitmanagements und der Selbstlernkompetenz. Darüber hinaus trägt das Modul dazu bei, ein Bewusstsein dafür zu entwickeln, was Recht und was Unrecht ist in unserer Rechts- und Gesellschaftsordnung.					

Inhalte A. EINFÜHRUNG Das Privatrecht als Teil unserer Rechtsform B. BGB-ALLGEMEINER TEIL I. Personen und Sachen II. Rechtsgeschäfte III. Fehlerhafte Rechtsgeschäfte IV. Stellvertretung C. BGB-SCHULDRECHT I. Allgemeines Schuldrecht 1. Entstehen und Erlöschen von Schuldverhältnissen, 2. Störungen im Schuldverhältnis, 3. Schadensersatzpflicht im Rahmen vertraglicher Schuldverhältnisse II. Besonderes Schuldrecht 1. Ausgewählte Verträge, 2. Gesetzliche Schuldverhältnisse D. BGB-SACHENRECHT I. Grundbegriffe des Sachenrechts und dessen Prinzipien II. Der Besitz III. Das Eigentum
Lehrformen Vorlesung mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen.
Teilnahmevoraussetzungen Formal keine Inhaltlich keine
Prüfungsformen Klausur, 90 Min.
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r ▪ Prof. Dr. Oliver Baedorf Lehrende ▪ Prof. Dr. Oliver Baedorf, Jan Erik Weidenbach
Literaturhinweise (jeweils die aktuelle Auflage.) ▪ Müssig, P. Wirtschaftsprivatrecht, aktuelle Auflage, Beck-Verl., München ▪ C.F. Müller-Verl., Hirsch, Chr. Der Allgemeine Teil des BGB, Beck-Verl., München ▪ Heymanns Verl., Wörlen, R. BGB AT, aktuelle Aufl., Vahlen-Verl., München

Unternehmensführung (Corporate and Sustainability Management)					
Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BPMAN	150 h	5	5. Semester	Jedes Semester	1 Semester
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
Vorlesung		4 SWS / 64 h	86 h	60 Studierende	
Lehrsprache					
Deutsch / Englisch					
Verwendung des Moduls (Studiengang)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen)					
☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business					
☒ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship					
☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen					
☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
☒ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse (learning outcomes)					
Nach diesem Modul kennen die Studierenden diverse Analyseraster, mit denen sie typische Fragestellungen der Unternehmensführung in der Betriebswirtschaftslehre untersuchen sowie diverse Teilbereiche und Themengebiete der BWL in Beziehung setzen können.					
Kompetenzen					
Die Studierenden erkennen betriebliche Erfordernisse, Methodiken und Zusammenhänge der Unternehmensführung. Die Nutzungsmöglichkeiten der Digitalisierung in der Unternehmensführung sind integraler Bestandteil der Lehrinhalte. Die Erfordernisse der Nachhaltigkeit in der betrieblichen Umweltpolitik und deren Umsetzungsmöglichkeiten werden für die Studierenden durch Praxisbeispiele erkennbar.					
Inhalte					
I. Grundlagen der Unternehmensführung					
▪ Begriffsabgrenzungen					
▪ Unternehmensverfassung					
II. Funktionen der Unternehmensführung					
▪ Unternehmensziele und Strategien					
▪ Unternehmensentscheidungen					
III. Unterstützungssysteme der Unternehmensführung					
▪ Planung und Kontrolle					

▪ Organisation
IV Gestaltungselemente der Unternehmensführung • Risikomanagement • M&A Management
V Umweltpolitik und nachhaltige Unternehmensführung • Umweltverträgliches Wirtschaften
IV. Nachhaltigkeitskonzeptionen und Beispiele
Teilnahmevoraussetzungen Formal keine Inhaltlich keine
Prüfungsformen Klausur, 90 Min.
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r ▪ Prof. Dr. Clemens Büter Lehrende ▪ Prof. Dr. Clemens Büter, Prof. Dr. Sibylle Treude
Literaturhinweise (jeweils die aktuelle Auflage) ▪ Macharzina, Klaus und. Wolf, Joachim; Unternehmensführung. ▪ Hungenberg/Wulf; Grundlagen der Unternehmensführung. ▪ Gabler Wirtschaftslexikon (online verfügbar) ▪ Englischsprachige Fachaufsätze (work assignments) via OLAT zum Download verfügbar.

Grundlagen der Wirtschaftsinformatik und der Digitalen Transformation

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BPWIN	150 h	5	5. Semester	Jedes Semester	1 Semester
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
Vorlesung		4 SWS / 64 h	86 h	60 Studierende	
Lehrsprache					
Deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual					
☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen)					
☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business					
☒ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship					
☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen					
☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen					
▪ Fachkompetenz					
○ Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen sind die Studierenden in der Lage, die grundlegenden technischen, ökonomischen und sozialen Zusammenhänge von Informationssystemen und der Digital Economy darzustellen.					
○ Sie können Geschäftsprozesse identifizieren, modellieren und analysieren; Informationstechnologien und Modellierungsansätze beschreiben.					
○ Sie können Herausforderungen und Chancen der Digitalen Transformation erkennen, analysieren und Lösungsvorschläge entwickeln.					
○ Sie kennen die Notwendigkeit und das Problem der Umsetzung und des Organizational Change in Theorie und Praxis.					
▪ Methodenkompetenz					
○ Die Studierenden werden in die Lage versetzt, ihre Problemlösefähigkeit, Transfer- und Analysefähigkeit zu verbessern.					
○ Sie kennen die erkenntnis- und wissenschaftstheoretischen Methoden, insbesondere zur Analyse und Modellierung des Zusammenspiels von Organisation, Struktur, Geschäftsmodell und Informationssystem.					
▪ Sozialkompetenz					
○ Die Studierenden entwickeln ihre Team- und Kooperationsfähigkeit und sind sensibilisiert für das notwendige Miteinander unterschiedlicher Fachdisziplinen und deren Vertreter.					

○ Sie entwickeln ihre Diskussions- und Argumentationsfähigkeit über gegebene Inhalte. ▪ Selbstkompetenz ○ Die Teilnahme an diesem Modul fördert die Fähigkeiten des Selbstmanagements wie z. B. der Selbstlernkompetenz in Bezug auf ein aktives und erfolgreiches Arbeiten und Mitwirken in der Digital Economy. ○ Das Modul trägt dazu bei, dass die Studierenden notwendige Metakompetenzen anstreben und entwickeln.
Inhalte I. Grundlegender Überblick II. Management und Modellierung von Geschäftsprozessen III. Planung, Entwicklung und Betrieb von Informationssystemen IV. Strukturelle Veränderungen hinsichtlich Geschäfts-, Vorgehensmodelle und Kompetenzen durch die Digitale Transformation V. Aktuelle Technologien und Trends der Digitalisierung und Digitalen Transformation
Lehrformen Vorlesung mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen.
Teilnahmevoraussetzungen Formal keine Inhaltlich keine
Prüfungsformen Klausur
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r ▪ Prof. Dr. Ayelt Komus Lehrende ▪ Prof. Dr. Ayelt Komus, Prof. Dr. Bernd Zimmermann
Literaturhinweise (jeweils die aktuelle Auflage) ▪ Hansen, H. R.; Neumann G. Wirtschaftsinformatik 1, Grundlagen und Anwendungen. ▪ Heinrich/ Lehner Informationsmanagement

Recht II (Arbeitsrecht / Handels- und Gesellschaftsrecht)					
Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BPRE2	150 h	5	5. Semester	Jedes Semester	1 Semester
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
Vorlesung		4 SWS / 64 h	86 h	60 Studierende	
Lehrsprache					
Deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual					
☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen)					
☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business					
☒ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship					
☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen					
☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse und Kompetenzen					
- Fachkompetenz Nach diesem Modul kennen die Studierenden die wichtigsten Arbeitsvertragsbedingungen/ Arbeitsvertragsrechte- von Arbeitnehmer bzw. Arbeitgeberseite und deren Gestaltungsmöglichkeiten. Das Tarifvertragsrecht und die übrigen Gebiete des Arbeitsrechts sind ihnen bekannt. Zusätzlich erwerben die Studierenden ein Bewusstsein für die Verzahnung von Sozial- und Wirtschaftspolitik sowie für die Bedeutung des Europäischen Rechts für das deutsche Arbeitsrecht Die Studierenden sind außerdem in der Lage, einfach gelagerte Sachverhalte handels- und gesellschaftsrechtlich zu analysieren und im Gutachtenstil zu beurteilen. - Methodenkompetenz Die Studierenden werden in die Lage versetzt, Transferleistungen zu erbringen und gelernte Problemlösungen auf unbekannte Fälle anzuwenden. Förderung des interdisziplinären Denkens und Handels, Erlernen von Argumentationsmethoden sind weitere Ziele, die durch dieses Modul erreicht werden soll. - Sozialkompetenz Die Studierenden entwickeln ihre Diskussions- und Argumentationsfähigkeit im Hinblick auf die verschiedenen Möglichkeiten, Normen zu interpretieren - Selbstkompetenz Das Modul fördert das Erlernen des eigenen Zeitmanagements und der Selbstlernkompetenz. Darüber hinaus trägt das Modul dazu bei, ein Bewusstsein dafür zu entwickeln, was Recht und was Unrecht ist in unserer Rechts- und Gesellschaftsordnung.					

Inhalte
ARBEITSRECHT
A. GRUNDLAGEN

- I. Grundbegriffe
- II. Rechtsquellen

B. INDIVIDUALARBEITSRECHT

- I. Begründung des Arbeitsverhältnisses
- II. Inhalt des Arbeitsverhältnisses

- III. Beendigung des Arbeitsverhältnisses

C. KOLLEKTIVES ARBEITSRECHT

- I. Koalitions- und Tarifvertragsrecht
- II. Arbeitskampfrecht
- III. Betriebsverfassungsrecht

HANDELS- und GESELLSCHAFTSRECHT
A. HANDELSRECHT

- I. Wesensmerkmale des Handelsrechts
- II. Der Kaufmann
- III. Die Firma
- IV. Das Handelsregister
- V. Die Hilfspersonen des Kaufmanns
- VI. Die kaufmännischen Rechtsgeschäfte

B. GESELLSCHAFTSRECHT

- I. Zum Gegenstand des Gesellschaftsrechts
- II. Die Gesellschaft des bürgerlichen Rechts und der eingetragene Verein als die Grundformen des deutschen Gesellschaftsrechts.
- III. Recht der Personengesellschaften
 - 1. Gesellschaft des bürgerlichen Rechts,
 - 2. Die offene Handelsgesellschaft,
 - 3. Die Kommanditgesellschaft.
- IV. Recht der Körperschaften
 - 1. Die Gesellschaft mit beschränkter Haftung,
 - 2. Die Aktiengesellschaft.

Lehrformen

Vorlesung mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen

Teilnahmevoraussetzungen

Formal keine

Inhaltlich keine

Prüfungsformen

Klausur, 90 Min.

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte

Modulverantwortliche/r

- Prof. Dr. Oliver Baedorf

Lehrende

- Prof. Dr. Oliver Baedorf

Literaturhinweise

- Brox H. Arbeitsrecht, aktuelle Auflage, Beck-Verl., München
- Dütz Arbeitsrecht, aktuelle Auflage, Beck-Verl., München
- Lieb/Jacobs Arbeitsrecht, aktuelle Auflage, Beck-Verl., München
- Söllner/Waltermann Arbeitsrecht, aktuelle Auflage, Vahlen-Verl., München
- Klunzinger, E. Grundzüge des Handelsrechts, aktuelle Auflage, Vahlen-Verl., München
- Roth, G. Handels- und Gesellschaftsrecht, aktuelle Auflage, Vahlen-Verl., München
- Brox, H. Handelsrecht und Wertpapierrecht, aktuelle Auflage, Beck-Verl., München
- Eisenhardt, U. Gesellschaftsrecht, aktuelle Auflage, Beck-Verl., München

Projektmanagement

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BPPJM	150 h	3	6. Semester	Jedes Semester	1 Semester
Lehrveranstaltungen Vorlesung Übung		Kontaktzeit 2 SWS / 32 h 2 SWS / 32 h		Selbststudium 86 h	geplante Gruppengröße 60 Studierende
Lehrsprache Deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☒ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☒ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse (learning outcomes) Die Studierenden können am Ende des Moduls kleinere Projekte durchführen. Sie kennen die Position des Projektmanagements im Rahmen der Unternehmensstruktur und können Projekte definieren (Projektauftrag) sowie eine entsprechende Projektplanung aufstellen. Die Werkzeuge, die sie zur erfolgreichen Projektdurchführung und im Rahmen des Projektcontrollings benötigen, sind ihnen vertraut.					
Voraussetzung im Studiengang Entrepreneurship Voraussetzung für die Anerkennung im Studiengang Entrepreneurship ist, dass das Projekt in einem studiengangbezogenen Themenbereich, wie z. B. Gründung, Innovation, mittelständische Unternehmen etc. durchgeführt wird.					
Kompetenzen - Denken in Projektstrukturen - Beherrschen der mit Projekten einhergehenden Komplexität, sowohl fachlich als auch menschlich - Moderieren, Führen, Entscheiden und Präsentieren von und in Projekten - Beherrschen von interdisziplinären Denkansätzen im Projektmanagement					

Inhalte Vorlesung	
I.	Einführung in das Projekt-Management Definitionen, Projektarten, Projektphasenmodelle, Projektorganisationen.
II.	Das vier Phasen Modell mit Startphase, Planungsphase, Durchführungsphase und Abschlussphase.
III.	Startphase mit Portfoliomanagement, Projektauftrag, Sponsor & Projektmanager, Projektteam und Stakeholder.
IV.	Planungsphase mit Gantt Chart, Netzplantechniken und anderen Planungswerkzeugen.
V.	Durchführungsphase mit Teammanagement, Kreativitätstechniken, Problemlösemethoden, Projektcontrolling und Projektfortschrittsbericht.
VI.	Abschlussphase mit Projektabschlussbericht, Abschlussbesprechung, Übergabe an Prozesseigner, kritische Reflektion der Ergebnisse und der Vorgehensweise und Projektpräsentation.
Übung Die Studierenden bearbeiten in Kleingruppen typische Projektaufgaben, die sich aus dem Projektzyklus ergeben. Die Ergebnisse werden von den Gruppen präsentiert und diskutiert.	
Lehrformen Vorlesung mit Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung	
Teilnahmevoraussetzungen Formal keine Inhaltlich keine	
Prüfungsformen Klausur, 90 Min.	
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung	
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte	
Modulverantwortliche/r - Prof. Dr. Bert Leyendecker Lehrende - Prof. Dr. Bert Leyendecker; Lehrbeauftragte	
Literaturhinweise (jeweils die aktuelle Auflage) ▪ Steinbuch, P. A. Projektorganisation und Projektmanagement, Friedrich Kiel Verlag. ▪ Stöger, R. Wirksames Projektmanagement. Mit Projekten zu Ergebnissen, Schäffer-Poeschel Verlag.	

Praktische Studienphase					
Modul BPPSP	Workload 300h	Credits 10	Studiensemester zwischen 4. und 5. oder 5. und 6.	Häufigkeit des Angebots flexibel	Dauer 10 Wochen
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit Feedback u. Anleitung, 4 h	Selbststudium angeleitete Tätigkeit im Unternehmen, eigenständige Recherche, Erarbeitung des Praxisberichtes, 296 h		geplante Gruppengröße Einzelarbeit
Lehrsprache Deutsch		Besonderes Im Übrigen gelten die Richtlinien der Anlage III-V (Teilstudienplan für das praktische Studiensemester) der jeweils geltenden Prüfungsordnung.			
Verwendung des Moduls (Studiengang) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☒ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☒ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Allgemeine Informationen Die Studienphase darf die Dauer von mindestens 10 Wochen nicht unterschreiten. Das Modul findet für die dual Studierenden obligatorisch in der vorlesungsfreien Zeit nach dem 5. Semester statt. Urlaubstage müssen nachgeholt werden. Eine Durchführung ist auch im Ausland möglich; bei Erbringung zusätzlicher Leistungen kann das Pflichtmodul „Corporate and Sustainability Management“ anerkannt werden. Einerseits bietet es sich an, die Praktische Studienphase im Kooperationsunternehmen für die Mindestzeit von 10 Wochen zu absolvieren. Andererseits bietet sich die Möglichkeit eines Auslandsaufenthaltes, den die Studierenden bspw. bei einer Tochtergesellschaft oder einem Partner des Kooperationsunternehmens im Ausland absolvieren könnten.					
Anmeldung und Voraussetzungen Der Praxisvertrag ist beim Prüfungsausschuss des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften einzureichen. Der Vertrag kann entweder in dreifacher, ausgedruckter Ausfertigung (Papierform) oder in elektronischer Form eingereicht werden. In beiden Fällen muss der Vertrag sowohl von der oder dem Studierenden als auch von dem aufnehmenden Unternehmen rechtsgültig unterzeichnet sein. Bei Einreichung in elektronischer Form müssen die Unterzeichnungen den Anforderungen an eine qualifizierte oder fortgeschrittene elektronische Signatur gemäß der Verordnung (EU) Nr. 910/2014 (eIDAS-Verordnung) entsprechen oder sonst eindeutig die Identität der unterzeichnenden Person erkennen lassen. Für eine fristgerechte Anmeldung muss der Vertrag bis spätestens 2 Wochen vor Beginn der Praxisphase abgegeben werden.					

Voraussetzung zur Vergabe von Kreditpunkten

Nach dem Praktikum müssen zur Anerkennung Praktikumszeugnis und Praxisbericht (mind. 10 Seiten, davon müssen mind. 8 Seiten eine Beschreibung der Tätigkeiten sein; in Anlehnung an die Richtlinien des wissenschaftlichen Arbeitens) eingereicht werden. Der Praxisbericht muss vier Wochen nach Beendigung der Praktischen Studienphase abgegeben werden.

Lernergebnisse

Die Studierenden kennen die typischen Abläufe und Problemstellungen des Unternehmens bzw. der von ihnen gewählten Abteilung. Sie sind in der Lage, ihr zuvor erlangtes theoretisches Wissen im Kontext ihrer Praxiserfahrungen zu reflektieren.

Kompetenzen

Im Rahmen der praktischen Tätigkeit im Unternehmen im In- oder Ausland können folgende Kompetenzen erworben werden. Die Studierenden erhalten grundlegende Einblicke in den realen Unternehmensalltag. Die Studierenden werden mit betrieblichen Strukturen und Prozessen eines Unternehmens vertraut und werden aktiv in das Arbeitsleben eingebunden. Möglich ist auch der Einsatz in konkreten Unternehmensprojekten. Die Studierenden sollen verschiedene im Studienverlauf vermittelten Kompetenzen und theoretischen Kenntnisse in der Praxis anwenden und reflektieren können.

Fachkompetenz

- Aufgabenspezifische betriebswirtschaftliche Kompetenzen

Methodenkompetenz

- Kompetenzen im Umgang mit fachspezifischen Methoden, Verfahren, Arbeitsmitteln und Materialien, Problemlösungskompetenz sowie Transferkompetenz

Soziale Kompetenz

- Kommunikation, Teamkompetenz, Kooperationskompetenz sowie Konfliktkompetenz

Selbst- bzw. Personalkompetenz

- Selbstmanagement, Reflexions- sowie Entscheidungskompetenz sowie Selbstständigkeit

Inhalte

Das Aufgaben- und Einsatzgebiet wird im Rahmen des Bewerbungsprozesses zwischen der/dem Studierenden/m und unternehmensseitigem Betreuer festgelegt und durch den hochschuleitigen Betreuer geprüft. In Abhängigkeit vom gewählten bzw. zugewiesenen Aufgabengebiet wird der/die Studierende im betreuenden Unternehmen in die Bearbeitung von konkreten betriebswirtschaftlichen Fragestellungen eingebunden. Durch die kontinuierliche Betreuung im Unternehmen wird sichergestellt, dass die angestrebten Lernergebnisse erreicht werden.

Lehrformen

Angeleitete praktische Tätigkeit im Unternehmen, Begleitung durch Lehrende der Hochschule Koblenz und Austausch mit einer/m Betreuenden von Seiten des Unternehmens, schriftlicher Bericht über die ausgeübten Tätigkeiten.

Teilnahmevoraussetzungen

Formal 90 ECTS-Punkte

Inhaltlich Keine

Prüfungsformen

Schriftlicher Bericht als Studienleistung. Die Abgabe des schriftlichen Berichtes erfolgt spätestens vier Wochen nach Beendigung der Praktischen Studienphase.

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Studienleistung für das Modul. Das Modul geht mit 10 ECTS-Punkten in die Gesamtzahl von 180 ECTS-Punkten ein.

Stellenwert der Note für die Endnote

Das Modul geht als Studienleistung nicht in die Berechnung der Gesamtnote ein.

Modulverantwortliche/r

Katharina Wagner

Anna Teske

Literaturhinweise (jeweils die aktuelle Auflage)

Literaturempfehlungen werden ggf. durch den/die Studiengangsleiter/-in gegeben; andernfalls sollen die Studierenden zur Verfassung des Praxisberichtes auf die Literatur und Materialien der jeweiligen Module zurückgreifen.

Wissenstransferphase I (dual Studierende)					
Modul BPWTI	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester zwischen 2. und 3.	Häufigkeit des Angebots Jährlich	Dauer Gesamte vorlesungsfreie Zeit
Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit Rücksprache während der Phase & Reflexionsgespräch, 2 h (4x 0,5 h)		Selbststudium angeleitete Tätigkeit im Unternehmen, Erarbeitung der Transferfragen, eigenständige Recherche, 148 h		geplante Gruppengröße Einzelarbeit
Lehrsprache Deutsch	Besonderes Das Modul findet im Kooperationsunternehmen statt.				
Verwendung des Moduls (Studiengang)					
☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☐ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Ablauf/ Organisation					
Das Modul findet für die dual Studierenden obligatorisch zwischen dem zweiten und dritten Semester statt. Die exakte vorlesungsfreie Zeit und somit Dauer des Moduls ist dem aktuellen Semesterzeitplan des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften zu entnehmen. Die dual Studierenden melden sich zur Wissenstransferphase regulär über das Studierendenportal zum Modul an. Am ersten Tag der Wissenstransferphase erhalten die angemeldeten Studierenden die Arbeitsaufträge/Transferfragen, die es im Rahmen der Phase zu bearbeiten gilt. Während der Wissenstransferphase steht den dual Studierenden der/die Modulverantwortliche und auch der/die Betreuende von Seiten des Kooperationsunternehmens bei Rückfragen zur Verfügung. Zum Abschluss der Wissenstransferphase reichen die dual Studierenden einen schriftlichen Reflexionsbericht beim Modulverantwortlichen oder Fachdozierenden ein, der ggf. nach Rücksprache mit dem Kooperationsunternehmen mit einem Sperrvermerk versehen werden kann. Nach Abgabe des Berichtes findet ein verpflichtendes Reflexionsgespräch zwischen der/dem dual Studierenden und dem/der Modulverantwortlichen oder Fachdozierenden des Fachbereichs statt. Der Bericht und das Reflexionsgespräch werden von dem/der Modulverantwortlichen oder Fachdozierenden als Studienleistung bewertet (bestanden oder nicht-bestanden).					

Lernergebnisse

Der Begriff des Wissenstransfers ist in diesem Zusammenhang als bidirektionales Phänomen zu verstehen, denn es geht sowohl um die Anwendung von akademischem Wissen im Betrieb als auch um die Übertragung von beruflichem Erfahrungswissen an den akademischen Lernort. Die Wissenstransferphase stellt somit im Studium für dual Studierende eine wichtige Komponente in der Verzahnung von Theorie und Praxis dar. Zielsetzung ist es, das theoretische Wissen nach Lernstand in die Praxis übertragen und anwenden zu können. Die dual Studierenden vertiefen die betriebswirtschaftlichen Grundlagen in der Praxis und erwerben konkrete Kenntnisse über das Tätigkeitsfeld ihres jeweiligen Berufsbildes. Die Studierenden sind in der Lage ihre Ergebnisse der schriftlichen Ausarbeitung sowie Zusammenhänge zu erlernten Themengebieten in mündlicher Form im Reflexionsgespräch zu erläutern und zu diskutieren.

Die dual Studierenden können grundlegende betriebswirtschaftliche Strukturen und Prozesse im Ausbildungsbetrieb eigenständig analysieren, bewerten und ggfs. Anpassungsbedarfe in einer schriftlichen Ausarbeitung kommunizieren. Dies ermöglicht einen Transfer zwischen den Vorlesungsinhalten (Theorie) und der Umsetzung im Kooperationsunternehmen (Praxis). Des Weiteren steht der Erwerb von Grundkenntnissen der organisatorischen Abläufe und betriebsinternen Rahmenbedingungen im Vordergrund. Die notwendige Transferleistung zwischen Vorlesungsinhalten und betrieblichen Erfordernissen bedingt eine enge Abstimmung der Studierenden mit den Betreuer/-innen im Unternehmen und den Modulverantwortlichen und fördert damit nicht nur die Reflexionskompetenz der Studierenden, sondern auch die Sozial- und Kommunikationskompetenz.

Inhalte

Im Rahmen der Wissenstransferphase I beantworten die Studierenden Transferfragen zu den bereits erlernten theoretischen Kenntnissen und wenden diese praxisorientiert im Kooperationsunternehmen an.

Lehrformen

Angeleitete praktische Tätigkeit im Unternehmen, Begleitung durch und Austausch mit einer/m Betreuenden von Seiten des Kooperationsunternehmens, Reflexionsgespräch dem/der Modulverantwortlichen, schriftliche Beantwortung der Transferfragen.

Teilnahmevoraussetzungen

Formal keine

Inhaltlich Grundlegende Kenntnisse in den nachfolgend aufgeführten Modulen werden vorausgesetzt und sollten im Rahmen des dualen Studiums entweder an der Hochschule oder in der Berufsschule erworben worden sein.

- 1) Business Administration dual (ausbildungsintegriert) und Business Administration dual (praxisintegriert)
 - Einführung in das Rechnungswesen, Marketinggrundlagen und Operations Management.
- 2) Business Administration – Steuern dual
 - Einführung in das Rechnungswesen, Jahresabschluss und Steuern I.

Prüfungsform/Leistungsnachweis

Schriftlicher Bericht mit Beantwortung der Transferfragen als Studienleistung sowie fachliches Reflexionsgespräch mit dem/der Modulverantwortlichen oder Fachdozierenden des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften. Der Praxisbericht ist bis spätestens zwei Monate nach dem jeweiligen Semesterbeginn einzureichen. Das genaue Abgabedatum wird vom Prüfungsausschuss festgelegt und den Studierenden zu Beginn der Wissenstransferphase mitgeteilt.

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Studienleistung für das Modul. Das Modul geht mit 5 ECTS-Punkten in die Gesamtzahl von 180 ECTS-Punkten ein.

Stellenwert der Note für die Endnote

Das Modul geht als Studienleistung nicht in die Berechnung der Gesamtnote ein.

Modulverantwortliche/r

- Prof. Dr. Mark. O. Sellenthin
- Prof. Dr. Arno Steudter

Literaturhinweise

Literaturempfehlungen werden ggf. durch den/die Studiengangsleiter/-in gegeben; andernfalls sollen die Studierenden zur Beantwortung der Transferfragen auf die Literatur und Materialien der jeweiligen Module der ersten Studiensemester zurückgreifen.

Wissenstransferphase II (dual Studierende)					
Modul BPWT2	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester zwischen 3. und 4.	Häufigkeit des Angebots Jährlich	Dauer Gesamte vorlesungsfreie Zeit
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit Rücksprache während der Phase, Reflexionsgespräch, 2 h (4x0,5 h)	Selbststudium angeleitete Tätigkeit im Unternehmen, Erarbeitung der Transferfragen, eigenständige Recherche, 148 h		geplante Gruppengröße Einzelarbeit
Lehrsprache Deutsch		Besonderes Das Modul findet im Kooperationsunternehmen statt			
Verwendung des Moduls (Studiengang) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☐ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Ablauf/ Organisation der Wissenstransferphase II Das Modul findet für die dual Studierenden obligatorisch zwischen dem dritten und vierten Semester statt. Die exakte vorlesungsfreie Zeit und somit Dauer des Moduls ist dem aktuellen Semesterzeitplan des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften zu entnehmen. Die dual Studierenden melden sich zur Wissenstransferphase regulär über das Studierendenportal zum Modul an. Am ersten Tag der Wissenstransferphase erhalten die angemeldeten Studierenden die Arbeitsaufträge/ Transferfragen, die es im Rahmen der Phase zu bearbeiten gilt. Während der Wissenstransferphase steht den dual Studierenden der/die Modulverantwortliche und auch der/die Betreuende von Seiten des Kooperationsunternehmens bei Rückfragen zur Verfügung. Zum Abschluss der Wissenstransferphase reichen die dual Studierenden einen schriftlichen Reflexionsbericht beim Modulverantwortlichen oder Fachdozierenden ein, der ggf. nach Rücksprache mit dem Kooperationsunternehmen mit einem Sperrvermerk versehen werden kann. Nach Abgabe des Berichtes findet ein verpflichtendes Reflexionsgespräch zwischen der/dem dual Studierenden und dem/der Modulverantwortlichen oder Fachdozierenden des Fachbereichs statt. Der Bericht und das Reflexionsgespräch werden von dem/der Modulverantwortlichen als Studienleistung bewertet (bestanden oder nicht-bestanden).					

Lernergebnisse (learning outcomes)

Der Begriff des Wissenstransfers ist in diesem Zusammenhang als bidirektionales Phänomen zu verstehen, denn es geht sowohl um die Anwendung von akademischem Wissen im Betrieb als auch um die Übertragung von beruflichem Erfahrungswissen an den akademischen Lernort. Die Wissenstransferphase stellt somit im Studium für dual Studierende eine wichtige Komponente in der Verzahnung von Theorie und Praxis dar. Zielsetzung ist es, das theoretische Wissen nach Lernstand in die Praxis übertragen und anwenden zu können. Die dual Studierenden vertiefen die erweiterten betriebswirtschaftlichen Kenntnisse in der Praxis und wenden diese in ihrem Kooperationsunternehmen an. Die Studierenden sind in der Lage ihre Ergebnisse der schriftlichen Ausarbeitung sowie Zusammenhänge zu erlernten Themen- und Anwendungsgebieten in mündlicher Form im Reflexionsgespräch zu erläutern und zu diskutieren.

Die dual Studierenden können das erweiterte Wissen über betriebswirtschaftliche Strukturen und Prozesse im Ausbildungsbetrieb eigenständig analysieren, kritisch bewerten und Handlungsempfehlungen in einer schriftlichen Ausarbeitung kommunizieren. Dies ermöglicht einen Transfer zwischen den Vorlesungsinhalten (Theorie) und der Umsetzung im Kooperationsunternehmen (Praxis). Die notwendige Transferleistung zwischen Vorlesungsinhalten und betrieblichen Erfordernissen bedingt eine enge Abstimmung der Studierenden mit den Betreuer/-innen im Unternehmen und den Modulverantwortlichen und fördert damit nicht nur die Reflexionskompetenz der Studierenden, sondern auch die Sozial- und Kommunikationskompetenz.

Inhalte

Im Rahmen der Wissenstransferphase II beantworten die Studierenden vertiefende Transferfragen zu den bereits erlernten theoretischen Kenntnissen und wenden diese praxisorientiert im Kooperationsunternehmen an.

Lehrformen

Angeleitete praktische Tätigkeit im Unternehmen, Begleitung durch und Austausch mit einer/m Betreuenden von Seiten des Kooperationsunternehmens, Reflexionsgespräch dem/der Modulverantwortlichen, schriftliche Beantwortung der Transferfragen.

Teilnahmevoraussetzungen

Formal keine

Inhaltlich Grundlegende Kenntnisse in den nachfolgend aufgeführten Modulen werden vorausgesetzt und sollten im Rahmen des dualen Studiums entweder an der Hochschule oder in der Berufsschule erworben worden sein.

- 1) Business Administration dual (ausbildungsintegriert) und Business Administration dual (praxisintegriert)
 - Finanzierung & Investition
- 2) Business Administration – Steuern dual
 - Steuern II

Prüfungsform/Leistungsnachweis

Schriftlicher Bericht mit Beantwortung der Transferfragen als Studienleistung sowie fachliches Reflexionsgespräch mit dem/der Modulverantwortlichen oder Fachdozierenden des Fachbereichs. Der schriftliche Bericht ist bis spätestens zwei Monate nach dem jeweiligen Semesterbeginn einzureichen. Das genaue Abgabedatum wird vom Prüfungsausschuss festgelegt und den Studierenden zu Beginn der Wissenstransferphase mitgeteilt.

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Studienleistung für das Modul. Das Modul geht mit 5 ECTS-Punkten in die Gesamtzahl von 180 ECTS-Punkten ein.

Stellenwert der Note für die Endnote

Das Modul geht als Studienleistung nicht in die Berechnung der Gesamtnote ein.

Modulverantwortliche/r

- Prof. Dr. Mark. O. Sellenthin
- Prof. Dr. Arno Steudter

Literaturhinweise

Literaturempfehlungen werden ggf. durch den/die Studiengangsleiter/-in gegeben; andernfalls sollen die Studierenden zur Beantwortung der Transferfragen auf die Literatur und Materialien der jeweiligen Module der ersten Studiensemester zurückgreifen.

Wissenstransferphase					
Modul BPWTP	Workload 690 h	Credits 23	Studiensemester 3. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Praktische Studienphase		Kontaktzeit 15 h	Selbststudium 675 h	geplante Gruppengröße Einzelarbeit	
Lehrsprache Deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☐ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Studierende erwerben konkrete Kenntnisse über das Tätigkeitsfeld des Betriebswirtes. Sie sollen die in der bisherigen Ausbildung vermittelten theoretischen Kenntnisse und Fähigkeiten anwenden und vertiefen. Zielsetzung ist es, eine Verbindung zwischen Theorie und Praxis herzustellen.					
Inhalte ▪ Formulierung von Transferfragen ▪ Berufspraktische Erfahrungen ▪ Eine detaillierte inhaltliche Gestaltung richtet sich nach Art und Branche des Praxisbetriebes sowie den Transferfragen ▪ Schriftliche Dokumentation der Tätigkeit mit Beantwortung der Transferfragen					
Lehrformen Seminaristische Formulierung der Transferfragen sowie der allgemeinen Anforderungen für die Beantwortung in der Kontaktzeit. Die Studierenden haben nach der ersten Wissenstransferphase die Möglichkeit eines Feedbackgesprächs mit der Studiengangsbetreuung. Bei allen drei Wissenstransferphasen besteht jederzeit die Möglichkeit die Studiengangsbetreuung zu kontaktieren.					
Teilnahmevoraussetzungen					
Formal Keine					
Inhaltlich Keine					

Prüfungsformen
Praxisbericht mit Beantwortung der Transferfragen
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote
Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r
▪ Prof. Dr. Andreas Mengen
Literaturhinweise (jeweils die aktuellste Auflage)
keine

Bachelor-Thesis					
Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BPBT	360 h	12	6. Semester	Jedes Semester	1 Semester
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
Keine		5 h	355 h	Einzel- oder Gruppenarbeit	
Lehrsprache					
Deutsch oder Englisch					
Verwendung des Moduls (Studiengang)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen)					
☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business					
☒ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship					
☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen					
☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
☒ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse (learning outcomes)					
▪ Nachweis der Fähigkeit zur selbstständigen Arbeit ▪ Analyse von wissenschaftlichen Texten/Lehrbüchern (Methodenkompetenz) ▪ Zielorientierte Tätigkeit unter Anleitung in begrenztem Zeitrahmen ▪ Zeit- und Selbstmanagement ▪ Verfassen wirtschaftswissenschaftlicher Texte					
Kompetenzen					
- Fachkompetenz - Methodenkompetenz - Zeitmanagement					
Inhalte					
▪ Bearbeitung einer betriebswirtschaftlichen Fragestellung oder Projekts ▪ Erstellung einer schriftlichen Ausarbeitung über die Bearbeitung der Problemstellung					
Lehrformen					
Entfällt					
Teilnahmevoraussetzungen					
Formal					
BA+MIB+Entrepreneurship 90 ECTS					
BauWing 150 ECTS + Praktische Studienphase					
KerWing 150 ECTS					
Inhaltlich Keine					

Prüfungsformen

Bachelorarbeit,

Im Studiengang **Marketing and International Business** ist die Bachelorarbeit in englischer Sprache anzufertigen.

Im Studiengang **Entrepreneurship** ist die Bachelorarbeit in einem studiengangbezogenen Themenbereich, wie z. B. Gründung, Innovation, mittelständische Unternehmen etc. anzufertigen.

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Prüfungsleistung

Stellenwert der Note für die Endnote

Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte

Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende

- Individueller Betreuer (m/w)

Literaturhinweise

- Je nach Themenschwerpunkten

I. SCHWERPUNKTMODULE

Studiengang „Business Administration“

Studiengang „Business Administration dual (ausbildungsintegriert)“

Studiengang „Business Administration dual (praxisintegriert)“

SCHWERPUNKTMODULE	
ein Modul ist im dritten Semester, zwei Module sind im vierten Semester zu wählen!	
Finanzierung und Investition II Human Resource Management (Operatives HRM) Marketing II Beschaffung und Logistik Produktionswirtschaft und OR Steuern II (Unternehmenssteuern) Betriebliche Außenwirtschaft Wirtschaftsprüfung Externes und Internes Rechnungswesen Gründung und Innovation Management mittelständischer Unternehmen Integrated Marketing Communications and Consumer Research	
<i>Die Liste der wählbaren Schwerpunktmodule ist nicht ausschließlich. Weitere Schwerpunktmodule können dem aktuellen Modulhandbuch des Studiengangs entnommen werden</i>	

Studiengang „Bus. Adm. - Steuern dual“

SCHWERPUNKTMODULE	
ein Modul ist im dritten Semester, zwei Module sind im vierten Semester zu wählen!	
Finanzierung und Investition II Human Resource Management (Operatives HRM) Marketing II Beschaffung und Logistik Produktionswirtschaft und OR Steuern II (Unternehmenssteuern)* Betriebliche Außenwirtschaft Wirtschaftsprüfung Externes und Internes Rechnungswesen* Gründung und Innovation Management mittelständischer Unternehmen Integrated Marketing Communications and Consumer Research	
<i>Die Liste der wählbaren Schwerpunktmodule ist nicht ausschließlich. Weitere Schwerpunktmodule können dem aktuellen Modulhandbuch des Studiengangs entnommen werden. * dieses Modul muss obligatorisch im 2. oder 3. Semester gewählt werden</i>	

Studiengang „Marketing and International Business“

SCHWERPUNKTMODULE	
ein Modul ist im dritten Semester, zwei Module sind im vierten Semester zu wählen!	
International Business I / II Integrated Marketing Communications / Social Media Marketing Marketingmanagement Digital Marketing / Consumer Research	
<i>Die Liste der wählbaren Schwerpunktmodule ist nicht ausschließlich. Weitere Schwerpunktmodule können dem aktuellen Modulhandbuch des Studiengangs entnommen werden.</i>	

Studiengang „Entrepreneurship“

SCHWERPUNKT MODULE

ein Modul ist im dritten Semester, zwei Module sind im vierten Semester zu wählen!

Finanzierung und Investition II
 Human Resource Management (Operatives HRM)
 Marketing II
 Beschaffung und Logistik
 Produktionswirtschaft und OR
 Steuern II (Unternehmenssteuern)
 Betriebliche Außenwirtschaft
 Wirtschaftsprüfung
 Externes und Internes Rechnungswesen
 Gründung und Innovation*
 Management mittelständischer Unternehmen*
 Integrated Marketing Communications and Consumer Research

Die Liste der wählbaren Schwerpunktmodule ist nicht ausschließlich.

Weitere Schwerpunktmodule können dem aktuellen Modulhandbuch entnommen werden.

**diese Schwerpunktmodule sind obligatorisch zu wählen*

Integrated Marketing Communications					
Module BPIMC...	Workload 150 h	Credits 5	Study semester 3 rd our 4 th	Frequency offered Each semester	Duration 1 semester
Course Seminar		Contact time 4 SWS/64 h	Self-study 86 h	Group size 30 students	
Teaching language English					
Use of module (degree program) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☐ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Learning outcomes After this module, students will have the essential professional competencies to perform qualified tasks in the field of brand management and marketing communication. They are also aware of the opportunities and challenges of the integration of marketing communication instruments. This implies knowledge about the management of brands, about operating principles of marketing communication as well as about strategies and instruments in the fields of brand management, media advertising, outdoor advertising, public relations, sales promotion, direct marketing, social media marketing, event and trade fair marketing and sponsoring. Issues of budgeting, media planning, comparative advertising and as well as ethical and legal aspects of marketing communication are also covered. In addition, students will be able to assess the contribution of marketing communications to the achievement of marketing and business objectives in relation to specific situations and industries. Finally, they build their personal skills in the areas of communication and presentation.					
Methodological skills The module has been designed to introduce students to theory, but also to give them a chance to apply theory in marketing communications on a selection of real-life scenarios. Students will have to interact constructively in working groups in order to develop an integrated marketing communication concept for a business case.					
Professional skills In addition, students will improve their capability for critical investigation, problem-solving skills, presentation and communication skills, as well as the ability to work in a team.					

Content

- Integrated marketing communications
- Branding
- How marketing communications work (marketing communications and the consumer)
- Marketing communication planning (campaign objectives, segmenting, targeting, positioning)
- Media and outdoor advertising
- Media planning
- Public relations
- Brand activation
- Direct marketing
- Social media marketing
- Event management, exhibitions and trade fairs
- Sponsorship
- Measuring campaign effectiveness
- Ethical and legal issues

Knowledge transfer

Learning materials include text books, articles, lecture notes, and videos.

Teaching formats

A range of methods including interactive lectures, problem-based learning, group work and discussions, will be used to achieve the learning outcomes. Individual tutoring and feedback sessions will also play an important role.

Requirements

Formal None, but Students enrolled the B.Sc. Marketing and International Business programme as well as incoming students

Content None

Form of examination

Portfolio examination

Modul representative

Prof. Dr. Holger J. Schmidt

Lecturers

Prof. Dr. Frank Hälsig

Literature

De Pelsmacker / Geuens / v. d. Bergh Marketing Communications A European Perspective, Essex (always the current edition).

Beschaffung und Logistik					
Modul BSBUL	Workload 270 h	Credits 9	Studiensemester 3. oder 4. Semester	Häufigkeit des Angebots mind. 1 x pro Studienjahr	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Seminar Übung		Kontaktzeit 5 SWS / 80 h 3 SWS / 48 h	Selbststudium 142h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
Lehrsprache Deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☒ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☒ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse Vermittlung von Handlungskompetenz zur Ausgestaltung und zur Führung von Beschaffungsorganisationen in Industrie und Handel, inkl. ihrer beschaffungslogistischen Anbindung. Die Studierenden sollen Bedeutung, Aufgaben und Ziele der Beschaffungsfunktion im Unternehmen kennen und verstehen lernen.					
Kompetenzen Die Funktionsweise komplexer Beschaffungsorganisationen verstehen. Das Gelernte auf eine praktische Aufgabe im Beschaffungsumfeld anwenden können.					
Inhalte Vorlesung A. Grundlagen der Beschaffung B. Beschaffung - Planning • Funktionseinordnung • Bedarfsstrukturierung, Portfolio- und Zielmanagement • Beschaffungsstrategien und Lieferantenmanagement C. Beschaffung - Operations • Ausschreibungsdesign • Bieterkreisabstimmung, Anfragekoordination, Angebotsbewertung • Verhandlungsvorbereitung und -führung					
D. Grundlagen der Logistik E. Beschaffungslogistik - Planning F. Beschaffungslogistik – Operations Übung					

Fallstudien und Gruppenübungen zu Beschaffung und Logistik
Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussions-elementen sowie Übung
Teilnahmevoraussetzungen Formal: Keine Inhaltlich: Keine
Prüfungsformen: Klausur
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten: Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r: - Prof. Dr. Bräkling Lehrende: - Prof. Dr. Lux, Prof. Dr. Bräkling
Literaturhinweise: - Bräkling, E.; Oidtmann, K.: Beschaffungsmanagement, SpringerGabler Verlag, Wiesbaden - Bräkling, E. Lux, J.; Oidtmann, K.: Logistikmanagement, SpringerGabler Verlag, Wiesbaden - Large, R.: Strategisches Beschaffungsmanagement, SpringerGabler Verlag, Wiesbaden. - Arnold, U.: Beschaffungsmanagement, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart. - Büsch, M.: Praxishandbuch Strategischer Einkauf, SpringerGabler Verlag - Ury, W.: Nein sagen und trotzdem erfolgreich verhandeln, Campus Verlag

Social Media Marketing

Module	Workload	Credits	Study semester	Frequency offered	Duration
BPSMM	150 h	5	3 rd / 4 th	Each semester	1 semester
Course Seminar		Contact time 4 SWS/64 h	Self-study 86 h	Group size 30 students	
Teaching language English					
Use of module (degree program) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☐ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Learning outcomes This course enables students to explore social media strategies and tactics by using contemporary and emerging new-media channels. Within the context of social media, they learn how to establish communications objectives, how to integrate communications platforms and technologies into existing marketing plans, how to systematically evaluate new technologies and delivery platforms to determine an optimal marketing mix, how to implement a detailed social media marketing strategy, and how to evaluate results. After successfully completing this course, students will be able to • Explain key social media concepts, including social media and social media marketing. • Identify and understand best practices of social media sites and new media technologies that are pertinent to contemporary marketing. • Describe how new media technologies are changing and challenging traditional media formats. • Evaluate traditional, digital, mobile, Internet and new media communications channels to build brand awareness and position products/services in specific target markets. • Develop a social media SWOT analysis. • Define SMM goals that are appropriate for a brand/organization. • Research, develop and present a detailed social media marketing plan that aligns with an organization's business goals.					
Methodological skills The module has been designed to introduce students to theory, but also to give them a chance to apply theory in marketing communications on a selection of real-life scenarios. Students will have to interact constructively in working groups in order to develop and present a social media plan to help brands and companies achieve their social media marketing goals.					

Professional skills In addition, students will improve their capability for critical investigation, problem-solving skills, presentation and communication skills, as well as the ability to work in a team.
Content • The role of Social Media Marketing • SMM goals and strategies • Identifying target audiences in social media • Rules of engagement for SMM and social media governance • Social media platforms and social networking sites • Paid social and influencers • Visual storytelling • Content marketing • Virtual communities • Mobile marketing on social networks • Social media monitoring and management tools • Managing and staffing the organisation for social media marketing • Social media marketing plan • Ethical and legal issues of SMM Knowledge transfer Learning materials include text books, articles, lecture notes, and videos.
Teaching formats A range of methods including interactive lectures, problem-based learning, group work and discussions, will be used to achieve the learning outcomes.
Requirements Formal None, but Students enrolled the B.Sc. Marketing and International Business programme as well as incoming students Content None
Form of examination Portfolio examination
Modul representative Dr. Aida Matri Ben Jemaa Lecturers Dr. Aida Matri Ben Jemaa
Literature Zahay, Roberts, Parker, Barker, Barker. Social Media Marketing A Strategic Approach. Cengage Learning (always the current edition).

Marketingmanagement					
Modul BSMAM	Workload 300 h	Credits 10	Studiensemester 3. oder 4. Semester	Häufigkeit des Angebots mind. 1x im Studienjahr	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Seminar Übung		Kontaktzeit 6 SWS/ 96 h 2 SWS/ 32 h	Selbststudium 172h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
Lehrsprache Deutsch / Englisch					
Verwendung des Moduls (Studiengang) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☒ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☒ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse (learning outcomes) Dieses Modul basiert auf dem in der Vorlesung Marketinggrundlagen erworbenen Wissen. Ergänzungen und Vertiefungen finden insbesondere in folgenden Bereichen statt Erforschung des Konsumentenverhaltens, Marketingstrategie, Innovationsmanagement, digitales Marketing, Preispolitik, internationales Marketing und Nachhaltigkeitsmarketing. Neben der Fachkompetenz wird auch die Methodenkompetenz der Studierenden durch Anwendung von Instrumenten zur Entwicklung von Marketingstrategien und durch Fallstudienarbeit erweitert. Im Rahmen einer Gruppenarbeit erstellen die Studierenden eine Präsentation zu einem aktuellen Marketingthema und verbessern dabei ihre Team- und Präsentationsfähigkeit.					
Kompetenzen Methodenkompetenz Selbstständiges Arbeiten, Arbeiten in Gruppen, Erstellung und Durchführung von Präsentationen, Diskussionsfähigkeit, Primärdatenerhebung mit Analyse/Interpretation der erhobenen Daten. Fachkompetenz Aktuelle Marketingtrends, Kaufverhalten von Konsumenten und Organisationen, Marketingstrategie und Marketinginstrumente, internationales Marketing, digitales Marketing, Marktforschung.					
Inhalte • Modelle zur Erforschung des Konsumentenverhaltens • Situationsanalyse und Marketingstrategie • Innovationsentwicklung und -umsetzung • Strategische und instrumentelle Besonderheiten des B2B-Marketing • Einführung in das internationale Marketing					

• Preisoptimierung und dynamisches Pricing • Nachhaltigkeitsmarketing und Green Marketing • Digitales Marketing Website Marketing, Suchmaschinenmarketing, Social Media Marketing, E-Mail-Marketing, Mobile Marketing, E-Commerce, Marketing Analytics
Übung Fallstudien und Gruppenübungen zum Marketingmanagement. Diskussionsforen und Aufgaben in der Online-Lernplattform der Hochschule (OLAT), Studium der aktuellen Wirtschaftspresse, Fallstudienbearbeitung, Präsentationen durch die Studierenden
Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung. Aufgaben in der Online-Lernplattform der Hochschule (OLAT), Fallstudienbearbeitung
Teilnahmevoraussetzungen Formal Keine Inhaltlich absolviertes Pflichtmodul Marketinggrundlagen
Prüfungsformen Portfolioprüfung
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r • Prof. Dr. Andreas Hesse Lehrende • Prof. Dr. Frank Hälsig
Literaturhinweise (jeweils die aktuelle Auflage) • Ahlert, D.; Kenning, P.; Brock, C. (2020). Handelsmarketing Grundlagen der marktorientierten Führung von Handelsbetrieben; 3. Auflage • Bruhn, M. (2015) Relationship Marketing Das Management von Kundenbeziehungen. Vahlen. • Homburg, C. (2016). Marketingmanagement Strategie-Instrumente-Umsetzung-Unternehmensführung. Springer-Verlag. • Kreutzer, R. T. (2016). Online-marketing. Wiesbaden Springer Fachmedien Wiesbaden. • Meffert, M.; P. Kenning; M. Kirchgeorg (Hrsg.) (2014). Sustainable Marketing Management. Wiesbaden. • Roger, E.M. (1995). Diffusion of innovations, Free Press, New York • Scharf, A., Schubert, B., & Hehn, P. (2015). Marketing Einführung in Theorie und Praxis. Schäffer-Poeschel. • Tuten, T. (2020). Social Media Marketing. 4th Edition. Sage Publications • Zentes, J., Swoboda, B., & Schramm-Klein, H. (2013). Internationales Marketing. Vahlen.

Digital Marketing					
Modul	Workload	Credits	Study semester	Frequency of supply	Duration
BSMCB	270 h	5	3. semester	at least 1x per academic year	1 semester
Course		Contact time	Self-study	Group size	
Seminar		4 SWS / 56 h	142 h	30 students	
Teaching language					
English					
Use of module (Study program) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☐ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Learning outcome Upon successful completion of this module, students should have gathered insights into digital marketing. The course has been designed to give students an introduction to means of digital marketing and online marketing focussing on website marketing, search engine marketing, e-commerce and web analytics. Practical applications of international cases are at the core of the teaching methods of this course. Hence, students grow in their abilities to understand and apply digital marketing. At the same time, course participants will improve their ability to work in teams as well as critical investigation, and self-motivating study skills.					
Content The marketplace isn't any more what it used to be, major societal forces have challenged marketers to develop new strategies and instruments encompassing digitalization, internationalization, and sustainability. Throughout the course, participants will be provided with an introduction to strategic and operative challenges of digital marketing including, e.g. ▪ Digital situation analysis (incl. microanalysis of the digital environment and social media networks) ▪ Strategy development (incl. segmentation, objectives, marketing metrics, web analytics) ▪ Case scenarios of implementing online marketing, dynamic pricing, sustainability marketing, gamification, retail media, omnichannel marketing					

Learning approach The module will draw upon a mixture of activities including lectures, case study analysis, group work, presentations and discussions. Learning support material will be provided in OLAT.
Course participants None, but students enrolled to the “BSc Marketing and International Business” programme and students from international partner institutions.
Assessment Written exam or portfolio examination
Module coordinator - Prof. Dr. Andreas Hesse Lecturers - Prof. Dr. Andreas Hesse - Teaching staff
Course materials Course participants will be provided with case studies, articles and lecture notes during the course. In addition, it's recommended to use the following sources in order to deepen the understanding of digital marketing. - Dibb, S./Simkin, L./Pride, W.M./Ferrell, O.C. (2012) Marketing concepts & strategies, 6th edition. - Charter, M.; Peattle, K.; Ottman, J. & Polonsky, M. (2002). Marketing and Sustainability, BRASS - Mangold, B. (2018). Learning Google AdWords and Google Analytics. Loves Data. - Meffert, M.; P. Kenning; M. Kirchgeorg (Hrsg.) (2014). Sustainable Marketing Management. Wiesbaden. - Porter, M. E. (1985). The Competitive Advantage Creating and Sustaining Superior Performance. NY Free Press. - Quesenberry, K.A. (2019). Social Media Strategy. Marketing, Advertising, and Public Relations in the Consumer Revolution. 2nd Edition. Rowman & Littlefield. - Roger, E.M. (1995). Diffusion of innovations, Free Press, New York - Sorger, S. (2013). Marketing Analytics. Strategic Models and Metrics. AdmiralPress. - Tuten, T. (2020). Social Media Marketing. 4th Edition. Sage Publications - Westerman, G.; Bonnet, D. & McAfee, A. (2014). Leading Digital. Turning Technology into Business Transformation. Harvard Business Review Press.

Consumer Research					
Module	Workload	Credits	Study semester	Frequency offered	Duration
BPCR	150 h	5	3 rd / 4 th	Each semester	1 semester
Course Seminar		Contact time 4 SWS/64 h	Self-study 86 h	Group size 30 students	
Teaching language English					
Use of module (degree program) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☐ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Learning outcomes Consumer behaviour is a field of marketing that draws on different social science disciplines (i.e., biology, psychology, economics, and sociology). Individual consumption decisions, thus, have to be examined from different perspectives. In this module, students will learn to examine how and why consumers feel, think, and behave in the way they do and what the implications are for marketing consumer goods and services. Furthermore, participants will acquire an overview of commonly used methods of qualitative and quantitative market research. Students will learn how to apply these methods and in which contexts.					
Methodological skills The module has been designed to give students a chance to apply theory in consumer research on a selection of real-life scenarios. Students will have to interact constructively in working groups in order to develop an exploratory, descriptive and causal-analytic market research design for a real-life business case.					
Professional skills In addition, students will improve their capability for critical investigation, problem-solving skills, presentation and communication skills, as well as the ability to work in a team.					

Content • personal influences on consumer behaviour, i.e. involvement, situational factors, and socio-demographics • understanding consumer behaviour from the psychological perspective, i.e. emotion, perception, motivation, learning and attitude • sociological influencing factors, i.e. reference groups, opinion leaders (influencers), social milieus, culture and sub-culture • exploratory market research designs (qualitative market research methods, e.g. depth-interviews, focus groups, mystery shopping, ethnographic interviews, social media monitoring) • descriptive market research designs (quantitative market research methods, e.g. surveys, digital marketing analytics, panels, virtual and real-scenario test markets) • causal-analytic research designs (i.e. laboratory and field experiments) Knowledge transfer Learning materials include text books, articles, lecture notes, and videos.
Teaching formats A range of methods including interactive lectures, problem-based learning, group work and discussions, will be used to achieve the learning outcomes.
Requirements Formal None, but students enrolled the B.Sc. Marketing and International Business programme as well as incoming students Content None
Form of examination Portfolio examination or written exam
Modul representative and lecturers • Prof. Dr. Axel Schlich Lecturers • Prof. Dr. Axel Schlich n.n.

Gründung und Innovation					
Modul BPGUI	Workload 300 h	Credits 10	Studiensemester 3. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Seminar Übung		Kontaktzeit 5 SWS / 80 h 3 SWS / 48 h	Selbststudium 142 h	Geplante Gruppengröße 30 Studierende	
Lehrsprache deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☒ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen					
Die Studierenden sollen am Ende des Moduls					
• ein gestärktes Bewusstsein für unternehmerisches Denken und Handeln haben. Sie sind in der Lage, unternehmerische Herausforderungen aus verschiedenen Perspektiven zu betrachten und zu verstehen, um somit Lösungsansätze entwickeln zu können. • die Bedeutung von Unternehmensgründungen sowie deren Voraussetzungen verstehen und ein Geschäftsmodell und seine wesentlichen Bausteine erklären und anwenden können. • die verschiedenen Innovationsarten mit ihrer Bedeutung für Startups und bestehende Unternehmen beschreiben sowie Innovationsprozesse von der Ideengenerierung bis zur Markteinführung erklären können.					
Inhalte					
• Einführung zu Entrepreneurship und Innovation (Definitionen, Bedeutung, Voraussetzungen) • Unternehmerische Gelegenheiten und Denkweisen (Entstehung, Bewertung und Wahrnehmung, Unternehmerperson) • Gründungs- und Gründertypen (Gründungsformen, Nachhaltigkeit, Social Entrepreneurship)					

• Formen von Innovationen (Innovationsarten, Social Innovation, Quellen von Innovationen, Ideenentwicklung, Kreativitätstechniken) • Geschäftsmodell (Bausteine des Geschäftsmodells, Geschäftsmodelldesign) • Kunde, Markt & Wettbewerb (Kundensegmente, Marktforschung & Marketing, Adoption & Diffusion von Innovationen) • Unternehmen & Ressourcen (Strategie, Humankapital, Sozialkapital, Geistiges Eigentum und Patente) • Kosten- und Erlösplanung & Finanzierung (Kapitalbedarfsplanung, Besonderheiten der Finanzierung junger Unternehmen und Innovationen, traditionelle und alternative Finanzierungsinstrumente) • Wachstum & Exit (Wachstumsstrategien und -hemmnisse, Exit-Strategien) • Innovationsprozesse & innovative Organisationen (Innovationsstrategie, Innovationskultur, Organisation)
Lehrformen Vorlesung / seminaristischer Unterricht (abhängig v. Teilnehmerzahl) mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen. <u>Kompetenzbereich(e)</u> Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Sozialkompetenz <u>Wissensvermittlung via</u> Vorlesungen, Diskussionen, Fallstudien und Übungen, PowerPoint-Präsentationen
Teilnahmevoraussetzungen Formal Keine Inhaltlich Keine
Prüfungsformen Portfolioprüfung
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Modulverantwortliche/r ▪ Prof. Dr. Alexandra Moritz Lehrende ▪ Prof. Dr. Alexandra Moritz ▪ Wiss. Mitarbeiter_innen
Sonstige Informationen Literaturhinweise (jeweils die aktuelle Auflage) ▪ Grichnik, D.; Brettel, M., Koropp, C. und Mauer, R. (aktuelle Auflage) Entrepreneurship, Schäffer-Poeschel. ▪ Fueglistaller, U., Müller, C., Müller, S., & Volery, T. (aktuelle Auflage). Entrepreneurship Modelle– Umsetzung– Perspektiven, Springer-Verlag. ▪ Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011) Business Model Generation Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer. Campus Verlag. ▪ Vahs, D. und Brem, A. (aktuelle Auflage) Innovationsmanagement, Schäffer-Poeschel. ▪ Weiber, R., & Pohl, A. (2017) Innovation und Marketing. Kohlhammer Verlag.

Management mittelständischer Unternehmen					
Modul BPMMU	Workload 300 h	Credits 10	Studiensemester 4. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Seminar Übung		Kontaktzeit 5 SWS / 80 h 3 SWS / 48 h	Selbststudium 172 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
Lehrsprache deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☒ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen					
Die Studierenden sollen am Ende des Moduls.....					
• die Rolle etablierter mittelständischer Unternehmen in der Marktwirtschaft verstehen. • ausgehend von der Lebenszykluskonzeption Herausforderungen mittelständischer Unternehmen in der Wachstums-, Reife- und Wendephase kennen und beurteilen können. • Besonderheiten in der Führung mittelständischer Unternehmen auf unterschiedliche Herausforderungen anwenden können. • betriebswirtschaftliche Instrumente zur Bewältigung von Herausforderungen im Lebenszyklus kennen und anwenden können.					
Inhalte					
• Einführung in die Grundlagen der Führung mittelständischer Unternehmen (Definition, Theorien, Lebenszyklus) • Volkswirtschaftliche Aspekte des Mittelstands (Bedeutung des Mittelstands, Lage des Mittelstands, Mittelstandspolitik, Mittelstandsförderung) • Herausforderungen im Wachstum von Unternehmen (Erfolgsfaktoren mittelständischer Unternehmen, • Innovationsmanagement, Digitalisierung, Internationalisierung, Nachhaltigkeit)					

• Mittelständische Unternehmen im Reifeprozess (Finanzierung mittelständischer Unternehmen, Beurteilung von Kapital- und Ertragslage mittelständischer Unternehmen, Corporate Governance) • Die Wendephase im Lebenszyklus mittelständischer Unternehmen (Unternehmenskrisen und deren • Bewältigung, Unternehmensnachfolge)
Lehrformen Vorlesung / seminaristischer Unterricht (abhängig v. Teilnehmerzahl) mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen. <u>Kompetenzbereich(e)</u> Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Sozialkompetenz <u>Wissensvermittlung via</u> Vorlesungsskript, Fallstudien und Übungen, PowerPoint-Präsentationen, Tafel
Teilnahmevoraussetzungen Formal Keine Inhaltlich Keine
Prüfungsformen Portfolioprüfung
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Modulverantwortliche/r ▪ Prof. Dr. Holger Reinemann Lehrende ▪ Prof. Dr. Holger Reinemann ▪ Prof. Dr. Frank Wallau ▪ Wiss. Mitarbeitenden
Sonstige Informationen Literaturhinweise (jeweils die aktuelle Auflage) Felden, B.; Pfannenschwarz, A. (aktuelle Auflage) Unternehmensnachfolge, München. Klein, S. (aktuelle Auflage) Familienunternehmen, Wiesbaden. Pfohl, H.-C. (aktuelle Auflage) Betriebswirtschaftslehre der Mittel- und Kleinbetriebe. Größenspezifische Probleme und Möglichkeiten zu ihrer Lösung, Berlin. Reinemann, H. (aktuelle Auflage) Entrepreneurship, Wiesbaden. Reinemann, H.; Ludwig, D. (2015) Die qualitative Dimension des Mittelstandsbegriffs, in Becker, W.; Ulrich, P. (Hrsg.) Mittelstandsorientierte Betriebswirtschaftslehre – Ein Handbuch, Stuttgart, S. 38-52.

Externes und Internes Rechnungswesen					
Modul BSEIR	Workload 300h	Credits 10	Studiensemester 3. oder 4. Semester	Häufigkeit des Angebots mind. 1x im Studienjahr	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Seminar Übung		Kontaktzeit 5 SWS/ 80 h 3 SWS/ 48 h	Selbststudium 172h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
Lehrsprache Deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☒ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☒ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse / Kompetenzen Teilbereich <u>Externes Rechnungswesen</u> Die Studierenden sollen am Ende des Teilmoduls <i>Externes Rechnungswesen</i> in der Lage sein, komplexere Bilanzierungssachverhalte zu verstehen sowie deren Konsequenzen im Jahresabschluss – auch unter dem Aspekt bilanzpolitischer Maßnahmen – abzubilden. Die zweckmäßige Anwendung von Bilanzierungsnormen erfordert ein hohes Maß an Wissen und Selbstständigkeit. Daher erlangen die Studierenden die Fähigkeit mit handels- und steuerrechtlichen Rechnungslegungsnormen umzugehen und diese auf konkret vorgegebene Beispielsituationen und Fallstudien umzusetzen (<i>praktische Fähigkeit</i>). Des Weiteren erwerben die Studierenden die Fähigkeit, sich kritisch mit Bilanzierungswahlrechten auseinanderzusetzen und deren Konsequenzen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage darzustellen (<i>kognitive Fähigkeit</i>). Schließlich können sie bilanzpolitische Maßnahmen im Rahmen der Abschlusserstellung einschätzen und im Hinblick auf bilanzstrategische Zielvorgaben anwenden (<i>praktische Fähigkeit</i>). Über die genannten Aspekte hinaus erlangen die Studierenden ein Verständnis für die Bedeutung des Anhangs und des Lageberichts sowie deren (abgestufte) Informationsanforderungen und lernen, wirtschaftliche Sachverhalte darunter zu subsumieren. Über den Lagebericht erlangen sie auch ein Verständnis für den Zusammenhang zwischen dem externen Rechnungswesen und dem internen Berichtswesen, der Kapitalmarktkommunikation und der Corporate Governance. Des Weiteren lernen sie die Grundzüge der Konzernrechnungslegung kennen, verstehen und auf einfache Fälle anzuwenden. Kennen, Verständnis und					

Anwendung von Möglichkeiten der Gestaltung und der Analyse von Finanzinformationen im Jahresabschluss sowie der Steuerungs- und Praxisrelevanz von Kennzahlen bzw. finanziellen Leistungsindikatoren runden das Kompetenzprofil der Studierenden zum externen Rechnungswesen ab.

Wissensvermittlung via

Einschlägige Wirtschaftsgesetze, PowerPoint-Präsentation, Praxisfälle sowie Übungsbeispiele

Inhalte

Teilbereich Internes Rechnungswesen

Nach Beendigung des Moduls haben die Studierenden als Fachkompetenz umfassende Kenntnisse des externen und internen Rechnungswesens. Verständnis für Vorschriften und Methoden. Durch Analyse praktischer Sachverhalte, diese systematisch den relevanten Vorschriften und Methoden zuzuordnen und zielgerichtete Lösungen herbeizuführen. Sozialkompetenz wird durch die Bearbeitung von Übungsaufgaben in Lerngruppen aufgebaut.

Voll- und Teilkostenrechnung (Deckungsbeitragsrechnung), u.a. Besonderheiten der Rechenansätze, Grundlagen der DBR, stufenweise Fixkostendeckungsrechnung, Sortimentspolitik, Preispolitik. Plankostenrechnung, u.a. Grundbegriffe und Grundsätze der Kostenplanung, Systeme der Plankostenrechnung, Planung und Kontrolle.

Prozesskostenrechnung, u.a. Abgrenzung zu anderen Ansätzen, Prozesskostensatzermittlung.

Inhalte

Teilbereich Externes Rechnungswesen Vorlesung

Externes Rechnungswesen Das Teilmodul vertieft das Wissen der Studierenden in Bezug auf die handels- und steuerrechtliche Bilanzierung von Vermögenswerten und Schulden. Nach erfolgreichem Beenden dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage spezielle Bilanzierungsprobleme zu erkennen und einer rechtskonformen Lösung zuzuführen. Darüber hinaus sind die Studierenden in der Lage mit den zusätzlichen Bestandteilen des Jahresabschlusses (Anhang, Lagebericht) umzugehen und sich aus dem Jahresabschluss ergebende Kennzahlen zu interpretieren. Darüber hinaus erhalten die Studierenden einen Einblick in die Finanzberichterstattung respektive in das Berichtswesen. . Konkret werden u.a. folgende Themen behandelt

- Spezielle Bilanzierungsprobleme Bilanzierung von Derivaten und von Sicherungsbeziehungen (Bewertungseinheiten), Abgrenzung von Forschung und Entwicklung bei selbstgeschaffenen immateriellen Vermögensgegenständen, Bilanzierung periodenübergreifender Fertigungsaufträge, Bilanzierung von Leasingverhältnissen, Bilanzierung hybrider Finanzierungsinstrumente, Erwerb eigener Anteile, Besonderheiten des Ansatzes und der Bewertung einzelner Rückstellungen etc.
- Rechnungslegung von Haftungsverhältnissen
- Nichtigkeit und Änderung von Jahresabschlüssen
- Rechnungslegung mit Sonderbilanzen im Überblick (Unterbilanz, Überschuldungsbilanz etc.)
- Anhang und Lagebericht (Bedeutung und Inhalte)
- Finanzberichterstattung im Konzern (im Überblick)
- Abschlussanalyse und -gestaltung
- Steuerungskennzahlen und -systeme
- Internes Berichtswesen, Corporate Governance, Kapitalmarktkommunikation

Übung

Aufbauend auf dem Inhalt des Seminars im Teil „Externes Rechnungswesen“ wird die Wissensanwendung in zwei wöchentlichen Übungsstunden vertieft. Es werden – auch mit Unternehmensvertretern – Fallstudien oder einzelne Praxisfälle gelöst und aktuelle Rechnungslegungsfragen und Medienbeiträge diskutiert.

Übung Fallstudien und Praxisfälle zum Int. Rechnungswesen
Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung
Teilnahmevoraussetzungen Formal Keine Inhaltlich Keine
Prüfungsformen Klausur, 180 Min.
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Silke Griemert / Prof. Dr. Andreas Mengen / Prof. Dr. Holger Philipps / Prof. Dr. Jürgen Mertes
Lehrende - Prof. Dr. Holger Philipps und Prof. Dr. Jürgen Mertes (Externes Rechnungswesen) - Prof. Dr. Silke Griemert oder Prof. Dr. Andreas Mengen (Internes Rechnungswesen)
Literaturhinweise (jeweils die aktuelle Auflage.) Externes Rechnungswesen - Baetge/Kirsch/Thiele Bilanzen, IDW Verlag - Coenenberg, A. G./Haller, A./Schultze, W. Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse Betriebswirtschaftliche, handelsrechtliche, steuerrechtliche und internationale Grundlagen - HGB, IAS/IFRS, US- GAAP, DRS; - Coenenberg, A. G./Haller, A./Schultze, W. Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse Aufgaben und Lösungen - Philipps, Der Anhang im Jahresabschluss der GmbH und der GmbH & Co. KG, NWB Verlag - Philipps, „Größenklassen nach HGB“, „Anhang“ und „Lagebericht“, in Jahresabschluss kompakt, NWB Verlag - Philipps, Berichtspraxis nach DRS 20 zum Konzernsteuerungssystem, in DB 2014, S. 1501 – 1507 Internes Rechnungswesen - Weber, J. u. Weißenberger, B. Einführung in das Rechnungswesen. - Schweitzer, Marcel / Küpper, Hans-Ulrich Systeme der Kosten- und Erlösrechnung

Finanzierung und Investition II					
Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BPF12	300 h	10	3. oder 4. Semester	mind. 1x im Studienjahr	1 Semester
Lehrveranstaltungen Seminar Übung		Kontaktzeit 5 SWS/ 80 h 3 SWS/ 48 h	Selbststudium 172h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
Lehrsprache Deutsch / Englisch					
Verwendung des Moduls (Studiengang) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☒ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☒ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen Die Studierenden sollen am Ende des Moduls Verständnis für die Investition und Finanzierung als notwendige Basis und zentrale Teilfunktion unternehmerischen Handelns entwickelt haben. Weitergehende Grundlagen des Finanzmanagements, wie bspw. das Wissen über wesentliche Eigen- und Fremdkapitalinstrumente sowie einige mezzanine Finanzprodukte, deren Anwendung und Bewertung wurden gelegt. Diverse Methoden zur Beurteilung von Investitionsvorhaben können ausgeführt werden. Darüber hinaus haben die Studierende tiefere Einblicke in nationale und internationale Finanzmärkte gewonnen. Somit haben die Studierenden vertiefende Fach- und Methodenkenntnisse erlangt, auf denen sie aufbauend bereits in Einzelfällen qualifizierte Aufgaben im Bereich Finanzierung und Investition weitergehend selbständig analysieren, ansatzweise lösen und ausgewählte finanzwirtschaftliche Sachverhalte grundlegend beurteilen. Dadurch werden sie in die Lage versetzt, ausgehend von ihrer Fach- und Methodenkompetenz auch ihre Sozialkompetenz weiterzuentwickeln.					
Inhalte Ausgewählte Themen aus unter anderem den folgenden Bereichen ... • Finanzmärkte • Investitionstheorie • Regulierung • Finanzwirtschaftliche Nachhaltigkeit • Finanzinstrumente • Behavioral Finance • Entscheidungstheorie					

Zusätzlich können weitere Finanzthemen, bspw. Strukturierte Finanzierung, Finanzcontrolling und -liquiditätsplanung, Derivate und Risikomanagement, und auch aktuelle finanzwirtschaftliche Entwicklungen aufgegriffen werden.

Übung

Fallstudien und Praxisfälle zur Finanzierung und Investition II

Lehrformen

In Präsenz und Online Seminaristischer Unterricht (abhängig v. Teilnehmerzahl) mit Vortrags-, Diskussions-, Gruppen- und Übungselementen; Gastvorträge; Selbststudium

Teilnahmevoraussetzungen

Formal keine

Inhaltlich keine

Prüfungsformen

Klausur, 90 Min. oder mündliche Prüfung

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte

Modulverantwortliche/r

- Prof. Dr. Michael Kaul

Lehrende

- Prof. Dr. Michael Kaul, Lehrbeauftragte, wiss. Mitarbeitende, Gastreferenten

Literaturhinweise (jeweils die aktuelle Auflage)

- Blohm H.; Lüder K.; Schäfer C. Investition, München.
- Brealey, R.A.; Myers, S.C.; Allen, F. Principles of Corporate Finance. International Edition, Boston u.a.
- Caprano E.; Wimmer K. Finanzmathematik, München.
- Däumler K.-D.; Grabe J. Betriebliche Finanzwirtschaft, Herne/ Berlin.
- Hillier D., Ross S. A., Westerfield R. W., Jaffe J.; Jordan B. D. Corporate Finance, Maidenhead.
- Hartmann-Wendels T., Pfingsten A., Weber M. Bankbetriebslehre, Berlin.
- Hull J. C. Optionen, Futures und andere Derivate, München.
- Peppmeier A. Bankbetriebslehre, Herne.
- Perridon L.; Steiner M., Rathgeber A. Finanzwirtschaft der Unternehmung, München.
- Wolf B., Hill M., Pfaue M. Strukturierte Finanzierungen, Stuttgart.
- Zantow R., Dinauer J., Schäffler C. Finanzwirtschaft des Unternehmens, Hallbergmoos.

Weitere Literatur wird bei Bedarf in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.

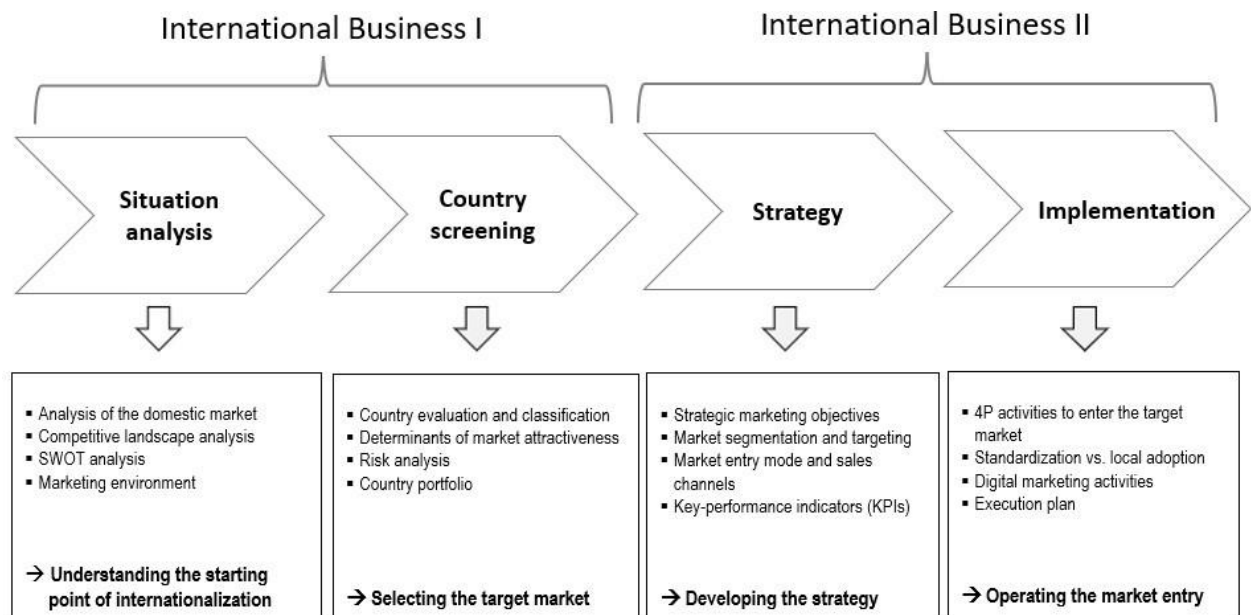
Human Resource Management / Operatives Personalmanagement					
Modul BSHRM	Workload 300 h	Credits 10	Studiensemester 3. oder 4. Semester	Häufigkeit des Angebots mind. 1x im Studienjahr	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Seminar Übung		Kontaktzeit 2 SWS/ 32 h 6 SWS/ 96 h	Selbststudium 172h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
Lehrsprache Deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☒ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☒ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse/Kompetenzen Am Ende des Moduls haben die Studierenden ein vertieftes Verständnis für die Grundlagen der betrieblichen Personalarbeit und ihre operativen Zusammenhänge erworben. Die Studierenden werden in der Lage sein, Einzelinstrumente situativ und praxisgerecht vor dem Hintergrund des Arbeitsrechts operativ anzuwenden und in Einzelfällen diese selbstständig zu entwickeln und umzusetzen. ▪ Fachkompetenz - Die Studierenden sind am Ende des Moduls in der Lage, Einzelinstrumente des Personalmanagements situativ und praxisgerecht vor dem Hintergrund des Arbeitsrechts operativ anzuwenden. - In Einzelfällen können sie Instrumente selbstständig anwenden, weiter entwickeln und Ergebnisse bewerten. - Sie können auf der erlernten theoretischen Basis neue, praktische und noch nicht behandelte Probleme analysieren und Lösungen selbstständig herleiten. ▪ Methodenkompetenz - Die Studierenden vertiefen im Laufe des Moduls ihre Fähigkeit, betriebswirtschaftliche Konzepte auf die Anwendbarkeit auf einen bestimmten betrieblichen Kontext zu beurteilen und auszuwählen. - In einem Fach mit sich ständig ändernden regulatorischen Vorgaben und Bestimmungen lernen sie, ihr Wissen aktuell zu halten. ▪ Sozialkompetenz					

- Die Studierenden vertiefen im Laufe des Moduls ihre Fähigkeiten, Problemstellungen im Team gemeinsam zu analysieren und zusammen Lösungen zu entwickeln. - In diversen Teams lernen sie die Vor- und Nachteile von Gruppenarbeit, das Bilden von effektiven Teams und die Basis agilen Arbeitens. ▪ Selbstkompetenz - Die Teilnahme an diesem Modul fördert die Fähigkeiten des Selbstmanagements wie z. B. der Selbstlernkompetenz und der sinnvollen Zeiteinteilung bei der Vorbereitung auf die zu erbringende Prüfungsleistung. Das Modul trägt dazu bei, dass die Studierenden ein ethisches Bewusstsein in Bezug auf den respektvollen, nachhaltigen und möglichst vorurteilsfreien Umgang mit Menschen gewinnen. Maßnahmen diskriminierungsfrei zu agieren werden diskutiert und eingeübt.
Inhalte Ausgewählte Themen des Human Resource Managements unter anderem aus den folgenden Bereichen ▪ Grundlagen (Grundbegriffe und Funktionen der Personalwirtschaft) ▪ Verbindung von Aufgaben und Menschen (Organisationsformen der Arbeit, Personalplanung, Personalbedarfsplanung, Personalbeschaffung, Personalauswahl und Personaleinsatz auch durch KI-Unterstützung, Personalfreisetzung) ▪ Performance Ziele (Performance Management, Personalcontrolling & HR-Analytics und Betriebliche Anreizsysteme) ▪ Administrative Ziele (Entgeltabrechnung mit dem Schwerpunkt der Brutto-/Netto-Entgeltermittlung, Digitalisierung von Daten und Aufgaben, ▪ Reputationsziele (Diversity Management, Employer Branding, Mitbestimmung) ▪ Change Management (Personalentwicklung / Ausgewählte Instrumente der PE / Talent Management) ▪ Gesundheit und Nachhaltigkeit (Nachhaltiges Personalmanagement und ESG, Mitarbeiterbindung, Übung Fallstudien und Gruppenübungen zum Human Resource Management
Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung, Fallstudien und Simulationen
Teilnahmevoraussetzungen Formal Keine Inhaltlich Erfolgreicher Besuch der Veranstaltung ‚Personal und Organisation‘ (2. Semester)
Prüfungsformen Klausur
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r ▪ Prof. Dr. Christian Lebrecht Lehrende ▪ Prof. Dr. Christian Lebrecht ▪ Prof. Dr. Johannes Berger
Literaturhinweise (jeweils die aktuelle Auflage) Auswahl

- Armstrong, M.; Taylor, S Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice
- Bartscher, T.; Nissen, R. Personalwirtschaft – Grundlagen, Handlungsfelder, Praxis
- Böhmer, N.; Schinnenburg, H.; Steinert, C. Fallstudien im Personalmanagement
- Domsch, M. E.; Regnet, E.; von Rosenstiel, L. Führung von Mitarbeitern Fallstudien zum Personalmanagement
- Fink, V. Künstliche Intelligenz in der Personalarbeit Potentiale nutzen und verantwortungsbewusst handeln
- Holtbrügge, D. Personalmanagement
- Price, A. Human Resource Management
- Scholz, C. & Scholz, T. Personalmanagement
- Stier, M. Das Einmaleins der Entgeltabrechnung
- Träger, T. Personalmanagement – Grundlagen und Instrumente

International Business I					
Module BPIBI...	Workload 150 h	Credits 5	Study semester 3 rd / 4 th	Frequency offered Each semester	Duration 1/2 semester
Course Seminar		Contact time 4 SWS/64 h	Self-study 86 h	Group size 30 students	
Teaching language English					
Use of module (degree program) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☐ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☐ ☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Learning outcomes Upon successful completion of the module, students will have learned to conduct a competitive analysis and an investigation into the international marketing environment based on a real-life case study in order to develop an international business strategy. In detail, this includes the ability to critically evaluate a firm's competitive position in the light of current trends and developments in international business, to conduct a country screening and to estimate and compare business opportunities and risks across different international markets.					
Methodological skills Students will learn to apply a selection of analysis tools (e.g. SWOT, SLEPT, PESTLE), to conduct sales forecasts, to use risk evaluation and management tools in international business, and to display market screening results in a country portfolio.					
Professional skills In this module, students will improve their presentation skills, the ability to work in teams, critical investigation, self-motivating study skills, the capability to participate in and to moderate group discussions, and the application of theory on a case. Furthermore, in their final report, students will have to apply academic writing skills.					
Content Course participants will have to work in groups on an international business strategy for a real-life company of their choice. Each group should have a size of 3-4 students. Over the course of the semester, the groups will have to deliver presentations evidencing the progress of their strategy development, whereas digital marketing tools will be particularly dealt with. The final outcome of the project work is an executive report summarizing all major results of the project work.					

In the module “International Business I”, students will have to deal with steps 1 and 2 of the international marketing planning process according to the figure below. i.e. a “Situation Analysis” and a “Country Screening”. In the consecutive module “International Business II”, it will be dealt with “Strategy” and “Implementation”.



Knowledge transfer

Learning materials include text books, articles, lecture notes, and videos.

Teaching formats

A range of methods including interactive lectures, group discussion, and group work will be used to achieve the learning outcomes. Based on individual tutoring and feedback sessions students have the chance to advance their group work over the course of the semester.

Requirements

Formal None, but students enrolled the B.Sc. Marketing and International Business programme as well as incoming students

Content The consecutive modules International Business I and II can be completed independently.

Form of examination

Portfolio examination

Modul representative and lecturers

Prof. Dr. Axel Schlich

Lecturers

Prof. Dr. Axel Schlich, Prof. Dr. Andreas Hesse

Reading list

Czinkota, M. R.; Ronkainen, I. A. & Cui, A. (2022) International Marketing, 11th international edition, Cengage Learning.
 Grafers, H.W. & Schlich, A. W. (2006) Strategic Export Management, Helsinki WSOY.
 International Business Review, published by European International Business Academy.
 Journal of International Business Studies, published by Academy of International Business.

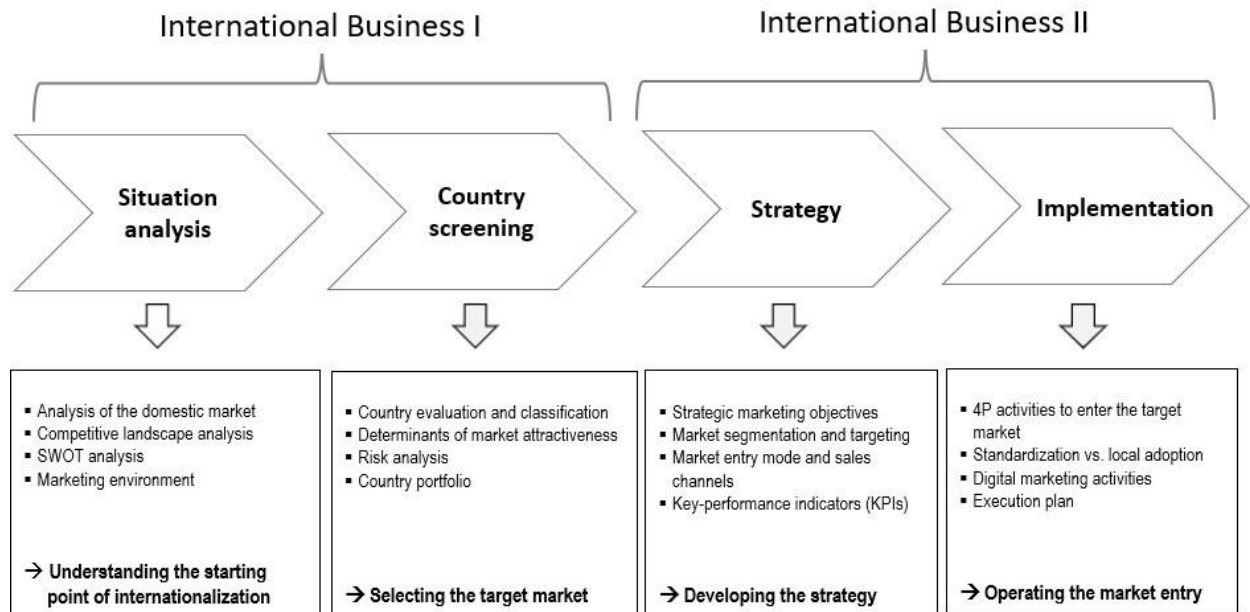
Kotabe, M. & Helsen, K. (2022) Global Marketing Management, 9th edition, New York.

Usunier, Jean-Claud & Lee, Julie Anne (2013) Marketing Across Cultures, 6th edition, Harlow.

International Business II					
Module BPIB2...	Workload 150 h	Credits 5	Study semester 3 rd / 4 th	Frequency offered Each semester	Duration 1/2 semester
Course Seminar		Contact time 4 SWS/64 h	Self-study 86 h	Group size 30 students	
Teaching language English					
Use of module (degree program) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☐ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Learning outcomes Upon successful completion of the module, students will have learned to develop an international business strategy based on a real-life case study. In detail, this includes the ability to develop a resilient and sustainable market entry strategy for an international target market, to manage typical risks in international business (e.g. infringement upon intellectual property rights, government interference and barriers to trade, economic influences on international business), to be prepared for possible disruptions due to unexpected developments in the marketing environment, to come to a decision about necessary elements of strategy adaptation and to design the marketing mix accordingly.					
Methodological skills Students will learn to compare different market entry modes, to use risk evaluation and management tools in international business, to develop an international marketing strategy, and to adapt both on- and offline marketing instruments to a selected international marketing target market.					
Professional skills In this module, students will improve their presentation skills, the ability to work in teams, critical investigation, self-motivating study skills, the capability to participate in and to moderate group discussions, and the application of theory on a case. Furthermore, in their final report, students will have to apply academic writing skills.					
Content Course participants will work in groups on an international business strategy for a company of their choice. Each group should have a size of 3-4 students. Over the course of the semester, the groups will have to deliver altogether three presentations evidencing the progress of their strategy development, whereas digital marketing tools will be					

particularly dealt with. The final outcome of the project work is an executive report summarizing all major results of the project work.

In the module “International Business I”, students will have to deal with a “Situation Analysis” and a “Country Screening” according to the figure below. In the consecutive module “International Business II”, it will be dealt with “Strategy” and “Implementation”.



Knowledge transfer

Learning materials include text books, articles, lecture notes, and videos.

Teaching formats

A range of methods including interactive lectures, group discussion, and group work will be used to achieve the learning outcomes. Based on individual tutoring and feedback sessions students have the chance to advance their group work over the course of the semester.

Requirements

Formal None, but students enrolled the B.Sc. Marketing and International Business programme as well as incoming students

Content The consecutive modules International Business I and II can be completed independently.

Form of examination

Portfolio examination

Modul representative and lecturers

Prof. Dr. Axel Schlich

Lecturers

Prof. Dr. Axel Schlich, Prof. Dr. Andreas Hesse

Produktionswirtschaft / OR					
Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BSPOR	300 h	10	3. oder 4. Semester	mind. 1x im Studienjahr	1 Semester
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
Seminar Übung		4 SWS / 64 h	172 h	30 Studierende	
		4 SWS / 64 h			
Lehrsprache					
Deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual					
☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen)					
☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business					
☒ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship					
☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen					
☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
☒ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse (learning outcomes)					
Die Studierenden sollen am Ende des Moduls die Grundlagen der Produktionswirtschaft im Unternehmenszusammenhang kennen. Sie verstehen die Bedeutung der Produktionsfaktoren und sind in der Lage, Werkzeuge zum Management der Produktionsfaktoren situativ und praxisgerecht anzuwenden. Die Studierenden verstehen die Bedeutung der Digitalisierung in der Produktion und sind mit den Grundzügen internationaler Verflechtungen im Produktionsumfeld vertraut.					
Kompetenzen					
Die Komplexität strategischer und taktisch/ operativer Aspekte der Produktionswirtschaft verstehen. Das Gelernte auf eine praktische Aufgabe im Produktionsumfeld anwenden können; Fach- und Methodenkompetenz werden vermittelt.					
Inhalte					
I. Bedeutung und Definition der Produktionswirtschaft und des OR					
II. Die Produktionsfaktoren					
III. Der Produktionsfaktor Betriebsmittel Standortwahl, Fabrikplanung,...					
IV. Der Produktionsfaktor Arbeitskraft Personalbedarfsplanung, Mitarbeitermotivation,...					
V. Der Produktionsfaktor Werkstoffe Bedarfsermittlung, Bereitstellung, Bestellmengen,...					
VI. Der Produktionsfaktor Leitung Strategische und operative Aspekte der Leitung einer Produktion					
VII. Der Produktionsfaktor Planung Strategische und operative Aspekte					
VIII. Der Produktionsfaktor Organisation Organisationsformen im Produktionsbetrieb, Reihenfolgeplanung					
Übung					
Fallstudien und Gruppenübungen zur Produktionswirtschaft/OR					

Lehrformen
Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung
Teilnahmevoraussetzungen
Formal keine
Inhaltlich keine
Prüfungsformen
Klausur, 180 Min. oder Portfolioprüfung (Vortrag 10%; schriftliche Ausarbeitung 40%; 90-minütige Klausur 50%)
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
Bestehen der Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote
Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r
Prof. Dr. Bert Leyendecker
Lehrende
- Michael Kierdorf - Christoph Szedlak
Literaturhinweise (jeweils die aktuelle Auflage)
- Schneeweiß, C. Einführung in die Produktionswirtschaft. - Hoitsch, H.-J. Produktionswirtschaft. - Nebi, T. Produktionswirtschaft.

Steuern II (Unternehmenssteuern)					
Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BSST2	300 h	10	3. oder 4. Semester	mind. 1x im Studienjahr	1 Semester
Lehrveranstaltungen Seminar Übung		Kontaktzeit 5 SWS / 80 h 3 SWS / 48 h		Selbststudium 172 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende
Lehrsprache Deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual (Pflicht-Schwerpunktmodul) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☒ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach Beendigung des Moduls haben die Studierende umfassende Kenntnisse auf dem Gebiet der Besteuerung von Kapitalgesellschaften (Körperschaftssteuer - KSt, Gewerbesteuer - GewSt) sowie umfassende Kenntnisse auf dem Gebiet der Besteuerung von Personengesellschaften. Kompetenzen Mündliche Präsentation von Aufgabenlösungen und Fallbeispiellösungen, Diskussion über erarbeitete Lösungsvorschläge, Teamarbeit, wissenschaftliche Arbeitsformen, Zitierformen, Erschließung anwendungsbezogener Aspekte; Fach- und Methodenkompetenz werden vermittelt.					
Inhalte I. Besteuerung der Kapitalgesellschaften KSt Grundbegriffe, unbeschränkte und beschränkte Steuerpflicht, Befreiungen, Einkommensermittlung, vGA, Verlustverrechnung, Gesellschafterfremdfinanzierung, Organschaft. GewSt Wesen, Steuergegenstand, Steuerpflicht, Hinzurechnungen und Kürzungen, Gewerbeverluste, Organschaft, Zerlegung, Steuermessbetrag, Gewerbesteuerückstellung. II. Besteuerung der Personengesellschaften Begriffe der Mitunternehmer, Sonderbetriebsvermögen, Betriebsaufspaltung, Eintritt, Austritt und Wechsel von Gesellschaftern, Gründung, Einbringung, Verlustbeschränkung nach § 15 a EStG, Realteilung.					

Übung Fallstudien und Praxisfälle zu Steuern II
Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussions-elementen sowie Übung
Teilnahmevoraussetzungen Formal Keine Inhaltlich Grundkenntnisse des Ertragsrechts und des formellen Steuerrechts
Prüfungsformen Klausur
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r ▪ Prof. Dr. Arno Steudter Lehrende ▪ Jens Sabel
Literaturhinweise (jeweils die aktuelle Auflage.) ▪ Bornhofen Steuerlehre 2; Bornhofen Lösungen zum Lehrbuch Steuerlehre 2. ▪ Zenthöfer/Leben Körperschaftssteuer und Gewerbesteuer. ▪ Lange/ Krützner/ Kussmann/ Reiß Personengesellschaften im Steuerrecht. ▪ Koltermann Bilanzsteuerrecht.

Wirtschaftsprüfung					
Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BSWP	300 h	10	3. oder 4. Semester	Jedes Semester	1 Semester
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
Seminar Übung		5 SWS/ 70 h 3 SWS/ 42 h	188 h	30 Studierende	
Lehrsprache					
Deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual					
☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen)					
☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business					
☒ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship					
☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen					
☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
☒ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse / Kompetenzen					
Die Studierenden können am Ende des Moduls insbesondere handelsrechtliche Vorgaben für die Ausübung der Prüfung von Finanzinformationen wiedergeben, differenzieren, interpretieren und übertragend anwenden, das risikoorientierte Vorgehen bei der Prüfung von Finanzinformationen beschreiben, Risiken für die Ordnungsmäßigkeit der Finanzinformationen identifizieren und beurteilen, das Prüfungsprogramm risikoorientiert differenzieren sowie die wesentlichen Ergebnisse der Prüfung im Prüfungsbericht und Bestätigungsvermerk in geeigneter Weise zusammenfassen und formulieren. Das steigert ihre Fach- und Methodenkompetenz. Durch die Bearbeitung von Übungsaufgaben zur Thematik in Kleingruppen werden die Sozialkompetenz und kommunikative Kompetenzen sowie die Persönlichkeitsentwicklung der Studierenden gefördert.					
Wissensvermittlung via					
Normen und Vorgaben zur Prüfung von Finanzinformationen, PowerPoint-Präsentation, Praxisbeispiele und -fälle sowie Übungsaufgaben					
Inhalte Seminar					
I. Grundlagen, Struktur und Tätigkeiten im Berufsstand der Wirtschaftsprüfer/innen					
II. Merkmale und Bedeutung der Berufsgrundsätze für Wirtschaftsprüfer/innen					
III. Prüfung von Finanzinformationen am Beispiel Jahresabschluss und Lagebericht					

Beschreibung des Prüfungsgegenstandes, Überblick über die rechtlichen Vorschriften zur Prüfung und Behandlung aller Phasen des so genannten risikoorientierten Prüfungsvorgehens bei der Prüfung von Finanzinformationen Prüfungsauftrag, Prüfungsplanung (Risikoidentifikation und –beurteilung zur Entwicklung einer im Hinblick auf das Prüfungsziel geeigneten Prüfungsstrategie und darauf basierend Erarbeitung eines passenden Prüfungsprogramms; dazu intensive Befassung mit der Geschäftstätigkeit, dem rechtlichen und wirtschaftlichen Unternehmensumfeld sowie der organisatorischen Regelungen und Maßnahmen für der Ermittlung, Verarbeitung und Abbildung von Finanzinformationen), Prüfungsdurchführung (Anwendung des situativ risikoorientiert abgeleiteten Prüfungsprogramms mit sogenannten Funktionsprüfungen, analytischen Prüfungshandlungen und Einzelfallprüfungen jeweils in Stichproben und unter Berücksichtigung von Wesentlichkeitsaspekten), Prüfung der Managementinformationen im Lagebericht sowie Dokumentation der Prüfung in den Arbeitspapieren, im Prüfungsbericht und im Bestätigungsvermerk (Prüfungsurteil).

Zur Prüfung von Finanzinformationen werden international anerkannte Verlautbarungen in Form der International Standards on Auditing (DE) sowie Aspekte der Digitalisierung über den gesamten Prüfungsprozess berücksichtigt, einschließlich IT-Prüfung, Process Mining, Datenanalysen, Prüfungsnachweisen in digitaler Form bzw. durch Einsatz digitaler Technologien und IT-Einsatz bei der Dokumentation.

Übung

Fallstudien sowie Praxis- und Übungsfälle zur Prüfung von Finanzinformationen

Lehrformen

Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung

Teilnahmevoraussetzungen

Formal Keine

Inhaltlich Vorkenntnisse aus dem Modul „Jahresabschluss“

Prüfungsformen

Klausur oder Portfolioprüfung

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte

Modulverantwortliche/r und Lehrende

Modulverantwortliche/r

- Prof. Dr. Holger Philipps

Lehrende

- Prof. Dr. Holger Philipps

Literaturhinweise (jeweils die aktuelle Auflage bzw. nach aktuellem Stand)

- Graumann, Wirtschaftliches Prüfungswesen, Herne
- IDW (Hrsg.), Praxishandbuch zur Qualitätssicherung, Düsseldorf
- IDW (Hrsg.), IDW Prüfungsstandards u.a., Losepraxisintegrierttsammlung, Düsseldorf

WAHLPFLICHTMODULE (Electives)

In diesem Modulhandbuch werden drei Wahlpflichtmodule aller Studiengänge sowie zwei Wahlpflichtmodule aus dem Studiengang Marketing and International Business mit durchgehend hoher Nachfrage dargestellt.

WAHLPFLICHTMODULE (ELECTIVES)
ein Elective ist jeweils im dritten und im vierten Semester zu wählen!
English Presentations and Public Speaking
Qualitätsmanagement
Mathematik II (Dynamische Modellierung / Lineare Optimierung)

English Presentations and Public Speaking

Modul	Workload	Credits	Study semester	Frequency of supply	Duration
BEEN2	150 h	5	3. or 4. semester	each semester	1 semester
Course Seminar Tutorial		Contact time 2 SWS / 32 h 2 SWS / 32 h	Self-study 86 h	Group size 30 students	
Teaching language english					
Use of module (Study program) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☒ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☒ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Learning outcomes ▪ Participants will learn how to present ideas, arguments and information with clarity and reasonable accuracy both orally and in written form using appropriate register and conventions at the CEFR B2 level. ▪ Students should be able to conduct presentations. Systematically selecting and organizing suitable information, planning the structure, highlighting important information and relevant supporting details, and effectively delivering the content. Both individually and as part of a group. ▪ On successful completion of this module, participants should be able to ▪ give a presentation on a prepared business topic giving clear and detailed descriptions of the topic with appropriate supporting points and examples. ▪ work effectively with others as a member of a team in a business setting in a written and oral context. ▪ express their own opinions and present evidence-based arguments in both written and oral form. Competences Groupwork, negotiating, communication, problem solving, and debating.					
Content 1. Presenting in English. Differences between the written and spoken English language. 2. Presenting ideas- written. Using persuasive language, reasoning, and evidence-based arguments to convince the reader in a business context. 3. Presenting ideas- spoken. Including formal business presentations, elevator pitches, and other more specialized 4. presentation forms.					

5. Oral presentations techniques- structure, language and register, transitions, Controlling and altering the tone, melody, pitch, speed, and volume of the voice of the speaker to aid in natural and engaging oral presentations.
6. Software tools critical to presentation preparation and execution in both in-person and digital forms.
7. Citations, referencing, and research tools and methods. Including APA referencing.

Tutorial

Case studies, group work and exercises

Teaching formats

Lecturing incl. seminar elements with speeches, presentations, discussions and working tasks. Individual and Group work

Requirements

Formal Students of Bachelor program (MIB)

Content No requirements

Forms of examination

Written exam, Portfolio examination, or written assignment/report

Necessary conditions for credits

Passed examination

Weight of the grading

According to the ECTS points

Modul representative

- Mark Frost and Megan Steitz

Lecturers

- Mark Frost and assistant lecturers

Additional Information Literature list

- Bell, Douglas (2008) Passport to Academic Presentations. Reading Garnet Publising Ltd. ISBN 978-1-85964-400-3
- Lowe, Susan; Pile, Louise (2006). Presenting. Surrey Delta Publishing. ISBN 1-900783-95-9
- Sant, Tom (2012). Persuasive Business Proposals, Third Edition. New York American Management Association. ISBN 978-0-8144-1785-0
- Additional literature will be provided throughout the module

Mathematik II (Dynamische Modellierung und Lineare Optimierung)					
Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BEMA2	150 h	5	3. oder 4. Semester	nur Sommersemester	1 Semester
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
Seminar Übung		3 SWS / 48 h 1 SWS / 16 h	86 h	30 Studierende	
Lehrsprache					
Deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration					
☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert)					
☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert)					
☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual					
☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen)					
☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business					
☒ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship					
☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen					
☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen					
☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse (learning outcomes)					
Nach diesem Modul sind die Studierenden in der Lage weiterführende Themen der mathematischen Modellierung zu behandeln. Dies beinhaltet vertiefende Themen im Bereich der Analysis und der dynamischen Modellierung (Differenzen- und Differentialgleichungen) und weiterführende Themen der Linearen Algebra (Lineare Optimierung).					
Kompetenzen					
Vermittlung von Fach- und Methodenkompetenz					
Inhalte					
Weiterführende Mathematik - Analysis					
▪ Differenzengleichungen					
▪ Differentialgleichungen					
▪ Vertiefung Integralrechnung					
Weiterführende Mathematik –					
Lineare Algebra					
▪ Lineare Optimierung					
▪ Ökonomische Anwendungen					
Übung					
Fallstudien und Praxisfälle zu Mathematik II					
Lehrformen					
Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung					

Teilnahmevoraussetzungen Formal keine Inhaltlich keine
Prüfungsformen Klausur, 90 Min.
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r ▪ Prof. Dr. Mark. O. Sellenthin Lehrende ▪ Prof. Dr. Mark. O. Sellenthin / Lehrbeauftragte
Literaturhinweise (jeweils die aktuelle Auflage) ▪ Sellenthin, M. Volkswirtschaftslehre – mathematisch gedacht, Springer Verlag. ▪ Matthäus & Matthäus Mathematik für BWL-Master, Vieweg + Teubner, Wiesbaden. ▪ Schwarze Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Band 1, 2 und 3, akt. Aufl.

Betriebliche Informationssysteme					
Modul BEBIS	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 3. oder 4. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Seminar Übung		Kontaktzeit 3 SWS / 48 h 1 SWS / 16 h	Selbststudium 86 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
Lehrsprache Deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☒ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse (learning outcomes) Die Studierenden sollen am Ende des Moduls die Rolle der Informationssysteme bei der Gestaltung von Geschäftsprozessen einordnen können. Sie sind mit den Grundzügen des Lebenszyklusmanagements und Architekturen betrieblicher Informationssysteme vertraut. Bedeutung und Typologie betrieblicher Informationssysteme sind ihnen bekannt. Durch Übungen am ERP-System sind ihnen die Grundstrukturen von ERP-Systemen geläufig und sie können bereits erste Anwendererfahrungen nachweisen. Anhand von Praxisübungen im betriebswirtschaftlichen Labor (Modellfabrik Koblenz) gelingt der Transfer zwischen grundlegenden Logistik-Konzepten und der ERP-Abbildung. Aspekte der Einführung und des Managements von ERP-Systemen.					
Kompetenzen Bewertung der Möglichkeiten und Grenzen Betrieblicher Informationssysteme, Fähigkeit zur Bearbeitung einfacher Geschäftsvorfälle im SAP-ERP-System, Grundlegende Fähigkeit zur Analyse und Optimierung von Geschäftsprozessen, Vermittlung von Fach- und Methodenkompetenz.					
Inhalte I. Einführung und Management Betrieblicher Informationssysteme II. Grundlagen betrieblicher Informationssysteme III. Prozessoptimierung mit betrieblichen Informationssystemen IV. ERP-Systeme am Beispiel SAP ERP V. Anwendung eines ERP-Systems in den Prozessen der Modellfabrik Koblenz					

Übung -Fallstudien und Praxisfälle zur BIS -Geschäftsvorfälle am ERP-System
Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung
Teilnahmevoraussetzungen Formal Keine Inhaltlich Keine
Prüfungsformen Klausur, 90 Min.
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r ▪ Prof. Dr. Ayelt Komus Lehrende ▪ Prof. Dr. Ayelt Komus ▪ Palash Wattamwar
Literaturhinweise (jeweils die aktuelle Auflage) ▪ Gadatsch, Andreas Grundkurs Geschäftsprozessmanagement, akt. Aufl. ▪ Grundkurs SAP ERP Geschäftsprozessorientierte Einführung Mit Durchgehendem Fallbeispiel (German Edition) ▪ Hansen, H. R.; Neumann G. Wirtschaftsinformatik 1 Grundlagen und Anwendungen, akt. Aufl. ▪ Help.sap.com

Business Planning					
Modulnr. BEGRÜ	Workload 150h	Credits 5	Studiensemester 3./4. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Seminar / Workshop		Kontaktzeit 4 SWS / 64 h	Selbststudium 86 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
Lehrsprache deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☒ Bachelor-Studiengang: Entrepreneurship ☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen Die Studierenden sollen am Ende des Moduls..... • die Bedeutung von Business Planning für den unternehmerischen Planungs- und Entscheidungsprozess verstehen. • in der Lage sein, (innovative) Ideen in konkrete Geschäftsmodelle zu überführen, im Rahmen eines Business Planning- Prozesses Umsetzungschancen und -herausforderungen detailliert zu analysieren und in einem Businessplan verständlich und strukturiert darstellen zu können.					
Inhalte • Entwicklung (Ideation) und Bewertung einer Geschäftsmöglichkeit/Geschäftsidee • Umsetzung der Geschäftsidee in ein konkretes Geschäftsmodell • Relevanz und Anwendungsbereiche von Businessplänen • Grundregeln für die Erstellung eines Businessplans unter Berücksichtigung der unterschiedlichen Stakeholder • Zentrale Elemente des Businessplans zur Umsetzung eines Geschäftsmodells ○ Markt & Wettbewerbsanalyse ○ Strategie und Marketing ○ Unternehmensplanung und Realisierungsfahrplan ○ Chancen- und Risikoanalyse ○ Finanzplanung und Finanzierung • Präsentation der Kernelemente des Businessplans für verschiedene Stakeholder					
Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit Vortrags-, Diskussions- und Übungselementen. <u>Kompetenzbereich(e)</u> Fachkompetenz, Team- und Kooperationskompetenz, Präsentationskompetenz					

<u>Wissensvermittlung via</u>
Vorlesungen, Gruppenarbeit, Praxisfälle und Übungen
Teilnahmevoraussetzungen
Formal Keine
Inhaltlich Keine
Prüfungsformen
Portfolioprüfung
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote
Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende
Modulverantwortliche/r
▪ Prof. Dr. Alexandra Moritz
Lehrende
▪ Prof. Dr. Alexandra Moritz
▪ Granit Ratkoceri
Sonstige Informationen
Literaturhinweise (jeweils die aktuelle Auflage)
▪ Grichnik, D.; Brettel, M., Koropp, C. und Mauer, R. (aktuelle Auflage) Entrepreneurship, Schäffer-Poeschel.
▪ Fueglistaller, U., Müller, C., Müller, S., & Volery, T. (aktuelle Auflage) Entrepreneurship Modelle–Umsetzung–Perspektiven, Springer-Verlag.
▪ Oehrich, M. (aktuelle Auflage) Betriebswirtschaftslehre – Eine Einführung am Businessplan-Prozess, Vahlen, München.
▪ Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). Business Model Generation Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer. Campus Verlag.

Qualitätsmanagement					
Modul BEQMA	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 3. oder 4. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Seminar Übung		Kontaktzeit 3 SWS / 48 h 1 SWS / 16 h	Selbststudium 86 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
Lehrsprache Deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☒ Bachelor-Studiengang: Entrepreneurship ☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse (learning outcomes) Nach diesem Modul kennen die Studierenden Bedeutung, Aufgaben und Ziele von Qualitätsmanagementsystemen die in den Unternehmen eingesetzt werden. Ferner sind sie dazu in der Lage, die wesentlichen Methoden und Arbeitstechniken des Qualitätsmanagements in ausgewählten Fällen anzuwenden.					
Kompetenzen Die grundsätzliche Funktionsweise von Qualitätsmanagementsystemen verstehen. Das Gelernte auf eine (begrenzte) praktische Aufgabe im Qualitätsmanagement anwenden können. Vermittlung von Fach- und Methodenkompetenz.					
Inhalte I. Qualitätsmanagement Grundlagen II. Strategische Unternehmensausrichtung als Basis für QM-Systeme III. Unternehmensprozesse als Basis für QM-Systeme IV. Qualitätsmanagementsysteme nach DIN EN ISO 9000ff und ihre Anwendung V. Anwendung von Qualitätswerkzeugen VI. Qualitätsaudits VII. Qualitätscontrolling VIII. Wirkung von Qualitätsmanagementsystemen IX. Ausblick Integrierte Managementsysteme					
Übung Fallstudien und Praxisfälle zum Qualitätsmanagement					

Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussions-elementen sowie Übung
Teilnahmevoraussetzungen Formal Keine Inhaltlich Keine
Prüfungsformen Klausur
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r ▪ Prof. Dr. Bert Leyendecker Lehrende ▪ Ingo Müller
Literaturhinweise ▪ Bräkling, Oidtmann Kundenorientiertes Prozessmanagement. expertverlag ▪ DIN EN ISO 90002008; Beuth Verlag ▪ DIN EN ISO 90012008; Beuth Verlag ▪ DIN EN ISO 90042000; Beuth Verlag ▪ DIN EN ISO 19011; Beuth Verlag ▪ Kamiske; Qualitätsmanagement von A bis Z, Hanser Verlag

Steuern III (Abgabenordnung und Umsatzsteuer)					
Modul BEST2	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 3. oder 4. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Seminar Übung		Kontaktzeit 3 SWS / 48 h 1 SWS / 16 h	Selbststudium 86 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
Lehrsprache Deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☒ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden erwerben Grundkenntnisse auf den Gebieten des allgemeinen Steuerrechts zur Abgabenordnung und Umsatzsteuer. In den Bereichen des allgemeinen Steuerrechts und der Abgabenordnung verfügen die Studierenden nach Besuch des Moduls über folgendes Wissen Finanzierung der öffentlichen Haushalte, Steuerarten und -einteilungen, steuerliche Vorschriften und ihre Bedeutung, Aufbau der Steuerverwaltung und Steuergerichte, Aufgaben und Zuständigkeiten der Finanzbehörden, Steuerverwaltungsakte, steuerliche Fristen, Verfahren zur Ermittlung, Festsetzung, Feststellung und Erhebung der Steuern, Rechtsbehelfsverfahren. Im Bereich der Umsatzsteuer können die Studierenden nach Beendigung des Moduls zwischen steuerbaren und steuerpflichtigen Umsätzen unterscheiden, sie wissen was ein Leistungsaustausch ist, welche Tatbestandsmerkmale ein Unternehmen beschreiben. Sie wissen was Reihen- bzw. ein innergemeinschaftliches Geschäft ist. Des Weiteren sind sie in der Lage, Ort der Lieferung und sonstigen Leistung zu bestimmen, wissen welche Steuerbefreiungen es gibt und welche Umsatzsteuer-Optionen ein Unternehmer anwenden kann. Sie sind vertraut mit der Berechnung des Vorsteuerabzugs, der Bemessungsgrundlagen, Ist-Versteuerung und der Berichtigung der Vorsteuer.					
Kompetenzen Anwendung von Grundlagen für das gesamte Steuerrecht sowie Verknüpfung von Steuerverwaltung, Besteuerungsverfahren und einzelnen Steuerarten. Anwendung der Sachverhalte des Umsatzsteuerrechts. Vermittlung von Fach- und Methodenkompetenz					

Inhalte Abgabenordnung Öffentlich-rechtliche Abgaben, Einteilung der Steuern, Steuergesetzgebung und steuerliche Vorschriften, Steuerverwaltung, Zuständigkeit der Finanzbehörden, Steuerschuldrecht, Steuerverwaltungsakt, Durchführung der Besteuerung, Erhebungsverfahren, außergerichtliches Rechtsbehelfsverfahren. Umsatzsteuer Steuerbare Umsätze, Leistungsaustausch, Unternehmereigenschaft, Umfang des Unternehmens, Reihengeschäfte, Innergemeinschaftliche Geschäfte, Orte der Lieferung und der sonst. Leistungen, Steuerfreiheiten, USt-Option, Vorsteuerabzug, Bemessungsgrundlagen, Ist-Versteuerung, Berichtigung der Vorsteuer.
Übung Fallstudien und Praxisfälle zu Steuern III
Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung
Teilnahmevoraussetzungen Formal Keine Inhaltlich Keine
Prüfungsformen Klausur
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r - Prof. Dr. Arno Steudter Lehrende - Dr. Lukas Karrenbrock - Niko Hümmer
Literaturhinweise (jeweils die aktuelle Auflage.) - Bornhofen Steuerlehre 1, Lösungen zum Lehrbuch Steuerlehre 1. - Greife Unternehmenssteuern - Kortschak Lehrbuch Umsatzsteuer - Helmschrott/Schaeberle/Scheel Abgabenordnung

Career Preparedness in English					
Modul	Workload	Credits	Study semester	Frequency of supply	Duration
BEEN3	150 h	5	3. or 4. semester	each semester	1 semester
Course Seminar Tutorial		Contact time 2 SWS / 32 h 2 SWS / 32 h	Self-study 86 h	Group size 30 students	
Teaching language English					
Use of module (Study program) ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☒ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Learning outcomes On successful completion of this module, participants should - understand how the English speaking, international recruitment process works - be able to successfully complete various application methods - be confident about presenting themselves to potential employers - realize the importance of interview training - be prepared to apply for internships and/or jobs in English speaking companies Transferable skills planning, written communication, meeting deadlines					
Competences Communication, problem solving, group work, time management					
Content - Identify qualities, skills, strengths and weaknesses - Create E-Portfolio - Write Resume - Create Introduction Video - Write Cover Letter - Compose Personal Philosophy - Create LinkedIn Profile - Create professional Presentation - Understand job advertisements/applications - Understand Recruitment Process correspondence - Understand Contract/Negotiation skills - Prepare for Interviews					

Tutorial Case studies, group work and exercises
Teaching formats Lecturing incl. seminaristic elements with speeches, presentations, discussions and working tasks.
Requirements Formal no requirements Content no requirements
Forms of examination Written exam /Portfolio review
Necessary conditions for credits Passed examination
Weight of the grading According to the ECTS points
Modul representative and lecturers Module representatives ▪ Mark Frost and Megan Steitz Lecturers ▪ David Davies; Megan Steitz
Additional Information Literature list ▪ Will be provided throughout the module

NABU – Nachhaltigkeit in Bauprojektentwicklung, Bauprojektmanagement und Unternehmensführung

Modulnr. NABU	Workload 150h	Credits 5	Studiensemester 4. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Vorlesung		Kontaktzeit 8 SWS / 125 h	Selbststudium 25 h	geplante Gruppengröße	
Lehrsprache deutsch					

Verwendung des Moduls (Studiengang)

- ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration
- ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert)
- ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert)
- ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual
- ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen)
- ☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business
- ☐ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship
- ☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen
- ☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen
- ☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen

Die Studierenden sollen am Ende des Moduls.....

- die Fachkompetenz zur Nachhaltigkeitssteuerung von Bauprojekten und zur nachhaltigen Unternehmensführung erwerben.
- als Projektmanager Neubauprojekte im Hinblick auf Nachhaltigkeit selbstständig steuern.
- die notwendigen Veränderungsprozesse identifizieren, einleiten und durchführen, um eine Nachhaltigkeit in den Unternehmensprozessen Einkauf, Produktion und Vertrieb zu erreichen.
- die Qualität des Nachhaltigkeitsmanagement in Bauprojekten und in an der Projektrealisierung beteiligten Unternehmen im Hinblick auf eine Zertifizierung einschätzen und den Bauherrn entsprechend beraten.

Inhalte

- Grundlagen der Nachhaltigkeit (Begriffe, Definitionen, Modelle, Zertifizierungssysteme)
- Lebenszyklusbetrachtung, Ganzheitlichkeit
- Finanzierung und Förderung nachhaltiger Baumaßnahmen und -projekte
- Steuerung der Nachhaltigkeit in der Projektentwicklung und im Projektmanagement von Neubauten, Ersatzneubauten und Umnutzungen (Planung, Produktion)
- Nachhaltige Unternehmensführung, Nachhaltigkeitsmanagement und -controlling, Nachhaltigkeitsberichterstattung, Lieferkettensorgfalt
- Einfluss der Steuerung der Nachhaltigkeit in Projektentwicklung, Projektmanagement und in der Unternehmensführung auf die Zertifizierung

Lehrformen

Vermittlung des Fachwissens in Präsenzveranstaltungen

Kompetenzbereich(e)

Fachkompetenz, Sozialkompetenz, Kommunikations- und Präsentationskompetenz

Teilnahmevoraussetzungen Formal Keine Inhaltlich Keine
Prüfungsformen Klausur
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Modulverantwortliche/r ▪ Prof. Dr. Andreas Mengen ▪ Prof. Dr. Michael Engler Lehrende ▪ Prof. Dr. Alexandra Moritz ▪ Prof. Dr. Dirk Klöpper

Mergers & Aquisitions (M&A), Due Dilegece, Jahresabschlussanalyse und Unternehmensbewertung					
Modulnr. MADD	Workload 150	Credits 5	Studiensemester 3. oder 4. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Seminar Übung		Kontaktzeit 3 SWS / 48 h 1 SWS / 16 h	Selbststudium 86 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
Lehrsprache Deutsch					
Verwendung des Moduls (Studiengang)					
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☒ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen					
Lernergebnisse					
Nach Abschluss dieses Moduls sollen die Studierenden in der Lage sein, die grundlegenden Typen und Motive von M&A-Transaktionen, die Phasen eines M&A-Prozesses sowie die generelle Herangehensweise im Transaktionsgeschäft zu verstehen und anzuwenden. Darüber hinaus können sie die Arten und den Ablauf einer im Kontext einer M&A-Transaktion stattfindenden Due-Diligence-Prüfung sowie die damit einhergehenden analytischen Maßnahmen beschreiben, um potenzielle Risiken und Chancen im Rahmen von Unternehmensübernahmen zu bewerten. Zudem sind sie in der Lage, Unternehmensbewertungen anhand gängiger Bewertungsmethoden durchzuführen und die Bedeutung der Unternehmensbewertung im M&A-Kontext zu erkennen. Des Weiteren kennen sie die Möglichkeiten und Grenzen, die Vorgehensweise und das grundlegende Instrumentarium für die Analyse von Jahresabschlüssen, können dies anwenden und auch die Ergebnisse grundlegend bewerten, um die wirtschaftliche Lage eines Unternehmens einzuschätzen und diese Informationen unter anderem als Basis für fundierte Entscheidungen bei Unternehmensübernahmen und -investitionen zu nutzen.					
Kompetenzen					
Dieses Modul soll auf berufliche Tätigkeiten im Bereich der Unternehmenstransaktionen und damit verbundener übergreifender unternehmerischer Bereiche vorbereiten. Die Studierende erwerben Kompetenzen in der Analyse und Bewertung von Unternehmen, insbesondere im Kontext von Fusionen und Übernahmen. Sie lernen, wie Due-Diligence-Prüfungen systematisch unter den relevanten finanziellen, rechtlichen und steuerlichen Aspekten durchgeführt werden. Außerdem entwickeln sie ein Verständnis für verschiedene Methoden der Unternehmensbewertung und deren Anwendung in der Praxis. Die Studierenden werden zudem geschult, Jahresabschlüsse zu analysieren und daraus wesentliche Erkenntnisse für operative und strategische Entscheidungen abzuleiten.					

Wissensvermittlung via Einschlägige Wirtschaftsgesetze, PowerPoint-Präsentation, Praxisfälle sowie Übungsbeispiele
Inhalte Vorlesung Das Modul führt die Studierenden einleitend in die grundlegenden Konzepte und Prozesse des Mergers & Acquisitions (M&A) ein, einschließlich der verschiedenen Typen von Transaktionen und der rechtlichen Rahmenbedingungen. Im Bereich der Due Diligence erlernen sie die wesentlichen Schritte zur Risikobewertung in finanzieller, rechtlicher und steuerlicher Hinsicht. In der Unternehmensbewertung werden zentrale Bewertungsmethoden wie das Ertragswertverfahren, die DCF-Methode und die Multiplikatormethode vermittelt, ergänzt durch Spezialthemen wie die Bewertung von Start-ups. Die Jahresabschlussanalyse umfasst vor allem die Vorgehensweise bei der Jahresabschlussanalyse, die Kennzahlenbildung und -berechnung für die Rentabilitäts-, Liquiditäts-, Kapitalstruktur- und Vermögensstrukturanalyse, die Nutzung von Kennzahlen in der Unternehmenspraxis sowie einen umfangreichen Praxisfall mit Anwendung der Jahresabschlussanalyse zur Früherkennung der Unternehmenskrise. Übung Aufbauend auf den Inhalt der Vorlesung wird das vermittelte und erlangte Wissen durch zahlreiche Übungen vertieft. Dabei werden Aufgabenstellungen aus der Praxis bearbeitet und auch aktuelle Fälle von Unternehmenstransaktionen diskutiert.
Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung
Teilnahmevoraussetzungen Formal Keine Inhaltlich Keine
Prüfungsformen Klausur
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r ▪ Prof. Dr. Jürgen Mertes ▪ Prof. Dr. Holger Philipps Lehrende ▪ Prof. Dr. Jürgen Mertes ▪ Prof. Dr. Holger Philipps
Literaturhinweise (jeweils die aktuelle Ausgabe) ▪ Coenenberg/Haller/Schultze Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse Betriebswirtschaftliche, handelsrechtliche, steuerrechtliche und internationale Grundlagen - HGB, IAS/IFRS, US-GAAP, DRS ▪ Coenenberg/Haller/Schultze Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse Aufgaben und Lösungen ▪ Scott Due Diligence in der Praxis ▪ Dauber/Ossola-Haring Due Diligence ▪ Schalast/Raettig Grundlage des M&A-Geschäfts

- Philipps/Owiesat, Informationsnutzen veröffentlichter Unternehmensdaten – Dargestellt am Beispiel der wirtschaftlichen Entwicklung des Profifußballclubs Borussia Dortmund -, Wissenschaftliche Schriften des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften, Koblenz 2015

Data Analytics & Dashboard Design																																			
Modul	Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 3./4. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester	Dauer 1 Semester																														
Lehrveranstaltungen Vorlesung		Kontaktzeit 4 SWS/ 64h	Selbststudium 86 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende																															
Lehrsprache Deutsch																																			
Verwendung des Moduls (Studiengang)																																			
☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (ausbildungsintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (praxisintegriert) ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual ☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium für VWA-Absolvent*innen) ☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business ☒ Bachelor-Studiengang Entrepreneurship ☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen ☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen ☒ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen																																			
Lernergebnisse / Kompetenzen																																			
Die Studierenden erwerben fundierte Kenntnisse in der professionellen Datenvisualisierung und Dashboard-Entwicklung. Sie lernen, komplexe Daten zielgruppenorientiert aufzubereiten und mit modernen BI- und Analytics Tools interaktive Dashboards zu erstellen. Dabei entwickeln sie ein kritisches Bewusstsein für Design-Prinzipien und ethische Aspekte der Datenvisualisierung. Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage: ☐ Für verschiedene Datentypen und Fragestellungen relevante KPIs und optimale Visualisierungsformen auszuwählen ☐ Mit Hilfe von modernen Analytics Tools wie Tableau oder PowerBI eigenständig interaktive und benutzerfreundliche Dashboards für verschiedene Business-Kontexte zu konzipieren und umzusetzen ☐ Best Practices und Design-Prinzipien für Datenvisualisierungen anzuwenden ☐ Mit Hilfe von visuell aufbereiteten Daten überzeugende Narrative zu entwickeln und komplexe Zusammenhänge für unterschiedliche Zielgruppen verständlich zu kommunizieren ☐ Visualisierungen kritisch hinsichtlich möglicher Verzerrungen zu bewerten und Datenschutz und Barrierefreiheit bei der Gestaltung zu berücksichtigen <tr><td colspan="6">Wissensvermittlung via:</td></tr> <tr><td colspan="6"> ☐ Interaktive Vorlesungen, Fallstudienarbeit, praktische Übungen mit Daten in Dashboarding Tools wie Tableau oder PowerBI, Gruppenarbeiten, Reflexionsaufgaben, Literaturstudium </td></tr> <tr><td colspan="6">Inhalte</td></tr> <tr><td colspan="6">Grundlagen der Datenvisualisierung</td></tr> <tr><td colspan="6"> ☐ Geschichte und Entwicklung der Datenvisualisierung ☐ Kognitionspsychologie: Wie Menschen visuelle Information verarbeiten ☐ Datentypen und ihre Eigenschaften ☐ Grundlegende Diagrammtypen und ihre Anwendungsbereiche ☐ Edward Tuftes Prinzipien und Dashboard-Design-Philosophie </td></tr>						Wissensvermittlung via:						☐ Interaktive Vorlesungen, Fallstudienarbeit, praktische Übungen mit Daten in Dashboarding Tools wie Tableau oder PowerBI, Gruppenarbeiten, Reflexionsaufgaben, Literaturstudium						Inhalte						Grundlagen der Datenvisualisierung						☐ Geschichte und Entwicklung der Datenvisualisierung ☐ Kognitionspsychologie: Wie Menschen visuelle Information verarbeiten ☐ Datentypen und ihre Eigenschaften ☐ Grundlegende Diagrammtypen und ihre Anwendungsbereiche ☐ Edward Tuftes Prinzipien und Dashboard-Design-Philosophie					
Wissensvermittlung via:																																			
☐ Interaktive Vorlesungen, Fallstudienarbeit, praktische Übungen mit Daten in Dashboarding Tools wie Tableau oder PowerBI, Gruppenarbeiten, Reflexionsaufgaben, Literaturstudium																																			
Inhalte																																			
Grundlagen der Datenvisualisierung																																			
☐ Geschichte und Entwicklung der Datenvisualisierung ☐ Kognitionspsychologie: Wie Menschen visuelle Information verarbeiten ☐ Datentypen und ihre Eigenschaften ☐ Grundlegende Diagrammtypen und ihre Anwendungsbereiche ☐ Edward Tuftes Prinzipien und Dashboard-Design-Philosophie																																			

Visualisierungsformen und Best Practices

- Vergleichsvisualisierungen
- Zeitreihenanalysen
- Verteilungen und Zusammenhänge
- Teil-Ganzes-Beziehungen
- Geografische Visualisierungen und Heatmaps
- KPI-Darstellung und Performance Indicators

Dashboard-Konzeption und Design

- Dashboard-Typen
- Informationsarchitektur und Layout-Prinzipien
- Visual Hierarchy und Informationsfluss
- Interaktivitätskonzepte
- Storytelling mit Daten
- Iteratives Design und Prototyping

Tool-Training Tableau/Power BI

- Einführung in die Tool-Umgebung
- Datenquellen anbinden und Datenmodellierung
- Berechnete Felder, Parameter und dynamische Visualisierungen
- Dashboard-Actions und Interaktivität
- Performance-Optimierung
- Publishing und Sharing

Gruppen- oder Einzelübung: Domänenspezifische Anwendungen mit konkreten Datensätzen

- HR Dashboard
- Sales Dashboard
- Finance Dashboard

Ethik und kritische Reflexion

- Manipulation durch Visualisierung
- Datenschutz und Anonymisierung in Dashboards
- Bias in Daten und Visualisierungen
- Verantwortungsvoller Umgang mit sensiblen Daten
- Accessibility und Universal Design

Lehrformen

Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie praktischen Übungen mit modernen Dashboarding Tools (Lizenzen werden von der Hochschule bereitgestellt)

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Keine

Inhaltlich: Grundkenntnisse in Betriebswirtschaftslehre und Statistik empfohlen (Bachelor-Niveau)

Prüfungsformen

Klausur oder Portfolioprüfung

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte

Modulverantwortliche/r:

Modulverantwortliche/r:

- Prof. Dr. Johannes Berger

Lehrende:

- Prof. Dr. Johannes Berger

Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage.)

- Knaflitz, Cole Nussbaumer (2015): *Storytelling with Data: A Data Visualization Guide for Business Professionals*. Wiley.
- Wilke, Claus O. (2019): *Fundamentals of Data Visualization*. O'Reilly.
- Tufte, Edward R. (2001): *The Visual Display of Quantitative Information*. 2. Auflage, Graphics Press.
- Tableau: Sleeper, Ryan & Milligan, Joshua N. (2020): *Practical Tableau*. O'Reilly.
- <https://www.tableau.com/de-de/community/public>
- <https://playfairdata.com/written-visual-analytics-tutorials/>
- Power BI: Ferrari, Alberto & Russo, Marco (2019): *The Definitive Guide to DAX*. Microsoft Press.