Modulhandbuch PO 2014
aller betriebswirtschaftlichen Bachelormodule
Bachelor of Science

Stand: WiSe 18/19

Alle Module finden Verwendung in einem oder mehreren der folgenden Studiengänge:

- Bachelor-Studiengang „Business Administration“
- Bachelor-Studiengang „Business Administration Dual“
- Bachelor-Studiengang „Business Administration – Steuern Dual“
- Bachelor-Studiengang „Marketing and International Business“
- Bachelor-Studiengang „Mittelstandsmanagement“
- Bachelor-Studiengang „Bauwirtschaftsingenieur“
- Bachelor-Studiengang „Wirtschaftsingenieur“


Module aus außer Kraft getretenen Prüfungsordnungen, die aber noch angeboten werden, sind in diesem Modulhandbuch nicht aufgeführt. Module aus neuen Prüfungsordnungen werden nur aufgeführt, wenn diese Module bereits angeboten werden. Module die erst in späteren Semestern angeboten werden sind noch nicht aufgeführt.

Bei der empfohlenen Fachliteratur erfolgt in der Regel nur ein erweiterter Kurzbeleg. Wenn nicht ausdrücklich anders erwähnt, soll die aktuelle Auflage genutzt werden.

Als Prüfungsform wird grundsätzlich die am häufigsten verwendete Variante genannt. Sofern durch die jeweilige Prüfungsordnung zulässig, kann davon abgewichen werden.

Werden in der Lehre regelmäßig Lehrbeauftragte eingesetzt, steht in der Zeile „hauptamtlich Lehrende“ LB ohne Nennung eines Namens.
Einführung in die Betriebswirtschaftslehre ................................................................. 5
Einführung in die Betriebswirtschaftslehre NEU (NUR PO 18) ................................. 6
Einführung in die Volkswirtschaftslehre/Mikroökonomie ......................................... 8
Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung ..................................................... 9
Quantitative Methoden: Statistik / Mathematik ....................................................... 10
Business English I / The Business World ............................................................... 11
Einführung in das Rechnungswesen ................................................................. 12
Betriebswirtschaftslehre II .................................................................................... 14
Theorie der Makroökonomie und angewandte Wirtschaftspolitik .............................. 15
Bürgerliches Recht ............................................................................................... 16
Grundlagen des Bilanzrechts ............................................................................ 17
Steuern ................................................................................................................. 18
Einführung in das Controlling ............................................................................. 19
Arbeitsrecht .......................................................................................................... 20
Handels- und Gesellschaftsrecht ..................................................................... 21
Management ....................................................................................................... 22
Grundlagen der Wirtschaftsinformatik ............................................................... 23
Projektmanagement ............................................................................................ 24
Projektphase ........................................................................................................ 25
Projektphase MI B ............................................................................................... 26
Projektphase WI ................................................................................................. 27
Bachelor-Thesis ................................................................................................. 28
Business English I / The Business World WI ..................................................... 29
Business English II WI ...................................................................................... 30
Beschaffung ........................................................................................................ 31
Betriebliche Außenwirtschaft ........................................................................... 32
Dienstleistungsmanagement ................................................................................ 33
Externes und Internes Rechnungswesen ....................................................... 34
Finanzierung und Investition ................................................................. 35
Human Resource Management / Operatives Personalmanagement ........ 37
Marketing und Marktforschung ............................................................. 39
Logistik / OR .......................................................................................... 40
Produktionswirtschaft .......................................................................... 41
Unternehmenssteuern .......................................................................... 42
Wirtschaftsprüfung .............................................................................. 43
Marketing Communications ................................................................. 44
Marketing and International Business Case Studies .............................. 45
Einführung in das Mittelstandsmanagement .......................................... 47
Gründungs- und Nachfolgemanagement ............................................. 49
Innovationsmanagement ..................................................................... 51
Regionale und internationale Netzwerke ............................................. 52
Mittelstandsfinanzierung ..................................................................... 53
Marketing and Market Research .......................................................... 55
Französisch I ......................................................................................... 57
Französisch II ....................................................................................... 58
Französisch III ...................................................................................... 59
Business English II .............................................................................. 60
Business English III ............................................................................ 61
German Business Behaviour ............................................................... 62
Spanisch I ............................................................................................ 63
Spanisch II .......................................................................................... 64
Spanisch III ........................................................................................ 65
Unternehmensbewertung und Jahresabschlussanalyse ....................... 66
Steuern (Einkommensteuer) ................................................................. 67
Betriebliche Informationssysteme ....................................................... 68
Weiterführende Mathematik ............................................................... 69
Qualitätsmanagement ....................................................................... 70
Rhetorik und Präsentationstechnik.............................................................................. 71
Wirtschaftsgeografie..................................................................................................... 72
Gründungsmanagement............................................................................................... 73
Intercultural Communication....................................................................................... 74
Regionalökonomie........................................................................................................ 76
Schlüsselkompetenzen für Young Professionals I ...................................................... 77
Buchführung................................................................................................................. 79
Mathematik (Vorkurs) ................................................................................................. 80
Wissenschaftliche Arbeitstechniken............................................................................. 81
Argumentation und Debatte......................................................................................... 82
China - Sprache und Business I .................................................................................. 83
China - Sprache und Business II ................................................................................ 84
China - Sprache und Business III .............................................................................. 85
**Einführung in die Betriebswirtschaftslehre**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr. BWL I</th>
<th>Workload 150 h</th>
<th>Credits 5</th>
<th>Studiensemester 1. Semester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots Jedes Semester</th>
<th>Dauer 1 Semester</th>
</tr>
</thead>
</table>

**Lehrveranstaltungen**

- **Kontaktzeit** 4 SWS / 64 h
- **Selbststudium** 86 h
- **geplante Gruppengröße** unbeschränkt

**Verwendung des Moduls**

- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Pflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Pflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Pflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Wirtschaftsingenieur” (Pflichtmodul)

**Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen**

Nach diesem Modul kennen die Studierenden die grundlegenden Entscheidungen in Unternehmen und betriebswirtschaftlichen Forschungsmethoden. Sie sind dazu in der Lage, die betriebswirtschaftlichen Teilgebiete des Moduls zu definieren und kennen deren Verflechtungen. Sie können entsprechende Problemstellungen der Betriebswirtschaftslehre erkennen, analysieren und lösen.

**Inhalte**

I. Gegenstand und Methoden der Wirtschaftswissenschaften
II. Betriebswirtschaftliche Basisentscheidungen
III. Investition
IV. Finanzierung
V. Organisation

**Lehrformen**

Vorlesung mit Vortrags-, Diskussions- und Übungselementen.

Schlüsselkompetenzen: Selbstständiges Arbeiten; Team- und Kooperationsfähigkeit; Selbstlernkompetenz; Transfer zwischen Theorie und Praxis, Argumentieren über gegebene Inhalte.

Wissensvermittlung via: PowerPoint-Präsentationen, Manuskript, Planungssoftware, Praxisvortrag, Tafel, Overhead und Fallstudien.

**Teilnahmevoraussetzungen**

Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
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**

- Prof. Dr. Sibylle Treude
- Lehrende:
  - Prof. Dr. Sibylle Treude; LB

**Sonstige Informationen**

**Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)**

- Capaul, Roman; Steingruber, Daniel: Betriebswirtschaft verstehen. Das St. Galler Management-Modell.
- Schierenbeck, Henner; Wöhle, Claudia B.: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre.
- Thommen, Jean-Paul; Achleitner, Ann-Kristin: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht.
- Wöhe, Günter; Döring, Ulrich: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre.
Einführung in die Betriebswirtschaftslehre NEU (NUR PO 18)

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr.</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>BWL I NEU</td>
<td>150 h</td>
<td>5</td>
<td>1. Semester</td>
<td>Jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Workload: 150 h  
Credits: 5  
Studiensemester: 1. Semester  
Häufigkeit des Angebots: Jedes Semester  
Dauer: 1 Semester

Lehrveranstaltungen: 
- Vorlesung: Kontaktzeit 4 SWS / 64 h  
- Selbststudium: geplante Gruppengröße unbeschränkt

Verwendung des Moduls: 
- Bachelor-Studiengang “Wirtschaftsingenieur” (Pflichtmodul) NUR neue PO

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 Probleme der Betriebswirtschaftslehre (BWL) erkennt, 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 Problemlösenfähigkeit, Transfer- und Analysfähigkei 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.

Verwaltung des Moduls: 
- Bachelor-Studiengang “Wirtschaftsingenieur” (Pflichtmodul) NUR neue PO

Inhalte

Ausgewählte Themen, insbesondere aus den folgenden Bereichen:

- BWL als Wissenschaft (u. a. BWL als theoretische und angewandte Wissenschaft; Grundbegriffe der Wissenschaftstheorie; Geschichte des Faches)
- 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 des strategischen Managements)
- Einführung in wirtschaftsethische Fragestellungen
- Denkschulen und Theorieansätze der BWL (z. B. produktionsfaktororientierte BWL nach Erich Gutenberg; institutionen-ökonomieorientierte BWL nach Ronald Coase; verhaltenswissenschaftlich orientierte BWL nach dem St. Galler Management-Modell)

Lehrformen: Vorlesung/seminaristischer Stil (abhängig von der Teilnehmerzahl) mit Vorträgen, Diskussions-, Übungselementen.

Wissensvermittlung via: v. a. Tafel, Präsentationen, Manuskript, Textlektüre, Übungen, Fallstudien, Diskussionen

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang

Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen

Klausur oder Assignments

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Modulhandbuch Bachelor 2018-2
<table>
<thead>
<tr>
<th>Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</td>
</tr>
<tr>
<td>Modulverantwortliche/r:</td>
</tr>
<tr>
<td>• Prof. Dr. Sibylle Treude</td>
</tr>
<tr>
<td>Lehrende:</td>
</tr>
<tr>
<td>• Prof. Dr. Sibylle Treude; Lehrende des Fachbereichs, LB</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Sonstige Informationen</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)</td>
</tr>
<tr>
<td>• Capaul, Roman; Steingruber, Daniel: Betriebswirtschaft verstehen. Das St. Galler Management-Modell.</td>
</tr>
<tr>
<td>• Hutzschenreuter, Thomas: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Grundlagen mit zahlreichen Praxisbeispielen.</td>
</tr>
<tr>
<td>• Kornmeier, Martin: Wissenschaftliches Schreiben leicht gemacht für Bachelor, Master und Dissertation.</td>
</tr>
<tr>
<td>• Kornmeier, Martin: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Eine Einführung für Wirtschaftswissenschaftler.</td>
</tr>
<tr>
<td>• Schierenbeck, Henner; Wöhle, Claudia B.: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre.</td>
</tr>
<tr>
<td>• Thommen, Jean-Paul; Achleitner, Ann-Kristin: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht.</td>
</tr>
<tr>
<td>• Wöhe, Günter; Döring, Ulrich: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre.</td>
</tr>
</tbody>
</table>
Einführung in die Volkswirtschaftslehre/Mikroökonomie

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>VWL I</td>
<td>150 h</td>
<td>5</td>
<td>1 Semester</td>
<td>Jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Lehrveranstaltungen
- Vorlesung
  - Kontaktzeit: 4 SWS / 64 h
  - Selbststudium: 86 h

Verwendung des Moduls
- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Pflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Pflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmangement” (Pflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Wirtschaftsingenieur” (Pflichtmodul)

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen
Nach diesem Modul haben die Studierenden grundlegende Kenntnisse in den folgenden Gebieten:
Grundfragen der Volkswirtschaftslehre, Wirtschaftsordnungen, Haushalts-, Unternehmens, Markt- und Wettbewerbstheorie.

Inhalte
I. Gegenstand der Mikroökonomie
II. Haushaltstheorie
III. Unternehmenstheorie
IV. Markt und Marktformen
V. Preisbildung auf Gütermärkten
VI. Arbeits- und Kapitalmärkte

Lehrformen
Vorlesung mit Vortrags-, Diskussions- und Übungselementen.

Schlüsselkompetenzen: Mündliche Präsentation von Inhalten, Argumentieren und Diskussion über ökonomische Sachverhalte, Teamarbeit, Wissenschaftliche Arbeitsformen, Erschließung anwendungsbezogener Aspekte.

Wissensvermittlung via: Vorlesungsunterlagen, Folien-/PowerPoint-Präsentation, Übungsaufgaben.

Teilnahmeveraussetzungen
- Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
- Inhaltlich: Keine

Prüfungsmöglichkeiten
- 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. Georg Schlichting
- Lehrende:
  - Prof. Dr. Georg Schlichting; Prof. Dr. Mark O. Sellenthin

Sonstige Informationen
Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)
- Bartling, H. / Luzius, F., Grundzüge der Volkswirtschaftslehre.
- Mankiw, Taylor; Grundzüge der Volkswirtschaftslehre.
- Schumann, J./ Meyer, U./ Ströbele, W., Grundzüge der mikroökonomischen Theorie.
- Varian, H. R., Grundzüge der Mikroökonomik.
- Woll, A., Volkswirtschaftslehre.
**Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>KLR</td>
<td>150 h</td>
<td>5</td>
<td>1 Semester</td>
<td>Jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Lehrveranstaltungen</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Vorlesung</td>
<td>4 SWS / 64 h</td>
<td>86 h</td>
<td>unbeschränkt</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Verwendung des Moduls**
- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Pflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Pflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Pflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Wirtschaftsingenieur” (Pflichtmodul)

**Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen**
Die Studierenden kennen nach Abschluss des Moduls die Aufgaben und Teilbereiche des internen Rechnungswesens, gelernte Verfahren und Methoden können sie in die Praxis umsetzen.

**Inhalte**
I. Die Kosten- und Leistungsrechnung als Teilbereich des Rechnungswesens
II. Aufgaben der Kosten- und Leistungsrechnung
III. Grundbegriffe des Rechnungswesens
IV. Kostenartenrechnung
V. Kostenstellenrechnung
VI. Kostenträgerrechnung und Kalkulationsformen
VII. Kurzfristige Erfolgsrechnung
VIII. Fallbeispiele zur Kosten- und Leistungsrechnung

**Lehrformen**
Vorlesung mit Vortrags-, Diskussions- und Übungselementen.
Schlüsselkompetenzen: Denken in betriebswirtschaftlichen Kategorien und Zusammenhängen.
Wissensvermittlung via: Vorlesung, Übung, Diskussionen, Studium der Literatur, PowerPoint-Präsentationen.

**Teilnahmevoraussetzungen**
Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
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
Lehrende:
- Prof. Dr. Andreas Mengen; Prof. Dr. Silke Griemert

**Sonstige Informationen**
Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)
Quantitative Methoden: Statistik / Mathematik

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>QMSM</td>
<td>225 h</td>
<td>7,5</td>
<td>1 Semester</td>
<td>Jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Lehrveranstaltungen

<table>
<thead>
<tr>
<th>Vorlesung</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>6 SWS / 96 h</td>
<td>129 h</td>
<td>unbeschränkt</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Verwendung des Moduls

- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Pflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Pflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Pflichtmodul)

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Nach diesem Modul haben die Studierenden grundlegende, mathematische Kenntnisse in folgenden Bereichen: Differentialrechnung, Ökonomische Anwendung der Differentialrechnung, Partielle Differentiation von Funktionen mit mehreren Variablen, Integralrechnung, Unbestimmtes Integral, Stammfunktion, Integrationsregeln, Ökonomische Anwendungen.

Nach diesem Modul kennen die Studierenden die Anwendungsgebiete der statistischen Methodenlehre und deren Einbettung in die gesamte statistische Untersuchung. Sie sind in der Lage, Datenanalysen im Bereich der Wahrscheinlichkeitsrechnung, Deskriptiven und Induktiven Statistik durchzuführen.

Inhalte

I. Mathematik: Differenzialrechnung, Funktionen mit zwei Unbekannten (partielle Differentiation), Lineare Algebra, lineare Gleichungssysteme, Integralrechnung

II. Statistik: Deskriptive Statistik; Eindimensionale Datenanalyse: Einfache Häufigkeitsverteilungen, Parameter von Häufigkeitsverteilungen, Mehrdimensionale Datenanalyse: Mehrdimensionale Häufigkeitsverteilungen, Abhängigkeit von Merkmalen, Regressions- und Korrelationsanalyse

Lehrformen

Vorlesung mit Vortrags-, Diskussions- und Übungselementen.


Wissensvermittlung via: Vorlesungsunterlagen, Folien/- PowerPoint-Präsentation, Übungsaufgaben

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Vorkenntnisse in Mathematik, Zulassung zum Bachelor-Studiengang

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. Georg Schlichting

Lehrende:
- Prof. Dr. Georg Schlichting; Prof. Dr. Mark O. Sellenthin

Sonstige Informationen

Literaturhinweise:
- Bouvier, G.: Beschreibende Statistik, aktuelle Aufl.
- Matthäus & Matthäus (2010), Mathematik für BWL-Bachelor, Vieweg + Teubner, Wiesbaden.
- Schwarze, Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Band 1 und 2, aktuelle Aufl.
### Business English I / The Business World

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>BE I</td>
<td>225 h</td>
<td>7,5</td>
<td>1. Semester</td>
<td>Jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Lehrveranstaltungen</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Vorlesung</td>
<td>6 SWS / 96 h</td>
<td>129 h</td>
<td>unbeschränkt</td>
</tr>
</tbody>
</table>

### Verwendung des Moduls
- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Pflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Pflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Pflichtmodul)

### Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen
On successful completion of this course unit, participants should have developed:
- confidence in using the English language in business situations.
- their vocabulary for working in an English speaking environment.
- skills in reading texts related to business issues.
- speaking, listening and writing skills in English.
- their overall ability to communicate in English.

### Inhalte
1. Company culture, departments and organisational structures
2. Successful businesses- examples of, factors affecting
3. Successful management
4. Number work - Interpreting statistics, describing trends
5. Teamwork
6. Marketing and Advertising
7. Business proposals, reports & emails
8. Business communication- telephoning
9. Grammar- tenses, if clauses, prepositions
10. Suitable register for business situations
11. Problem-solving in English

### Lehrformen
Case studies, group work, exercises, online study course.

### Schlüsselkompetenzen:
Communication, problem solving, group work, information retrieval, time management.

### Wissensvermittlung via:
Audio / visual aids, PowerPoint, online platform, internet, paper based exercises.

### Teilnahmevoraussetzungen
Formal: 7 to 9 years school English, acceptance onto Bachelor degree programme
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 und hauptamtlich Lehrende
- Ellen Rana

### Literaturhinweise:
- Murphy: Essential Grammar
Einführung in das Rechnungswesen

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modul</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>BPREW</td>
<td>150 h</td>
<td>5</td>
<td>1. Semester</td>
<td>Jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Lehrveranstaltungen
- Vorlesung
  - Kontaktzeit: 4 SWS / 64 h
  - Selbststudium: 86 h
  - geplante Gruppengröße: keine Beschränkung

Lehrsprache: Deutsch

Verwendung des Moduls (Studiengang)
- Bachelor-Studiengang: Business Administration
- Bachelor-Studiengang: Business Administration dual
- Bachelor-Studiengang: Business Administration Steuern dual
- Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufs begleitendes Studium) „VWA“
- Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business
- Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement
- Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen
- Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes)
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 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.

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
- Grundlagen: Aufgaben und Bereiche des Rechnungswesens; Buchführung als Teil des Rechnungswesens;
- 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 (MwSt.): 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.

Lehrformen

Teilnahmevoraussetzungen:
- Formal: Zulassung zum Bachelor-Studium
- Inhaltlich: Keine
<table>
<thead>
<tr>
<th>Prüfungsformen</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Klausur</td>
</tr>
</tbody>
</table>

| 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. Behzad Karami

**Lehrende:**
- Prof. Dr. Behzad Karami, LB

**Literaturhinweise: (jeweils die aktuellste Auflage)**
- Bornhofen, M.: Buchführung 1;
- Schmolke, S./Deitermann, M.: Industrielles Rechnungswesen;
Betriebswirtschaftslehre II

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr.</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>BWL II</td>
<td>150 h</td>
<td>5</td>
<td>2. Semester</td>
<td>jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Lehrveranstaltungen

<table>
<thead>
<tr>
<th>Lehrveranstaltung</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Vorlesung</td>
<td>4 SWS/64 h</td>
<td>86 h</td>
<td>unbeschränkt</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Verwendung des Moduls

- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Pflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Pflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Pflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Wirtschaftsingenieur” (Pflichtmodul)

Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen

Nach diesem Modul sind die Studierenden dazu in der Lage, die betriebswirtschaftlichen Teilgebiete des Moduls zu definieren und kennen deren Verflechtungen. Sie können entsprechende Problemstellungen der Betriebswirtschaftslehre erkennen, analysieren und lösen.

Inhalte

VI. Personalwirtschaft
VII. Beschaffung
VIII. Produktion
IX. Logistik
X. Marketing

Lehrformen

Vorlesung mit Vortrags-, Diskussions- und Übungselementen.
Schlüsselkompetenzen: Selbstständiges Arbeiten; Team- und Kooperationsfähigkeit; Selbstlernkompetenz; Transfer zwischen Theorie und Praxis, Argumentieren über gegebene Inhalte.
Wissensvermittlung via: PowerPoint, Tafel, Overhead, Manuskript, Planungssoftware, Praxisvortrag.

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
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. Sibylle Treude
Lehrende:
- Prof. Dr. Sibylle Treude; LB

Sonstige Informationen

Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)
- Capaul, Roman; Steingruber, Daniel: Betriebswirtschaft verstehen. Das St. Galler Management-Modell.
- Schierenbeck, Henner; Wöhle, Claudia B.: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre.
- Thommen, Jean-Paul; Achleitner, Ann-Kristin: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht.
- Wöhle, Günter; Döring, Ulrich: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre.
Theorie der Makroökonomie und angewandte Wirtschaftspolitik

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>VWL II</td>
<td>150 h</td>
<td>5</td>
<td>2. Semester</td>
<td>Jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Lehrveranstaltungen
- Vorlesung: Kontaktzeit 4 SWS / 64 h
- Selbststudium: 86 h
- geplante Gruppengröße: unbeschränkt

Verwendung des Moduls
- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Pflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Pflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Pflichtmodul)

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen
Nach Abschluss des Moduls kennen die Studierenden die Aufgaben, den Aussagegehalt und die Problemkreise der Volkswirtschaftlichen Gesamtkostenrechnung (VGR) und können diese interpretieren. Sie sind in der Lage, Güter-, Geld-, Kapital- und Arbeitsmarkt zu untersuchen.

 Inhalte
I. Grundlagen der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (VGR)
II. Was ist Makroökonomie?
III. Die Verwendung des gesamtwirtschaftlichen Einkommens: Gesamtwirtschaftliche Nachfrage und Einkommen
IV. Zins und gesamtwirtschaftliche Nachfrage
V. Das IS/LM-Modell der gesamtwirtschaftlichen Analyse: Bestimmung von Einkommen und Zins
VI. Die Entstehung des gesamtwirtschaftlichen Einkommens: Produktion und gesamtwirtschaftlicher Arbeitsmarkt
VII. Das AD/AS-Modell der gesamtwirtschaftlichen Analyse: Bestimmung von Einkommen, Zins und Preisniveau
VIII. Angewandte Wirtschaftspolitik

Lehrformen
- Vorlesung mit Vortrags-, Diskussions- und Übungselementen.
- Schlüsselkompetenzen: Mündliche Präsentation von Inhalten, Argumentieren und Diskussion über ökonomische Sachverhalte, Teamarbeit, Wissenschaftliche Arbeitsformen, Erschließung anwendungsbezogener Aspekte.
- Wissensvermittlung via: PowerPoint, Tafel, Overhead, Manuskript, Übungsaufgaben

Teilnahmeverwaltungen
- Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
- Inhaltlich: Mikroökonomie

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. Georg Schlichting
- Lehrende: Prof. Dr. Georg Schlichting; Prof. Dr. Mark O. Sellenthin

Sonstige Informationen
- Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)
  - Felderer, B./ Homburg, S., Makroökonomik und Neue Makroökonomik.
  - Frenkel, M./J ohn, K.-D., Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung.
  - Mankiw, G., Makroökonomik.
  - Siebert, H./Lorz, O., Einführung in die Volkswirtschaftslehre.
  - Woll, A., Volkswirtschaftslehre.
Bürgerliches Recht

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>BGB</td>
<td>150 h</td>
<td>5</td>
<td>2. Semester</td>
<td>Jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Lehrveranstaltungen</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbstdstudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Vorlesung</td>
<td>4 SWS / 64 h</td>
<td>86 h</td>
<td>unbeschränkt</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Verwendung des Moduls
- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Pflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Pflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Pflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Wirtschaftsingenieur” (Pflichtmodul)

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

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:
   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- und Übungselementen.


Wissensvermittlung via: PowerPoint-Vorträge, Fallstudien, Literaturstudium

Teilnehmervoraussetzungen
Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
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. Oliver Baedorf
Lehrende:
- Prof. Dr. Oliver Baedorf

Sonstige Informationen
Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)
- Müssig, P.: Wirtschaftsprivatrecht.
- C.F. Müller-Verl., Hirsch, Chr.: Der Allgemeine Teil des BGB.
Grundlagen des Bilanzrechts

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Bilanz</td>
<td>150 h</td>
<td>5</td>
<td>2. Semester</td>
<td>Jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Lehrveranstaltungen

<table>
<thead>
<tr>
<th>Vorlesung</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>4 SWS / 64 h</td>
<td>86 h</td>
<td>unbeschränkt</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Verwendung des Moduls
- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Pflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Pflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Pflichtmodul)

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Inhalte

Lehrformen
Vorlesung mit Vortrags-, Diskussions- und Übungselementen.

Teilnahmevoraussetzungen
Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
Inhaltlich: Buchführungskenntnisse

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. Behzad Karami
Lehrende:
- Prof. Dr. Behzad Karami

Sonstige Informationen
Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)
- Meyer, Klaus: Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht, NWB Verlag, Herne.
Steuern

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Steuer</td>
<td>150 h</td>
<td>5</td>
<td>2. Semester</td>
<td>Jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Lehrveranstaltungen</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Vorlesung</td>
<td>4 SWS / 64 h</td>
<td>86 h</td>
<td>unbeschränkt</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Verwendung des Moduls
- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Pflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Wahlpflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Pflichtmodul)

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Inhalte

Lehrformen
Vorlesung mit Vortrags-, Diskussions- und Übungselementen.
Wissensvermittlung via: Steuergesetzen, Vorlesungsmanuskript, Lehrbuch, Übungsbeispielen, Tafel, Overhead-Projektor und Power-Point-Präsentation.

Teilnahmeveraussetzungen
Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
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. Arno Steudter
Lehrende:
- LB

Sonstige Informationen
Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)
- Bornhofen: Steuerlehre 1.
- Bornhofen: Lösungen zum Lehrbuch Steuerlehre 1.
### Einführung in das Controlling

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Con</td>
<td>150 h</td>
<td>5</td>
<td>3. Semester</td>
<td>Jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Lehrveranstaltungen</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Vorlesung</td>
<td>4 SWS / 64 h</td>
<td>86 h</td>
<td>unbeschränkt</td>
</tr>
</tbody>
</table>

### Verwendung des Moduls
- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Pflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Pflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Pflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Wirtschaftsingenieur” (Pflichtmodul)

### Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen
Nach diesem Modul kennen die Studierenden die Grundlagen des Controllings, speziell die Bedeutung des Controllings als Querschnittsfunktion als auch dessen Informationsfluss innerhalb des Unternehmens.

### Inhalte
1. Abgrenzung des entscheidungsorientierten Controlling.
2. Koordination durch Budget: Begriff und Verfahren der Budgetierung, Budgetplanung und -kontrolle.
4. Informationsfunktion des Controllings: Produkt- und Risikobeurteilung

### Lehrformen
Seminaristischer Unterricht mit Vortrags-, Diskussions- und Übungselementen.

### Schlüsselkompetenzen
- Vernetztes Denken
- Stärkung der analytischen Fähigkeiten

### Wissensvermittlung via:
- Seminaristische Vorlesung, Fallstudien

### Teilnahmeveranlassungen
- Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
- Inhaltlich: Techniken des externen und internen Rechnungswesen

### 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. Silke Griemert
- Lehrende: Prof. Dr. Silke Griemert, LB

### Sonstige Informationen
Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)
- Friedl, B.: Controlling.
- Kremin-Buch, B.: Strategisches Kostenmanagement.
- Ziegenbein, K.: Controlling.
### Arbeitsrecht

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>AR-Recht</td>
<td>150 h</td>
<td>5</td>
<td>3. Semester</td>
<td>Jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

#### Lehrveranstaltungen

- **Vorlesung**
  - Kontaktzeit: 4 SWS / 64 h
  - Selbststudium: 86 h
  - geplante Gruppengröße: unbeschränkt

### Verwendung des Moduls
- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Pflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Pflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Pflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Wirtschaftsingenieur” (Pflichtmodul)

### Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

### Inhalte

#### 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. Zum Arbeitskampfrecht
- III. Betriebsverfassungsrecht

### Lehrformen

Vorlesung mit Vortrags-, Diskussions- und Übungselementen. Schlüsselkompetenzen: Fachkompetenz; zusätzlichen erwerben die Studierenden ein Bewusstsein für die Verzahnung von Sozial- und Wirtschaftspolitik sowie für die Bedeutung des Europäischen Rechts für das deutsche Arbeitsrecht. Förderung des interdisziplinären Denkens und Handelns


### Teilnahmevoraussetzungen

**Formal:** Zulassung zum Bachelor-Studiengang
**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. Oliver Baedorf
- **Lehrende:**
  - Prof. Dr. Oliver Baedorf

### Sonstige Informationen

#### Literaturhinweise:
- Brox H.: Arbeitsrecht, aktuelle Aufl.
<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulhandbuch Bachelor 2018-2</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Handels- und Gesellschaftsrecht</strong></td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>HGR</td>
<td>150 h</td>
<td>5</td>
<td>4. Semester</td>
<td>Jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Lehrveranstaltungen</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Vorlesung</td>
<td>4 SWS / 64 h</td>
<td>86 h</td>
<td>unbeschränkt</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Verwendung des Moduls</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>▪ Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Pflichtmodul)</td>
</tr>
<tr>
<td>▪ Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Pflichtmodul)</td>
</tr>
<tr>
<td>▪ Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Pflichtmodul)</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Die Studierenden sind in der Lage, einfach gelagerte Sachverhalte handels- und gesellschaftsrechtlich zu analysieren und im Gutachtenstil zu beurteilen.</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Inhalte</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>A. <strong>HANDELSRECHT:</strong></td>
</tr>
<tr>
<td>I. Wesensmerkmale des Handelsrechts</td>
</tr>
<tr>
<td>II. Der Kaufmann</td>
</tr>
<tr>
<td>III. Die Firma</td>
</tr>
<tr>
<td>IV. Das Handelsregister</td>
</tr>
<tr>
<td>V. Die Hilfspersonen des Kaufmanns</td>
</tr>
<tr>
<td>VI. Die kaufmännischen Rechtsgeschäfte</td>
</tr>
<tr>
<td>B. <strong>GESELLSCHAFTSRECHT:</strong></td>
</tr>
<tr>
<td>I. Zum Gegenstand des Gesellschaftsrechts</td>
</tr>
<tr>
<td>II. Die Gesellschaft des bürgerlichen Rechts und der eingetragene Verein als die Grundformen des deutschen Gesellschaftsrechts.</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Lehrformen</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Vorlesung mit Vortrags-, Diskussions- und Übungselementen.</td>
</tr>
<tr>
<td>Wissensvermittlung via: PowerPoint-Vorträge, Fallstudien, Literaturstudium</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Teilnahmeverwaltungen</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Formal:</strong> Zulassung zum Bachelor-Studiengang</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Inhaltlich:</strong> Bürgerliches Recht</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Prüfungsformen</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Klausur</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Bestandene Modulprüfung</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Stellenwert der Note für die Endnote</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Modulverantwortliche/r:</td>
</tr>
<tr>
<td>▪ Prof. Dr. Oliver Baedorf</td>
</tr>
<tr>
<td>Lehrende:</td>
</tr>
<tr>
<td>▪ Prof. Dr. Oliver Baedorf</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Sonstige Informationen</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Literaturhinweise:</strong> (Jeweils die aktuelle Auflage.)</td>
</tr>
<tr>
<td>▪ Klunzinger, E.: Grundzüge des Handelsrechts, Verlag Vahlen.</td>
</tr>
<tr>
<td>Modulnr</td>
</tr>
<tr>
<td>--------</td>
</tr>
<tr>
<td>Manage</td>
</tr>
</tbody>
</table>

### Lehrveranstaltungen

<table>
<thead>
<tr>
<th>Vorlesung</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>4 SWS / 64 h</td>
<td>86 h</td>
<td>unbeschränkt</td>
</tr>
</tbody>
</table>

### Verwendung des Moduls

- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Pflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Pflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Bauwirtschaftsingenieur” (Pflichtmodul)

### Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Nach diesem Modul kennen die Studierenden diverse Analyseraster, mit denen sie typische Fragestellungen der BWL bzw. des General Managements untersuchen sowie diverse Teilbereiche und Themengebiete der BWL in Beziehung setzen können. Des Weiteren sind den Studierenden diverse Managementwerkzeuge bekannt, die sie gezielt anwenden können.

### Inhalte

I. Grundlagen der Unternehmensführung
   - Begriffsabgrenzungen
   - Unternehmensverfassung

II. Funktionen der Unternehmensführung
   - Aufgabenbereiche des Managements

III. Unterstützungssysteme der Unternehmensführung
   - Gestaltungskonzepte
   - Techniken
   - Informationsmanagement

IV. Unternehmerische Umweltpolitik

### Lehrformen

Vorlesung mit Vortrags-, Diskussions- und Übungsselementen.

### Schlüsselkompetenzen

- Teamarbeit (Argumentieren über gegebene Inhalte; Moderieren von Teamsitzungen)
- Konzeption von Thesenpapieren; mündliche Präsentation von Inhalten in Referatsform
- Fähigkeit zur Kommunikation in engl. Sprache (fachspez. Terminologie und Idiomatik)

### Wissensvermittlung via

- PowerPoint-Präsentation, konventionelle Tafel, Manuskript u.a.m.

### Teilnahmevoraussetzungen

**Formal:** Zulassung zum Bachelor-Studiengang

**Inhaltlich:** Betriebswirtschaftslehre I & II, Business English I

### 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

- Prof. Dr. Andreas Mengen
- Lehrende:
  - Prof. Dr. Andreas Mengen; Prof. Dr. Clemens Büter

### Sonstige Informationen

**Lehrsprache:**
- Englisch und Deutsch

**Literaturhinweise:** (Jeweils die aktuelle Auflage.)
- Bartol, Kathryn M. and Martin, David C.: Management.
- Macharzina, Klaus und. Wolf, Joachim: Unternehmensführung.
- Case-Study z.B. „Ryanair“ (in englischer Sprache).
Grundlagen der Wirtschaftsinformatik

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>W-Info</td>
<td>150 h</td>
<td>5</td>
<td>5. Semester</td>
<td>Jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Lehrveranstaltungen</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Vorlesung</td>
<td>4 SWS / 64 h</td>
<td>86 h</td>
<td>unbeschränkt</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Verwendung des Moduls
- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Pflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Pflichtmodul)

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Inhalte
I. Grundlegender Überblick
II. Planung, Entwicklung und Betrieb von Informationssystemen
III. Büroinformationssysteme
IV. Unterstützung betrieblicher Leistungsprozesse durch ERP-Systeme
V. Außenwirksame Informationssysteme und Electronic Commerce

Lehrformen
Vorlesung, Gruppenarbeit, Übungselemente am PC, Online-Elemente, Selbststudium.

Schlüsselkompetenzen: Ökonomische Nutzung von IT-Werkzeugen, Medienkompetenz, Online Collaboration

Wissensvermittlung via: Präsenzveranstaltungen, Gruppenarbeit, Online-Ressourcen, Übungen

Teilnehmervoraussetzungen
Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
Inhaltlich: Betriebswirtschaftslehre I & II

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. Ayelt Komus

Lehrende:
- Prof. Dr. Ayelt Komus; LB

Sonstige Informationen
Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)
- Heinrich/ Lehner: Informationsmanagement.
Projektmanagement

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>PM</td>
<td>150 h</td>
<td>5</td>
<td>5. Semester</td>
<td>Jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Lehrveranstaltungen
- Vorlesung: 4 SWS / 64 h
- Selbststudium: 86 h
- geplante Gruppengröße: unbeschränkt

Verwendung des Moduls
- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Pflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Pflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Pflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Wirtschaftsingenieur” (Pflichtmodul)

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen
Nach diesem Modul können die Studierenden 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.

Inhalte
Einführung in das Projekt-Management: Definitionen, Projektarten, Projektphasenmodelle, Projektorganisationen.
I. Das vier Phasen Model mit Startphase, Planungsphase, Durchführungsphase und Abschlussphase.
II. Startphase mit Portfoliomanagement, Projektlauftrag, Sponsor & Projektmanager, Projektteam und Stakeholder.
III. Planungsphase mit Gantt Chart, Netzplantechniken und anderen Planungswerkzeugen.
IV. Durchführungsphase mit Teammanagement, Kreativitätstechniken, Problemlösemethoden, Projektcontrolling und Projektfortschrittsbericht.
V. Abschlussphase mit Projektabschlussbericht, Abschlussbesprechung, Übergabe an Prozesseigner, kritische Reflexion der Ergebnisse und der Vorgehensweise und Projektpräsentation.

Lehrformen
- Vorlesung mit Diskussions- und Übungselementen.
- Schlüsselkompetenzen:
  - Denken in Projektstrukturen
  - Beherrschen der mit Projekten einhergehenden Komplexität, sowohl fachlich als auch menschlich
  - Moderieren, Führen, Entscheiden und Präsentieren von und in Projekten

Teilnahmevoraussetzungen
- Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
- Inhaltlich: keine

Prüfungsformen
- Klausur oder wiss. Hausarbeit

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
- Prof. Dr. Bert Leyendecker
- Lehrende:
  - Prof. Dr. Bert Leyendecker; LB

Sonstige Informationen
Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)
Projektphase

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Proj</td>
<td>450 h</td>
<td>15</td>
<td>5. Semester</td>
<td>Jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Lehrveranstaltungen
- Vorlesung Projektarbeit: Kontaktzeit: 2 SWS / 32 h, Selbststudium: 418 h, geplante Gruppengröße: unbeschränkt

Verwendung des Moduls
- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Pflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Pflichtmodul)

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen
Nach Beendigung des Moduls haben die Studierenden die erworbenen Kenntnisse aus dem Modul Projektmanagement vertieft und sind in der Lage, ihre praktische Anwendung kritisch zu reflektieren.

Inhalte
Ein Projekt soll durch die vier Phasen des Projektzyklus geführt werden. Dabei werden die relevanten Werkzeuge angewandt und die Aufgabenstellung des Projekts gelöst:
I. Startphase mit Portfoliomanagement, Projektauftrag, Sponsor & Projektmanager, Projektteam und Stakeholder.
II. Planungsphase mit Gantt Chart, Netzplantechniken und anderen Planungswerkzeugen.
III. Durchführungsphase mit Teammanagement, Kreativitätstechniken, Problemlösemethoden, Projektcontrolling und Projektfortschrittsbericht.
IV. Abschlussphase mit Projektabschlussbericht, Abschlussbesprechung, Übergabe an Prozesseigner, kritische Reflektion der Ergebnisse und der Vorgehensweise und Projektpräsentation.

Lehrformen
Projektarbeit im Team, Projektbesprechungen, sowie Selbststudium.

Schlüsselkompetenzen:
- Denken in Projektstrukturen
- Beherrschen der mit Projekten einhergehenden Komplexität, sowohl fachlich als auch menschlich
- Moderieren, Führen, Entscheiden und Präsentieren von und in Projekten

Wissensvermittlung via: Projektarbeit, Teambesprechung, Projektauftrag, Projektfortschrittsbericht, Projektabschlussbericht, Erleben und Lösen der üblichen Probleme im Projektmanagement

Teilnahmeveraussetzungen
Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
Inhaltlich: Vorlesung „Projektmanagement“, projektspezifische Vorkenntnisse

Prüfungsformen
Projektarbeit

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
- Prof. Dr. Bert Leyendecker
- Alle Professorinnen und Professoren des Fachbereichs

Sonstige Informationen
Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)
Projektphase MIB

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Proj MIB</td>
<td>390 h</td>
<td>13</td>
<td>6. Semester</td>
<td>Jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Lehrveranstaltungen
Vorlesung Projektarbeit
Kontaktzeit 2 SWS / 32 h
Selbststudium 358 h

geplante Gruppengröße unbeschränkt

Verwendung des Moduls
- Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Pflichtmodul)

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen
Nach Beendigung des Moduls haben die Studierenden die erworbenen Kenntnisse aus dem Modul Projektmanagement vertieft und sind in der Lage, ihre praktische Anwendung kritisch zu reflektieren.

Inhalte
Ein Projekt soll durch die vier Phasen des Projektzyklus geführt werden. Dabei werden die relevanten Werkzeuge angewandt und die Aufgabenstellung des Projekts gelöst:

I. Startphase mit Portfoliomanagement, Projektauftrag, Sponsor & Projektmanager, Projektteam und Stakeholder.
II. Planungphase mit Gantt Chart, Netzplantechniken und anderen Planungswerkzeugen.
III. Durchführungsphase mit Teammanagement, Kreativitätstechniken, Problemlösemethoden, Projektcontrolling und Projektfortschrittsbericht.
IV. Abschlussphase mit Projektabschlussbericht, Abschlussbesprechung, Übergabe an Prozesseigner, kritische Reflektion der Ergebnisse und der Vorgehensweise und Projektpräsentation.

Lehrveranstaltungen
Projektarbeit im Team, Projektbesprechungen, sowie Selbststudium.

Schlüsselkompetenzen:
- Denken in Projektstrukturen
- Beherrschen der mit Projekten einhergehenden Komplexität, sowohl fachlich als auch menschlich
- Moderieren, Führen, Entscheiden und Präsentieren von und in Projekten

Wissensvermittlung via: Projektarbeit, Teambesprechung, Projektauftrag, Projektfortschrittsbericht, Projektabschlussbericht, Erleben und Lösen der üblichen Probleme im Projektmanagement

Teilnahmeverwaltungsbedingungen
Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
Inhaltlich: Vorlesung „Projektmanagement“, projektspezifische Vorkenntnisse

Prüfungsmöglichkeiten
Projektarbeit

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. Bert Leyendecker
Lehrende:
- Alle Professorinnen und Professoren des Fachbereichs

Sonstige Informationen
Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)
Projektphase WI

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Proj WI</td>
<td>300 h</td>
<td>10</td>
<td>6. Semester</td>
<td>jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Lehrveranstaltungen
Vorlesung Projektarbeit
Kontaktzeit 2 SWS / 32 h
Selbststudium 268 h
geplante Gruppengröße unbeschränkt

Verwendung des Moduls
- Bachelor-Studiengang “Wirtschaftsingenieur” (Pflichtmodul)

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen
Nach Beendigung des Moduls haben die Studierenden die erworbenen Kenntnisse aus dem Modul Projektmanagement vertieft und sind dazu in der Lage, ihre praktische Anwendung kritisch zu reflektieren.

Inhalte
Ein Projekt soll durch die vier Phasen des Projektzyklus geführt werden. Dabei werden die relevanten Werkzeuge angewandt und die Aufgabenstellung des Projekts gelöst:
I. Startphase mit Portfoliomanagement, Projektauftrag, Sponsor & Projektmanager, Projektteam und Stakeholder.
II. Planungsphase mit Gantt Chart, Netzplantechniken und anderen Planungswerkzeugen.
III. Durchführungsphase mit Teammanagement, Kreativitätstechniken, Problemlösemethoden, Projektcontrolling und Projektfortschrittsbericht.
IV. Abschlussphase mit Projektabchlussbericht, Abschlussbesprechung, Übergabe an Prozesseigner, kritische Reflektion der Ergebnisse und der Vorgehensweise und Projektpräsentation.

Lehrformen
Projektarbeit im Team, Projektbesprechungen, sowie Selbststudium.

Schlüsselkompetenzen:
- Denken in Projektstrukturen
- Beherrschen der mit Projekten einhergehenden Komplexität, sowohl fachlich als auch menschlich
- Moderieren, Führen, Entscheiden und Präsentieren von und in Projekten

Wissensvermittlung via: Projektarbeit, Teambesprechung, Projektauftrag, Projektfortschrittsbericht, Projektabchlussbericht, Erleben und Lösen der üblichen Probleme im Projektmanagement

Teilnahmevoraussetzungen
Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
Inhaltlich: Vorlesung „Projektmanagement“, projektspezifische Vorkenntnisse

Prüfungsformen
Projektarbeit

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. Bert Leyendecker
Lehrende:
- Alle Professorinnen und Professoren des Fachbereichs

Sonstige Informationen
Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)
Bachelor-Thesis

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>BT</td>
<td>360 h</td>
<td>12</td>
<td>6. Semester</td>
<td>Jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Lehrveranstaltungen</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Keine</td>
<td>360 h</td>
<td></td>
<td>unbeschränkt</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Verwendung des Moduls
- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Pflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Pflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Pflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Wirtschaftsingenieur” (Pflichtmodul)

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen
- Nachweis der Fähigkeit zur selbständiger Arbeit
- Analyse von wissenschaftlichen Texten/Lehrbüchern (Methodenkompetenz)
- Zielorientierte Tätigkeit unter Anleitung in begrenztem Zeitrahmen /persönliches Zeit- und Selbstmanagement
- Verfassen wirtschaftswissenschaftlicher Texte

Inhalte
- Bearbeitung einer betriebswirtschaftlichen Fragestellung oder Projekts
- Erstellung einer schriftlichen Ausarbeitung über die Bearbeitung der Problemstellung

Lehrformen
Entfällt

Teilnahmevoraussetzungen
Formal: 120 ECTS
Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen
Schriftliche Ausarbeitung

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
Bestandene Studienleistung

Stellenwert der Note für die Endnote
Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte

Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende
- Individueller Betreuer (m/w)

Sonstige Informationen
Literaturhinweise:
- Je nach Themenschwerpunkten
**Business English I / The Business World WI**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>BE I W</td>
<td>150 h</td>
<td>5</td>
<td>2. Semester</td>
<td>Jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Lehrveranstaltungen</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Vorlesung</td>
<td>4 SWS / 64 h</td>
<td>86 h</td>
<td>unbeschränkt</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Verwendung des Moduls**
- Bachelor-Studiengang “Wirtschaftsingenieur” (Pflichtmodul)

**Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen**

The main aim of this course is to train participants to express themselves more effectively within an international setting. Successful completion will enable students to communicate confidently in business situations where English is required.


**Inhalte**

**Practical**
- writing emails, formal and neutral styles
- business letters, layout and style
- number work and describing graphs
- telephone calls, useful phrases
- grammar review

**Subject Specific**
- company structures
- leadership
- management styles
- team roles

**Lehrformen**
Case studies, group work, exercises, online study course.

**Schlüsselkompetenzen:** Communication, problem solving, group work, information retrieval, time management.

**Wissensvermittlung via:** Audio and visual aids, PowerPoint, online platform, internet sites, paper based exercises.

**Teilnahmeveranreussetzungen**
- Formal: 7 to 9 years school English, acceptance onto Bachelor degree programme
- 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**
- Ellen Rana

**Lehrende:**
- Ellen Rana; LB

**Sonstige Informationen**

**Literaturhinweise:**
- Murphy: Essential Grammar
## Business English II WI

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr.</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>BE II W</td>
<td>150 h</td>
<td>5</td>
<td>4. Semester</td>
<td>Jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

### Lehrveranstaltungen
- Vorlesung: 4 SWS / 64 h
- Selbststudium: 86 h
- geplante Gruppengröße: unbeschränkt

### Verwendung des Moduls
- Bachelor-Studiengang “Wirtschaftsingenieur” (Pflichtmodul)

### Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen
On successful completion of this module, participants should:
- understand engineering terms and vocabulary in English
- be able to successfully present information clearly in English
- be confident about using the English language

### Inhalte

#### I. Presentation Techniques
- content
- style
- language
- technique
- describing graphs
- language of movement

#### II. English for Engineers
- measurements
- formulae
- design
- materials
- manufacturing and assembly
- static and dynamic principles
- electricity
- mechanisms

### Lehrformen
Case studies, group work, exercises, student presentations, tests, online course, Wiki

### Schlüsselkompetenzen: groupwork, negotiating, communication, problem-solving, presenting

### Wissensvermittlung via:
Audio and visual aids, PowerPoint, online resources, specific software, paper based exercises.

### Teilnahmeberechtigungen
- Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
- Inhaltlich: Keine

### Prüfungsformen
- Klausur oder Wiss. Hausarbeit und mündl. Prüfung

### 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:
  - Frau Ellen Rana
- Lehrende:
  - LB

### Sonstige Informationen

#### Literaturhinweise:
- Will be given as the course progresses
Beschaffung

Modulnr | Workload | Credits | Studiensemester | Häufigkeit des Angebots | Dauer
---|---|---|---|---|---
Beschaf | 300 h | 10 | 3. 4. Semester | Jedes Semester | 1 Semester

Lehrveranstaltungen

<table>
<thead>
<tr>
<th>Lehrveranstaltung</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Vorlesung</td>
<td>8 SWS / 128 h</td>
<td>172 h</td>
<td>40 Studierende</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Verwendung des Moduls

- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Schwerpunktmodul)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Schwerpunktmodul)
- Bachelor-Studiengang “Wirtschaftsingenieur” (Schwerpunktmodul)

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen


Inhalte

A. Grundlagen der Beschaffung
B. Strategische Beschaffung
  - Grundlagen
  - Materialgruppenmanagement
  - Bedarfs- und Marktanalysen
  - Procurement-Portfolio und –ziele
  - Beschaffungsstrategien
  - Lieferantenmanagement
  - Überblick operativer Einkauf
C. Operative Beschaffungslogistik
  - Logistikstrategie und –organisation
  - Beschaffungsformen aus logistischer Sicht
  - Dispositionsverfahren
  - KANBAN-Regelkreise in der Beschaffung
  - Lean-Management in der Beschaffungslogistik

Lehrformen


Schlüsselkompetenzen: Die Funktionsweise komplexer Beschaffungsorganisationen verstehen. Das Gelernte auf praktische Aufgaben im Beschaffungsumfeld anwenden können.

Wissensvermittlung via: Vorträge, Lehrgespräche, Gruppenarbeiten, Fallbeispiele, Rollenspiele

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
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. Elmar Bräkling
Lehrende:
- Prof. Dr. Elmar Bräkling, Prof. Dr. Jörg Lux

Sonstige Informationen

Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)
- Bräkling, E.; Oidtmann, K. Lux, J.: Logistikmanagement
<table>
<thead>
<tr>
<th>Betriebliche Außenwirtschaft</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Modulnr</strong></td>
</tr>
<tr>
<td>BAw</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Lehrveranstaltungen</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Vorlesung</td>
<td>8 SWS / 128 h</td>
<td>172 h</td>
<td>100 Studierende</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Verwendung des Moduls**
- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Schwerpunktmódul)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Schwerpunktmódul)
- Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Schwerpunktmódul)

**Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen**
Nach Beendigung des Moduls sind die Studierenden vertraut mit den außenwirtschaftlichen Rahmenbedingungen, können Anforderungsprofile und Gestaltungsoptionen für grenzüberschreitende Unternehmensaktivitäten erarbeiten und wissen diese in praxisorientierte Konzeptionen des internationalen Geschäftsverkehrs einzuordnen.

**Inhalte**
- I. Einführung
- II. Ordnungsrahmen
- III. Erscheinungsformen und Geschäftssysteme
- IV. Außenhandelsmarketing
- V. Kaufverträge und Handelsbräuche
- VI. Liederbedingungen
- VII. Transportwesen
- VIII. Dokumente
- IX. Zahlungsbedingungen
- X. Außenhandelsfinanzierung
- XI. Währung und Wechselkurssicherung
- XII. Sicherungsfazilitäten

**Lehrformen**

**Teilnahmevoraussetzungen**
- **Formal:** Zulassung zum Bachelor-Studiengang
- **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. Clemens Büter
- Lehrende:
  - Prof. Dr. Clemens Büter; LB

**Sonstige Informationen**

**Literaturhinweise:** (Jeweils die aktuelle Auflage.)
- Büter, C. Internationale Unternehmensführung, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München.
- Gabler Wirtschaftslexikon, Gabler Verlag, Wiesbaden.
Dienstleistungsmanagement

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>DL</td>
<td>300 h</td>
<td>10</td>
<td>3. 4. Semester</td>
<td>Jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Lehrveranstaltungen

<table>
<thead>
<tr>
<th>Vorlesung</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>8 SWS / 128 h</td>
<td>172 h</td>
<td>offen</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Verwendung des Moduls

- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Schwerpunktmodul)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Schwerpunktmodul)

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen


Inhalte

- Grundlagen und Problemstellungen des Dienstleistungsmanagements
- Strategische Positionierung und Kundenverhalten
- Dienstleistungsqualität gestalten und messen
- Kundenanforderungen verstehen (ggf. quantitative Methoden)
- Leistungs- und Kapazitätsmanagement (Yield Management)
- Dienstleistungen und deren Erstellungsprozesse können analysiert und bezüglich der Effektivität und Effizienz bewertet werden.
- Erkenntnisse aus der Praxis und theoretischen Arbeiten

Lehrformen


Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
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

- Prof. Dr. Tilo Bellm
- Prof. Dr. Tilo Bellm

Sonstige Informationen

Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)

- Bitner / Gremler / Wilson / Zeithaml (2016), Services Marketing, McGraw-Hill
- Bruhn / Meffert (2015), Dienstleistungsmarketing, Gabler
- Bruhn (2016), Qualitätsmanagement für Dienstleistungen: Grundlagen, Konzepte, Methoden, Springer
- Fitzsimmons / Fitzsimmons (2013), Service Management, McGraw-Hill
Externes und Internes Rechnungswesen

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>RW</td>
<td>300 h</td>
<td>10</td>
<td>3. 4. Semester</td>
<td>Jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Lehrveranstaltungen
- Vorlesung: Kontaktzeit 8 SWS / 128 h
- Selbststudium: 172 h
- geplante Gruppengröße: 100 Studierende

Verwendung des Moduls
- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Schwerpunktmalel)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandmanagement” (Schwerpunktmalel)
- Bachelor-Studiengang “Wirtschaftsingenieur” (Schwerpunktmalel)

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

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

Lehrformen
- Wissensvermittlung via: Vorlesung, Übungen, Diskussion, Studium der Literatur, Gesetzestexte, EStR, Manuskript, PowerPoint-Präsentationen, u. a. m.

Teilnahmevoraussetzungen
Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
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
- Prof. Dr. Andreas Mengen
- Prof. Dr. Andreas Mengen, Prof. Dr. Silke Griemert, Prof. Dr. Behzad Karami

Sonstige Informationen
Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)
- Falterbaum, Bolk, Reiß: Buchführung und Bilanz.
- Meyer, Klaus: Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht.
Finanzierung und Investition

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>F+I</td>
<td>300 h</td>
<td>10</td>
<td>3. 4. Semester</td>
<td>Jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Lehrveranstaltungen

- Vorlesung
  - Kontaktzeit: 8 SWS / 128 h
  - Selbststudium: 172 h
  - geplante Gruppengröße: 80 Studierende

Verwendung des Moduls

- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Schwerpunktmodul)
- Bachelor-Studiengang “Wirtschaftsingenieur” (Schwerpunktmodul)

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen


Inhalte

Ausgewählte Themen aus unter anderem folgenden Bereichen:
I. Investitionstheorie
II. Finanzinstrumente
III. Liquiditätsplanung und -management
IV. Grundlagen zum Bankmanagement
V. Strukturierte Finanzierung
VI. Aktuelle finanzwirtschaftliche Themenstellungen

Lehrformen


Lehrsprache: Deutsch / Englisch

Schlüsselkompetenzen: Selbständiges Arbeiten, Arbeiten in Gruppen, Diskussionsfähigkeit, Eigenständiges Erarbeiten eines Themas und Präsentation (abhängig von der Gruppengröße).

Wissensvermittlung via: Vorlesung, Übung, Gruppenarbeit, Diskussion, Selbststudium.

Teilnahmeverwaltungen

Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang

Inhaltlich: (empfohlen, nicht zwingend): BWL und VWL jeweils 1. + 2. Semester; Quantitative Methoden; Buchführung; Kosten- und Leistungsrechnung

Prüfungsformen

Klausur oder wiss. Hausarbeit mit mdl. 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; LB; Gastreferenten

Sonstige Informationen

Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)

- Cooper, R.: Corporate Treasury and Cash Management, Chippenham.

Weitere Literatur wird bei Bedarf in der Veranstaltung bekannt gegeben.
Human Resource Management / Operatives Personalmanagement

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>HRM</td>
<td>300 h</td>
<td>10</td>
<td>3. 4. Semester</td>
<td>Jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Lehrveranstaltungen
- Vorlesung
  - Kontaktzeit: 8 SWS / 128 h
  - Selbststudium: 172 h
  - geplante Gruppengröße: 50 Studierende

Verwendung des Moduls
- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Schwerpunktmodul)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Schwerpunktmodul)
- Bachelor-Studiengang “Wirtschaftsingenieur” (Schwerpunktmodul)

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen
Am Ende des Moduls haben die Studierenden ein vertieftes Verständnis für die Grundlagen der betrieblichen Personalarbeit und ihre operativen Zusammenhänge erworben. Die Studierenden sind am Ende des Moduls in der Lage, Einzelinstrumente situativ und praxisgerecht vor dem Hintergrund des Arbeitsrechts operativ anzuwenden und in Einzelfällen diese selbstständig zu entwickeln und umzusetzen.

Inhalte
- Ausgewählte Themen aus unter anderem folgenden Bereichen:
  - Grundbegriffe und Funktionen der Personalwirtschaft
  - Personalpolitik
  - Personalplanung / Personalbedarfsplanung
  - Personalbeschaffung / Personalauswahl
  - Personaleinsatz
  - Organisationsformen der Arbeit
  - Betriebliche Anreizsysteme
  - Lohn- und Gehaltsabrechnung mit dem Schwerpunkt der Brutto-/Netto-Entgeltermittlung
  - Personalentwicklung / Ausgewählte Instrumente der PE / Talent Management
  - Performance Management
  - Personalfreisetzung
  - Mitbestimmung
  - Personalcontrolling
  - Organisation des Personalmanagements

Lehrformen

Schlüsselkompetenzen:
- Fachkompetenz: Die Studierenden sind am Ende des Moduls in der Lage, Einzelinstrumente des Personalmanagements situativ und praxisgerecht vor dem Hintergrund des Arbeitsrechts operativ anzuwenden und in Einzelfällen diese selbstständig zu entwickeln und umzusetzen.
- Methodenkompetenz: Die Studierenden vertiefen im Laufe des Moduls ihre Fähigkeit, betriebswirtschaftliche Konzepte auf die Anwendbarkeit auf einen bestimmten betrieblichen Kontext zu beurteilen und auszuwählen.
- Sozialkompetenz: Die Studierenden vertiefen im Laufe des Moduls ihre Fähigkeiten, Problemstellungen im Team gemeinsam zu analysieren und zusammen Lösungen zu entwickeln.

Wissensvermittlung via:
- Präsentationen, Planspiele, Übungen, Fallstudienbearbeitung, Rollenspiele, Literaturstudium.

Teilnahmevoraussetzungen
- Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
- Inhaltlich: Betriebswirtschaftliche/ arbeitsrechtliche Grundkenntnisse

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
- Prof. Dr. Christian Lebrenz
- Lehrende:
  - Prof. Dr. Christian Lebrenz

Sonstige Informationen
- Literaturhinweise: (J eweils die aktuelle Auflage.)
Böhmer, N. Schinnenburg, H.; Steinert, C.: Fallstudien im Personalmanagement
Domsch; Regnet; von Rosenstiel: Führung von Mitarbeitern: Fallstudien zum Personalmanagement
Scholz, C. Personalmanagement
Stock-Homburg, R. Personalmanagement
Stier, M. Das Einmaleins der Entgeltabrechnung
**Marketing und Marktforschung**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Market</td>
<td>300 h</td>
<td>10</td>
<td>3. 4. Semester</td>
<td>jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Lehrveranstaltungen

<table>
<thead>
<tr>
<th>Vorlesung</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>8 SWS / 128 h</td>
<td>172 h</td>
<td>100 Studierende</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Verwendung des Moduls**
- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Schwerpunktmodul)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Schwerpunktmodul)

**Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen**

Nach Besuch des Schwerpunktmoduls Marketing und Marktforschung sind die Studierenden in der Lage, Strategien, Konzepte und Instrumente der marktorientierten Unternehmensführung anzuwenden und können durch ihre betriebswirtschaftlichen Kenntnisse und Fertigkeiten, qualifiziert Aufgaben im Bereich Marketing and Marktforschung lösen.

**Inhalte**


II. Gegenstand der informationsbezogenen Perspektive des Marketings ist die Gewinnung der notwendigen unternehmensexternen Informationen, um Marketingentscheidungen adäquat treffen zu können. Vor diesem Hintergrund werden die einzelnen Schritte des Marktforschungsprozesses behandelt.

III. Bei der strat. Perspektive geht es um Formulierung langfristiger Leitlinien der Marktbearbeitung.

IV. Zur Realisierung der Marketingstrategie dienen die marketingpolitischen Instrumente, die im Rahmen der instrumentellen Perspektive diskutiert werden.

V. Der anwendungsorientierte Charakter der Lehrveranstaltung wird durch die Behandlung aktueller Marketingfallstudien gewährleistet. Dabei wird den Studierenden die Gelegenheit gegeben, die Theorie auf praktische Fragestellungen anzuwenden und eigene Lösungsansätze zu präsentieren.

**Lehrformen**


**Schlüsselkompetenzen:** Die Studierenden erlernen das wesentliche, theoretische Fundament des Fachs Marketing und trainieren im Rahmen der Fallstudienbearbeitung ihre Teamfähigkeit und Präsentationstechnik.

**Wissensvermittlung:** Empfohlene Fachliteratur, Vorlesungsbegleitende Folien, Fallstudien.

**Teilnahmevoraussetzungen**

Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
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:
- Dipl.-Kfm. Bernhard Boeffgen

Lehrende:
- Dipl.-Kfm. Bernhard Boeffgen

**Sonstige Informationen**

**Lehrsprache:**
- Englisch und Deutsch

**Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage.)**
- Homburg Chr.: Marketingmanagement, Strategie-Umsetzung-Unternehmensführung, Wiesbaden.
**Logistik / OR**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Log</td>
<td>300 h</td>
<td>10</td>
<td>3. 4. Semester</td>
<td>Jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Lehrveranstaltungen</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Vorlesung</td>
<td>8 SWS / 128 h</td>
<td>172 h</td>
<td>40 Studierende</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Verwendung des Moduls**

- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Schwerpunktmodul)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Schwerpunktmodul)
- Bachelor-Studiengang “Wirtschaftsingenieur” (Schwerpunktmodul)

**Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen**


**Inhalte**

I. Grundlagen der Logistik
II. Logistik Planung und Steuerung für die Beschaffungs-, Produktions-, Distributions- und Entsorgungslogistik. Lean-Logistics, inkl. der Methoden des OR

**Lehrformen**


Wissensvermittlung via: Vorlesung (PowerPoint, Tafel), Übung & Workshops (Modellfabrik), Diskussion, Internetrecherche & Kurzpräsentationen, Fallbeispiele.

**Teilnahmeveraussetzungen**

Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
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. Jörg Lux

Lehrende:
- Prof. Dr. Jörg Lux, Prof. Dr. Elmar Bräkling

**Sonstige Informationen**

**Literaturhinweise:** (Jeweils die aktuelle Auflage.)
Produktionswirtschaft

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Prod</td>
<td>300 h</td>
<td>10</td>
<td>3. 4. Semester</td>
<td>Jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Lehrveranstaltungen</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Vorlesung</td>
<td>8 SWS / 128 h</td>
<td>172 h</td>
<td>100 Studierende</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Verwendung des Moduls
- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Schwerpunktmodul)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Schwerpunktmodul)
- Bachelor-Studiengang “Wirtschaftsingenieur” (Schwerpunktmodul)

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen
Nach Beendigung des Moduls kennen die Studierenden die Grundlagen der Produktionswirtschaft im Unternehmenszusammenhang. Sie verstehen die Bedeutung der Produktionsfaktoren und sind in der Lage, Werkzeuge zum Management der Produktionsfaktoren situativ und praxisgerecht anzuwenden.

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
IX. Der Produktionsfaktor Kontrolle: Kontrollfunktionen im Produktionsumfeld

Lehrformen

Wissensvermittlung via: Vorlesung (PowerPoint, Tafel), Übung & Workshops (Modellfabrik), Diskussion, Internetrecherche & Kurzpräsentationen, Fallbeispiele.

Teilnahmevoraussetzungen
Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
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. Bert Leyendecker
Lehrende:
- Prof. Dr. Bert Leyendecker; LB

Sonstige Informationen
Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)
- Nebl, T.: Produktionswirtschaft.
Unternehmenssteuern

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>U-Steuer</td>
<td>300 h</td>
<td>10</td>
<td>3., 4. Semester</td>
<td>Jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Lehrveranstaltungen

<table>
<thead>
<tr>
<th>Vorlesung</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>8 SWS / 128 h</td>
<td>172 h</td>
<td>100 Studierende</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Verwendung des Moduls
- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Schwerpunktmodul)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandmanagement” (Schwerpunktmodul)

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.

Inhalte
I. Besteuerung der Kapitalgesellschaften:
KSt: Grundbegriffe, unbeschränkte und beschränkte Steuerpflicht, Befreiungen, Einkommensermittlung, vGA, Verlustverrechnung, Gesellschafterfremdfinanzierung, Organschaft.
II. Besteuerung der Personengesellschaften:

Lehrformen

Teilnahmevoraussetzungen
Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
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

Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende
Modulverantwortliche/r:
- Prof. Dr. Arno Steudter
Lehrende:
- Prof. Dr. Arno Steudter; LB

Sonstige Informationen
Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)
- Bornhofen: Steuerlehre 2; Bornhofen: Lösungen zum Lehrbuch Steuerlehre 2.
- Zenthöfer/Leben: Körperschaftssteuer und Gewerbesteuer.
- Lange/ Krützer/ Kussmann/ Reiß: Personengesellschaften im Steuerrecht.
- Koltermann: Bilanzsteuerrecht.
## Wirtschaftsprüfung

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr</th>
<th>Credits</th>
<th>Workload</th>
<th>Modulsemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>WP</td>
<td>10</td>
<td>300 h</td>
<td>3. 4. Semester</td>
<td>Jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

### Lehrveranstaltungen
- **Vorlesung**
  - Kontaktzeit: 8 SWS / 128 h
  - Selbststudium: 172 h
- **geplante Gruppengröße**: 100 Studierende

### Verwendung des Moduls
- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Schwerpunktmodul)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Schwerpunktmodul)

### Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen
Nach diesem Modul kennen die Studierenden die Grundlagen, Strukturen und sehr vielseitigen Tätigkeitsbereiche im Berufsbereich der Wirtschaftsprüfer, dessen Rolle zur Lösung des „Principal-Agent-Problems“ sowie die geltenden Berufsgrundsätze und das Vorgehen bei betriebswirtschaftlichen Prüfungen, insbesondere der Prüfung von Finanzinformationen auf Verlässlichkeit. Sie kennen weiter die Bedeutung eines angemessenen Verständnisses über das Unternehmen, dessen Finanzinformationen beurteilt werden sollen, und erfahren alle Aspekte, die ein solches Verständnis umfasst, einschließlich Vernetzung betriebswirtschaftlicher Einzeldisziplinen.

### Inhalte

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

### Lehrformen
- Schlüsselkompetenzen: Erschließung anwendungsbezogener Aspekte.
- Wissensvermittlung via: Lehrbücher, Übungen, Tafel, PowerPoint.

### Teilnahmeveraussetzungen
- **Formal**: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
- **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. Holger Philipps**
- **Lehrende**: Prof. Dr. Holger Philipps; LB

### Sonstige Informationen
- Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)
  - Graumann, Wirtschaftliches Prüfungswesen, Herne.
  - IDW (Hrsg.), Praxishandbuch zur Qualitätssicherung.
  - IDW (Hrsg.), IDW Prüfungsstandards u.a., Loseblattsammlung, Düsseldorf
  - Quick/Marten/Ruhnke, Wirtschaftsprüfung, Stuttgart.
  - Wüstemann, Wirtschaftsprüfung case by case, Frankfurt/M.
Modulhandbuch Bachelor 2018-2

Marketing Communications

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>MComm</td>
<td>300 h</td>
<td>10</td>
<td>3. 4. Semester</td>
<td>Jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Lehrveranstaltungen

<table>
<thead>
<tr>
<th>Veranstaltung</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Vorlesung</td>
<td>8 SWS / 128 h</td>
<td>172 h</td>
<td>30 Studierende</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Verwendung des Moduls

- Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Schwerpunktmodul)

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen


Inhalte


Lehrformen

Seminaristischer Unterricht (abhängig v. Teilnehmerzahl) mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen. Schlüsselkompetenzen: Fachkompetenz und Kommunikationsfähigkeit

Wissensvermittlung: Fachliteratur, Fallstudien, Texte, Sonstiges

Teilnahmeverhältnisse

Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang

Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen

Hausarbeit / 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. Holger J. Schmidt

Lehrende:
- Prof. Dr. Holger J. Schmidt; LB

Sonstige Informationen

Lehrsprache:
- English

Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage.)
- Dahlum / Lange / Smith: Marketing Communications: A Brand Narrative Approach, Chichester.
### Marketing and International Business Case Studies

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>MCase5</td>
<td>300 h</td>
<td>10</td>
<td>3. 4. Semester</td>
<td>Jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Lehrveranstaltungen</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Vorlesung</td>
<td>8 SWS / 128 h</td>
<td>172 h</td>
<td>30 Studierende</td>
</tr>
</tbody>
</table>

### Verwendung des Moduls
- Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Schwerpunktmodul)

### Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen
Upon successful completion of this module, students should have gathered deeper insights into strategic and operative key issues with Marketing and International Business. The course has been designed to give students a chance to apply theory on a selection of real-life business scenarios. At the same time, course participants will improve presentation skills, the ability to work in teams as well as critical investigation, and self-motivating study skills.

### Inhalte
With an increasing importance of international exchange and transactions, businesses, regardless of size, have to direct their attention to the international market place. In order to compete effectively in foreign markets, not only to fill incoming orders from abroad every now and then, a well-focused international marketing strategy based on a thorough understanding of target markets is indispensable. This course introduces students to a range of international marketing topics and the various challenges that international marketers are facing, i.e.

- the complexity of the international marketing environment,
- cultural diversity,
- newly emerging markets,
- the need to balance adaption and standardization of international marketing campaigns,
- the many facets of customer relationship management in international markets,
- consumer behaviour issues including digital consumer behaviour.

The module will be delivered by a selection of case studies with a focus on international marketing management decisions.

### Lehrformen
A successful completion of the module requires students to commit about 300 learning hours. The workload is composed of 128 hours of class sessions, 160 - 180 hours of independent and self-directed learning activities outside of class and an exam.

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.

### Teilnahmevoraussetzungen
**Formal:** Zulassung zum Bachelor-Studiengang

**Inhaltlich:** Grundkenntnisse Marketing und Marktforschung

### Prüfungsformen
Written report and presentation

### 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
- Prof. Dr. Axel Schlich
- Prof. Dr. Axel Schlich; Dipl. Kfm. Andreas Hesse

### Sonstige Informationen
**Lehrsprache:**
- English

**Literaturhinweise:**
- Course participants will be provided with a selection of case studies, articles and lecture notes during the course. In addition, students may use the following textbooks in order to deepen their understanding of international marketing issues.
Einführung in das Mittelstandsmanagement

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>MM</td>
<td>300 h</td>
<td>10</td>
<td>2. Semester</td>
<td>Jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Lehrveranstaltungen
- Vorlesung: Kontaktzeit 8 SWS / 128 h, Selbststudium 172 h, geplante Gruppengröße 60 Studierende

Verwendung des Moduls
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Schwerpunktmodul)

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Inhalte
1. Einführung in die Grundlagen der Führung mittelständischer Unternehmen
   1.1 Abgrenzung von Mittelstand und Familienunternehmen
   1.2 Bedeutung des Mittelstandes für die Volkswirtschaft
   1.3 Der Lebenszyklus von Unternehmen
2. Unternehmensgründung
   2.1 Person des Unternehmers
   2.2 Geschäftsидеe, Geschäftsmodell und Gründung
3. Herausforderungen im Wachstum von Unternehmen
   3.1 Erfolgsfaktoren mittelständischer Unternehmen
   3.2 Innovationsmanagement
   3.3 Internationalisierung
   3.4 Beurteilung von Kapital- und Ertragslage mittelständischer Unternehmen
   3.5 Finanzierung mittelständischer Unternehmen
4. Mittelständische Unternehmen im Reifeprozess
   4.1 Unternehmenskrisen und deren Bewältigung
   4.2 Unternehmensnachfolge

Lehrformen


Wissensvermittlung via: Vorlesungsskript, Fallstudien- und Übungen, PowerPoint-Präsentationen, Tafel.

Teilnahmeverordnung
- Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
- 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. Holger Reinemann

Lehrende:
- Prof. Dr. Holger Reinemann, Prof. Dr. Frank Wallau

Sonstige Informationen
Gründungs- und Nachfolgemanagement

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>G+N</td>
<td>150 h</td>
<td>5</td>
<td>3. Semester</td>
<td>Mindestens jährlich</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Lehrveranstaltungen</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Vorlesung</td>
<td>4 SWS / 64h</td>
<td>86 h</td>
<td>60 Studierende</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Verwendung des Moduls
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Schwerpunktmodul)

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen
Nach diesem Modul ist das Bewusstsein für unternehmerisches Management bei den Studierenden gestärkt. Sie besitzen das Know-how um grundlegende Entscheidungen im Unternehmen zu treffen. Kritische Themen bei der Unternehmensnachfolge erkennen sie und können diese gezielt lösen.

Inhalte
I. Neugründung
   1. Einführung
      1.1 Volkswirtschaftliche Bedeutung
      1.2 Begriffliche Grundlagen
      1.3 Phasen der Existenzgründung
   2. Vorgründungsphase
      2.1 Gründerperson und mikrosoziales Umfeld
      2.2 Erkennung von Chancen
      2.3 Schutz von Ideen
      2.4 Geschäftsmodell
      2.5 Grundlegende Entscheidungen
   3. Gründungsphase
      3.1 Erstellung des Businessplans
      3.2 Finanzplanung
      3.3 Gründungsförderung
   4. Startphase
      4.1 Gründungs- und Anmeldeformalitäten
      4.2 Risikomanagement
      4.3 Gründermarketing
      4.4 Rechnungswesen
      4.5 Gründungs-Controlling
      4.6 Rechtliche Aspekte der Existenzgründung
      4.7 Personalwirtschaft im Gründungskontext
      4.8 Steuerzahlungspflichten
      4.9 Unternehmertum und Strategie

II. Nachfolge als Spezialform der Existenzgründung
   1. Einleitung
      1.1. Volkswirtschaftliche Bedeutung
      1.2. Statistiken
      1.3. Chancen und Risiken der Unternehmensnachfolge
   2. Grundlagen
      2.1. Charakteristika von Familienbetrieben
      2.2. Interessengruppen
   3. Startphase
      3.1. Übergeber
      3.2. Übergeber
   4. Planungsphase
      4.1. Übergeber
      4.2. Übernehmer
   5. Durchführungsphase
   6. Abschlussphase

Lehrformen
Schlüsselkompetenzen:
- Teamarbeit (Argumentieren über gegebenen Inhalte, Moderieren von Teamsitzungen)
- Konzeption von Thesenpapieren
- Mündliche Präsentation von Inhalten in Referatform
- Fähigkeit zur Kommunikation (schriftlich und mündlich)
<table>
<thead>
<tr>
<th>Wissensvermittlung via:</th>
<th>Power Point, Tafel, Manuskript, Einsatz von Planungssoftware</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Teilnahmevoraussetzungen</strong></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Formal:</strong> Zulassung zum Bachelor-Studiengang</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Inhaltlich:</strong> Keine</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Prüfungsformen</strong></td>
<td>Klausur</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</strong></td>
<td>Bestandene Modulprüfung</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Stellenwert der Note für die Endnote</strong></td>
<td>Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</strong></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Modulverantwortliche/r:</td>
<td>Prof. Dr. Martin Kaschny</td>
</tr>
<tr>
<td>Lehrende:</td>
<td>Prof. Dr. Martin Kaschny; LB</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Sonstige Informationen</strong></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Literaturhinweise:</strong></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>▪ Brem A. (2008): The Boundaries of Innovation and Entrepreneurship - Conceptual Background and Essays on Selected Theoretical and Empirical Aspects</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>
Innovationsmanagement

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Inno</td>
<td>150 h</td>
<td>5</td>
<td>3. Semester</td>
<td>Mindestens jährlich</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Lehrveranstaltungen

<table>
<thead>
<tr>
<th>Vorlesung</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>4 SWS / 64h</td>
<td>86 h</td>
<td>60 Studierende</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Verwendung des Moduls

- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Schwerpunktmodul)

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen


Inhalte

1. Einführung in das Innovationsmanagement
   1.1 Innovationsbegriffe
   1.2 Gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Innovation
   1.3 Innovationsregime
2. Planungsphase im Innovationsprozess
   2.1 Ideengenerierung
   2.2 Ideenbewertung
3. Realisierungsphase im Innovationsprozess
   3.1 Markteinführung von Innovationen
   3.2 Adoptionssprozess; Diffusionsmodelle
   3.3 Innovationswiderstände (Promotoren/Opponenten)
   3.4 Innovationsfinanzierung/ -förderung
4. Fallstudie

Lehrformen

Seminaristischer Unterricht mit Vortrags-, Diskussions- und Übungselementen.

Teilnahmevergaben

Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
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. Martin Kaschny
Lehrende:
- Prof. Dr. Martin Kaschny; LB

Sonstige Informationen

Literaturhinweise:
- Herstatt, C./Lüthje, Ch./Verworn, B. (2000): Innovationsmanagement in kleinen und mittleren Unternehmen
Regionale und internationale Netzwerke

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Netzw</td>
<td>150 h</td>
<td>5</td>
<td>4. Semester</td>
<td>Mindestens jährlich</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Lehrveranstaltungen

<table>
<thead>
<tr>
<th>Vorlesung</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>4 SWS / 64h</td>
<td>86 h</td>
<td>60 Studierende</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Verwendung des Moduls
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Schwerpunktmmodul)

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen
Nach dem Besuch des Moduls können die Studierenden die regionale Dimension in die allgemeine Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik einordnen und kennen die wesentlichen Wachstumsfaktoren auf regionaler Ebene. Die Studierenden lernen die Bedeutung von Innovationen und Netzwerken für die ökonomische Entwicklung kennen.

Inhalte
- Grundfragen, Methoden und Gegenstand der Regional-, Innovations- und Netzwerkkökonomik
- Räumliche Wachstumstheorien: Übersicht über die wesentlichen Ansätze
- Innovationen und Netzwerke als Wachstumsmotoren: Einführung in die Innovationsökonomik
- Mechanismen, die Innovationen und Netzwerke fördern: Innovationspolitik

Lehrformen
Seminaristischer Unterricht mit Vortrags-, Diskussions- und Übungselementen.
Regionale Exkursion

Teilnahmeverzugepunktungen
Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
Inhaltlich: Grundkenntnisse des Rechnungswesens

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. Mark O. Sellenthin

Lehrende:
- Prof. Dr. Mark O. Sellenthin

Sonstige Informationen

Literaturhinweise:
- Pindyck, R. & Rubinfeld, D. (2009), Mikroökonomie, Pearson, München.
- Herrmann-Pillath, C. (2002), Grundriss der Evolutionsökonomik, UTB.
- Sellenthin, M. (2017), Volkswirtschaftslehre - mathematisch gedacht, Springer Verlag
- Weise, Brandes, Eger & Kraft, (2005), Neue Mikroökonomie, Physica-Verlag, Heidelberg.

Pindyck, R. & Rubinfeld, D. (2009), Mikroökonomie, Pearson, München.
Herrmann-Pillath, C. (2002), Grundriss der Evolutionsökonomik, UTB.
Sellenthin, M. (2017), Volkswirtschaftslehre - mathematisch gedacht, Springer Verlag
Weise, Brandes, Eger & Kraft, (2005), Neue Mikroökonomie, Physica-Verlag, Heidelberg.
<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulhandbuch Bachelor 2018-2</th>
</tr>
</thead>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulhandbuch Bachelor 2018-2</th>
</tr>
</thead>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulhandbuch Bachelor 2018-2</th>
</tr>
</thead>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Mittelstandsfinanzierung</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Modulnr</strong></td>
</tr>
<tr>
<td>MF</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Lehrveranstaltungen</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Vorlesung</td>
<td>4 SWS / 64h</td>
<td>86 h</td>
<td>60 Studierende</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Verwendung des Moduls**

- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Schwerpunktmagister) |

**Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen**


**Inhalte**

Ausgewählte Themen aus unter anderem folgenden Bereichen:
- Finanzinstrumente und -strategien
- Liquiditätsplanung und -disposition, Finanzcontrolling
- Investitionsrechnung
- Finanzierungen von z.B. Übernahmen und Nachfolgen sowie Unternehmensgründungen
- Kreditentscheidungen und Sicherheitenbewertung von Banken
- Aktuelle finanzwirtschaftliche Themenstellungen

**Lehrformen**


**Lehrsprache:** Deutsch / Englisch


**Wissensvermittlung via:** Vorlesung, Übung, Gruppenarbeit, Diskussion, Präsentation, Selbststudium

**Teilnahmeveraussetzungen**

**Formal:** Zulassung zum Bachelor-Studiengang

**Inhaltlich:** (empfohlen, nicht zwingend): BWL und VWL jeweils 1. + 2. Semester; Quantitative Methoden; Buchführung; Kosten- und Leistungsrechnung; Einführung in das Mittelstandsmanagement.

**Prüfungsformen**

Klausur oder wiss. Hausarbeit mit mdl. Prüfung

**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. Michael Kaul

Lehrende:
- Prof. Dr. Michael Kaul, LB, Gastreferenten

**Sonstige Informationen**

**Literaturhinweise:** (Jeweils die aktuelle Auflage)
- Goebel, L. (Hrsg.): Mittelstandsfinanzierung, Würzburg.
- Koop, M. J.: Mittelstandsfinanzierung in Deutschland.

*Weitere Literatur wird bei Bedarf in der Veranstaltung bekannt gegeben.*
Marketing and Market Research

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>M+MRes</td>
<td>300 h</td>
<td>10</td>
<td>3. 4. Semester</td>
<td>jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Lehrveranstaltungen

<table>
<thead>
<tr>
<th>Vorlesung</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>8 SWS / 128 h</td>
<td>172 h</td>
<td>30 Studierende</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Verwendung des Moduls

- Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Schwerpunktmodul)

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Upon successful completion of this module, students should have gathered deeper insights into strategic and operative key issues with Marketing and Market Research. The course has been designed to give students a chance to apply theory on a selection of real-life business scenarios. At the same time, course participants will improve their ability to work in teams as well as critical investigation, and self-motivating study skills.

Inhalte

The marketplace isn´t any more what it used to be, major societal forces have challenged marketers to develop new strategies and instruments. These major societal forces include information technology, globalization, deregulation, retail transformation, consumer information and integration, but also increasing consumer resistance and less tolerance about undesired marketing. In this course students are introduced to the principal changes in the *marketing environment*. 
Throughout the course, participants will be provided with an introduction to the theories, strategies and practices of marketing in different contexts. Typical *strategic* and *operative marketing* challenges dealt with include e.g.:

- How can we spot and choose the right market segments?
- How can we differentiate our offerings?
- How should we respond to customers who buy on price?
- How far can we go in customizing our offering for each customer?
- How can we grow our business?
- How can we build stronger brands?
- How can we keep our customers loyal?
- How can we establish multiple channels and yet manage channel conflict?

Furthermore, the module includes an introduction to the analysis of *consumer behaviour*. In an increasingly complex marketing environment, marketers are continuously challenged to develop a profound understanding of how consumers or groups of consumers select, buy, and use products, services, or ideas. This module introduces students to the determinants involved in consumers’ decision making.

Last but not least, the students will develop an understanding of both the methods used in *market research* and their role in supporting marketing decision-making. Market research is the interface between an organization and its target publics used to identify marketing opportunities, to improve understanding of customers and to monitor marketing performance. The module addresses all stages of the market research process from definition of the research objectives over choice of research design, data collection, data analysis, to presentation of findings.

Lehrformen

A successful completion of the module requires students to commit about 300 learning hours. The workload is composed of 128 hours of class sessions and 160 - 180 hours of independent and self-directed learning activities outside of class and an exam.

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.

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang

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. Axel Schlich
<table>
<thead>
<tr>
<th>Lehrende:</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Prof. Dr. Axel Schlich, Dipl. Kfm. Bernhard Boeffgen</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Sonstige Informationen</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Lehrsprache:</td>
</tr>
<tr>
<td>English</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Literaturhinweise:</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Course participants will be provided with case studies, articles and lecture notes during the course. In addition, it’s recommended to use the following textbooks in order to deepen the understanding of marketing theory and practice.</td>
</tr>
</tbody>
</table>
Französisch I

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr.</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Franz I</td>
<td>150 h</td>
<td>5</td>
<td>2. 4. Semester</td>
<td>jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Lehrveranstaltungen

<table>
<thead>
<tr>
<th>Vorlesung</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>4 SWS / 64 h</td>
<td>86 h</td>
<td>unbeschränkt</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Verwendung des Moduls

- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Wahlpflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Wahlpflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Wahlpflichtmodul)

Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen


Inhalte

I. Präsens: regelmäßige und unregelmäßige Formen
II. Reflexive Verben im Präsens
III. Uhrzeit
IV. Die Verben êntre und avoir und ihre Unterschiede
V. Aller à…, venir de…
VI. Demonstrativpronomen
VII. Possessivpronomen
VIII. Bildung und Struktur von Sätzen
IX. Zahlen

Lehrformen

Seminaristischer Unterricht (abhängig v. Teilnehmerzahl) mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen am PC.

Schlüsselkompetenzen: Schriftliche und mündliche Präsentation von Inhalten und Zusammenhängen, Kommunikation über inhaltliche Aspekte

Wissensvermittlung via: Ausgewählte Texte

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
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:

- Sprachdozentin Frau Ellen Rana

Lehrende:

- LB

Sonstige Informationen

Literaturhinweise:

- Kirchning, G.: Le Francais Commercial
### Französisch II

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr.</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Franz II</td>
<td>150 h</td>
<td>5</td>
<td>1. Semester</td>
<td>Jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Lehrveranstaltungen</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Vorlesung</td>
<td>4 SWS / 64 h</td>
<td>86 h</td>
<td>unbeschränkt</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Verwendung des Moduls</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>▪ Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Wahlpflichtmodul)</td>
</tr>
<tr>
<td>▪ Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Wahlpflichtmodul)</td>
</tr>
<tr>
<td>▪ Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Wahlpflichtmodul)</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen</th>
</tr>
</thead>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Inhalte</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>II. Wiederholungen und Aufbau des Wortschatzes,</td>
</tr>
<tr>
<td>III. Vertiefung und Ergänzung der Grammatik tragen zur Sprach sicherheit bei.</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Lehrformen</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Seminaristischer Unterricht (abhängig von der Teilnehmerzahl) div. Übungsformen</td>
</tr>
<tr>
<td>Wissensvermittlung via: Ausgewählte Texte</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Teilnahmeveraussetzungen</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang</td>
</tr>
<tr>
<td>Inhaltlich: Französisch I, leicht Fortgeschrittene, Auffrischer ab Niveau A2</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Prüfungsformen</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Klausur</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Bestandene Modulprüfung</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Stellenwert der Note für die Endnote</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Modulverantwortliche/r:</td>
</tr>
<tr>
<td>▪ Sprachdozentin Frau Ellen Rana</td>
</tr>
<tr>
<td>Lehrende:</td>
</tr>
<tr>
<td>▪ LB</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Sonstige Informationen</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)</td>
</tr>
<tr>
<td>▪ Découverte de la France économique, Klett.</td>
</tr>
<tr>
<td>▪ Bescherelle, L´Art de conjuguer, Diesterweg.</td>
</tr>
<tr>
<td>▪ Les Combines du téléphone, PUG.</td>
</tr>
<tr>
<td>▪ Praxis-Grammatik Französisch, Pons.</td>
</tr>
<tr>
<td>Modulnr.</td>
</tr>
<tr>
<td>----------</td>
</tr>
<tr>
<td>Franz III</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Lehrveranstaltungen</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Vorlesung</td>
<td>4 SWS / 64 h</td>
<td>86 h</td>
<td>unbeschränkt</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Verwendung des Moduls**
- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Wahlpflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Wahlpflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Wahlpflichtmodul)

**Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen**
Nach diesem Modul sind die Studierenden in der Lage selbstständig französische Korrespondenz zu verfassen.

**Inhalte**
Selbständiger Ausdruck im schriftlichen und mündlichen Bereich mit Einführung in die französische Korrespondenz, Einüben der typischen Korrespondenzsprache durch Verfassen von Geschäftsbriefen nach Stichworten

**Lehrformen**
Seminaristischer Unterricht (abhängig von der Teilnehmerzahl) div. Übungsformen
Wissensvermittlung via: Ausgewählte Texte

**Teilnahmevoraussetzungen**
**Formal:** Zulassung zum Bachelor-Studiengang
**Inhaltlich:** Französisch I, leicht Fortgeschrittene, Auffrischer ab Niveau A2

**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:
- Sprachdozentin Frau Ellen Rana
Lehrende:
- LB

**Sonstige Informationen**
**Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)**
- Découverte de la France économique, Klett.
- Bescherelle, L’Art de conjuguer, Diesterweg.
- Les Combines du téléphone, PUG.
- Praxis-Grammatik Französisch, Pons.
Modulhandbuch Bachelor 2018-2

Business English II

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr.</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>BE II</td>
<td>150 h</td>
<td>5</td>
<td>2. 4. Semester</td>
<td>jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Lehrveranstaltungen

<table>
<thead>
<tr>
<th>Vorlesung</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Kontakzeit</td>
<td>4 SWS / 64 h</td>
<td>86 h</td>
<td>unbeschränkt</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Verwendung des Moduls
- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Wahlpflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Pflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Wahlpflichtmodul)

Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen
- 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
- They will learn how to discuss business related topics using appropriate register, select and organise suitable information, plan the structure, highlights and delivery of both written and oral presentations
- On successful completion of this module, participants should be able to:
  - collect appropriate data from a range of sources
  - undertake a simple research task with guidance
  - work effectively with others as a member of a team
  - take responsibility for their own learning

Inhalte
1. Presenting in English
2. Differences between written and spoken language
3. Presenting ideas- written
4. Presenting ideas- spoken
5. Oral presentations- structure, language and register
6. Techniques to aid oral presentations
7. Software tools: SPSS, PPT, Prezi and interactive presentations

Lehrformen

Schlüsselkompetenzen: groupwork, negotiating, communication, problem solving.

Wissensvermittlung via: PowerPoint, Gruppenarbeit, Tafel, Manuskript

Teilnahmeverarbeitung
Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen
Klausur und/oder Wiss. Hausarbeit (Portfolio)

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:
- Sprachdozentin Frau Ellen Rana
Lehrende:
- Sprachdozentin Frau Ellen Rana / LB

Sonstige Informationen

Literaturhinweise:
- Will be provided throughout the module
### Business English III

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr.</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
<th>Lehrveranstaltungen</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>BE III</td>
<td>150 h</td>
<td>5</td>
<td>2. 4. Semester</td>
<td>Jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
<td>Vorlesung: Kontaktzeit 4 SWS / 64 h, Selbststudium 86 h</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Verwendung des Moduls**
- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Wahlpflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Pflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Wahlpflichtmodul)

**Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen**
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

**Inhalte**
1. Identifying my qualities and skills, strengths and weaknesses
2. Creating ‘My Profile’
3. Understanding job adverts- specifications and descriptions
4. Filling in application forms- paper-based and online
5. An English Curriculum Vitae & Letter of Application
6. Assessment Centres – what to expect and the different tests
7. Giving presentations in the recruitment process
8. Interviews- face to face
9. Interviews - Telephone / online interviews
10. Job contracts- identifying important features

**Lehrformen**

Schlüsselkompetenzen: Communication, problem solving, group work, time management.
Wissensvermittlung via: PowerPoint, Gruppenarbeit, Tafel, Manuskript, Simulation von Bewerbungsgesprächen, Case studies.

**Teilnahmevoraussetzungen**
Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
Inhaltlich: Business English I

**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:
- Sprachdozentin Frau Ellen Rana
Lehrende:
- Sprachdozentin Frau Ellen Rana /LB

**Sonstige Informationen**
Literaturhinweise:
- Will be provided throughout the module
German Business Behaviour

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr.</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>GBB</td>
<td>150 h</td>
<td>5</td>
<td>2. 4. Semester</td>
<td>Jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Lehrveranstaltungen
- Vorlesung
  - Kontaktzeit: 4 SWS / 64 h
  - Selbststudium: 86 h

<table>
<thead>
<tr>
<th>Lehrveranstaltungen</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Vorlesung</td>
<td>4 SWS / 64 h</td>
<td>86 h</td>
<td>unbeschränkt</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Verwendung des Moduls
- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Wahlpflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Wahlpflichtmodul)

Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen
After completing this module students will have gained an insight into typical business behaviour in Germany which will increase their confidence about working in this environment.

Inhalte
I. typical German business structures
II. German leadership and management styles
III. managing and working with Germans
IV. working life in Germany

Lehrformen
Case studies, group work, exercises, student presentations, tests

Schlüsselkompetenzen: Communication, problem solving, group work, time management.

Wissensvermittlung via: Audio and visual aids, PowerPoint, online resources, paper based exercises

Teilnehmervoraussetzungen
- Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
- 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:
- Sprachdozentin Frau Ellen Rana
Lehrende:
- LB

Sonstige Informationen
Literaturhinweise:
- Will be provided throughout the module
Spanisch I

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr.</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Span I</td>
<td>150 h</td>
<td>5</td>
<td>2. 4. Semester</td>
<td>jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Lehrveranstaltungen

<table>
<thead>
<tr>
<th>Vorlesung</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>4 SWS / 64 h</td>
<td>86 h</td>
<td>unbeschränkt</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

Verwendung des Moduls

- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Wahlpflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Wahlpflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Wahlpflichtmodul)

Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen


Inhalte

Kommunikation:
- Begrüßung, Vorstellung, Angabe zum Beruf und Arbeitsort
- Ausdruck von Gefallen und Missfallen
- Tagesablauf und Gewohnheiten

Grammatik:
- Fragepronomen (qué, cuándo, dónde, cómo, etc...)
- Präsens (regelmäßige und unregelmäßige Formen)
- Gebrauch von „ser“ und „estar“
- Objekpronomen

Lehrformen

Seminärer Unterricht mit Vorträgen, Gruppenarbeiten, Rollenspielen, Übersetzungen und grammatischen Übungen.

Wissensvermittlung via: Ausgewählte Texte, Folien/-PowerPoint, Tafel

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
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:
- Sprachdozentin Frau Ellen Rana

Lehrende:
- LB

Sonstige Informationen

Literaturhinweise:
- Mirada Aktuell (Lehr- und Arbeitsbuch), Niveaustufe A1+A2, ISBN 3-19-00 4218-7
- Zusatzmaterial, das im Unterricht verteilt wird
<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulhandbuch Bachelor 2018-2</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Spanisch II</strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Modulnr.</strong></td>
</tr>
<tr>
<td>Span II</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Lehrveranstaltungen</strong></td>
</tr>
<tr>
<td>Vorlesung</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Verwendung des Moduls**
- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Wahlpflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Wahlpflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Wahlpflichtmodul)

**Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen**
Die Studierenden erwerben aktive und passive Sprachkompetenzen in der Alltagssprache.
Das Modul Spanisch II führt zum Spanisch-Niveau A2+, wie es im „Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen“ definiert ist.

**Inhalte**
Vertiefung der standardsprachlichen Kompetenzen beim Vokabular und in der Grammatik (kontextgebunden)
Grammatik-Themen:
- Formen und Gebrauch der Vergangenheit (pretérito perfecto, indefinido e imperfecto)
- Vergleich und Steigerung
- Bedingungsform
- Gebrauch von ser / estar + Adjektiv

**Lehrformen**
Seminaris-tischer Unterricht mit Vorträgen, Gruppenarbeiten, Rollenspielen, Übersetzungen und grammatischen Übungen.

**Schlüsselkompetenzen:** Kommunikationsfähigkeit in der Standardsprache (schriftlich und mündlich)

**Wissensvermittlung via:** Ausgewählte Texte, Folien-/PowerPoint, Tafel

**Teilnahmevoraussetzungen**
**Formal:** Zulassung zum Bachelor-Studiengang
**Inhaltlich:** Keine

**Prüfungsformen**
Klausur, Präsentation

**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:
- Sprachdozentin Frau Ellen Rana
Lehrende:
- LB

**Sonstige Informationen**
**Literaturhinweise:**
- Mirada Aktuell (Lehr- und Arbeitsbuch), Niveaustufe A1+A2, ISBN 3-19-00 4218-7
- Zusatzmaterial, das im Unterricht verteilt wird
Spanisch III

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr.</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Span III</td>
<td>150 h</td>
<td>5</td>
<td>2. 4. Semester</td>
<td>jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Lehrveranstaltungen

<table>
<thead>
<tr>
<th>Vorlesung</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>4 SWS / 64 h</td>
<td>86 h</td>
<td>unbeschränkt</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Verwendung des Moduls

- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Wahlpflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Wahlpflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Wahlpflichtmodul)

Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen


Inhalte

Vertiefung der standardsprachlichen Kompetenzen beim Vokabular und in der Grammatik (kontextgebunden)

- Grammatik-Themen:
  - Gebrauch der Zeiten: perfecto, indefinido und imperfecto
  - Präpositionen insbesondere (por/para)
  - Imperativ
  - Futur
- Interkulturalität: kulturelle Aspekte in Geschäftsverhandlungen in Spanien
- Vorbereitung des Portfolios: Lebenslauf, Bewerbungsbrief, eine dazugehörige E-Mail schreiben, Bewerbungsgespräch (simulierte Situation)

Lehrformen

Seminaristischer Unterricht mit Vorträgen, Gruppenarbeiten, Rollenspielen, Übersetzungen und grammatischen Übungen

Schlüsselkompetenzen: Kommunikationsfähigkeit in der Standardsprache mit dem Schwerpunkt „Beruf“ (schriftlich und mündlich)

Wissensvermittlung via: PowerPoint, Tafel, Simulationen von Bewerbungsgesprächen

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
Inhaltlich: Spanisch II

Prüfungsformen

Portfolio (Hausarbeit) (60%) + Mündlicher Ausdruck (40%)

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: Sprachdozentin Frau Ellen Rana
- Lehrende: LB

Sonstige Informationen

Literaturhinweise:

- Mirada Aktuell (Lehr- und Arbeitsbuch), Niveaustufe A1+A2, ISBN 3-19-00 4218-7
- Zusatzmaterial, das im Unterricht verteilt wird
Unternehmensbewertung und Jahresabschlussanalyse

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr.</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>JAA</td>
<td>150 h</td>
<td>5</td>
<td>2. 4. Semester</td>
<td>jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Lehrveranstaltungen

<table>
<thead>
<tr>
<th>Vorlesung</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>4 SWS / 64 h</td>
<td>86 h</td>
<td>unbeschränkt</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Verwendung des Moduls**

- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Wahlpflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Wahlpflichtmodul)

**Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen**

Nach diesem Modul kennen die Studierenden die Grundlagen und die wichtigsten Methoden der Unternehmensbewertung. Außerdem kennen sie die Grundlagen der Jahresabschlussanalyse und die wichtigsten Kennzahlen sowie Methoden der Jahresabschlussanalyse und deren Einsatzmöglichkeiten.

**Inhalte**


**Lehrformen**


Schlüsselkompetenzen: Erschließung anwendungsbezogener Aspekte.

Wissensvermittlung via: Lehrbücher, Übungen, Tafel, PowerPoint.

**Teilnahmevoraussetzungen**

Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang

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. Holger Philipps

Lehrende:

- LB

**Sonstige Informationen**

Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)

- Baetge, Kirsch, Thiele; Bilanzanalyse, Berlin, IdW-Verlag.
- Ballwieser; Unternehmensbewertung: Prozess, Methoden und Probleme.
- Hommel, Dehmel: Unternehmensbewertung case by case, UTB.
- IDW; IDW Standard: Grundsätze zur Durchführung von Unternehmensbewertungen, Düsseldorf, IDW-Verlag.
- Kniest, Henselmann; Unternehmensbewertung: Praxisfälle mit Lösungen, NWB.
- Schult/Brönel; Bilanzanalyse, Berlin.
Steuern (Einkommensteuer)

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr.</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>E-Steuer</td>
<td>150 h</td>
<td>5</td>
<td>2. 4. Semester</td>
<td>jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Lehrveranstaltungen
- Vorlesung
  - Kontaktzeit: 4 SWS / 64 h
  - Selbststudium: 86 h
  - geplante Gruppengröße: unbeschränkt

Verwendung des Moduls
- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Wahlpflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Wahlpflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang ”Mittelstandsmanagement“ (Wahlpflichtmodul)

Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen
Nach diesem Modul sind die Studierenden mit den Grundlagen der Einkommenssteuer vertraut. Sie sind in der Lage, die Einkunftsarten zu unterscheiden und eine Einkommenssteuerberechnung unter Berücksichtigung von Werbungskosten, Sonderausgaben und außergewöhnlichen Belastungen durchzuführen.

Inhalte
I. Einkommensteuerliche Grundbegriffe
II. Persönliche und sachliche Steuerpflicht
III. Unbeschränkte Steuerpflicht
IV. Verlustrechnung
V. Alle Einkunftsarten
VI. Gewinnermittlungen
VII. Werbungskosten
VIII. Sonderausgaben
IX. Außergewöhnliche Belastungen
X. Umfangreiche Fallbeispiele

Lehrformen
Seminarischer Unterricht mit Vortrags-, Diskussions- und Übungselementen.
Schlüsselkompetenzen: Aneignung fachlicher Grundkenntnisse, Diskussion über erarbeitete Lösungsvorschläge, Erschließung anwendungsbezogener Aspekte.
Wissensvermittlung via: Umfangreiches Arbeits- und Übungsskript u.a.m.

Teilnahmevoraussetzungen
- Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
- 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
- Prof. Dr. Arno Steudter

Sonstige Informationen
Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)
- Rose: Lehrbuch Einkommensteuer.
- Zimmermann/ Reyher: Lehrbuch Einkommensteuer.
- Bornhofen: Lehrbuch Einkommensteuer.
- Kussmann/ Martin: Lehrbuch Einkommensteuer.
Betriebliche Informationssysteme

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr.</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>BIS</td>
<td>150 h</td>
<td>5</td>
<td>2. 4. Semester</td>
<td>jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Lehrveranstaltungen

<table>
<thead>
<tr>
<th>Vorlesung</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>4 SWS / 64 h</td>
<td>86 h</td>
<td>max. 30 Studierende</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Verwendung des Moduls

- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Wahlpflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Wahlpflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Wahlpflichtmodul)

Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen


Inhalte

I. Prozessoptimierung mit betrieblichen Informationssystemen
II. Fachliche Ablauf der Logistikprozesse der Modellfabrik Koblenz
III. Grundlagen betrieblicher Informationssysteme
IV. ERP-Systeme am Beispiel SAP ERP
V. Anwendung eines ERP-Systems in den Prozessen der Modellfabrik Koblenz

Lehrformen

Seminaristischer Unterricht (abhängig v. Teilnehmerzahl) mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen. Wissensvermittlung via: PowerPoint, Unternehmenssimulation in Gruppenarbeit in der Modellfabrik Koblenz, Tafel, Manuskript, Diskussion, Kleingruppenarbeit, Praktische Übungen am SAP-ERP-System

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen

Klausur (ggf. unter Einbezug ERP-System)

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. Ayelt Komus
Lehrende:
- Prof. Dr. Ayelt Komus

Sonstige Informationen

Literaturhinweise:
- Körsgen, Frank: SAP ERP Arbeitsbuch – Grundkurs SAP ERP ECC 5.0/6.0 mit Fallstudien, akt. Aufl.
- Gadatsch, Andreas: Grundkurs Geschäftsprozessmanagement, akt. Aufl.
- Grundkurs SAP ERP: Geschäftsprozessorientierte Einführung Mit Durchgehendem Fallbeispiel (German Edition)
- Help.sap.com
Weiterführende Mathematik

**Modulnr.** Mathe II  
**Workload** 150 h  
**Credits** 5  
**Studiensemester** 2. 4. Semester  
**Häufigkeit des Angebots** Nur Sommersemester  
**Dauer** 1 Semester

<table>
<thead>
<tr>
<th>Lehrveranstaltungen</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Vorlesung</td>
<td>4 SWS / 64 h</td>
<td>86 h</td>
<td>unbeschränkt</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Verwendung des Moduls**
- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Wahlpflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Wahlpflichtmodul)

**Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen**
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).

**Inhalte**
Weiterführende Mathematik - Analysis  
- Differenzengleichungen  
- Differentialgleichungen  
- Vertiefung Integralrechnung

Weiterführende Mathematik – Lineare Algebra  
- Lineare Optimierung  
- Ökonomische Anwendungen

**Lehrformen**

**Teilnehmerzusatzsetzungen**
Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang  
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. Mark. O. Sellenthin

Lehrende:  
- Prof. Dr. Mark. O. Sellenthin / LB

**Sonstige Informationen**
**Literaturhinweise:**
- Matthäus & Matthäus (2009), Mathematik für BWL-Master, Vieweg + Teubner, Wiesbaden.
- Schwarze, Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Band 1, 2 und 3, akt. Aufl.
Qualitätsmanagement

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr.</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>QM</td>
<td>150 h</td>
<td>5</td>
<td>2. 4. Semester</td>
<td>jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Lehrveranstaltungen

<table>
<thead>
<tr>
<th>Vorlesung</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>4 SWS / 64 h</td>
<td>86 h</td>
<td>unbeschränkt</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Verwendung des Moduls

- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Wahlpflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Wahlpflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Wahlpflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Wirtschaftsingenieur” (Pflichtmodul)

Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen

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.

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

Lehrformen


Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang

Inhaltlich: Quantitative Methoden: Statistik/ Mathematik

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. Jörg Lux
Lehrende:
- Prof. Dr. Jörg Lux

Sonstige Informationen

Literaturhinweise:
- Bräkling, Oldtmann: Kundenorientiertes Prozessmanagement. expertverlag
- DIN EN ISO 9000:2008; Beuth Verlag
- DIN EN ISO 9001:2008; Beuth Verlag
- DIN EN ISO 9004:2000; Beuth Verlag
- DIN EN ISO 19011; Beuth Verlag
- Kamiske; Qualitätsmanagement von A bis Z, Hanser Verlag
# Rhetorik und Präsentationstechnik

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr.</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Rhe</td>
<td>150 h</td>
<td>5</td>
<td>2. 4. Semester</td>
<td>Jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Lehrveranstaltungen</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Vorlesung</td>
<td>4 SWS / 64 h</td>
<td>86 h</td>
<td>unbeschränkt</td>
</tr>
</tbody>
</table>

## Verwendung des Moduls
- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Wahlpflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Wahlpflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Wahlpflichtmodul)

## Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen

## Inhalte

I. Kommunikation
   - Grundlagen

II. Rhetorik
   - Grundlagen, Bestandteile, Gesetzmäßigkeiten, Selbst- und Fremdwirkung, Stilmittel, Rhetorikfehler, Umgang mit schwierigen Situationen, Exkurs: Stimmtraining

III. Präsentationstechnik/en
   - Adressatenanalyse, Planung des Medieneinsatzes, Zielsstezung, Visualisierung

## Lehrformen

## Teilnahmepausseasetzungen
- Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
- Inhaltlich: Keine

## Prüfungsformen
Wissenschaftliche Hausarbeit und Präsentation/rhetorischer Beitrag (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
- Claudia Hoffmann

## Sonstige Informationen

**Literaturhinweise:** (Jeweils die aktuelle Auflage.)
**Wirtschaftsgeografie**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr.</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Geo 1</td>
<td>150 h</td>
<td>5</td>
<td>2. 4. Semester</td>
<td>jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Verwendung des Moduls**
- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Wahlpflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Wahlpflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Wahlpflichtmodul)

**Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen**

**Inhalte**

**Lehrformen**

**Teilnahmevoraussetzungen**
Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
Inhaltlich: Interesse an ökonomischen und räumlichen Zusammenhängen. Bereitschaft sich aktiv am Unterricht zu beteiligen (Diskussionsteilnahme, Feedbackvergabe, Präsentation).

**Prüfungsformen**
Wiss. Hausarbeit + Präsentation

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
Bestandene Modulprüfung

**Stellenwert der Note für die Endnote**
Gewicht entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte

**Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende**
Modulverantwortliche/r:
  - Prof. Dr. Martin Kaschny
Lehrende:
  - Lisa Margarete Katharina Porz (M.Sc.)

**Sonstige Informationen**
**Literaturhinweise:**
Gründungsmanagement

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr.</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Grü</td>
<td>150 h</td>
<td>5</td>
<td>4. Semester</td>
<td>Jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Lehrveranstaltungen

<table>
<thead>
<tr>
<th>Vorlesung</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Vorlesung</td>
<td>4 SWS / 64 h</td>
<td>86 h</td>
<td>unbeschränkt</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Verwendung des Moduls
- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Wahlpflichtmodul)

Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen
Die Studierenden lernen in diesem Modul den Businessplan als zentrales Instrument der Unternehmensplanung sowie das Bewusstsein für unternehmerisches Management kennen. Es wird das entsprechende Wissen vermittelt, um grundlegende Entscheidungen im Unternehmen treffen zu können.

Inhalte
I. Allgemeines zum Businessplan
- Was ist ein Businessplan?
- Sinn und Zweck
- Sichtweise potenzieller Kapitalgeber
- Beispiele für typische Planungssituationen
- Planungsprozess
- Logischer Aufbau von Businessplänen
- Grundregeln für die Erstellung eines Businessplans

II. Zentrale Elemente des Businessplans
- Marketing and Vertrieb
- Organisation, Management und Schlüsselpersonen
- Realisierungsplanung
- Chancen und Risiken
- Planungsrechnungen
- Finanzbedarf

III. Übungen
- Executive Summary, Geschäftsmodell, Produkt oder Dienstleistung, Branche und Markt, Marketing, Management und Schlüsselpersonen, Chancen und Risiken, Finanzplanung

Lehrformen
Vorlesung, Übungselemente, Gruppenarbeit.

Schlüsselkompetenzen: Team- und Kooperationsfähigkeit (Argumentieren über Inhalte, Diskutieren und Moderieren von Seminarsitzungen), Selbstständiges Arbeiten, Präsentationskompetenz, Medienkompetenz

Wissensvermittlung via: PowerPoint-Präsentationen, Tafel, Manuskript, Einsatz von Planungssoftware, E-Rooms bzw. Wikis

Teilnahmevoraussetzungen
Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
Inhaltlich: BWL I und BWL II

Prüfungsformen
Hausarbeit und Präsentation

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
- Prof. Dr. Martin Kaschny

Sonstige Informationen
Literaturhinweise:
## Intercultural Communication

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr.</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>ICC</td>
<td>150 h</td>
<td>5</td>
<td>2. 4. Semester</td>
<td>jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

### Lehrveranstaltungen

<table>
<thead>
<tr>
<th>Vorlesung</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>4 SWS / 64 h</td>
<td>86 h</td>
<td>unbeschränkt</td>
</tr>
</tbody>
</table>

### Verwendung des Moduls
- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Wahlpflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Wahlpflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Wahlpflichtmodul)

### Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

The aims of this module are to:
- equip students with knowledge and understanding of concepts relating to intercultural communication
- provide students with a range of specific skills needed to study and work in an international setting
- develop transferable skills including: co-operative learning, critical thinking and expressing ideas in a clear, concise way
- demonstrate the importance of being ‘mindful’ in international situations

**Learning Outcomes:**

Participants should have gained knowledge and understanding of:
- their own personal culture
- how culture influences our behaviour and understanding of the world
- how the communication process works - both verbally and non-verbally
- how to minimise misunderstandings in a multicultural context
- how to find and synthesise key information from written and spoken sources
- how to engage in analytical and critical thinking
- how to present ideas and information to multicultural audiences
- how to think and work independently

### Inhalte

1. What is culture?
2. Discovering your own cultural traits
3. Stereotypes and generalisations
4. What is communication
5. Non-verbal communication
6. Models of Intercultural communication
7. High and low context cultures
8. Uses of time globally
9. Relationship building
10. Working in a culturally diverse team
11. English as the Lingua Franca for international meetings and negotiations

### Lehrformen

- lectures - live and recorded, student presentations, student-led discussions, synchronous and asynchronous online activities

Students are expected to conduct a considerable amount of independent reading/research/international team activities in addition to classroom based teaching.

**Schlüsselkompetenzen:** Communication, problem solving, group work, time management.

**Wissensvermittlung via:** Audio and visual aids, PowerPoint, online resources, paper based exercises

### Teilnahmevoraussetzungen

**Formal:** English language level minimum B2

**Inhaltlich:** Keine

### Prüfungsformen

- Hausarbeit

### Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

**Bestandene Modulprüfung**

Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte

### Stellenwert der Note für die Endnote

**Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende**

- Sprachdozentin Frau Ellen Rana

- Lehrende:
Sprachdozentin Frau Ellen Rana

Sonstige Informationen

Literaturhinweise:

Additional sources will be provided throughout the semester
### Regionalökonomie

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Regio</td>
<td>150 h</td>
<td>5</td>
<td>4. Semester</td>
<td>Mindestens jährlich</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Lehrveranstaltungen**
- **Vorlesung**
  - Kontaktzeit: 4 SWS / 64h
  - Selbststudium: 86 h
- **geplante Gruppengröße**: 60 Studierende

**Verwendung des Moduls**
- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Wahlpflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Wahlpflichtmodul)

**Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen**
Nach dem Besuch des Moduls können die Studierenden die regionale Dimension in die allgemeine Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik einordnen und kennen die wesentlichen Wachstumsfaktoren auf regionaler Ebene. Die Studierenden lernen die Bedeutung von Innovationen und Netzwerken für die ökonomische Entwicklung kennen.

**Inhalte**
- Grundfragen, Methoden und Gegenstand der Regional-, Innovations- und Netzwerkökonomik
- Räumliche Wachstumstheorien: Übersicht über die wesentlichen Ansätze
- Innovationen und Netzwerke als Wachstumsmotoren: Einführung in die Innovationsökonomik
- Mechanismen, die Innovationen und Netzwerke fördern: Innovationspolitik

**Lehrformen**
Seminarioffener Unterricht mit Vortrags-, Diskussions- und Übungselementen.
Regionaler Exkursion

**Teilnahmevoraussetzungen**
Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
Inhaltlich: Grundkenntnisse des Rechnungswesens

**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**
- Prof. Dr. Mark O. Sellenthin

**Sonstige Informationen**

**Literaturhinweise:**
- Pindyck, R. & Rubinfeld, D. (2009), Mikroökonomie, Pearson, München.
- Herrmann-Pillath, C. (2002), Grundriss der Evolutionsökonomik, UTB.
- Weise, Brandes, Eger & Kraft, (2005), Neue Mikroökonomie, Physica-Verlag, Heidelberg.
Schlüsselkompetenzen für Young Professionals

<table>
<thead>
<tr>
<th>Schlüssel</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>150 h</td>
<td>5</td>
<td>2. 4. Semester</td>
<td>Jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Lehrveranstaltungen

<table>
<thead>
<tr>
<th>Lehrveranstaltungen</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Vorlesung/Workshop</td>
<td>4 SWS / 64 h</td>
<td>86 h</td>
<td>unbeschränkt</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Verwendung des Moduls

- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Wahlpflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Wahlpflichtmodul)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Wahlpflichtmodul)

Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen

Inhalte
Jede Vorlesung ist in sich abgeschlossen und behandelt wechselnde Themen.

I. Abstraktes Denken
II. Analytisches Denken
III. Arbeitsmarkt
IV. Bewerbungsschreiben
V. Business-Shopping
VI. Eigenmotivation und Werte
VII. Karriereplanung
VIII. Motivation vs. Demotivation
IX. Networking
X. Präsentation
XI. Selbstmanagement
XII. Selbst-PR
XIII. Soziale Kompetenz
XIV. Teamfähigkeit

Lehrformen

Teilnahmevoraussetzungen
Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen
Wissenschaftliche Hausarbeit

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:
- Claudia Hoffmann
Lehrende:
- Claudia Hoffmann

Sonstige Informationen
Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)
- Weiterführende Literatur wird im Einzelfall genannt.
<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulhandbuch Bachelor 2018-2</th>
</tr>
</thead>
</table>

**Buchführung**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr.</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>BuFü</td>
<td>60 h</td>
<td>0</td>
<td>1. Semester</td>
<td>jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Lehrveranstaltungen**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Vorlesung</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>3 SWS / 48 h</td>
<td>12 h</td>
<td>unbeschränkt</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Verwendung des Moduls**

- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Propädeutikum)
- Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Propädeutikum)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsgestaltung” (Propädeutikum)
- Bachelor-Studiengang “Wirtschaftsingenieur” (Propädeutikum)

**Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen**

Anhand spezieller Geschäftsfälle haben die Studierenden die Systematik der „doppelten Buchführung“ verstanden. Sie kennen die Bedeutung der Buchführung für das gesamte Unternehmen sowie die elementaren Voraussetzungen für ein funktionierendes Rechnungswesen. Praktische Aufgaben können sie anhand ihrer erworbenen Kenntnisse beurteilen und lösen.

**Inhalte**

I. Grundlagen: Aufgaben – Bereiche des Rechnungswesens; Buchführung als Teil des REWE
II. Technik der Buchführung: u.a. Inventar-Inventur-Bilanz-Bestandskonten- Erfolgskonten
III. Buchung im Anlagevermögen: u.a. Abschreibungen – GWG – Verkauf von Anlagen
IV. Buchung der Umsatzsteuer (MwSt.): u.a. Wesen der USt – Verbuchung- Bilanzierung
V. Buchungen im Umlaufvermögen: u.a. Privatentnahme/Privateinlage – Einkaufsbereich - Verkaufsbereich
VII. Buchungen im Personalbereich: u.a. Sozialversicherungsbeiträge, Gehalt, Vorschüsse

**Lehrformen**


**Schlüsselkompetenzen:** Analytisches Denken durch die Erschließung systemimmanenter Strukturen.

**Wissensvermittlung via:** Overhead-Projektor, PowerPoint-Präsentation, Vorlesungsskript, Tafel

**Teilnahmevoraussetzungen**

**Formal:** Zulassung zum Bachelor-Studiengang

**Inhaltlich:** Keine

**Prüfungsformen**

Keine Prüfung

**Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten**

Keine Kreditpunkte

**Stellenwert der Note für die Endnote**

Kein

**Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende**

Modulverantwortliche/r:
- Prof. Dr. Behzad Karami

Lehrende:
- LB

**Sonstige Informationen**

**Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)**

- Bornhofen, M.: Buchführung 1
- Schmolke, Deitermann: Industrielles Rechnungswesen, Winklers Verlag
- Weber J., Weißenberger B.: Einführung in das Rechnungswesen: Bilanzierung und Kostenrechnung, Schäffer/Pöschel Verlag
Mathematik (Vorkurs)

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr.</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Mathe</td>
<td>48 h</td>
<td>0</td>
<td>1. Semester</td>
<td>jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Lehrveranstaltungen</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Vorlesung</td>
<td>2 SWS / 32 h</td>
<td>16 h</td>
<td>unbeschränkt</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Verwendung des Moduls**
- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Propädeutikum)
- Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Propädeutikum)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Propädeutikum)
- Bachelor-Studiengang “Wirtschaftsingenieur” (Propädeutikum)

**Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen**

**Inhalte**
I. Elementare Grundlagen, Zahlen und Zahlensysteme
II. Potenzen, Wurzeln, Logarithmen
III. Lösen von Gleichungen
IV. Funktionen und ihre Graphen
V. Differenzialrechnung
VI. Funktionen mit zwei Unbekannten (partielle Differentiation)
VII. Lineare Algebra, lineare Gleichungssysteme

**Lehrformen**
Seminariestischer Unterricht (abhängig v. Teilnehmerzahl) mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen. Wissensvermittlung via: PowerPoint, Tafel

**Teilnahmeveraussetzungen**
Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
Inhaltlich: Keine

**Prüfungsformen**
Keine Prüfung

**Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten**
Keine Kreditpunkte

**Stellenwert der Note für die Endnote**
Kein

**Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende**
Modulverantwortliche/r:
- Prof. Dr. Mark O. Sellenthin

Lehrende:
- Prof. Dr. Mark O. Sellenthin

**Sonstige Informationen**

**Literaturhinweise:**
- Sellenthin, M. (2017), Volkswirtschaftslehre – mathematisch gedacht, Springer Verlag
- Holland & Holland (2008), Mathematik im Betrieb, Gabler Wiesbaden
- Matthäus & Matthäus (2010), Mathematik für BWL-Bachelor, Vieweg+Teubner, Wiesbaden
- Matthäus & Matthäus (2009), Mathematik für BWL-Bachelor, Vieweg+Teubner, Wiesbaden
- Purket, W. (2008), Brückenkurs Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Teubner, Wiesbaden
- Schwarz, Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Band 1 und 2, aktuelle Aufl.
Wissenschaftliche Arbeitstechniken

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr.</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>WAT</td>
<td>150 h</td>
<td>0</td>
<td>3. 4. Semester</td>
<td>Jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Lehrveranstaltungen

<table>
<thead>
<tr>
<th>Vorlesung</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>2 SWS / 32 h</td>
<td>118 h</td>
<td>unbeschränkt</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Verwendung des Moduls

- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Propädeutikum)
- Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Propädeutikum)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Propädeutikum)
- Bachelor-Studiengang “Wirtschaftsingenieur” (Propädeutikum)

Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen


Inhalte

I. Aufzeigen der Projektdimension einer wissenschaftlichen Arbeit (inkl. Zeitplanung und -management)
II. Vorgaben des Fachbereichs (organisatorisch, zeitlich und formal)
III. Literatursuche und -beschaffung
IV. Gliederungsanalyse
V. Zitiertechniken
VI. Inhaltliche und sprachliche Anforderungen an eine wissenschaftliche Arbeit
VII. Strukturelle und sprachliche Gestaltung von wissenschaftlichen Texten

Lehrformen

Seminaristisch, mit Vortrags- und Übungsselementen sowie Einzel- und/oder Gruppenarbeiten

Schlüsselkompetenzen: Analyse komplexer Sachverhalte und deren Darstellung, praktische Umsetzung theoretisch erlernter Inhalte, Selbst- und Zeitmanagement, Selbstständigkeit.

Wissensvermittlung via: Vorlesung und Materialien zur Vorlesung (Gestaltungsbeispiele, Übungen u.a.).

Teilnehmervoraussetzungen

Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen
Keine Prüfung

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
Keine Kreditpunkte

Stellenwert der Note für die Endnote

Kein Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende

Modulverantwortliche/r:
- Prof. Dr. Holger Philipp
- Claudia Hoffmann

Sonstige Informationen

Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)

- Rossig/ Prätsch: Wissenschaftliche Arbeiten.
- Franck, Norbert (2017): Handbuch wissenschaftliches Arbeiten, was man für ein erfolgreiches Studium wissen und können muss, 3. Aufl., Paderborn: Ferdinand Schöningh.
- Norm E DIN ISO 690:2013-10 (D) (lässt DIN 1505 Teil 2 ab)
Argumentation und Debatte

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr.</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Debatte</td>
<td>150 h</td>
<td>0</td>
<td>1.-6. Semester</td>
<td>Jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Lehrveranstaltungen

<table>
<thead>
<tr>
<th>Seminar</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>4 SWS / 64 h</td>
<td>86 h</td>
<td>30 Studierende</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Verwendung des Moduls

- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Propädeutikum)
- Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Propädeutikum)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Propädeutikum)
- Bachelor-Studiengang “Wirtschaftsingenieur” (Propädeutikum)

Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen


Inhalte

In diesem Kurs werden die Grundlagen der Argumentation und des Debattierens im Rahmen praktischer Übungen vermittelt.

I. Kommunikationsmuster
II. Grundlagen der Argumentation
III. Standpunkte definieren
IV. Körpersprache einsetzen und interpretieren
V. Grundlagen der Debatte
VI. Argumentieren und Debatieren

Lehrformen


Schlüsselkompetenzen: Analyse komplexer Sachverhalte und deren Darstellung, praktische Umsetzung theoretisch erlernter Inhalte, Selbst- und Zeitmanagement, Selbstständigkeit.


Teilnahmeveranlassungen

Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen

Keine Prüfung

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Keine Kreditpunkte

Stellenwert der Note für die Endnote

Kein

Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende

Modulverantwortliche/r:
- Claudia Hoffmann
Lehrende:
- Claudia Hoffmann

Sonstige Informationen

Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage.)
# China - Sprache und Business I

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr.</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>China I</td>
<td>48 h</td>
<td>0</td>
<td>1.-6. Semester</td>
<td>Jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Lehrveranstaltungen</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Vorlesung</td>
<td>2 SWS / 32 h</td>
<td>16 h</td>
<td>unbeschränkt</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Verwendung des Moduls**
- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Propädeutikum)
- Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Propädeutikum)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Propädeutikum)
- Bachelor-Studiengang “Wirtschaftsingenieur” (Propädeutikum)

**Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen**
Nach diesem Modul haben die Studierenden ein erstes Grundverständnis zur chinesischen Kultur aufgebaut und den ersten Kontakt zur chinesischen Sprache hergestellt.

**Inhalte**

I. Ausspracheübungen
II. Einfache Begriffe und Zusammenhänge
III. Einfache Konversation
IV. Einfache Dialoge
V. Einfache Schriftzeichen
VI. Kulturelle Aspekte
VII. Business Aspekte

**Lehrformen**
Seminaristischer Unterricht mit Vortrags-, Diskussions- und Übungselementen.
Schlüsselkompetenzen: Erstes Verständnis für Sprache, Kultur und Business in China.
Wissensvermittlung via: Vorträge und Übungen.

**Teilnahmevoraussetzungen**

**Formal:** Zulassung zum Bachelor-Studiengang

**Inhaltlich:** Keine

**Prüfungsformen**
Keine Prüfung

**Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten**
Keine Kreditpunkte

**Stellenwert der Note für die Endnote**
Kein

**Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende**

Modulverantwortliche/r:
- Sprachdozentin Frau Ellen Rana

Lehrende:
- LB

**Sonstige Informationen**

**Literaturhinweise:**
- Gemäß Literaturliste.
<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr.</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>China II</td>
<td>48 h</td>
<td>0</td>
<td>1.-6. Semester</td>
<td>jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Lehrveranstaltungen</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Vorlesung</td>
<td>2 SWS / 32 h</td>
<td>16 h</td>
<td>unbeschränkt</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Verwendung des Moduls**
- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Propädeutikum)
- Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Propädeutikum)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Propädeutikum)
- Bachelor-Studiengang “Wirtschaftsingenieur” (Propädeutikum)

**Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen**
Nach Besuch des Moduls haben die Studierenden weitere Impressionen der chinesischen Kultur kennengelernt und vertieft.

**Inhalte**
I. Ausspracheübungen
II. Vertiefung Begriffe und Zusammenhänge
III. Vertiefung Konversation
IV. Vertiefung Dialoge
V. Schriftzeichenübungen
VI. Aktuelle Kulturelle Aspekte
VII. Vertiefung Business Aspekte

**Lehrformen**
Seminaristischer Unterricht mit Vortrags-, Diskussions- und Übungselementen.
Schlüsselkompetenzen: Vertiefung des Verständnisses für Sprache, Kultur und Business in China aus dem Block I.
Wissensvermittlung via: Vorträge und Übungen.

**Teilnahmevoraussetzungen**
Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
Inhaltlich: Keine

**Prüfungsformen**
Keine Prüfung

**Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten**
Keine Kreditpunkte

**Stellenwert der Note für die Endnote**
Kein

**Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende**
Modulverantwortliche/r:
- Sprachdozentin Frau Ellen Rana
Lehrende:
- LB

**Sonstige Informationen**
**Literaturhinweise:**
- Gemäß Literaturliste.
### Modulhandbuch Bachelor 2018-2

#### China – Sprache und Business III

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modulnr.</th>
<th>Workload</th>
<th>Credits</th>
<th>Studiensemester</th>
<th>Häufigkeit des Angebots</th>
<th>Dauer</th>
<th>Lehrveranstaltungen</th>
<th>Kontaktzeit</th>
<th>Selbststudium</th>
<th>geplante Gruppengröße</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>China III</td>
<td>48 h</td>
<td>0</td>
<td>1.-6. Semester</td>
<td>jedes Semester</td>
<td>1 Semester</td>
<td>Vorlesung</td>
<td>2 SWS / 32 h</td>
<td>16 h</td>
<td>unbeschränkt</td>
</tr>
</tbody>
</table>

#### Verwendung des Moduls
- Bachelor-Studiengang “Business Administration” (Propädeutikum)
- Bachelor-Studiengang “Marketing and International Business” (Propädeutikum)
- Bachelor-Studiengang “Mittelstandsmanagement” (Propädeutikum)
- Bachelor-Studiengang “Wirtschaftsingenieur” (Propädeutikum)

#### Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen
Nach Besuch des Moduls haben die Studierenden weitere Impressionen der chinesischen Kultur kennengelernt und vertief.

#### Inhalte
1. Vertiefung Ausspracheübungen
2. Erweiterung Begriffe und Zusammenhänge
3. Vertiefung Konversation
4. Erste bilaterale Dialoge
5. Vertiefung Schriftzeichenübungen
6. Spezielle kulturelle Aspekte
7. Spezielle Business Aspekte

#### Lehrformen
Seminaristischer Unterricht mit Vortrags-, Diskussions- und Übungselementen.

#### Schlüsselkompetenzen
Vertiefung des Verständnisses für Sprache, Kultur und Business in China aus dem Block II.

Wissensvermittlung via: Vorträge und Übungen.

#### Teilnahmeveranlagungen
Formal: Zulassung zum Bachelor-Studiengang
Inhaltlich: Keine

#### Prüfungsformen
Keine Prüfung

#### Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
Keine Kreditpunkte

#### Stellenwert der Note für die Endnote
Kein

#### Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende
Modulverantwortliche/r:
- Sprachdozentin Frau Ellen Rana
- LB

#### Sonstige Informationen
Literaturnhinweise:
- Gemäß Literaturliste.