HOCHSCHULE KOBLENZ
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Modulhandbuch

für die Bachelor-Studiengänge

- Business Administration

- Business Administration dual

- Business Administration - Steuern dual

- Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

- Marketing and International Business

- Mittelstandsmanagement

Stand: Februar 2021

Inhaltsverzeichnis

Erklärungen zu den einzelnen Modularten 5
Pflichtmodule 5
Schwerpunktmodule 5
Wahlpflichtmodule (Electives) 5
Wahlmodule (Freiwillige Leistungen) 5
I. PFLICHTMODULE (am Beispiel des Studiengangs: „Business Administration“) * 6
Einführung in die Betriebswirtschaftslehre 7
Introduction to Business Administration 10
Volkswirtschaftslehre I (Mikroökonomie) 12
Einführung in das Rechnungswesen 14
Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung 16
Mathematik I 18
Mathematik 20
Business English I 22
Marketinggrundlagen 24
Marketing Basics 26
Personal und Organisation 28
Statistik 30
Statistics 32
Volkswirtschaftslehre II (Makroökonomie / angewandte Wirtschaftspolitik) 34
Operations Management 36
Jahresabschluss 38
Finanzierung und Investition I 40
Steuern I (Einführung / Einkommensteuer) 42
Einführung in das Controlling 44
Einführung in die wissenschaftlichen Arbeitstechniken 46
Introduction to academic writing 48
Wissenschaftliches Arbeiten 50
Recht I (BGB) 52
Unternehmensführung (Corporate Management) 54
Grundlagen der Wirtschaftsinformatik und der Digitalen Transformation 56
Recht II (Arbeitsrecht / Handels- und Gesellschaftsrecht) 58

Projektmanagement 60
Projektphase 62
Wissenstransferphase 64
Bachelor-Thesis 66
II. SCHWERPUNKTMODULE 68
Beschaffung und Logistik 69
Betriebliche Außenwirtschaft 71
Brand Management and Marketing Communications 73
Dienstleistungsmanagement 76
Einführung in das Mittelstandsmanagement 79
Externes und Internes Rechnungswesen 81
Finanzierung und Investition II 84
Gründungs- und Nachfolgemanagement / Innovationsmanagement 86
Human Resource Management / Operatives Personalmanagement 90
International Business 92
Marketing and Consumer Behaviour 95
Marketingmanagement 97
Produktionswirtschaft / OR 99
Steuern II (Unternehmenssteuern) 101
Wirtschaftsprüfung 103
III. WAHLPFLICHTMODULE (Electives) 105
Betriebliche Informationssysteme 106
Business English II 108
Business English III 110
Business Planning 112
China I - Wirtschaftsnation China entdecken und verstehen 114
China II - Geschäftskontakte aufbauen und pflegen 116
Französisch I 118
Französisch II 120
Französisch III 122
Intercultural Communications/ Understand up Intercultural Commons 124
Mathematik II (Dynamische Modellierung und Lineare Optimierung) 126
Qualitätsmanagement 128

Regionale und internationale Netzwerke **130**
Rhetorik und Präsentationstechnik **132**
Schlüsselkompetenzen für Young Professionals **134**
Spanisch I **136**
Spanisch II **138**
Spanisch III **140**
Steuern III (Abgabenordnung und Umsatzsteuer) **142**
Unternehmensbewertung und Jahresabschlussanalyse **144**
Wirtschaftsgeografie **146**
Diversity in Marketing **148**

Erklärungen zu den einzelnen Modularten

Pflichtmodule

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

Pflichtmodule sind mit ECTS-Punkten ausgestattet.

Schwerpunktmodule

Schwerpunktmodule sind Module, die von den Studierenden aus einem bestimmten Fächerkatalog gewählt werden und deren Lehrinhalte i.d.R. auf dem in den Pflichtmodulen vermittelten Grundlagenwissen aufbauen. Die Studierenden erwerben vertiefende Kenntnisse in ausgesuchten Spezialgebieten.

Schwerpunktmodule sind ebenfalls mit ECTS-Punkten ausgestattet und umfassen das Doppelte an Semesterwochenstunden wie Pflicht- oder Wahlpflichtmodule. Schwerpunktmodule müssen zur Erreichung des Studienziels erfolgreich abgeschlossen werden.

Wahlpflichtmodule (Electives)

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

Wahlmodule (Freiwillige Leistungen)

Wahlmodule sind Module, die auf rein freiwilliger Basis von den Studierenden belegt werden können. Es sind zusätzliche Module, für die keine ECTS-Punkte vergeben werden.
Die Belegung eines Wahlmoduls ist für einen erfolgreichen Studienabschluss nicht erforderlich.

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

Code-Nr.	Modulbezeichnung	Semester / SWS															
		1.		2.		3.		4.		5.			6.				
		SWS	A	SWS	A	SWS	A	SWS	A	SWS	A		SWS	A			
		K	S	K	S	K	S	K	S	K	S		K	S			
BPBWL	Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	4	**5**									PRAKTISCHE STUDIENPHASE / AUSLANDSSEMESTER			PROJEKTPHASE	BACHELORARBEIT	
		64	86														
BPVW1	Volkswirtschaftslehre I (Mikroökonomie)	4	**5**														
		64	86														
BPREW	Einführung in das Rechnungswesen	4	**5**														
		64	86														
BPGKL	Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung	4	**5**														
		64	86														
BPMA1	Mathematik I	4	**5**														
		64	86														
BPEN1	Business English I	4	**5**														
		64	86														
BPMAG	Marketinggrundlagen			4	**5**												
				64	86												
BPPUO	Personal und Organisation			4	**5**												
				64	86												
BPSTA	Statistik			4	**5**												
				64	86												
BPVW2	Volkswirtschaftslehre II (Makroökonomie / Angewandte Wirtschaftspolitik)			4	**5**												
				64	86												
BPOPM	Operations Management			4	**5**												
				64	86												
BPJAB	Jahresabschluss			4	**5**												
				64	86												
BPFI1	Finanzierung und Investition I					4	**5**										
						64	86										
BPST1	Steuern I (Einführung / Einkommensteuer)					4	**5**										
						64	86										
BPCON	Einführung in das Controlling					4	**5**										
						64	86										
BPWAT	Einführung in die wissenschaftlichen Arbeitstechniken					4	**3**										
						64	26										
BPRE1	Recht I (BGB)							4	**5**								
								64	86								
BPUFÜ	Unternehmensführung (Corporate Management)									4	**5**						
										64	86						
BPWIN	Grundlagen der Wirtschaftsinformatik und der Digitalen Transformation									4	**5**						
										64	86						
BPRE2	Recht II (Arbeitsrecht / Handels- und Gesellschaftsrecht)									4	**5**						
										64	86						
BPPJM	Projektmanagement												4	**3**			
													64	26			

* Studienverlaufspläne anderer Studiengänge gemäß Prüfungsordnung

Einführung in die Betriebswirtschaftslehre

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

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

Lehrsprache
Deutsch / Englisch

Verwendung des Moduls (Studiengang)

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration Steuern dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☒ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes)

Fachkompetenz:

- Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen sind die Studierenden in der Lage, die grundlegenden Entscheidungen in Unternehmen und betriebswirtschaftlichen Forschungsmethoden darzustellen.
- Sie können die betriebswirtschaftlichen Teilgebiete definieren und deren Verflechtungen beschreiben.
- Sie können Problemstellungen der Betriebswirtschaftslehre erkennen, analysieren und Lösungsvorschläge entwickeln.
- Sie kennen die Notwendigkeit und das Problem des Transfers zwischen Theorie und Praxis.

Methodenkompetenz:

- Die Studierenden werden in die Lage versetzt, ihre Problemlösefähigkeit, Transfer- und Analysefähigkeit zu verbessern.
- Sie erkennen die erkenntnis- und wissenschaftstheoretischen Methoden des Faches.

Sozialkompetenz:

- Die Studierenden entwickeln ihre Team- und Kooperationsfähigkeit.
- Sie entwickeln ihre Diskussions- und Argumentationsfähigkeit über gegebene Inhalte.

Selbstkompetenz:

- Die Teilnahme an diesem Modul fördert die Fähigkeiten des Selbstmanagements wie z. B. der Selbstlernkompetenz und der sinnvollen Zeiteinteilung bei der Vorbereitung auf die zu erbringende Prüfungsleistung.

- Das Modul trägt dazu bei, dass die Studierenden ein ethisches Bewusstsein in Bezug auf die gesellschaftliche Verantwortung von Marktteilnehmer/innen, insbesondere von Unternehmen und Konsumenten, entwickeln.

Inhalte

Ausgewählte Themen der Einführung in das Fach Betriebswirtschaftslehre, insbesondere aus den folgenden Bereichen:

- 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
- BWL als Wissenschaft (u. a. BWL als theoretische und angewandte Wissenschaft; Grundbegriffe der Wissenschaftstheorie; Geschichte des Faches)
- 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 mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen.

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Keine

Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen

Klausur

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte

Modulverantwortliche/r:

- Prof. Dr. Sibylle Treude

Lehrende:

- Lehrende des Fachbereichs, Lehrbeauftragte

Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage)

- Capaul, Roman; Steingruber, Daniel: Betriebswirtschaft verstehen. Das St. Galler Management-Modell.
- Hutzschenreuter, Thomas: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Grundlagen mit zahlreichen Praxisbeispielen.
- Jung, Hans: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre
- Kornmeier, Martin: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Eine Einführung für Wirtschafts-wissenschaftler.
- Schierenbeck, Henner; Wöhle, Claudia B.: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre.

- Thommen, Jean-Paul; Achleitner, Ann-Kristin: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht.
- Vahs. Dietmar; Schäfer-Kunz, Jan: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, aktuelle Auflage
- Wöhe, Günter; Döring, Ulrich: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre.

Introduction to Business Administration

ModulInr.	Workload	Credits	Study Semester	Frequency of supply	Duration
BPBWL	150 h	5	1. semester	each semester	1 semester

Course	Contact time	Self-study	Group size
Seminar	4 SWS / 64 h	86 h	30 students

Teaching language
english

Use of module (Study program)

☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration
☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual
☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration Steuern dual
☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“
☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business
☐ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement
☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen
☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen
☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Learning outcomes

Professional skills:
- Students are able to illustrate basic business decisions and adequate research methods.
- Students are able to define and describe business functions and disciplines as well as the interplay of such.
- Students are able to identify and analyze business problems and develop proposals for solutions.
- Students are aware of the challenges of theory-to-practice transfer.

Methodological skills:
- Students are enabled to improve their abilities in problem-solving, academic transfer and analysis.
- Student know the specific epistemological framework and methods.

Social skills:
- Students develop their competencies in collaboration and teamwork.
- Students build skills in arguing and discussing about given topics.

Self-competence:
- The module encourages students in their capabilities of self-management. For instance, in regard to self-studying and time-management of the exam preparation process.
- The module contributes to the development of ethical consciousness in regard to the social responsibility of market players, in particular companies and consumers.

Content:

Selection of topics:

- Business Administration as a science (theoretical and practical perspectives, theoretical foundations, history of BWL)
- Key terms, components and objectives of business administration (e.g., economic principle, competition, market forms)
- Overview of basic business functions (in particular, finance, investment, organization, HR, marketing, procurement, production, logistics, accounting, controlling).
- Initial management decision (e.g., location decisions, objectives, legal forms of organizations)
- Management basics (e.g., planning process, strategic management)
- Introduction of business and corporate ethics
- Schools of thought and theories of BWL (e.g., production factors, institutionalization, behavioral theories)

Knowledge transfer

by wall board, presentations, scripts, text-based information, tasks, case studies, discussions

Teaching formats

Seminar with speeches, presentations, discussions and working tasks

Requirements

Formal: Students of Bachelor program (MIB)

Content: No requirements

Forms of examination

Written exam or written assignment/report

Necessary conditions for credits

Passed examination

Weight of the grading

According to the ECTS points

Modul representative and lecturers

Module representatives:

- Prof. Dr. Sibylle Treude

Lecturers:

- Prof. Dr. Andreas Hesse
- Teaching staff of the faculty

Additional Information

Literature list

- Capaul, Roman; Steingruber, Daniel: Betriebswirtschaft verstehen. Das St. Galler Management-Modell.
- Hutzschenreuter, Thomas: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Grundlagen mit zahlreichen Praxisbeispielen.
- Kornmeier, Martin: Wissenschaftliches Schreiben leicht gemacht für Bachelor, Master und Dissertation.
- Kornmeier, Martin: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Eine Einführung für Wirtschafts-wissenschaftler.
- 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.

Volkswirtschaftslehre I (Mikroökonomie)

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BPVW1	150 h	5	1. Semester	Jedes Semester	1 Semester

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

Lehrsprache
Deutsch

Verwendung des Moduls (Studiengang)

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration Steuern dual

☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☒ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen
Die Studierenden sollen am Ende des Moduls grundlegende Kenntnisse in den folgenden Gebieten haben: Grundfragen der Volkswirtschaftslehre und Gegenstand der Mikroökonomie, Haushalts-, Unternehmens-, Markt- und Preistheorie. Ferner sollen sie die Modelle der Mikroökonomie auf Fälle der volkswirtschaftlichen Praxis anwenden können.

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-, Übungselementen

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: keine

Inhaltlich: keine

Prüfungsformen

Klausur

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte

Modulverantwortliche/r:

- Prof. Dr. Georg Schlichting

Lehrende:

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

Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage)

- Bartling, H. / Luzius, F., Grundzüge der Volkswirtschaftslehre.
- Bofinger, P., 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.

Einführung in das Rechnungswesen

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

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Vorlesung Übung	4 SWS / 64 h 2 SWS / 32 h	54 h	60 Studierende

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 (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☒ Bachelor-Studiengang: Keramik-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

Vorlesung

- 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.

Übung

Fallstudien und Praxisfälle zum externen Rechnungswesen

Lehrformen

Vorlesung mit Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung

Teilnahmevoraussetzungen:

Formal: Keine

Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen

Klausur

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte

Modulverantwortliche/r:

- Prof. Dr. Behzad Karami, Prof. Dr. Jürgen Mertes

Lehrende:

- Prof. Dr. Jürgen Mertes, Lehrbeauftragte

Literaturhinweise: (jeweils die aktuellste Auflage)

- Bornhofen, M.: Buchführung 1;
- Schmolke, S./Deitermann, M.: Industrielles Rechnungswesen;
- Weber, J./Weißenberger, B.: Einführung in das Rechnungswesen: Bilanzierung und Kostenrechnung.

Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung

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

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Vorlesung Übung	4 SWS / 64 h 2 SWS / 32 h	54 h	60 Studierende
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 (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☒ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Die Studierenden kennen nach Abschluss des Moduls als Fachkompetenz die Aufgaben und Teilbereiche des internen Rechnungswesens, gelernte Verfahren und Methoden können sie in die Praxis umsetzen. Sozialkompetenz wird durch die Bearbeitung von Übungsaufgaben in Lerngruppen aufgebaut. Ebenso wird das Denken in betriebswirtschaftlichen Kategorien und Zusammenhängen trainiert.

Inhalte

Vorlesung

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

Übung:

Fallbeispiele zur Kosten- und Leistungsrechnung

Lehrformen

Vorlesung mit Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung

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

Mathematik I

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BPMA1	150 h	5	1. Semester	Jedes Semester	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Vorlesung	4 SWS / 64 h	86 h	60 Studierende
Lehrsprache Deutsch			

Verwendung des Moduls (Studiengang)

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration Steuern dual

☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes)

Nach diesem Modul sind die Studierenden in der Lage weiterführende Themen der mathematischen Modellierung zu behandeln. Dies beinhaltet vertiefende Themen im Bereich der Analysis und der dynamischen Modellierung (Differenzen- und Differentialgleichungen) und weiterführende Themen der Linearen Algebra (Lineare Optimierung).

Kompetenzen

- Fachkompetenz
- Methodenkompetenz

Inhalte

Weiterführende Mathematik - Analysis

- Differenzengleichungen
- Differentialgleichungen
- Vertiefung Integralrechnung

Weiterführende Mathematik – Lineare Algebra

- Lineare Optimierung
- Ökonomische Anwendungen

Lehrformen

Vorlesung mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen.

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Keine

Inhaltlich: Keine

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

Mathematik

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BPMAV	210 h	8	1. Semester	Jedes Semester	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Vorlesung	6 SWS / 96 h	120 h	20 Studierende
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 (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☐ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Nach Absolvierung dieses Moduls haben die Studierenden grundlegende mathematische Kenntnisse in folgenden Bereichen erworben: Elementare Grundlagen, Potenzen, Wurzeln, Logarithmen, Gleichungen und Ungleichungen, Differentialrechnung mit einer und mehreren Variablen, Integralrechnung, Lineare Algebra und Lineare Gleichungssysteme.

Inhalte

Grundlagen: Zahlen und Zahlsysteme, Potenzen, Wurzeln, Logarithmen
Lösen von Gleichungen und Ungleichungen
Funktionen und ihr Graphen
Differentialrechnung und deren wirtschaftswissenschaftliche Anwendung
Funktionen mit mehreren Unbekannten (partielle Differentiation)
Optimierungsverfahren unter Nebenbedingungen
Integralrechnung und deren wirtschaftswissenschaftliche Anwendung
Lineare Algebra und Lineare Gleichungssysteme

Wissensvermittlung via: PowerPoint, Tafel

Lehrformen

Vorlesung mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen.

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

Business English I

Modul	Workload	Credits	Study Semester	Frequency of supply	Duration
BPEN1	150 h	5	1. semester	each semester	1 Semester

Course	Contact time	Self-study	Group size
Seminar Tutorial	2 SWS / 32 h 2 SWS/ 32 h	86 h	20 students
Teaching language english			

Use of module (Study program)

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration Steuern dual

☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☒ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Learning Outcomes

Students are divided into small groups based on the results of an English language placement test given at the start of the semester. The module is split into two components, business vocabulary and business communication.

On successful completion of Business English I, participants should have reached a minimum level of B2, however, this is dependent on their respective language level on entry.
Students should also 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 business English.
- their overall ability to communicate in English in business settings.

Self-competence:
Communication, problem solving, group work, information retrieval, time management

Content:

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. Business reports & emails
7. Suitable register for business situations

Teaching formats

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

Requirements

Formal: 7 to 9 years school English

Content: No requirements

Forms of examination

Written exam or written assignment/report

Necessary conditions for credits

Passed examination

Weight of the grading

According to the ECTS points

Modul representative and lecturers

Modul representative:

- Ellen Rana

Lecturers:

- Ellen Rana; LB

Additional Information

Literature list:

- Murphy: Essential Grammar

Marketinggrundlagen

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BPMAG	150	5	2. Semester	Jedes Semester	1 Semester

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

Lehrsprache
Deutsch

Verwendung des Moduls (Studiengang)

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration Steuern dual

☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes)

Das Modul dient der Einführung in das Marketing. Die Studierenden kennen wichtige Marketing-Entscheidungssituationen kennen und sind in der Lage, diese mithilfe geeigneter Methoden zu lösen. Hierzu wird folgende Fach- und Methodenkompetenz wird vermittelt:

- Die Studierenden lernen den Prozess der Marketingplanung mit ihren strategischen und operativen Elementen kennen.
- Die Studierenden besitzen ein fundiertes Wissen zur Interpretation und Anwendung der verschiedenen Maßnahmen des Marketing-Mix (Produkt, Preis, Kommunikation und Distribution) unter besonderer Berücksichtigung der fortschreitenden Digitalisierung.
- Die Studierenden werden mit den spezifischen Herausforderungen im Konsumgüter-, Investitionsgüter- und Dienstleistungsmarketing sowie deren Implikationen für das Marketing vertraut gemacht.
- Die Studierenden erhalten einen ersten Einblick in die Methoden der Marktforschung.
- Den Studierenden lernen wichtige Marketing-Trends kennen und untersuchen marketingrelevante Unternehmensentscheidungen durch Studium der aktuellen Wirtschaftspresse.

Darüber hinaus werden die Studierenden in die Lage versetzt, die Ergebnisse von Übungen den anderen Teilnehmern und dem Dozenten vorzustellen.

Kompetenzen

Fachkompetenz: Strategische und operative Marketingplanung, aktuelle Marketingtrends, Grundlagen der Marktforschung.

Methodenkompetenz: Selbstständiges Arbeiten, Arbeiten in Gruppen, Diskussionsfähigkeit, Anwendung von Methoden im Rahmen der Marketingplanung

Inhalte

- Grundlegende Begriffe im Marketing
- Besonderheiten des Konsumgüter-, Investitionsgüter- und Dienstleistungsmarketing
- Einführung in die Erforschung des Konsumentenverhaltens
- Einführung in das organisationale Kaufverhalten
- Der Prozess der strategischen und operativen Marketingplanung
- Produktpolitische Entscheidungen mit den Schwerpunkten Innovationsprozesses und Markenführung
- Methoden zur Preissetzung und Preisdifferenzierung
- Kommunikations- und vertriebspolitische Entscheidungen
- Einführung in Online-Marketing und E-Commerce
- Aktuelle Trends im Marketing
- Untersuchung aktueller Unternehmensentscheidungen im Bereich Marketing und deren Einordnung in den Vorlesungsstoff
- Einführung in die Marktforschung: Ziele, Methoden zur Gewinnung von Primär- und Sekundärdaten, ausgewählte uni- und bivariate statistische Analyseverfahren

Lehrformen

Vorlesung mit Vortrags-, Diskussions- und Übungselementen. Aufgaben in der Online-Lernplattform der Hochschule (OLAT), Studium der aktuellen Wirtschaftspresse.

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Keine
Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen

Klausur

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte

Modulverantwortliche/r:
Bernhard Böffgen
Lehrende:
Bernhard Böffgen

Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage)

- Scharf, A./Schubert, B./Hehn, P.: Marketing. Einführung in Theorie und Praxis
- Homburg, Christian: Marketingmanagement. Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung
- Kreutzer, R.T.: Online-Marketing (Studienwissen Kompakt)
- Internetauftritt des Handelsblattes (Premium-Account der Hochschule)

Marketing Basics

Modulnr.	Workload	Credits	Study semester	Frequency of supply	Duration
BPMAG	150 h	5	2. Semester	each semester	1 semester

Course	Contact time	Self-study	Group size
Seminar	4 SWS/64 h	86 h	30 students

Teaching language
english

Use of module (Study program)

☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration Steuern dual

☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☐ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Learning outcomes

The teaching module is a basic introduction of marketing as a business function. Students learn how companies may use marketing strategies and marketing activities in competitive markets. Students know important marketing decision making challenges and are able to develop proposals with appropriate methods.

Professional skills:

- Students get to know various marketing strategies and are methodologically enabled to develop such strategies
- Students get a solid knowledge to interpret and apply marketing mix activities (e.g. price, product, promotions, placement) as well as online marketing activities
- Students get to know specific challenges and implications of B2B, B2C and service marketing
- At a first glance, students get an insight to market research
- Students get to know topical marketing issues and trends and examine marketing-specific business decisions in consideration of the business press
- In addition, to that, students are enabled to present results of their studies within the group.

Methodological skills:

- Self-studying, team work, discussions, application of strategic marketing methods

Content:

Selection of topics:

- Key terms of marketing: market, market players, marketing, marketing instruments, strategic marketing
- B2B, B2C, service marketing
- Introduction to consumer behavior

- Marketing strategies and tools to develop marketing strategies
- Product policies, product marketing focused on innovation and brand management
- Pricing
- Promotion, marketing communication
- Placement, sales channel management
- Introduction to online-marketing and e-commerce
- Examination of marketing trends

Introduction to market research (objectives, methods to gather data, methods of data analysis)

Knowledge transfer

- by wall board, presentations, scripts, text-based information, tasks, case studies, discussions

Teaching formats

Lecturing incl. seminaristic elements with speeches, presentations, discussions and working tasks. Consideration of topical business news magazines.

Requirements

Formal: Students of Bachelor program MIB

Content: No requirements

Forms of examination

Written exam

Necessary conditions for credits

Passed examination

Weight of the grading

According to the ECTS points

Modul representative and lecturers

Module representatives:

- Bernhard Boeffgen

Lecturers:

- Prof. Dr. Andreas Hesse
- Teaching staff of the faculty

Additional Information

Literature list

- Scharf, A./Schubert, B./Hehn, P.: Marketing. Einführung in Theorie und Praxis
- Homburg, Christian: Marketingmanagement. Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung
- Becker, Jochen: Marketing-Konzeption
- Internetauftritt des Handelsblattes (Premium-Account der Hochschule)

Personal und Organisation

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BPPUO	150	5	2. Semester	Jedes Semester	1 Semester

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

Lehrsprache
Deutsch

Verwendung des Moduls (Studiengang)

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration Steuern dual

☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse /Kompetenzen

Die Studierenden sollen am Ende des Moduls……

- die Grundlagen der Personalwirtschaft kennen und insbesondere den ganzheitlichen personalwirtschaftlichen Gesamtprozess in einem Unternehmen internalisiert haben.
- in der Lage sein, einzelne personalwirtschaftliche Instrumente anzuwenden und kritisch zu reflektieren
- die Bedeutung und Rolle des Personalmanagements im Zusammenwirken der betriebswirtschaftlichen Funktionsbereiche einordnen und bewerten können
- die Grundlagen der Organisation kennen und unterschiedliche theoretische Erklärungsansätze diskutieren
- Ansätze zur organisatorischen Gestaltung betrieblicher Leistungsprozesse erklären und deren Anwendung in der Unternehmenspraxis diskutieren können

Inhalte

Personal

Akteure und die Organisation moderner Personalarbeit – Der ganzheitliche personalwirtschaftliche Prozess – Grundzüge und einzelne Instrumente der Personalplanung, des Personalmarketings/der Personalbeschaffung, des Personaleinsatzes, der Personalentwicklung und -freisetzung sowie ein Einblick in ein modernes Personalmanagement

Organisation

Grundbegriffe der Organisation, Ansätze der Organisationstheorie, Organisatorische Differenzierung und Integration, Organisationseinheiten und Organisationskonzepte, Organisationsentwicklung und Organisationsgestaltung

Lehrformen

Vorlesung mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen.

Teilnahmevoraussetzungen
Formal: Keine
Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen
Klausur

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
Bestandene Modulprüfung

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

Modulverantwortliche/r:
- Prof. Dr. Holger Reinemann

Lehrende:
- Prof. Dr. Christoph Beck
- Prof. Dr. Holger Reinemann

Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage)

- Bröckermann, Reiner (2016): Personalwirtschaft, 7., überarbeitete Auflage, Stuttgart, Schäffer-Poeschel
- Jung, Hans (2016): Personalwirtschaft, De Gruyter Studium, De Gruyter Oldenbourg
- Scholz, C. (2019): Grundzüge des Personalmanagements, Vahlen, 3. Auflage
- Schreyögg, Georg; Geiger, Daniel (2016): Organisation - Grundlagen moderner Organisationsgestaltung. Mit Fallstudien, 6. Auflage, Wiesbaden, Springer Gabler
- Schreyögg, Georg (2016): Grundlagen der Organisation: Basiswissen für Studium und Praxis, 2. Auflage, Wiesbaden, Springer Gabler
- Vahs, Dietmar (2019): Organisation - Ein Lehr- und Managementbuch, 10. Auflage, Stuttgart, Schäffer-Poeschel

Statistik

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BPSTA	150	5	2. Semester	Jedes Semester	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Vorlesung Übung	4 SWS / 64 h 2 SWS / 32 h	54 h	60 Studierende

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 (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse

Die Studierenden sollen am Ende des Moduls die Anwendungsgebiete der statistischen Methodenlehre und deren Einbettung in die gesamte statistische Untersuchung kennen. Sie sind in der Lage, Datenanalysen im Bereich der Deskriptiven Statistik durchzuführen.

Kompetenzen:

Fachkompetenz: Mündliche Präsentation von Inhalten, Argumentieren und Moderation/Diskussion über statistische Sachverhalte, wissensch. Arbeitsformen, Interpretation quantitativer Daten.

Sozialkompetenz: Teamarbeit

Inhalte

Vorlesung

I. Eindimensionale Datenanalyse: Einfache Häufigkeitsverteilungen, Parameter von Häufigkeitsverteilungen (Mittelwerte, Streuungsmaße), Konzentrationsmessung

II. Mehrdimensionale Datenanalyse: Mehrdimensionale Häufigkeitsverteilungen, Abhängigkeit von Merkmalen, Regressions- und Korrelationsanalyse

Übung

Übungen zur Statistik

Lehrformen

Vorlesung mit Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Keine

Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen

Klausur

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte

Modulverantwortliche/r:

- Prof. Dr. Georg Schlichting

Lehrende:

- Prof. Dr. Georg Schlichting

Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage)

- Agresti, A./Franklin, C. (2009): Statistics – The Art and Science of Learning from Data
- Bleymüller, J./ Gehlert, G./ Gülicher, H.: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler
- Bourier, G.: Beschreibende Statistik
- Hippmann, H.-D.: Statistik für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler
- Schwarze, J.: Grundlagen der Statistik I. Beschreibende Verfahren

Statistics

Modulnr.	Workload	Credits	Study semester	Frequency of supply	Duration
BPSTA	150 h	5	2. Semester	Each semester	1 Semester

Course	Contact time	Self-study	Group size
Seminar	4 SWS/64 h	86 h	30 students

Teaching language
english

Use of module (Study program)

☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration
☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual
☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration Steuern dual
☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“
☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business
☐ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement
☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen
☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen
☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Learning outcomes

After successfully completing the module, students know the areas of application of statistical methodology and are able to demonstrate the ability of using methods of descriptive statistics to analyze empirical facts.

Skills:

Specialized skills: oral presentation, arguing and moderating/ participating in discussions on statistical issues and facts, scientific working methods, interpretation of quantitative data

Soft skills:

team work

Content:

I. Statistical univariate analysis: frequency distributions, statistical parameters (mean, median, measures of statistical dispersion)

II. Statistical multivariate analysis: multivariate distributions, regression analysis, correlation analysis

Teaching formats

Seminar with presentation, discussion and exercise elements

Requirements

Formal: Students of Bachelor program MIB

Content: No requirements

Forms of examination

Written exam

Necessary conditions for credits

Successful completion of the course/ passed exam

Weight of the grading

According to the ECTS points

Module representative and lecturers:

Module representatives:

- Prof. Dr. Georg Schlichting

Lecturers:

- Prof. Dr. Georg Schlichting
- Prof. Dr. Margareta Teodorescu

Additional Information

Literature list

- Agresti, A./ Franklin, C. (2009): Statistics – The Art and Science of Learning from Data
- Bleymüller, J./ Gehlert, G./ Gülicher, H.: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler
- Bourier, G.: Beschreibende Statistik
- Hippmann, H.-D.: Statistik für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler
- Schwarze, J.: Grundlagen der Statistk I. Beschreibende Statistik

Volkswirtschaftslehre II (Makroökonomie / angewandte Wirtschaftspolitik)

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BPVW2	150	5	2. Semester	Jedes Semester	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Vorlesung Übung	4 SWS / 64 h 2 SWS / 32 h	54 h	60 Studierende

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 (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

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

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

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

Übung: Fallstudien zur Volkswirtschaftslehre II

Lehrformen

Vorlesung mit Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Keine

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

Modulverantwortliche/r:

- Prof. Dr. Georg Schlichting

Lehrende:

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

Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage)

- Bofinger, P., Grundzüge der Volkswirtschaftslehre
- Felderer, B./ Homburg, S., Makroökonomik und Neue Makroökonomik.
- Frenkel, M./John, K.-D., Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung.
- Mankiw, G., Makroökonomik.
- Siebert, H./Lorz, O., Einführung in die Volkswirtschaftslehre.
- Woll, A., Volkswirtschaftslehre.

Operations Management

Modulnr.	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BPOPM	150	5	2. Semester	Jedes Semester	1 Semester

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

Lehrsprache
Deutsch

Verwendung des Moduls (Studiengang)

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration Steuern dual

☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☒ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes)

Vermittlung von Handlungskompetenz zur Ausgestaltung und zur Führung von Operationsorganisationen in Industrie und Handel, inkl. ihrer beschaffungslogistischen Anbindung. Die Studierenden sollen Bedeutung, Aufgaben und Ziele der Operationsmodule im Unternehmen kennen und verstehen lernen.

Kompetenzen
Die Funktionsweise komplexer Beschaffungsorganisationen verstehen. Das Gelernte auf eine praktische Aufgabe im Beschaffungsumfeld anwenden können.

Inhalte

A. Grundlagen Gesamtzusammenhang B/P/L
B. Grundlagen der Beschaffung, Funktionseinordnung im Unternehmen
B.1. Beschaffungsmärkte: Bedarfs- und Marktanalysen
B.2. Procurement-Portfolio & Ziele, Überblick Detailaufgaben
C. Grundlagen der Produktion
C.1. Produktion im Unternehmenszusammenhang
C.2.Grundlagen des Produktionsmanagements
D. Grundlagen der Logistik
D.1.Strategische Ausrichtung der Logistik/Liefer-Bestandsstrategien
D.2 Lean Logistik

Lehrformen
Vorlesung mit Vortrags-, Diskussions- und Übungselementen.

Teilnahmevoraussetzungen
Formal: Keine
Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen:

Klausur

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:

Bestandene Klausur

Stellenwert der Note für die Endnote

Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte

Modulverantwortliche/r:

- Prof. Dr. Lux

Lehrende:

- Prof. Dr. Lux, Prof. Dr. Bräkling, Dr.-Ing. Patrick Pötters

Literaturhinweise:

- Bräkling, E.; Oidtmann, K.: Power in Procurement, SpringerGabler Verlag, Wiesbaden
- Bräkling,E. Lux, J.; Oidtmann, K.: Logistikmanagement, SpringerGabler Verlag, Wiesbaden
- Large, R.: Strategisches Beschaffungsmanagement, SpringerGabler Verlag, Wiesbaden.
- Arnold, U.: Beschaffungsmanagement, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart.
- Büsch, M.: Praxishandbuch Strategischer Einkauf, SpringerGabler Verlag
- Ury, W.: Nein sagen und trotzdem erfolgreich verhandeln, Campus Verlag
- Schneeweiß, C.: Einführung in die Produktionswirtschaft, Springer verlag
- Hoitsch, H.-J.: Produktionswirtschaft, Vahlen Verlag

Jahresabschluss

Modulnr.	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BPJAB	150	5	2. Semester	Jedes Semester	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Vorlesung Übung	4 SWS / 64 h 2 SWS / 32 h	54 h	60 Studierende

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 (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse

Die Studierenden sollen am Ende des Moduls die begrifflichen und normativen Grundlagen des Handel- und Steuerbilanzrechts, die fristgerechte Entstehung sowie die Verknüpfung von Handels- und Steuerbilanz kennen. Sie sind in der Lage, Diskussionen zu aktuellen bilanzrechtlichen Themen (besser) nachzuvollziehen und sich eine erste eigene Meinung dazu zu bilden. Die Studierenden kennen die grundlegenden Prinzipien der handelsrechtlichen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung (GoB), können diese interpretieren und in der Praxis anwenden. Sie kennen das aktuelle Bilanzrecht und die relevanten Aktivierungs-, Passivierungs- und Bewertungsnormen sowie die Gewinnrealisierungskriterien und können diese selbständig auf einfache Geschäftsvorfälle anwenden.

Kompetenzen

Dieses Modul soll auf berufliche Tätigkeiten im Rechnungswesen vorbereiten, welche die Anwendung bilanzrechtlicher Vorschriften und Methoden erfordern. Der Schwerpunkt liegt in der Vermittlung von einschlägigen Bilanzierungs- und Bewertungsregeln, der Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen Handels- und Steuerrecht für praxisrelevante Sachverhalte. Schließlich gibt das Modul einen ersten wichtigen Ein- und Überblick über relevante Kompetenzbereiche, die in den Fächern Externes Rechnungswesen, Steuern und/oder Wirtschaftsprüfung vermittelt werden (Fachkompetenz).

Wissensvermittlung via: Einschlägige Wirtschaftsgesetze, PowerPoint-Präsentation, Praxisfälle sowie Übungsbeispiele

Inhalte

Vorlesung:

Einleitend werden die Aufgaben des handels- und steuerrechtlichen Jahresabschlusses, insbesondere die Ausschüttungsbemessungs-, Besteuerungs- sowie Informationsfunktion erläutert. Anschließend werden die Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung (GoB), die Inventur, das Inventar im Rahmen der Jahresabschlusserstellung dargestellt.

Im Anschluss wird die Bilanzierung dem Grunde („Welche Vorschriften bestehen zum Bilanzansatz?“), der Höhe (Welche Bewertungsregeln sind einzuhalten?“) und dem Ausweis („Welche Gliederungsvorschriften gibt es?“) nach dargestellt und nachhaltig erörtert.

Die Gewinn- und Verlustrechnung wird nach dem Gesamt- und dem Umsatzkostenverfahren beleuchtet. Zuletzt erfahren weitere Rechnungslegungsbestanteile, wie Anhang und Lagebericht, eine nähere Betrachtung.

Übung

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

Lehrformen

Vorlesung mit Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Keine

Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen

Klausur

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte

Modulverantwortliche/r:

- Prof. Dr. Behzad Karami, Prof. Dr. Jürgen Mertes

Lehrende:

- Prof. Dr. Behzad Karami
- Prof. Dr. Jürgen Mertes

Literaturhinweise (jeweils die aktuelle Ausgabe):

- *Coenenberg, A. G./Haller, A./Schultze, W.*: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse: Betriebswirtschaftliche, handelsrechtliche, steuerrechtliche und internationale Grundlagen - HGB, IAS/IFRS, US-GAAP, DRS (aktuellste Auflage);
- *Coenenberg, A. G./Haller, A./Schultze, W.*: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse : Aufgaben und Lösungen (aktuellste Auflage).
- *Baetge J./Kirsch, H.-J./Thiele, S.*: Bilanzen (aktuellste Auflage)

Finanzierung und Investition I

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BPFI1	150	5	3. Semester	Jedes Semester	1 Semester

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

Lehrsprache
Deutsch

Verwendung des Moduls (Studiengang)

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration Steuern dual

☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☒ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes)

Die Studierenden sollen am Ende des Moduls einen Einblick in wesentliche Grundlagen der Investitionsrechnung und Finanzwirtschaft und in einfache diesbezügliche Zusammenhänge erlangt haben. Des Weiteren kennen sie wichtige Finanzmarktteilnehmer mit ihren Aufgaben und Zielen. Darüber hinaus können sie fachliche Informationen in Zusammenhänge einordnen, Diskussionen folgen und sich bereits punktuell in erste fachliche Diskussionen einbringen.

Kompetenzen

Zugleich haben sie die Basis gelegt, um sich in der Fach-, Methoden- und auch Sozialkompetenz weiterzuentwickeln. Das Erlernte sollen sie in einfachen Situationen bereits praxisgerecht anwenden können.

Inhalte

Grundlagen unter anderem zu den Themenbereichen ….

- Finanzmarktteilnehmer
- Methoden der Investitionsrechnung
- Finanzinstrumente
- Finanzplanung und –controlling

Lehrformen

Vorlesung mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen.

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Keine

Inhaltlich: Keine

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

Steuern I (Einführung / Einkommensteuer)

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BPST1	150	5	3. Semester	Jedes Semester	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Vorlesung	4 SWS / 64 h	86 h	60 Studierende
Lehrsprache Deutsch			

Verwendung des Moduls (Studiengang)

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration Steuern dual

☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes)

Nach diesem Modul kennen die Studierenden die Grundlagen des deutschen Besteuerungssystems für Privatpersonen und für Kapitalgesellschaften. Mit den Einzelheiten der Einkommenssteuer sind sie intensiver vertraut. Sie sind bei der Einkommensteuer in der Lage, die Einkunftsarten zu unterscheiden und eine Einkommenssteuerberechnung unter Berücksichtigung von Werbungskosten, Sonderausgaben und außergewöhnlichen Belastungen durchzuführen.

Kompetenzen

Aneignung fachlicher Grundkenntnisse, Diskussion über erarbeitete Lösungsvorschläge, Erschließung anwendungsbezogener Aspekte – Fach- und Methodenkompetenz.

Inhalte

I. Grundlagen zum deutschen Besteuerungssystem
II. Einführung zur Besteuerung von Kapitalgesellschaften, Personengesellschaften und natürlichen Personen
III. Einkommensteuerliche Grundbegriffe
IV. Persönliche und sachliche Steuerpflicht
V. Unbeschränkte Steuerpflicht
VI. Verlustrechnung
VII. Alle Einkunftsarten
VIII. Gewinnermittlungen
IX. Werbungskosten

X. Sonderausgaben

XI. Außergewöhnliche Belastungen

XII. Umfangreiche Fallbeispiele

Lehrformen
Vorlesung mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen.

Teilnahmevoraussetzungen
Formal: Keine
Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen
Klausur

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
Bestandene Modulprüfung

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

Modulverantwortliche/r:
- Prof. Dr. Arno Steudter

Lehrende:
- Prof. Dr. Arno Steudter

Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage.)
- Rose: Lehrbuch Einkommensteuer.
- Zimmermann/ Reyher: Lehrbuch Einkommensteuer.
- Bornhofen: Lehrbuch Einkommensteuer.
- Kussmann/ Martin: Lehrbuch Einkommensteuer.

Einführung in das Controlling

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BPCON	150	5	3. Semester	Jedes Semester	1 Semester

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

Lehrsprache
Deutsch

Verwendung des Moduls (Studiengang)

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration Steuern dual

☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☒ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes)
Nach diesem Modul kennen die Studierenden die Grundlagen des Controllings, speziell die Bedeutung des Controllings als Querschnittsfunktion als auch dessen Informationsfluss innerhalb des Unternehmens. Sie sollen die relevanten Techniken beherrschen.

Kompetenzen
Vernetztes Denken. Stärkung der analytischen Fähigkeiten – Fach-und Methodenkompetenz.

Inhalte
I. Abgrenzung des entscheidungsorientierten Controllings.
II. Koordination durch Budget: Begriff und Verfahren der Budgetierung, Budgetplanung und -kontrolle.
III. Koordination durch Zielvorgaben: Kennzahlen und Kennzahlensysteme.
IV. Informationsfunktion des Controlling: Produkt- und Risikobeurteilung

Lehrformen
Vorlesung mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen.

Teilnahmevoraussetzungen
Formal: Keine
Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen
Klausur

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r: ▪ Prof. Dr. Silke Griemert Lehrende: ▪ Prof. Dr. Silke Griemert, Lehrbeauftragte
Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage) ▪ Friedl, B.: Controlling. ▪ Kremin-Buch, B.: Strategisches Kostenmanagement. ▪ Weber, J./ Schäffer, U.: Einführung in das Controlling. ▪ Ziegenbein, K.: Controlling.

Einführung in die wissenschaftlichen Arbeitstechniken

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BPWAT	90 h	3	3. Semester	Jedes Semester	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar	4 SWS / 64 h	26 h	60 Studierende

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 (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes)

Nach Besuch des Moduls kennen die Studierenden die Grundlagen der wissenschaftlichen Arbeitstechniken und können diese anwenden. Zudem können sie eine wissenschaftliche Arbeit planen und organisieren. Sie sind in der Lage von ihnen selbst verfasste Texte entsprechend wissenschaftlicher Standards aufzubereiten.

Schlüsselkompetenzen

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

Inhalte

I. Projektdimension und Ziele (inkl. Zeitplanung und -management)
II. Vorgaben (organisatorisch, zeitlich und formal)
III. Recherche (Literatursuche, -auswahl und -beschaffung)
IV. Gliederung
V. Zitiertechniken
VI. Wissenschaftliche Sprache

Wissensvermittlung via: Vorlesung, optional virtuelle, synchrone und asynchrone Präsentationen (Screencasts, Podcasts etc.) und Materialien zur Vorlesung (Gestaltungsbeispiele, Übungen u. a.).

Lehrformen

Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags-, Diskussions- und Übungselementen

Teilnahmevoraussetzungen:

Formal: Keine

Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen

Hausarbeit

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte

Modulverantwortliche/r:

- Prof. Dr. Holger Philipps

Lehrende:

- Claudia Hoffmann

Literaturhinweise: (jeweils die aktuellste Auflage)

- Alternative Prüfungsformen
- Franck, Norbert (2017): Handbuch wissenschaftliches Arbeiten; was man für ein erfolgreiches Studium wissen und können muss, Paderborn, Verlag Ferdinand Schöningh
- Karmasin, Matthias / Ribing, Rainer (2017): Die Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten, Wien: Facultas Verlags- und Buchhandels AG (E-Book)
- Kipman, Ulrike / Reiter, Thomas / Leopold-Wildburger, Ulrike: Wissenschaftliches Arbeiten 4.0, Vortragen und Verfassen leicht gemacht, Berlin: Springer-Verlag (E-Book, mit Beispielen)
- Theisen, René (2017): Wissenschaftliches Arbeiten; Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit, München: Vahlen Verlag
- Voss, Rödiger (2017): Wissenschaftliches Arbeiten, Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH
- Norm E DIN ISO 690

Introduction to academic writing

Modul	Workload	Credits	Study Semester	Frequency of supply	Duration
BPWAT	90 h	3	3. semester	each semester	1 semester

Course	Contact time	Self-study	Group size
Seminar	4 SWS / 64 h	26 h	30 students

Teaching language

english

Use of module (Study program)

☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual

☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☐ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Learning Outcomes

After attending the module, the students know the basics of academic writing techniques and its application. In addition, they can plan and organize an academic paper. The students are able to write their own texts in accordance with scholarly standards and know how to conduct research.

Self-competence:

Analysis of complex issues and their presentation, practical implementation (methodological competence) of theory, self- and time management, independent work

Content

- Completing an academic paper (including time planning and -management)
- Meeting the department's standards for academic papers (organizational, formatting, and deadlines)
- Research techniques
- Structuring an academic paper
- Citation techniques
- Content and language requirements for an academic paper
- Structural and linguistic design of academic texts

Teaching formats

Seminar with discussion and exercise elements, individual and group work

Requirements

Formal: Students of Bachelor program MIB

Content: No requirements

Forms of examination

Term Paper

Necessary conditions for credits

Passed examination

Weight of the grading

According to the ECTS points

Modul representative and lecturers

Module representatives:

- Prof. Dr. Holger Philipps

Lecturers:

- Mark Frost

Additional Information

Literature list:

- Rossig / Prätsch: Wissenschaftliche Arbeiten
- Franck, Norbert: Handbuch wissenschaftliches Arbeiten; was man für ein erfolgreiches Studium wissen und können muss, Paderborn, Verlag Ferdinand Schöningh
- Karmasin, Matthias / Ribing, Rainer: Die Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten, Wien: Facultas Verlags- und Buchhandels AG (E-Book)
- Kipman, Ulrike / Reiter, Thomas / Leopold-Wildburger, Ulrike: Wissenschaftliches Arbeiten 4.0, Vortragen und Verfassen leicht gemacht, Berlin: Axel Springer-Verlag (E-Book, mit Beispielen)
- Theisen, René: Wissenschaftliches Arbeiten; Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit, München: Vahlen Verlag
- Voss, Rödiger: Wissenschaftliches Arbeiten, Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH
- Norm E DIN ISO 690

Wissenschaftliches Arbeiten

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BPWAV	180 h	6	3. Semester	Jedes Semester	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar	4 SWS / 64 h	116 h	20 Studierende

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 (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☐ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes)

Nach Besuch des Moduls verfügen die Studierenden über ein Verständnis von Wissenschaft, Wissenschaftstheorie, erkenntnistheoretische Positionen, Aussagesysteme und Theorien. Sie kennen die wissenschaftlichen Arbeitstechniken und sind in der Lage, eine wissenschaftliche Arbeit zu erstellen.

Kompetenzen:

Analyse komplexer Sachverhalte und deren Darstellung, praktische Umsetzung (Methodenkompetenz) theoretisch erlernter Inhalte, Selbst- und Zeitmanagement, Selbstständigkeit, EDV-technische Aspekte (PC-Einrichtung, Dateiorganisation, Datensicherheit), Literatursuche und –beschaffung, incl. Digitale Bibliothek und Internetrecherche

Inhalte

- Aufzeigen der Projektdimension einer wissenschaftlichen Arbeit (inkl. Zeitplanung und –management)
- Vorgaben des Fachbereichs (organisatorisch, zeitlich und formal)
- Literaturrecherche und –beschaffung
- Gliederungsanalyse
- Zitiertechniken
- Inhaltliche und sprachliche Anforderungen an eine wissenschaftliche Arbeit
- Strukturelle und sprachliche Gestaltung von wissenschaftlichen Texten

Lehrformen

Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags-, Diskussions- und Übungselementen

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

Recht I (BGB)

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BPRE1	150	5	4. Semester	Jedes Semester	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Vorlesung	4 SWS / 64 h	86 h	60 Studierende
Lehrsprache Deutsch			

Verwendung des Moduls (Studiengang)

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration Steuern dual

☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☒ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse

Die Studierenden kennen nach Abschluss des Moduls den Aufbau der Privatrechtsordnung. Sie können einfach gelagerte Sachverhalte rechtlich beurteilen und sind in der Lage, Rechtsnormen zu verstehen und anzuwenden. Sie können Bewusstsein für wirtschaftsrechtliche Problemstellungen entwickeln.

Kompetenzen

Förderung des interdisziplinären Denkens und Handels, selbstständige Erschließung durch die Anwendung von Methodenkompetenz, Erlernen von Argumentationsmethoden, Professionalisierung von Problemlösungs- und Entscheidungstechniken, Kritikfähigkeit.

Inhalte

A. EINFÜHRUNG: Das Privatrecht als Teil unserer Rechtsform

B. BGB-ALLGEMEINER TEIL:

I. Personen und Sachen
II. Rechtsgeschäfte
III. Fehlerhafte Rechtsgeschäfte
IV. Stellvertretung

C. BGB-SCHULDRECHT:

I. Allgemeines Schuldrecht:
1. Entstehen und Erlöschen von Schuldverhältnissen,
2. Störungen im Schuldverhältnis,

3. Schadensersatzpflicht im Rahmen vertraglicher Schuldverhältnisse II. Besonderes Schuldrecht: 1. Ausgewählte Verträge, 2. Gesetzliche Schuldverhältnisse D. BGB-SACHENRECHT: I. Grundbegriffe des Sachenrechts und dessen Prinzipien II. Der Besitz III. Das Eigentum
Lehrformen Vorlesung mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen.
Teilnahmevoraussetzungen Formal: Keine Inhaltlich: Keine
Prüfungsformen Klausur
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r: ▪ Prof. Dr. Oliver Baedorf Lehrende: ▪ Prof. Dr. Oliver Baedorf, Lehrbeauftragte
Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage.) ▪ Müssig, P.: Wirtschaftsprivatrecht, aktuelle Auflage, Beck-Verl., München ▪ C.F. Müller-Verl., Hirsch, Chr.: Der Allgemeine Teil des BGB, Beck-Verl., München ▪ Heymanns Verl., Wörlen, R.: BGB AT, aktuelle Aufl., Vahlen-Verl., München

Unternehmensführung (Corporate Management)

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

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Vorlesung	4 SWS / 64 h	86 h	60 Studierende
Lehrsprache Deutsch / Englisch			

Verwendung des Moduls (Studiengang)

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☒ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes)

Nach diesem Modul kennen die Studierenden diverse Analyseraster, mit denen sie typische Fragestellungen der BWL bzw. des General Managements untersuchen sowie diverse Teilbereiche und Themengebiete der BWL in Beziehung setzen können.

Kompetenzen

Als Fachkompetenzen sind den Studierenden diverse Managementwerkzeuge bekannt, die sie gezielt anwenden können. Sozialkompetenz wird durch Arbeit in den Gruppen aufgebaut.
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).

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-, Übungselementen.
Teilnahmevoraussetzungen Formal: Keine Inhaltlich: Keine
Prüfungsformen Klausur
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r: ▪ Prof. Dr. Andreas Mengen Lehrende: ▪ Prof. Dr. Andreas Mengen; Prof. Dr. Clemens Büter
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 und der Digitalen Transformation

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

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

Lehrsprache
Deutsch

Verwendung des Moduls (Studiengang)

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual

☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes)
Die Studierenden sollen am Ende des Moduls die elementaren technischen Grundlagen moderner Netze, Hard- und Software verstanden haben.. Sie sind sich über die Aufgaben, Ziele und Inhalte des Informationsmanagements bewusst und kennen die Strukturen moderner betrieblicher Informationssysteme. Sie verstehen die Wechselwirkungen und Implikationen der Digitalisierung für den IT-Bereich, Unternehmen, Märkte und Strategien.

Kompetenzen
Ökonomische Nutzung von IT-Werkzeugen, Medienkompetenz, Online Collaboration, Verständnis der Implikationen der Digitalen Transformation in Unternehmen und Gesellschaft

Inhalte
I. Grundlegender Überblick
II. Planung, Entwicklung und Betrieb von Informationssystemen
III. Strukturelle Veränderungen durch die Digitale Transformation
IV. Veränderte Geschäfts-, Vorgehensmodelle und Kompetenzen durch die Digitale Transformation

Lehrformen
Vorlesung mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen.

Teilnahmevoraussetzungen
Formal: Keine
Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen Klausur
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r: ▪ Prof. Dr. Ayelt Komus Lehrende: ▪ Prof. Dr. Ayelt Komus, Lehrbeauftragte
Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage) ▪ Hansen, H. R.; Neumann G.: Wirtschaftsinformatik 1, Grundlagen und Anwendungen. ▪ Heinrich/ Lehner: Informationsmanagement

Recht II (Arbeitsrecht / Handels- und Gesellschaftsrecht)

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BPRE2	150 h	5	5. Semester	Jedes Semester	1 Semester

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

Lehrsprache			
Deutsch			

Verwendung des Moduls (Studiengang)

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual

☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes)

Nach diesem Modul kennen die Studierenden die wichtigsten Arbeitsvertragsbedingungen/ Arbeitsvertragsrechte- von Arbeitnehmer bzw. Arbeitgeberseite und deren Gestaltungsmöglichkeiten. Das Tarifvertragsrecht und die übrigen Gebiete des Arbeitsrechts sind ihnen bekannt. Die Studierenden sind außerdem in der Lage, einfach gelagerte Sachverhalte handels- und gesellschaftsrechtlich zu analysieren und im Gutachtenstil zu beurteilen.

Kompetenzen

Fachkompetenz; zusätzlich 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.

Inhalte

ARBEITSRECHT

A. GRUNDLAGEN:
- I. Grundbegriffe
- II. Rechtsquellen

B. INDIVIDUALARBEITSRECHT:
- I. Begründung des Arbeitsverhältnisses
- II. Inhalt des Arbeitsverhältnisses
- III. Beendigung des Arbeitsverhältnisses

C. KOLLEKTIVES ARBEITSRECHT:
- I. Koalitions- und Tarifvertragsrecht
- II. Arbeitskampfrecht

III. Betriebsverfassungsrecht

HANDELS- und GESELLSCHAFTSRECHT

A. HANDELSRECHT:

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

B. GESELLSCHAFTSRECHT:

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

Lehrformen
Vorlesung mit Vortrags-, Diskussions-, Übungselementen

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Keine

Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen
Klausur

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte

Modulverantwortliche/r:
- Prof. Dr. Oliver Baedorf

Lehrende:
- Prof. Dr. Oliver Baedorf

Literaturhinweise:

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

Projektmanagement

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BPPJM	150 h	5	6. Semester	Jedes Semester	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Vorlesung Übung	2 SWS / 32 h 2 SWS / 32 h	86 h	60 Studierende

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 (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☒ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes)

Die Studierenden sollen am Ende des Moduls 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.

Kompetenzen

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

Inhalte

Vorlesung

I. Einführung in das Projekt-Management: Definitionen, Projektarten, Projektphasenmodelle, Projektorganisationen.

II. Das vier Phasen Modell mit Startphase, Planungsphase, Durchführungsphase und Abschlussphase.

III. Startphase mit Portfoliomanagement, Projektauftrag, Sponsor & Projektmanager, Projektteam und Stakeholder.

IV. Planungsphase mit Gantt Chart, Netzplantechniken und anderen Planungswerkzeugen.

V. Durchführungsphase mit Teammanagement, Kreativitätstechniken, Problemlösemethoden, Projektcontrolling und Projektfortschrittsbericht.

VI. Abschlussphase mit Projektabschlussbericht, Abschlussbesprechung, Übergabe an Prozesseigner, kritische Reflektion der Ergebnisse und der Vorgehensweise und Projektpräsentation.

Übung

Die Studierenden bearbeiten in Kleingruppen typische Projektaufgaben, die sich aus dem Projektzyklus ergeben. Die Ergebnisse werden von den Gruppen präsentiert und diskutiert.

Lehrformen

Vorlesung mit Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Keine

Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen

Klausur

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte

Modulverantwortliche/r:

- Prof. Dr. Bert Leyendecker

Lehrende:

- Prof. Dr. Bert Leyendecker; Lehrbeauftragte

Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage)

- Steinbuch, P. A.: Projektorganisation und Projektmanagement, Friedrich Kiel Verlag.
- Stöger, R.: Wirksames Projektmanagement. Mit Projekten zu Ergebnissen, Schäffer-Poeschel Verlag.

Projektphase

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
PRPHA	450 h	15	6. Semester	Jedes Semester	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Projektmeetings; Methodenmeetings	2 SWS / 32 h	418 h	3 - 5 Studierende je Projektgruppe

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 (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☒ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes)

Die Studierenden sollen am Ende des Moduls die erworbenen Kenntnisse aus dem Modul Projektmanagement vertieft haben und sind in der Lage, ihre praktische Anwendung kritisch zu reflektieren.

Kompetenzen

Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Sozialkompetenz

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

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, Projektmeetings, Methodenmeetings
Teilnahmevoraussetzungen Formal: 120 ECTS-Punkte (WI: keine) 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
Modulverantwortliche/r: - Prof. Dr. Bert Leyendecker Lehrende: - Alle Professorinnen und Professoren des Fachbereiches
Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage) ▪ Steinbuch, P. A.: Projektorganisation und Projektmanagement, Friedrich Kiel Verlag. ▪ Stöger, R.: Wirksames Projektmanagement. Mit Projekten zu Ergebnissen, Schäffer-Poeschel Verlag.

Wissenstransferphase

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
-	690 h	23	3. Semester	Jedes Semester	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Praxisphase	15 h	675 h	Einzelarbeit

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 (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☐ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen:

Studierende erwerben konkrete Kenntnisse über das Tätigkeitsfeld des Betriebswirtes. Sie sollen die in der bisherigen Ausbildung vermittelten theoretischen Kenntnisse und Fähigkeiten anwenden und vertiefen. Zielsetzung ist es, eine Verbindung zwischen Theorie und Praxis herzustellen.

Inhalte

- Formulierung von Transferfragen
- Berufspraktische Erfahrungen
- Eine detaillierte inhaltliche Gestaltung richtet sich nach Art und Branche des Praxisbetriebes sowie den Transferfragen
- Schriftliche Dokumentation der Tätigkeit mit Beantwortung der Transferfragen

Lehrformen

Seminaristische Formulierung der Transferfragen sowie der allgemeinen Anforderungen für die Beantwortung in der Kontaktzeit. Die Studierenden haben nach der ersten Wissenstransferphase die Möglichkeit eines Feedbackgesprächs mit der Studiengangsbetreuung. Bei allen drei Wissenstransferphasen besteht jederzeit die Möglichkeit die Studiengangsbetreuung zu kontaktieren.

Teilnahmevoraussetzungen:

Formal: Keine

Inhaltlich: Keine

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

Bachelor-Thesis

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BT	360 h	12	6. Semester	Jedes Semester	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Keine		360 h	Einzel- oder Gruppenarbeit
Lehrsprache Deutsch oder Englisch			

Verwendung des Moduls (Studiengang)

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☒ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes)

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

Kompetenzen

- Fachkompetenz
- Methodenkompetenz
- Zeitmanagement

Inhalte

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

Lehrformen

Entfällt

Teilnahmevoraussetzungen

Formal:

BA+MIB+MM: 120 ECTS

BauWing+Wing: 150 ECTS + Praktische Studienphase

KerWing: 150 ECTS

Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen Bachelorarbeit
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Prüfungsleistung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende ▪ Individueller Betreuer (m/w)
Literaturhinweise: ▪ Je nach Themenschwerpunkten

II. SCHWERPUNKTMODULE

Studiengang „Business Administration“
Studiengang „Business Administration dual”

SCHWERPUNKTMODULE
ein Modul ist im dritten Semester, zwei Module sind im vierten Semester zu wählen!
Beschaffung und Logistik
Betriebliche Außenwirtschaft
Dienstleistungsmanagement
Externes und Internes Rechnungswesen
Finanzierung und Investition II
Human Reource Management / Operatives Personalmanagement
Marketingmanagement
Wirtschaftsprüfung
Produktionswirtschaft / OR
Steuern II (Unternehmenssteuern)

Studiengang „Bus. Adm. - Steuern dual“ *(ein Modul im vierten Semester aus Schwerpunktmodulkatalog „Business Administration“)*

SCHWERPUNKTMODULE
ein Schwerpunktmodul im dritten Semester
Externes und internes Rechnungswesen (Pflicht-Schwerpunkt)
zwei Schwerpunktmodule im vierten Semester
Steuern II (Unternehmenssteuern) (Pflicht-Schwerpunkt)

Studiengang „Marketing and International Business“

SCHWERPUNKTMODULE
ein Pflicht-Schwerpunktmodul im dritten Semester
Marketing and Consumer Behaviour
zwei Pflicht-Schwerpunktmodule im vierten Semester
International Business
Brand Management and Marketing Communications

Studiengang „Mittelstandsmanagement“ *(ein Modul im vierten Semester aus Schwerpunktmodulkatalog „Business Administration“)*

SCHWERPUNKTMODULE
ein Schwerpunktmodul im dritten Semester
Einführung in das Mittelstandsmanagement (Pflicht-Schwerpunkt)
zwei Schwerpunktmodule im vierten Semester
Gründungs- und Nachfolgemanagement / Innovationsmanagement (Pflicht-Schwerpunkt)

Beschaffung und Logistik

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BPBUL	270 h	9	3. oder 4. Semester	mind. 1 x pro Studienjahr	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar Übung	5 SWS / 80 h 3 SWS / 48 h	142h	30 Studierende

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 (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☒ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse

Vermittlung von Handlungskompetenz zur Ausgestaltung und zur Führung von Beschaffungsorganisationen in Industrie und Handel, inkl. ihrer beschaffungslogistischen Anbindung. Die Studierenden sollen Bedeutung, Aufgaben und Ziele der Beschaffungsfunktion im Unternehmen kennen und verstehen lernen.

Kompetenzen

Die Funktionsweise komplexer Beschaffungsorganisationen verstehen. Das Gelernte auf eine praktische Aufgabe im Beschaffungsumfeld anwenden können.

Inhalte

Vorlesung

A. Grundlagen der Beschaffung

B. Beschaffung - Planning

- Funktionseinordnung
- Bedarfsstrukturierung, Portfolio- und Zielmanagement
- Beschaffungsstrategien und Lieferantenmanagement

C. Beschaffung - Operations

- Ausschreibungsdesign
- Bieterkreisabstimmung, Anfragekoordination, Angebotsbewertung

- Verhandlungsvorbereitung und -führung

D. Grundlagen der Logistik

E. Beschaffungslogistik - Planning

F. Beschaffungslogistik – Operations

Übung

Fallstudien und Gruppenübungen zu Beschaffung und Logistik

Lehrformen

Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Keine

Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen:

Klausur

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte

Modulverantwortliche/r:

- Prof. Dr. Bräkling (WiWi), Prof. Dr. Lux (ING)

Lehrende:

- Prof. Dr. Lux, Prof. Dr. Bräkling

Literaturhinweise:

- Bräkling, E.; Oidtmann, K.: Power in Procurement, SpringerGabler Verlag, Wiesbaden
- Bräkling,E. Lux, J.; Oidtmann, K.: Logistikmanagement, SpringerGabler Verlag, Wiesbaden
- Large, R.: Strategisches Beschaffungsmanagement, SpringerGabler Verlag, Wiesbaden.
- Arnold, U.: Beschaffungsmanagement, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart.
- Büsch, M.: Praxishandbuch Strategischer Einkauf, SpringerGabler Verlag
- Ury, W.: Nein sagen und trotzdem erfolgreich verhandeln, Campus Verlag

Betriebliche Außenwirtschaft

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BPBAW	270 h	9	3. oder 4. Semester	mind. 1x im Studienjahr	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar	6 SWS/ 96 h	142h	30 Studierende
Übung	2 SWS/ 32 h		

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 (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☒ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

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

Kompetenze
Fachkompetenz zur Bewältigung fachspezifischer Aufgaben; Methodenkompetenz zur systematischen Vorgehensweise bei Problemstellungen und Förderung der Sozialkompetenz.

Inhalte

1. Einführung
2. Ordnungsrahmen des Außenhandels
3. Erscheinungsformen und Geschäftssysteme
4. Außenhandelsmarketing
5. Kaufverträge und Handelsbräuche im Außenhandel
6. Lieferbedingungen im Außenhandel
7. Transportwesen im Außenhandel
8. Dokumente im Außenhandel

9. Zahlungsbedingungen im Außenhandel

10. Außenhandelsfinanzierung

11. Währung und Wechselkursversicherung im Außenhandel

12. Sicherungsfazilitäten im Außenhandel

Übung

Fallstudien und Praxisfälle zur Betr. Außenwirtschaft

Lehrformen

Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Keine

Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen

Klausur

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte

Modulverantwortliche/r:

- Prof. Dr. Clemens Büter

Lehrende:

- Prof. Dr. Clemens Büter; Lehrbeauftragte

Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage)

- Büter C.; Außenhandel – Grundlagen internationaler Handelsbeziehungen (Springer Lehrbuch), 4. Auflage, Berlin.
- Büter C.; Internationales Geschäft, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München.
- Gabler Wirtschaftslexikon, Gabler Verlag, Wiesbaden.

Brand Management and Marketing Communications

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BSBMC	270 h	9	4. Semester	mind. 1x pro Studienjahr	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar Übung	6 SWS / 96 h 2 SWS / 32 h	142 Stunden	30 Studierende

Lehrsprache
Englisch / Deutsch

Verwendung des Moduls (Studiengang)

☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual

☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business (Pflicht-Schwerpunktmodul)

☐ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes)/Fachkompetenzen:

Nach diesem Modul verfügen die Studierenden über die wesentlichen Fachkompetenzen zur Erfüllung qualifizierter Aufgaben im Bereich der Markenführung und der Marketingkommunikation. Dies impliziert das Wissen über das Management von Marken, über Wirkungsweisen der Marketingkommunikation sowie über Strategien und Instrumente in den Bereichen Markenmanagement, Mediawerbung, Öffentlichkeitsarbeit, Verkaufsförderung, Direktmarketing, Online- bzw. Social Media Marketing (Digital Marketing), Event- und Messemarketing, Sponsoring, Persönlicher Verkauf und Außenwerbung. Auch Fragen der vergleichenden Werbung und sowie ethische und rechtliche Aspekte der Marketingkommunikation werden behandelt.

Darüber hinaus können die Studierenden den Beitrag der Marketingkommunikation zur Erreichung der Marketing- und Unternehmensziele situations- und branchenbezogen einschätzen. Schließlich bauen sie ihre persönlichen Kompetenzen in den Bereichen Kommunikation und Präsentation aus.

Inhalte

This course provides an extensive overview of the key concepts, techniques and applications of brand management and marketing communications. In part 1, we start off with an introduction to consumer behavior before addressing different communication objectives. The basis of all further discussion is set by an intensive look at the theory of brand management. Based on those insights, in part 2, learning covers all elements of the communications mix, including

advertising, public relations, sponsorship, sales promotion, direct marketing, point-of-purchase communications, exhibitions and personal selling. Due to its growing importance, the instruments of digital marketing are discussed in part 3. The course blends inspired examples with wide ranging theories and applications to provide a complete introduction to this popular subject.

In the following, the three parts of the module are explained in more detail:

Part 1: Brand Management & Integrated Marketing Communications (in English)
How can companies grow in saturated and competitive markets? Most marketing researchers and practitioners will agree that today, a strong brand is the key to market success! But brands are not only build by advertising, they emerge from peak performances and grow from inside to outside. In interactive lectures, we will have a closer look at the history and theory of branding and its application to real business cases. Looking at the implementation of branding strategies, we then focus on integrated marketing communication that combines different media in different cultures and countries to improve the results of branding campaigns. Many practical examples and case studies will be discussed.

Part 2: From Advertising Strategy to Implementation (in English)
The development process of communication campaigns may vary according to budget, timings and audience. But there is hardly any doubt among marketing experts that most successful campaigns follow a step by step approach that has been intensively investigated. Target groups have to be selected, communication objectives need to be set and a message, creative and media strategy must be defined before a campaign can be implemented and evaluated. In this course, we take a deep look at all the different stages in campaign development through a combination of interactive lectures, case studies and class discussions.

Teil 3: Digital Marketing (in Deutsch)
Es werden die technischen und gesellschaftlichen Entwicklungen der Digitalisierung aufgezeigt. Die Studierenden erhalten einen Überblick über die heutigen Möglichkeiten der Online-Kommunikation. Im Vordergrund steht hier die Marketing-Kommunikation über Online- bzw. Social Media Plattformen. Neben Begriffsabgrenzungen, aktuellen Trends, Strategien, Messgrößen wird u.a. auf das Monitoring und rechtliche Grundlagen eingegangen.

Übung:
Fallstudien und Praxisfälle zum Brand Management and Marketing Communication

Lehrformen
Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung

Teilnahmevoraussetzungen
Formal: Studierende des Studiengangs Marketing und International Business
Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen
Klausur oder Portfolioprüfung (eine oder mehrere Hausarbeiten, die sich jeweils auf Teil 1, 2 und 3 beziehen)

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 J. Schmidt

Lehrende:

- Prof. Dr. Holger J. Schmidt

Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage)

- Schmidt: Markenführung. Wiesbaden.
- De Pelsmacker / Geuens / v. d. Bergh: Marketing Communications: A European Perspective, Essex.
- Dahlem / Lange / Smith: Marketing Communications: A Brand Narrative Approach, Chichester.
- Kreutzer: Digitale Markenführung. Digital Branding im Zeitalter des digitalen Darwinismus. Wiesbaden.

Dienstleistungsmanagement

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BPDMA	270 h	9	3. oder 4. Semester	mind. 1x im Studienjahr	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar Übung	5 SWS / 80 h 3 SWS / 48 h	142h	30 Studierende

Lehrsprache
Deutsch

Verwendung des Moduls (Studiengang)

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual (Pflicht nur für Kauffrau/-mann für Büromanagement)

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes)

Nach Beendigung des Moduls kennen die Studierenden die spezifischen bzw. konstitutiven Eigenschaften von Dienstleistungen und zeigen resultierende Herausforderungen für das Management auf. Sie kennen Modelle und Techniken zur Gestaltung von Dienstleistungen sowie deren Qualität und können diese anwenden. Anhand von aktuellen Fallbeispielen aus der Praxis können Dienstleistungen und deren Erstellungsprozesse selbstständig analysiert und bezüglich der Effektivität (Kundenzufriedenheit) und Effizienz (Kosten) bewertet werden.

Kompetenzen

Fachkompetenz zur Bewältigung fachspezifischer Aufgaben; Methodenkompetenz zur systematischen Vorgehensweise bei Problemstellungen und Förderung der Sozialkompetenz.

Inhalte

1. Einleitung
   a) Bedeutung, Definition und Typologisierung
   b) Spezifische Besonderheiten von Dienstleistungen und deren Implikationen
   c) Probleme der Informationssymmetrie und Lösungsmöglichkeiten

d) Implikationen für das Management

2. Strategische Positionierung im Markt
   a) Strategische Ausrichtung
   b) Service Value

3. Die 7 Ps des Dienstleistungsmanagement
   a) Die 4 Ps: Angebotspolitik (Product), Distributionspolitik (Place), Preispolitik (Price), Kommunikation (Process)
   b) Die 3 Ps: Wahrnehmbares Umfeld (Physical Facilities), Personal (People), Erstellungsprozess der Dienstleistung (Process)

4. Leistungserstellung
   a) Kundensicht
      i. Rollen und Interaktion mit dem Anbieter
      ii. Gestaltung des Umfeldes
      iii. Wartezeiten
   b) Anbietersicht
      i. Prozessablauf
      ii. Neue Technologien
      iii. Interne (abteilungsübergreifend) und externe Abstimmung (Kunde und Anbieter)
5. Qualität und Kundenzufriedenheit
   a) Auswirkung von Qualität und Kundezufriedenheit
   b) Gestaltung von Dienstleistungsqualität
   c) Messung von Dienstleistungsqualität
6. Kosten- und Erlössteuerung
   a) Erlös- und Kapazitätsmanagement (Yield Management)
   b) Kostenmanagement

Übung

Fallstudien und Gruppenübungen zum Dienstleistungsmanagement

Lehrformen

Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung. Gruppenarbeit, Projekte und Kurzpräsentationen der Kursteilnehmer

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Keine

Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen

Klausur oder Portfolioprüfung (Klausur 60 %; Präsentation und schriftliche Ausarbeitung 40 %)

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. Tilo Bellm

Lehrende:

- Prof. Dr. Tilo Bellm

Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage)

- Bitner/Gremler/Wilson/Zeithaml (aktuelle Auflage): Services Marketing, McGraw-Hill
- Bruhn/Meffert (aktuelle Auflage): Dienstleistungsmarketing, Gabler Verlag.
- Bruhn (aktuelle Auflage): Qualitätsmanagement für Dienstleistungen: Grundlagen, Konzepte, Methoden, Springer Verl.
- Fitzsimmons/Fitzsimmons (aktuelle Auflage): Service Management, McGraw-Hill
- Lovelock/Wirtz (2016): Services Marketing: People, Technology, Strategy, WPS

Einführung in das Mittelstandsmanagement

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BSEMM	270 h	9	3. Semester	mind. 1x pro Studienjahr	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar	5 SWS / 80 h	142 h	30 Studierende
Übung	3 SWS / 48 h		

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 (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement (Pflicht-Schwerpunktmodul)

☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen

Die Studierenden sollen am Ende des Moduls……

- die Rolle mittelständischer Unternehmen in der Marktwirtschaft verstehen
- ausgehend von der Lebenszykluskonzeption Herausforderungen mittelständischer Unternehmen kennen und beurteilen können
- Besonderheiten in der Führung mittelständischer Unternehmen auf unterschiedliche Herausforderungen anwenden können
- betriebswirtschaftliche Instrumente zur Bewältigung von Herausforderungen im Lebenszyklus kennen und anwenden

Kompetenzen:
Fachkompetenz, Methodenkompetenz

Inhalte

Einführung in die Grundlagen der Führung mittelständischer Unternehmen (Definition, Theorien, Lebenszyklus)
Volkswirtschaftliche Aspekte des Mittelstands (Bedeutung des Mittelstands, Lage des Mittelstand, Mittelstandspolitik, Mittelstandsförderung)

- Unternehmensgründung (Person des Unternehmers, Geschäftsidee, Geschäftsmodell und Gründung)

- Herausforderungen im Wachstum von Unternehmen (Erfolgsfaktoren mittelständischer Unternehmen, Innovationsmanagement, Internationalisierung, Digitalisierung)
- Mittelständische Unternehmen im Reifeprozess (Finanzierung mittelständischer Unternehmen, Beurteilung von Kapital- und Ertragslage mittelständischer Unternehmen)
- Die Wendephase im Lebenszyklus mittelständischer Unternehmen (Unternehmenskrisen und deren Bewältigung, Unternehmensnachfolge)

Übung:
Fallstudien und Praxisfälle zum Mittelstandsmanagement

Lehrformen
Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung

Teilnahmevoraussetzungen
Formal: Studierende des Studiengangs Mittelstandsmanagement
Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen
Portfolioprüfung (Vortrag 10 %; schriftliche Ausarbeitung 40 %; 90-minütige Klausur 50%)

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

Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage)

- De, D.: Entrepreneurship – Gründung und Wachstum von kleinen und mittleren Unternehmen,
- München
- Felden, B.; Pfannenschwarz, A.: Unternehmensnachfolge, München
- Klein, S.: Familienunternehmen, Wiesbaden
- Pfohl, H.-C.: Betriebswirtschaftslehre der Mittel- und Kleinbetriebe. Größenspezifische Probleme und Möglichkeiten zu ihrer Lösung, Berlin
- Reinemann, H.: Mittelstandsmanagement, Wiesbaden
- Reinemann, H.; Ludwig, D.: Die qualitative Dimension des Mittelstandsbegriffs, in: Becker, W.; Ulrich, P. (Hrsg.): Mittelstandsorientierte Betriebswirtschaftslehre – Ein Handbuch, Stuttgart, S. 38-52

Externes und Internes Rechnungswesen

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BSEIR	270 h	9	3. oder 4. Semester	mind. 1x im Studienjahr	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar Übung	5 SWS/ 80 h 3 SWS/ 48 h	172h	30 Studierende

Lehrsprache	
Deutsch	Verpflichtend für die Studierenden des Studienganges „Business Administration - Steuern dual“

Verwendung des Moduls (Studiengang)

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual (Pflicht-Schwerpunktmodul)

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☒ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Teilbereich: Externes Rechnungswesen

Die Studierenden sollen am Ende des Teilmoduls *Externes Rechnungswesen* in der Lage sein, komplexere Bilanzierungssachverhalte zu verstehen sowie deren Konsequenzen im Jahresabschluss – auch unter dem Aspekt bilanzpolitischer Maßnahmen – abzubilden.
Die zweckmäßige Anwendung von Bilanzierungsnormen erfordert ein hohes Maß an Wissen und Selbstständigkeit. Daher erlangen die Studierenden die Fähigkeit mit handels- und steuerrechtlichen Rechnungslegungsnormen umzugehen und diese auf konkret vorgegebene Beispielsituationen und Fallstudien umzusetzen (*praktische Fähigkeit*). Des Weiteren erwerben Sie die Fähigkeit, sich kritisch mit Bilanzierungswahlrechten auseinanderzusetzen und deren Konsequenzen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage darzustellen (*kognitive Fähigkeit*). Schließlich können sie bilanzpolitische Maßnahmen im Rahmen der Abschlusserstellung einschätzen und im Hinblick auf bilanzstrategische Zielvorgaben anwenden (*praktische Fähigkeit*).

Wissensvermittlung via:

Einschlägige Wirtschaftsgesetze, PowerPoint-Präsentation, Praxisfälle sowie Übungsbeispiele

Teilbereich: Internes Rechnungswesen

Nach Beendigung des Moduls haben die Studierenden als Fachkompetenz umfassende Kenntnisse des externen und internen Rechnungswesens. Verständnis für Vorschriften und Methoden. Durch Analyse praktischer

Sachverhalte, diese systematisch den relevanten Vorschriften und Methoden zuzuordnen und zielgerichtete Lösungen herbeizuführen.
Sozialkompetenz wird durch die Bearbeitung von Übungsaufgaben in Lerngruppen aufgebaut.

Inhalte

Teilbereich: Externes Rechnungswesen

Vorlesung

Externes Rechnungswesen: Das Teilmodul vertieft das Wissen der Studierenden in Bezug auf die handels- und steuerrechtliche Bilanzierung von Vermögenswerten und Schulden. Nach erfolgreichem Beenden dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, in den nachfolgenden Schwerpunktthemen zentrale Abgrenzungs- und Bewertungsprobleme zu erkennen und zu erläutern sowie unter Beachtung der z. T. divergierenden handels- und steuerrechtlichen Vorschriften anzuwenden: Abgrenzung von Anschaffung/Herstellung/Erhaltung, Maßgeblichkeitsgrundsatz, Niederstwertprinzip, Dauerhaftigkeit der Wertminderung, Bewertung von Forderungen und Verbindlichkeiten, Einzelbewertung, Bewertungseinheit, Leasing, Ansatz und Bewertung von immateriellen Vermögensgegenständen und Rückstellungen, latente Steuern, Ausschüttungssperre.

Übung

Aufbauend auf den Inhalt der Vorlesung Externes Rechnungswesen erfolgt eine Vertiefung des Wissens im Rahmen von 2 Übungsstunden pro Woche. Es werden – auch mit Unternehmensvertretern – Fallstudien oder einzelne Praxisfälle gelöst und aktuelle Bilanzierungssachverhalte und Medienbeiträge diskutiert.

Inhalte

Teilbereich Internes Rechnungswesen

I. Voll- und Teilkostenrechnung (Deckungsbeitragsrechnung), u.a. Besonderheiten der Rechenansätze, Grundlagen der DBR, stufenweise Fixkostendeckungsrechnung, Sortimentspolitik, Preispolitik. Plankostenrechnung, u.a. Grundbegriffe und Grundsätze der Kostenplanung, Systeme der Plankostenrechnung, Planung und Kontrolle.
II. Prozesskostenrechnung, u.a. Abgrenzung zu anderen Ansätzen, Prozesskostensatzermittlung.

Übung

Fallstudien und Praxisfälle zum Int. Rechnungswesen

Lehrformen

Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Keine
Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen

Klausur

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte

Modulverantwortliche/r:

Modulverantwortliche/r:

- Prof. Dr. Andreas Mengen / Prof. Dr. Behzad Karami

Lehrende:

- Prof. Dr Behzad Karami (Externes Rechnungswesen)
- Prof. Dr. Andreas Mengen (Internes Rechnungswesen)

Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage.)

- Weber, J. u. Weißenberger, B.: Einführung in das Rechnungswesen.
- Schweitzer, Marcel / Küpper, Hans-Ulrich: Systeme der Kosten- und Erlösrechnung
- Coenenberg, A. G./Haller, A./Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse: Betriebswirtschaftliche, handelsrechtliche, steuerrechtliche und internationale Grundlagen - HGB, IAS/IFRS, US-GAAP, DRS;
- Coenenberg, A. G./Haller, A./Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse: Aufgaben und Lösungen
- Hoffmann/Lüdenbach (Hrsg.), NWB Kommentar Bilanzierung Handels- und Steuerrecht.

Finanzierung und Investition II

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BPFI2	270 h	9	3. oder 4. Semester	mind. 1x im Studienjahr	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar	5 SWS/ 80 h	142h	30 Studierende
Übung	3 SWS/ 48 h		

Lehrsprache
Deutsch / Englisch

Verwendung des Moduls (Studiengang)

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☒ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen:

Die Studierenden sollen am Ende des Moduls Verständnis für die Investition und Finanzierung als notwendige Basis und zentrale Teilfunktion unternehmerischen Handelns entwickelt haben. Weitergehende Grundlagen des Finanzmanagements, wie bspw. das Wissen über wesentliche Eigen- und Fremdkapitalinstrumente sowie einige mezzanine Finanzprodukte, deren Anwendung und Bewertung wurden gelegt. Diverse Methoden zur Beurteilung von Investitionsvorhaben können ausgeführt werden. Strukturierte Finanzierungen sind grundlegend bekannt.

Darüber hinaus haben die Studierende tiefere Einblicke in Methoden zur Finanzplanung und -controlling einer Unternehmung sowie erste Einblicke in das Bankmanagement und das Börsenwesen gewonnen. Somit haben die Studierenden vertiefende Fach- und Methodenkenntnisse erlangt, auf denen sie aufbauend bereits in Einzelfällen qualifizierte Aufgaben im Bereich Finanzierung und Investition weitergehend selbständig analysieren, ansatzweise lösen und ausgewählte finanzwirtschaftliche Sachverhalte grundlegend beurteilen. Dadurch werden sie in die Lage versetzt, ausgehend von ihrer Fach- und Methodenkompetenz auch ihre Sozialkompetenz weiterzuentwickeln.

Inhalte

Ausgewählte Themen aus unter anderem den folgenden Bereichen …

- Investitionstheorie und -rechnung
- Finanzinstrumente
- Finanzmanagement

- Strukturierte Finanzierung
- Bankmanagement
- Finanzmärkte Ggfls. aufgreifen aktueller finanzwirtschaftlicher Themenstellungen.

Übung
Fallstudien und Praxisfälle zur Finanzierung und Investition II

Lehrformen
Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung

Teilnahmevoraussetzungen
Formal: Keine
Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen
Klausur oder Portfolioprüfung (60-minütige Klausur 40 %; schriftliche Ausarbeitung(en) 40 %; Präsentationen 20%)

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
Bestandene Modulprüfung

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

Modulverantwortliche/r:
- Prof. Dr. Michael Kaul

Lehrende:
- Prof. Dr. Michael Kaul, Lehrbeauftragte, wiss. Mitarbeiter, Gastreferenten

Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage)

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

Weitere Literatur wird bei Bedarf in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.

Gründungs- und Nachfolgemanagement / Innovationsmanagement

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BSGNI	270 h	9	4. Semester	mind. 1 x pro Studienjahr	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar Übung	5 SWS/ 80 h 3 SWS / 48 h	142 h	30 Studierende

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 (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement (Pflicht-Schwerpunktmodul)

☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Gründungs- und Nachfolgemanagement

Lernergebnisse (learning outcomes)

Bei den Studierenden sollte nach Besuch des Moduls ein gestärktes Bewusstsein für unternehmerisches Management vorliegen. Sie sollten über das Know-how verfügen, um grundlegende Entscheidungen im Unternehmen gezielter treffen zu können.
Erfolgskritische Themen der Unternehmensnachfolge sollten erkannt und zielorientiert gelöst werden können.

Kompetenzen

Fach- und Methodenkompetenz

- Teamarbeit (Argumentieren über gegebene Inhalte, Moderieren von Teamsitzungen)
- Konzeption von Thesenpapieren
- Mündliche Präsentation von Inhalten in Referatsform
- Fähigkeit zur Kommunikation (schriftlich und mündlich)

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 Schutzrechte
   2.4 Geschäftsmodell
   2.5 Grundlegende Entscheidungen
3. Gründungsphase
   3.1 Erstellung des Businessplans
   3.2 Finanzplanung
   3.3 Finanzierung und 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 Steuern und Versicherungen

II. Nachfolge als Spezialform der Existenzgründung
1. Bedeutung der Unternehmensnachfolge
   1.1 Volkswirtschaftliche Bedeutung
   1.2 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

Innovationsmanagement

Lernergebnisse (learning outcomes)

Die Studierenden sollten nach Besuch des Moduls die grundlegenden Kompetenzen zur gezielten Steuerung von Innovationsprozessen – von der Ideengenerierung bis zur Markteinführung – in (mittelständischen) Unternehmen erworben haben. Neben den grundlegenden Kompetenzen haben sie anhand von umfangreichen Fallstudien – die in Gruppenarbeit gelöst wurden – die Schlüsselkompetenzen im Bereich der Methoden und Persönlichkeit trainiert.

Kompetenzen

Fach- und Methodenkompetenz

- Teamarbeit (Argumentieren über gegebene Inhalte, Moderieren von Teamsitzungen)
- Konzeption von Thesenpapieren
- Mündliche Präsentation von Inhalten in Referatsform
- Fähigkeit zur Kommunikation (schriftlich und mündlich)

Inhalte

1. Bedeutung von Innovation
2. Begriffliche Grundlagen
3. Innovation und Strategie
4. Prozesse im Innovationsmanagement
   - Prozesse des operativen Innovationsmanagements
   - Ideenmanagement
   - Finanzierung von Innovation
   - Marketing von Innovation
   - Schutzrechte und Patentmanagement
5. Rollen und Verantwortlichkeiten
6. Organisationsstrukturen
7. Fähigkeiten und Personal
8. Unterstützende Methoden und Informationssysteme
9. Controlling und Governance

Übung:
Fallstudien und Praxisfälle zum Gründungs- und Nachfolgemanagement

Lehrformen

Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Studierende des Studiengangs Mittelstandsmanagement
Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen

Klausur oder Hausarbeit

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte

Modulverantwortliche/r:

- Prof. Dr. Martin Kaschny

Lehrende:

- Prof. Dr. Martin Kaschny

Literaturhinweise Gründungs- und Nachfolgemanagement:

- Bygrave, W. und A. Zacharakis (2011): Entrepreneurship, Wiley & Sons.
- De, A. D. (2005): Entrepreneurship: Gründung und Wachstum von kleinen und mittleren Unternehmen, München.
- Dowling M. und H.-J. Drumm [Hrsg.] (2003): Gründungsmanagement. Vom erfolgreichen Unternehmensstart zu dauerhaftem Wachstum.

- Kaschny, M. (2009): Finanzplanung, in: Tobias Kollmann (Hrsg.): GABLER KOMPAKT-LEXIKON Unternehmensgründung,
  S. 133 f.
- Mischnik, T, Kaschny, M. et al. (2001): Sicher in die Zukunft – Unternehmenssteuerung mit DATEV-Auswertungen, Tipps zur Unternehmensführung im Handwerk, B 51 / 2001, Landes-Gewerbeförderungsstelle des nordrhein-westfälischen Handwerks e.V. (LGH), 2001.
- Kaschny, M. (2009): Ideenerkennung: zur Relevanz von Peter F. Druckers Konzept zum Innovationsmanagement, in: Ideenmanagement, Heft 3, 2009, S. 71 - 75.
- Kirst, U. (2010): Selbstständig mit Erfolg, Köln.
- Klandt, H. (2006): Gründungsmanagement: Der Integrierte Unternehmensplan: Business Plan als zentrales Instrument für die Gründungsplanung.
- Krämer, W. (2003): Mittelstandsökonomik, München.
- Opoczynski, M.; Horn, S. (2012): Existenzgründung, 3. Aufl., Frankfurt/ Main.
- Wickham, P. A. (2006): Strategic Entrepreneurship, New Jersey.

Literaturhinweise Innovationsmanagement:

- Kaschny, M.; Nolden, M. und S. Schreuder: Innovationsmanagement im Mittelstand, 1. Auflage, Wiesbaden.
- Schewe, G., Becker, S. (2009): Innovationen für den Mittelstand:
  ein prozessorientierter Leitfaden für KMU, Wiesbaden.
- Vahs, D.; Buhrmester, R. (2013): Innovationsmanagement, 4. Auflage, Stuttgart.
- Hauschildt, J. (2013): Innovationsmanagement, 4. Auflage, München.
- Herstatt, C/Lüthje, Ch./Verworn, B. (2000): Innovationsmanagement in kleinen und mittleren Unternehmen.
- Reinemann, H. (2007): Erfolgspotenziale mittelständischer Unternehmen im Innovationswettbewerb, in: WISU, H. 2, S. 217 – 221.

Human Resource Management / Operatives Personalmanagement

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BSHRM	270 h	9	3. oder 4. Semester	mind. 1x im Studienjahr	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar	2 SWS/ 32 h	142h	30 Studierende
Übung	6 SWS/ 96 h		

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 (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☒ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse

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.

Kompetenzen

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.

Inhalte

Ausgewählte Themen aus unter anderem folgenden Bereichen:

- Grundbegriffe und Funktionen der Personalwirtschaft
- Personalpolitik

- Personalplanung / Personalbedarfsplanung
- Personalbeschaffung / Personalauswahl
- Personaleinsatz
- Organisationsformen der Arbeit
- Betriebliche Anreizsysteme
- Entgeltabrechnung mit dem Schwerpunkt der Brutto-/Netto-Entgeltermittlung
- Personalentwicklung / Ausgewählte Instrumente der PE / Talent Management
- Performance Management
- Personalfreisetzung
- Mitbestimmung
- Personalcontrolling
- Organisation des Personalmanagements

Übung
Fallstudien und Gruppenübungen zum Human Resource Management

Lehrformen
Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung, Fallstudien und Simulationen

Teilnahmevoraussetzungen
Formal: Keine
Inhaltlich: Erfolgreicher Besuch der Veranstaltung ‚Personalwesen und Organisation' (2. Semester)

Prüfungsformen
Klausur

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
Bestandene Modulprüfung

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

Modulverantwortliche/r:
- Prof. Dr. Christian Lebrenz

Lehrende:
- Prof. Dr. Christian Lebrenz

Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage)
- Bartscher, T.; Nissen, R.: Personalwirtschaft – Grundlagen, Handlungsfelder, Praxis
- Böhmer, N. Schinnenburg, H.; Steinert, C.: Fallstudien im Personalmanagement
- Domsch; Regnet; von Rosenstiel: Führung von Mitarbeitern: Fallstudien zum Personalmanagement
- Scholz, C. & Scholz, T. Personalmanagement
- Stier, M. Das Einmaleins der Entgeltabrechnung

International Business

Modul	Workload	Credits	Study semester	Frequency of supply	Duration
BSINB	270 h	9	4. semester	at least 1x per academic year	1 semester

Course	Contact time	Self-study	Group size
Seminar Tutorial	6 SWS / 96 h 2 SWS / 32 h	142 h	30 students

Teaching language
english

Use of module (Study program)

☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual

☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business (Pflicht-Schwerpunktmodul)

☐ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Learning outcome

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.

Content

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.

Learning approach

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.

Course participants

Students enrolled to the "BSc Marketing and International Business" programme and students from international partner institutions.

Assessment

The course assignment is designed as a project work which has to be completed in teams. Each team has the task is to develop an international marketing plan for a project company of their choice.

Students should work in teams of 3-4 persons at most. The teams are asked to choose their project company during the first course session.

Each team is asked to deliver altogether three presentations on the different steps of the international marketing planning process, i.e.

Phase 1: Marketing audit *(presentation 1)*

Phase 2: Market information *(presentation 1)*

Phase 3: Strategies and objectives *(presentation 2)*

Phase 4: Operative marketing management *(presentation 3)*

- As a first step of the strategic planning process, the management has to evaluate the firm's overall competitive position as well as the international marketing environment. In order to do so, the company has to be examined - possibly benchmarked with a key competitor.

- Foreign target markets can be selected according to their attractiveness and the anticipated country risk. The former is mainly determined by the market and sales potential, which have to be reliably estimated. In doing so, marketing executives have to handle a bundle of market data delivered by field or desk research in order to discover the (un-) articulated customer needs.

- Business mission and corporate objectives give orientation to all stakeholders. Furthermore, a properly designed hierarchy of objectives is indispensable for both keeping the employees motivated and the company on track. After the objectives have been set, the marketing management has to decide about appropriate strategies to achieve them.

- Finally, the marketing mix has to be designed to implement the marketing plan. It should be taken into consideration that efficiency has the absolute priority for marketing decision makers in this regard.

Each team will be given an opponent team, which implies that those two teams will have to work together intensively by reading each other's reports and presentation materials, giving feedback and sharing ideas for improvement.

Furthermore, the teams are asked to submit an executive report in order to briefly summarize the results. The reports have to be in-line with common standards of academic writing and should not exceed 8 - 10 pages. The reports have to be submitted latest one week after the last presentation.

Grading

The final grade for each student will be a weighted average score composed of both a team (1 and 2) and an individual grade (3):

- presentations (60%) – (1)
- written report (20%) – (2)
- class-room based indicators, such as attendance and participation (20%) – (3)

The students performance will be graded on a scale from 1 to 5 whereas "1" is the best possible grade and indicates an "outstanding performance" and "5" is a "fail".

In order to reward above-average performing students, the teams will be given the possibility to evaluate each team member individually (peer-to-peer).

Module coordinator

- Prof. Dr. Axel Schlich

Lecturers

- Prof. Dr. Axel Schlich
- N.N.

Course materials

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.

- Czinkota, M. R. / Ronkainen, I. A. (2013): International Marketing, 10th edition, international edition, Cengage Learning.
- Grafers, H.W./ Schlich, A. W. (2006): Strategic Export Management, Helsinki: WSOY.
- Hollensen, S. / Opresnik, M. (2010): Marketing – A Relationship Perspective, Munich.
- Kotabe, M. & Helsen, K. (2014): Global Marketing Management, 6th edition New York.
- Usunier, Jean-Claude/Lee, Julie Anne (2013): Marketing Across Cultures, 6th edition, Harlow.

Marketing and Consumer Behaviour

Modul	Workload	Credits	Study semester	Frequency of supply	Duration
BSMCB	270 h	9	3. semester	at least 1x per academic year	1 semester

Course	Contact time	Self-study	Group size
Seminar	6 SWS / 96 h	142 h	30 students
Tutorial	2 SWS / 32 h		

Teaching language
english

Use of module (Study program)

☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual

☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business (Pflicht-Schwerpunktmodul)

☐ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Learning outcome

Upon successful completion of this module, students should have gathered deeper insights into strategic and operative key issues with Marketing and Consumer Behaviour. 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.

Content

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.

Learning approach

The module will draw upon a mixture of activities including lectures, case study analysis, group work, presentations and discussions. Learning support material will be provided in OLAT.

Course participants

Students enrolled to the "BSc Marketing and International Business" programme and students from international partner institutions.

Assessment

In this course, students have to take a written exam of 180 minutes length.

Module coordinator

- Prof. Dr. Axel Schlich

Lecturers

- Prof. Dr. Axel Schlich

N.N.

Course materials

- Course participants will be provided with case studies, articles and lecture notes during the course. In addition, it´s recommended to use the following textbooks in order to deepen the understanding of marketing theory and practice.
- Dibb, S./Simkin, L./Pride, W.M./Ferrell, O.C. (2012): Marketing concepts & strategies, 6th edition.
- Hollensen, S. / Opresnik, M. (2010): Marketing – A Relationship Perspective, Munich.
- Homburg, C./Krohmer, H./Kuester, S. (2009): Marketing management – a contemporary perspective.

Marketingmanagement

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BSMAM	270 h	9	3. oder 4. Semester	mind. 1x im Studienjahr	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar	5 SWS/ 80 h	142h	30 Studierende
Übung	3 SWS/ 48 h		

Lehrsprache
Deutsch / Englisch

Verwendung des Moduls (Studiengang)

- ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration
- ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual
- ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual
- ☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“
- ☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business
- ☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement
- ☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen
- ☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen
- ☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes)

Dieses Modul basiert auf dem in der Vorlesung Marketinggrundlagen erworbenen Wissen. Ergänzungen und Vertiefungen finden insbesondere in folgenden Bereichen statt: Erforschung des Konsumentenverhaltens, B2B-Marketing, Online-Marketing, Preispolitik, internationales Marketing und statistische Verfahren der Datenanalyse. Aktuelle Marketing-Themen werden durch das Studium der aktuellen Wirtschaftspresse vertieft. Neben der Fachkompetenz wird auch die Methodenkompetenz der Studierenden durch Anwendung von Instrumenten zur Entwicklung von Marketingstrategien erweitert. Im Rahmen einer Gruppenarbeit erstellen die Studierenden eine Präsentation zu einem aktuellen Marketingthema und verbessern dabei ihre Team- und Präsentationsfähigkeit. Die Studierenden führen selbst eine Online-Marktforschung mit Fragebogenentwicklung, Datenerhebung, Datenanalyse und Erstellung Abschlussbericht durch.

Kompetenzen

Methodenkompetenz: Selbstständiges Arbeiten, Arbeiten in Gruppen, Erstellung und Durchführung von Präsentationen, Diskussionsfähigkeit, Primärdatenerhebung mit Analyse/Interpretation der erhobenen Daten.
Fachkompetenz: Aktuelle Marketingtrends, Kaufverhalten von Konsumenten und Organisationen, Marketingstrategie und Marketinginstrumente, internationales Marketing, Online-Marketing, Marktforschung.

Inhalte

- Modelle zur Erforschung des Konsumentenverhaltens, Consumer Neuroscience
- Consumer Relationship Management
- Strategische und instrumentelle Besonderheiten des B2B-Marketing
- Key Account Management

- Einführung in das internationale Marketing
- Preisoptimierung und dynamisches Pricing
- Online-Marketing: Search Engine Marketing, Social Media Marketing, Virales Marketing, E-Mail-Marketing, Mobile Marketing, Websites, Online Advertising, E-Commerce.
- Multivariate Verfahren der Datenanalyse
- Durchführung einer Datenerhebung mit Hilfe einer Online-Umfrage-Applikation und Anwendung uni- und bivariater Analyseverfahren
- Multivariate Verfahren der Datenanalyse.

Übung

Fallstudien und Gruppenübungen zum Marketingmanagement. Diskussionsforen und Aufgaben in der Online-Lernplattform der Hochschule (OLAT), Studium der aktuellen Wirtschaftspresse, Anwendung statistischer Analyseverfahren, Präsentationen durch die Studierenden

Lehrformen

Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung. Aufgaben in der Online-Lernplattform der Hochschule (OLAT), Studium der aktuellen Wirtschaftspresse, Anwendung statistischer Analyseverfahren, Präsentationen durch die Studierenden.

Teilnahmevoraussetzungen
Formal: Keine
Inhaltlich: Pflichtmodul Marketinggrundlagen

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:
Herr Kfm. Bernhard Böffgen
Lehrende:
Herr Dipl. Kfm. Bernhard Böffgen

Literaturhinweise (jeweils die aktuelle Auflage):

- Homburg, Christian: Marketingmanagement. Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung
- Scharf, A./Schubert, B./Hehn, P.: Marketing. Einführung in Theorie und Praxis
- Kreutzer, R.T.: Online-Marketing (Studienwissen Kompakt)
- Bruhn, M.: Relationship Marketing: Das Management von Kundenbeziehungen
- Zentes/Swobodan/Schramm-Klein: Internationales Marketing
- Internetauftritt des Handelsblattes (Premium-Account der Hochschule)

Produktionswirtschaft / OR

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BSPOR	270 h	9	3. oder 4. Semester	mind. 1x im Studienjahr	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar	4 SWS / 64 h	142 h	30 Studierende
Übung	4 SWS / 64 h		

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 (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☒ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes)

Die Studierenden sollen am Ende des Moduls die Grundlagen der Produktionswirtschaft im Unternehmenszusammenhang kennen. Sie verstehen die Bedeutung der Produktionsfaktoren und sind in der Lage, Werkzeuge zum Management der Produktionsfaktoren situativ und praxisgerecht anzuwenden.

Kompetenzen

Die Komplexität strategischer und taktisch/ operativer Aspekte der Produktionswirtschaft verstehen. Das Gelernte auf eine praktische Aufgabe im Produktionsumfeld anwenden können; Fach- und Methodenkompetenz werden vermittelt.

Inhalte

I. Bedeutung und Definition der Produktionswirtschaft und des OR
II. Die Produktionsfaktoren
III. Der Produktionsfaktor Betriebsmittel: Standortwahl, Fabrikplanung,…
IV. Der Produktionsfaktor Arbeitskraft: Personalbedarfsplanung, Mitarbeitermotivation,..
V. Der Produktionsfaktor Werkstoffe: Bedarfsermittlung, Bereitstellung, Bestellmengen,…
VI. Der Produktionsfaktor Leitung: Strategische und operative Aspekte der Leitung einer Produktion
VII. Der Produktionsfaktor Planung: Strategische und operative Aspekte
VIII. Der Produktionsfaktor Organisation: Organisationsformen im Produktionsbetrieb, Reihenfolgeplanung…

Übung Fallstudien und Gruppenübungen zur Produktionswirtschaft/OR
Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung
Teilnahmevoraussetzungen Formal: Keine Inhaltlich: Keine
Prüfungsformen Klausur oder Portfolioprüfung (Vortrag 10%; schriftliche Ausarbeitung 40%; 90-minütige Klausur 50%)
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestehen der Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r: ▪ Prof. Dr. Bert Leyendecker Lehrende: ▪ Prof. Dr. Bert Leyendecker ▪ Dr. Patrick Pötters
Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage) ▪ Schneeweiß, C.: Einführung in die Produktionswirtschaft. ▪ Hoitsch, H.-J.: Produktionswirtschaft. ▪ Nebl, T.: Produktionswirtschaft.

Steuern II (Unternehmenssteuern)

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BSST2	270 h	9	3. oder 4. Semester	mind. 1x im Studienjahr	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar Übung	5 SWS / 80 h 3 SWS / 48 h	142 h	30 Studierende

Lehrsprache
Deutsch

Verwendung des Moduls (Studiengang)

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual (Pflicht-Schwerpunktmodul)

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Nach Beendigung des Moduls haben die Studierende umfassende Kenntnisse auf dem Gebiet der Besteuerung von Kapitalgesellschaften (Körperschaftssteuer - KSt, Gewerbesteuer - GewSt) sowie umfassende Kenntnisse auf dem Gebiet der Besteuerung von Personengesellschaften.

Kompetenzen

Mündliche Präsentation von Aufgabenlösungen und Fallbeispiellösungen, Diskussion über erarbeitete Lösungsvorschläge, Teamarbeit, wissenschaftliche Arbeitsformen, Zitierformen, Erschließung an endungsbezogener Aspekte; Fach- und Methodenkompetenz werden vermittelt.

Inhalte

I. Besteuerung der Kapitalgesellschaften:

KSt: Grundbegriffe, unbeschränkte und beschränkte Steuerpflicht, Befreiungen, Einkommensermittlung, vGA, Verlustverrechnung, Gesellschafterfremdfinanzierung, Organschaft.

GewSt: Wesen, Steuergegenstand, Steuerpflicht, Hinzurechnungen und Kürzungen, Gewerbeverluste, Organschaft, Zerlegung, Steuermessbetrag, Gewerbesteuerrückstellung.

II. Besteuerung der Personengesellschaften:

Begriffe der Mitunternehmer, Sonderbetriebsvermögen, Betriebsaufspaltung, Eintritt, Austritt und Wechsel von Gesellschaftern, Gründung, Einbringung, Verlustbeschränkung nach § 15 a EStG, Realteilung.

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

Wirtschaftsprüfung

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BSWPG	270 h	9	3. oder 4. Semester	mind. 1x im Studienjahr	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar	5 SWS / 80 h	142 h	30 Studierende
Übung	3 SWS / 48 h		

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 (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☒ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes)

Die Studierenden können am Ende des Moduls insbesondere

- handelsrechtliche Vorgaben für die Ausübung der Prüfung von Finanzinformationen wiedergeben, differenzieren, interpretieren und übertragend anwenden.
- das riskoorientierte Vorgehen bei der Prüfung von Finanzinformationen beschreiben,
- Risiken für die Ordnungsmäßigkeit der Finanzinformationen identifizieren und beurteilen,
- das Prüfungsprogramm risikoorientiert differenzieren sowie
- die wesentlichen Ergebnisse der Prüfung im Prüfungsbericht und Bestätigungsvermerk in geeigneter Weise zusammenzufassen und zu formulieren.

Kompetenzen

Fachspezifische Kompetenzen, fachbezogene Methodenkompetenz, kommunikative Kompetenzen, Persönlichkeitsentwicklung.

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

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

Übung
Fallstudien und Gruppenübungen zur Wirtschaftsprüfung

Lehrformen
Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung

Teilnahmevoraussetzungen
Formal: Keine
Inhaltlich: Vorkenntnisse aus dem Modul „Jahresabschluss“

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

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.

III. WAHLPFLICHTMODULE (Electives)

WAHLPFLICHTMODULE (ELECTIVES)
ein Elective ist jeweils im dritten und im vierten Semester zu wählen!
Business English II
Business English III
Understand up Intercultural Commons / Intercultural Communications
Französisch I
Französisch II
Französisch III
Spanisch I
Spanisch II
Spanisch III
Unternehmensbewertung und Jahresabschlussanalyse
Betriebliche Informationssysteme
Qualitätsmanagement
Regionale und Internationale Netzwerke
Rhetorik und Präsentationstechnik
Steuern III (Abgabenordnung und Umsatzsteuer)
Mathematik II (Dynamische Modellierung und Lienarne Optimierung)
Wirtschaftsgeografie
Schlüsselkompetenzen für Young Professionals
Business Planning
China I / China II

Betriebliche Informationssysteme

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BPBIS	150 h	5	3. oder 4. Semester	Jedes Semester	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar Übung	3 SWS / 48 h 1 SWS / 16 h	86 h	30 Studierende

Lehrsprache
Deutsch

Verwendung des Moduls (Studiengang)

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual

☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes)

Die Studierenden sollen am Ende des Moduls die Rolle der Informationssysteme bei der Gestaltung von Geschäftsprozessen einordnen können. Sie sind mit den Grundzügen des Lebenszyklusmanagements und Architekturen betrieblicher Informationssysteme vertraut. Bedeutung und Typologie betrieblicher Informationssysteme sind ihnen bekannt. Durch Übungen am PC/ERP-System sind ihnen die Grundstrukturen von ERP-Systemen geläufig und sie können bereits erste Anwendererfahrungen nachweisen. Anhand von Praxisübungen im betriebswirtschaftlichen Labor (Modellfabrik Koblenz) gelingt der Transfer zwischen grundlegenden Logistik-Konzepten und der ERP-Abbildung.

Kompetenzen

Bewertung der Möglichkeiten und Grenzen Betrieblicher Informationssysteme, Fähigkeit zur Bearbeitung einfacher Geschäftsvorfälle im SAP-ERP-System, Grundlegende Fähigkeit zur Analyse und Optimierung von Geschäftsprozessen. Vermittlung von Fach- und Methodenkompetenz.

Inhalte

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

I. Einführung und Management Betrieblicher Informationssysteme

Übung: Fallstudien und Praxisfälle zur BIS
Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung
Teilnahmevoraussetzungen Formal: Keine 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
Modulverantwortliche/r: ▪ Prof. Dr. Ayelt Komus Lehrende: ▪ Prof. Dr. Ayelt Komus, Lehrbeauftragte
Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage) ▪ Gadatsch, Andreas: Grundkurs Geschäftsprozessmanagement, akt. Aufl. ▪ Grundkurs SAP ERP: Geschäftsprozessorientierte Einführung Mit Durchgehendem Fallbeispiel ▪ (German Edition) ▪ Hansen, H. R.; Neumann G.: Wirtschaftsinformatik 1 Grundlagen und Anwendungen, akt. Aufl. ▪ Help.sap.com

Business English II

Modul	Workload	Credits	Study semester	Frequency of supply	Duration
BEEN2	150 h	5	3. or 4. semester	each semester	1 semester

Course	Contact time	Self-study	Group size
Seminar Tutorial	2 SWS / 32 h 2 SWS / 32 h	86 h	30 students

Teaching language

english

Use of module (Study program)

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☒ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen (Pflicht-Modul)

☒ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen (Pflicht-Modul)

☒ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen (Pflicht-Modul)

Learning outcomes

- Participants will learn how to present ideas, arguments and information with clarity and reasonable accuracy both orally and in written form using appropriate register and conventions
- 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

Competences

Groupwork, negotiating, communication, problem solving.

Content

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

Tutorial
Case studies, group work and exercises

Teaching formats
Lecturing incl. seminaristic elements with speeches, presentations, discussions and working tasks.

Requirements
Formal: no requirements
Content: no requirements

Forms of examination
Written exam or written assignment/report

Necessary conditions for credits
Passed examination

Weight of the grading
According to the ECTS points

Modul representative and lecturers
Module representatives:
- Ellen Rana

Lecturers:
- Ellen Rana / Assistant lecturer

Additional Information
Literature list
- Will be provided throughout the module

Business English III

Modul	Workload	Credits	Study semester	Frequency of supply	Duration
BEEN3	150 h	5	3. or 4. semester	each semester	1 semester

Course	Contact time	Self-study	Group size
Seminar	2 SWS / 32 h	86 h	30 students
Tutorial	2 SWS / 32 h		

Teaching language

english

Use of module (Study program)

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Learning outcomes

On successful completion of this module, participants should:

- understand how the English speaking, international recruitment process works
- be able to successfully complete various application methods
- be confident about presenting themselves to potential employers
- realize the importance of interview training
- be prepared to apply for internships and/or jobs in English speaking companies

Transferable skills: planning, written communication, meeting deadlines

Competences

Communication, problem solving, group work, time management

Content

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

Tutorial
Case studies, group work and exercises

Teaching formats
Lecturing incl. seminaristic elements with speeches, presentations, discussions and working tasks.

Requirements
Formal: no requirements
Content: no requirements

Forms of examination
Written exam /Portfolio review

Necessary conditions for credits
Passed examination

Weight of the grading
According to the ECTS points

Modul representative and lecturers
Module representatives:
- Ellen Rana

Lecturers:
- Ellen Rana / Assistant lecturer

Additional Information
Literature list
- Will be provided throughout the module

Business Planning

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BEGRÜ	150 h	5	3./4.	Jedes Semester	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar / Workshop	3 SWS / 48 h	86 h	30 Studierende
Übung	1 SWS / 16 h		

Lehrsprache
Deutsch

Verwendung des Moduls (Studiengang)/ Modulart (Pflicht-, Schwerpunkt-, Wahlpflichtmodul (Elective))

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration Steuern dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium)

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

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.

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

Inhalte

I. Allgemeines zum Businessplan

- Was ist ein Businessplan?
- Sinn und Zweck des Businessplans
- Sichtweise potentieller Kapitalgeber
- Beispiele für typische Planungssituationen
- Planungsprozess
- Logischer Aufbau von Businessplänen
- Grundregeln für die Erstellung eines Businessplans

II. Zentrale Elemente des Businessplans

- Marketing und 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

Übung:

Fallstudien, Praxisfälle und Gruppenarbeit

Lehrformen

Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung und Gruppenarbeit

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Keine

Inhaltlich: Keine

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

Modulverantwortliche/r:

- Prof. Dr. Martin Kaschny

Lehrende:

- Prof. Dr. Martin Kaschny

Sonstige Informationen

Literaturhinweise (jeweils die aktuelle Auflage):

- Heucher, Martin et al. McKinsey & Company: Planen, gründen, wachsen
- Pinson, Linda: Anatomy of a Business Plan
- NUK Neues Unternehmertum e.V.: Handbuch Businessplanwettbewerb 2007

China I - Wirtschaftsnation China entdecken und verstehen

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BECHI	150 h	5	3. oder 4. Semester	jedes Semester	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar	3 SWS / 48 h	86 h	30 Studierende
Übung	1 SWS / 16 h		

Lehrsprache

Chinesisch / Deutsch

Verwendung des Moduls (Studiengang)

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes)

Chinesisch I richtet sich an Studierende ohne Vorkenntnisse der chinesischen Sprache. Im Laufe des Semesters werden Grundkenntnisse sowie kommunikative Fähigkeiten vermittelt. Die Studierenden erwerben aktive und passive Sprachkompetenzen in der Alltagssprache (alle wichtigen Alltagsituationen).

Das Semester Chinesisch I führt zum Spanischniveau A1+ wie es im „Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen“ definiert ist. Ferner erfolgt eine Einführung in die Grundlagen der chinesischen Business-Kultur.

Kompetenzen:

Schriftliche und Mündliche Präsentation von Inhalten und Zusammenhängen, Kommunikation über inhaltliche Aspekte; Vermittlung von Sprachkompetenz.

Inhalte

Sprache:

- Begrüßung, Vorstellung, Angabe zum Beruf und Arbeitsort
- Ausdruck von Gefallen und Missfallen
- Tagesablauf und Gewohnheiten
- Uhrzeiten, Zahlen

Business Kultur:

- Wirtschaftliche Bedeutung der VR China
- Hierarchieverständnis
- Anrede / Respekt

- „Business-Knigge“ China

Übung:

Fallstudien, Praxisfälle und Gruppenarbeit zu China I

Lehrformen
Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen. Gruppenarbeiten, Rollenspiele, Übersetzungen und grammatische Übungen.

Teilnahmevoraussetzungen
Formal: Keine
Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen
Klausur, Portfolioprüfung, mündliche Prüfung

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
Bestandene Modulprüfung

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

Modulverantwortliche/r:
- Frau Prof. Dr. Silke Griemert

Lehrende:
- Feihong Bräkling-Sun

Literaturhinweise (jeweils die aktuelle Ausgabe):
-

China II - Geschäftskontakte aufbauen und pflegen

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BECHII	150 h	5	3. oder 4. Semester	jedes Semester	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar	3 SWS / 48 h	86 h	30 Studierende
Übung	1 SWS / 16 h		

Lehrsprache

Chinesisch / Deutsch

Verwendung des Moduls (Studiengang)

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes)

Chinesisch II richtet sich an Studierende mit ersten Vorkenntnissen der chinesischen Sprache und mit ersten Einblicken in die chinesische Business-Kultur. Im Laufe des Semesters werden die Grundkenntnisse sowie die kommunikativen Fähigkeiten erweitert. Die Studierenden erwerben weitere aktive und passive Sprachkompetenzen in der Alltagssprache. Das Semester Chinesisch II führt zum Spanischniveau A2+ wie es im „Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen“ definiert ist. Die Einführung in die chinesische Business-Kultur wird vertieft.

Kompetenzen:

Schriftliche und Mündliche Präsentation von Inhalten und Zusammenhängen, Kommunikation über inhaltliche Aspekte; Vermittlung von Sprachkompetenz.

Inhalte

Sprache:

- Vertiefung Begrüßung, Vorstellung, Angabe zum Beruf und Arbeitsort, etc.
- Grundlagen Bürokommunikation
- Sprachelemente „kaufen & verkaufen“
- Business-Small-Talk

Business Kultur:

- Meeting-Kultur in Unternehmen
- Business-Lunch / Business-Dinner
- Konflikte & Zustimmung

Übung: Fallstudien, Praxisfälle und Gruppenarbeit zu China II
Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen. Gruppenarbeiten, Rollenspiele, Übersetzungen und grammatische Übungen.
Teilnahmevoraussetzungen Formal: Keine Inhaltlich: Keine
Prüfungsformen Klausur, Portfolioprüfung, mündliche Prüfung
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r: ▪ Frau Prof. Dr. Silke Griemert Lehrende: ▪ Feihong Bräkling-Sun
Literaturhinweise (jeweils die aktuelle Ausgabe): ▪

Französisch I

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BEFR1	150 h	5	3. und 4. Semester	jedes Semester	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar	2 SWS / 32 h	86 h	30 Studierende
Übung	2 SWS / 32 h		

Lehrsprache

Französisch

Verwendung des Moduls (Studiengang)

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes):

Nach diesem Modul hat sich die aktive und passive Sprachkompetenz (schriftlich sowie mündlich) der Studierenden in Bezug auf die Geschäftsanbahnung verbessert. Das Semester Französisch I führt zum Sprachniveau A1, wie es im „Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen“ definiert ist.

Kompetenzen:

Schriftliche und mündliche Präsentation von Inhalten und Zusammenhängen, Kommunikation über inhaltliche Aspekte; Vermittlung von Sprachkompetenz

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 á…, venir de…
VI. Demonstrativpronomen
VII. Possessivpronomen
VIII. Bildung und Struktur von Sätzen
IX. Zahlen

Übung:

Fallstudien, Praxisfälle und Gruppenarbeit zu Französisch I

Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung
Teilnahmevoraussetzungen Formal: Keine Inhaltlich: Keine
Prüfungsformen Klausur oder Hausarbeit
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r: ▪ Sprachdozentin: Ellen Rana Lehrende: ▪ Lehrbeauftragte
Literaturhinweise (jeweils die aktuelle Auflage): ▪ Kirchning, G.: Le Francais Commercial

Französisch II

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BEFR2	150 h	5	3. oder 4. Semester	jedes Semester	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar	2 SWS / 32 h	86 h	30 Studierende
Übung	2 SWS / 32 h		

Lehrsprache

Französisch

Verwendung des Moduls (Studiengang)

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes)

Nach diesem Modul sind die Studierenden in der Lage, wirtschaftliche Texte zu verstehen. Zusammenstellung und Abbildung eines CV. Beherrschung und Bearbeitung von Alltagssituationen am Telefon.

Kompetenzen:

Schriftliche und mündliche Präsentation von Inhalten und Zusammenhängen, Kommunikation über inhaltliche Aspekte; Vermittlung von Sprachkompetenz

Inhalte

II. Das Verstehen von Texten wirtschaftlicher Ausrichtung mit Beantwortung von entsprechenden Fragen und die Zusammenstellung eines CV bilden den schriftlichen Teil, während die Beherrschung und Bearbeitung von Alltagssituationen am Telefon den mündlichen Ausdruck trainieren soll.
III. Wiederholungen und Aufbau des Wortschatzes,
IV. Vertiefung und Ergänzung der Grammatik tragen zur Sprachsicherheit bei.

Übung:

Fallstudien, Praxisfälle und Gruppenarbeit zu Französisch II

Lehrformen

Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Keine

Inhaltlich: Französisch I, leicht Fortgeschrittene, Auffrischer ab Niveau A2

Prüfungsformen

Klausur oder Hausarbeit

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r: ▪ Sprachdozentin Frau Ellen Rana Lehrende: ▪ Lehrbeauftragte 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.

Französisch III

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BEFR3	150 h	5	3. oder 4. Semester	jedes Semester	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar	2 SWS / 32 h	86 h	30 Studierende
Übung	2 SWS / 32 h		

Lehrsprache

Französisch

Verwendung des Moduls (Studiengang)

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes)

Nach diesem Modul sind die Studierenden in der Lage selbstständig französische Korrespondenz zu verfassen.

Kompetenzen:

Schriftliche und mündliche Präsentation von Inhalten und Zusammenhängen, Kommunikation über inhaltliche Aspekte; Vermittlung von Sprachkompetenz

Inhalte

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

Übung:

Fallstudien, Praxisfälle und Gruppenarbeit zu Französisch III

Lehrformen

Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Keine

Inhaltlich: Französisch I, leicht Fortgeschrittene, Auffrischer ab Niveau A2

Prüfungsformen Klausur oder Hausarbeit
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r: ▪ Sprachdozentin Frau Ellen Rana Lehrende: ▪ Lehrbeauftragte
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.

Intercultural Communications/ Understand up Intercultural Commons

Modul	Workload	Credits	Study semester	Frequency of supply	Duration
BEUIC	150 h	5	3. or 4. semester	each semester	1 semester

Course	Contact time	Self-study	Group size
Seminar	3 SWS / 48 h	86 h	30 students
Tutorial	1 SWS / 16 h		

Teaching language

english

Use of module (Study program)

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Learning outcomes

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 an 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

Competences

Communication, problem solving, group work, time management.

Content

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

Tutorial
Case studies, group work and exercises

Teaching formats
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.

Requirements
Formal: English language level minimum B2
Content: no requirements

Forms of examination
Written exam or written assignment/report

Necessary conditions for credits
Passed examination

Weight of the grading
According to the ECTS points

Modul representative and lecturers
Module representatives:
- Ellen Rana

Lecturers:
- Ellen Rana

Additional Information

Literature list
- Holliday, A., Hyde, M. and Kullman, J. Intercultural Communication. An Advanced Resource Book. London and New York: Routledge.
- Piller, I. Intercultural Communication. A Critical Introduction. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Additional sources will be provided throughout the semester

Mathematik II (Dynamische Modellierung und Lineare Optimierung)

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BEMA2	150 h	5	3. oder 4. Semester	nur Sommersemester	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar Übung	3 SWS / 48 h 1 SWS / 16 h	86 h	30 Studierende
Lehrsprache Deutsch			

Verwendung des Moduls (Studiengang)

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes)

Nach diesem Modul sind die Studierenden in der Lage weiterführende Themen der mathematischen Modellierung zu behandeln. Dies beinhaltet vertiefende Themen im Bereich der Analysis und der dynamischen Modellierung (Differenzen- und Differentialgleichungen) und weiterführende Themen der Linearen Algebra (Lineare Optimierung).

Kompetenzen:

Vermittlung von Fach- und Methodenkompetenz

Inhalte

Weiterführende Mathematik - Analysis

- Differenzengleichungen
- Differentialgleichungen
- Vertiefung Integralrechnung

Weiterführende Mathematik – Lineare Algebra

- Lineare Optimierung
- Ökonomische Anwendungen

Übung:

Fallstudien und Praxisfälle zu Mathematik II

Lehrformen

Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung

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

Qualitätsmanagement

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BEQMA	150 h	5	3. oder 4. Semester	Jedes Semester	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar Übung	3 SWS / 48 h 1 SWS / 16 h	86 h	30 Studierende

Lehrsprache
Deutsch

Verwendung des Moduls (Studiengang)

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes)
Nach diesem Modul kennen die Studierenden Bedeutung, Aufgaben und Ziele von Qualitätsmanagementsystemen die in den Unternehmen eingesetzt werden. Ferner sind sie dazu in der Lage, die wesentlichen Methoden und Arbeitstechniken des Qualitätsmanagements in ausgewählten Fällen anzuwenden.

Kompetenzen:
Die grundsätzliche Funktionsweise von Qualitätsmanagementsystemen verstehen. Das Gelernte auf eine (begrenzte) praktische Aufgabe im Qualitätsmanagement anwenden können. Vermittlung von Fach- und Methodenkompetenz.

Inhalte

I. Qualitätsmanagement Grundlagen
II. Strategische Unternehmensausrichtung als Basis für QM-Systeme
III. Unternehmensprozesse als Basis für QM-Systeme
IV. Qualitätsmanagementsysteme nach DIN EN ISO 9000ff und ihre Anwendung
V. Anwendung von Qualitätswerkzeugen
VI. Qualitätsaudits
VII. Qualitätscontrolling
VIII. Wirkung von Qualitätsmanagementsystemen
IX. Ausblick Integrierte Managementsysteme

Übung:
Fallstudien und Praxisfälle zum Qualitätsmanagement

Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung
Teilnahmevoraussetzungen Formal: Keine Inhaltlich: Keine
Prüfungsformen Klausur
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r: ▪ Prof. Dr. Jörg Lux Lehrende: ▪ Prof. Dr. Jörg Lux
Literaturhinweise: ▪ Bräkling, Oidtmann: 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

Regionale und internationale Netzwerke

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BERIN	150 h	5	3. oder 4. Semester	mind. 1 x pro Studienjahr	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar Übung	3 SWS / 48 h 1 SWS / 16 h	86 h	30 Studierende
Lehrsprache Deutsch			

Verwendung des Moduls (Studiengang)

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☐ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes)

Nach dem Besuch des Moduls können die Studierenden die regionale Dimension in die allgemeine Wirtschafts-theorie 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.

Kompetenzen

Vermittlung von Fach- und Methodenkompetenz

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

Übung:

Fallstudien und Praxisfälle zu Regionale und internationale Netzwerke

Lehrformen

Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Keine

Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen Klausur oder Hausarbeit
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r: ▪ Prof. Dr. Mark O. Sellenthin Lehrende: ▪ Prof. Dr. Mark O. Sellenthin
Literaturhinweise (jeweils die aktuelle Ausgabe): ▪ Eckey: Regionalökonomie, Gabler Verlag. ▪ Heinemann, Hagen, Mohl, Osterloh & Sellenthin: Die Zukunft der EU-Strukturpolitik, Nomos Verlag. ▪ Blanchard, O. und Illing, G.: Makroökonomie, München. ▪ Pindyck, R. & Rubinfeld, D.: Mikroökonomie, Pearson, München. ▪ Fagerberg, J., Mowery, D. & Nelson, R. R.:The Oxford Handbook of Innovation, Oxford University Press, Oxford. ▪ Herrmann-Pillath, C.: Grundriss der Evolutionsökonomik, UTB. ▪ Sellenthin, M.: Volkswirtschaftslehre – mathematisch gedacht, Springer Verlag. ▪ Weise, Brandes, Eger & Kraft: Neue Mikroökonomie, Physica-Verlag, Heidelberg.

Rhetorik und Präsentationstechnik

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
RHETO	150 h	5	3. oder 4. Semester	1 x pro Studienjahr	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar Übung	3 SWS / 48 h 1 SWS / 16 h	86 h	30 Studierende

Lehrsprache
Deutsch

Verwendung des Moduls (Studiengang)

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual

☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen
Nach diesem Modul sind die Studierenden mit dem Grundlagenwissen zum Einsatz der Kommunikation in den Anwendungsfeldern Rhetorik und Präsentation, insbesondere im virtuellen Kontext, vertraut. Sie können sich durch den Einsatz der gelernten Kenntnisse (Kommunikationsfähigkeiten, Vorbereitung und Durchführung von Präsentationen, sicherer Umgang mit Präsentationsmedien) in eigenen Vorträgen und Präsentationen profilieren.

Inhalte

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

II. Präsentationstechnik/en
   - Adressatenanalyse, Planung des Medieneinsatzes, Zielsetzung, Visualisierung

III. Feedback

Übung:
Fallstudien, Praxisfälle und Gruppenarbeit zur Rhetorik und Präsentationstechnik

Wissensvermittlung via: Virtuelle, synchrone und asynchrone Präsentationen (Screencasts, Podcasts etc.), Übungen einzeln und in Teams, Gruppen sowie Plenum, Selbsttests.

Lehrformen
Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung

Teilnahmevoraussetzungen
Formal: Keine

Inhaltlich: Keine
Prüfungsformen Redeskript und Präsentation/rhetorische Beiträge (Portfolioprüfung)
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte
Modulverantwortliche/r: ▪ Claudia Hoffmann Lehrende: ▪ Claudia Hoffmann
Literaturhinweise (jeweils die aktuelle Ausgabe): ▪ Argyle, M.: Körpersprache & Kommunikation. Nonverbaler Ausdruck und soziale Interaktion. 10. überarbeitete Auflage. Junfermann. Paderborn. 2013. ▪ Ascheron, Claus (2007): Die Kunst des wissenschaftlichen Präsentierens und Publizierens. Ein Praxisleitfaden für junge Wissenschaftler ▪ Birkenbihl, V. F.: Rhetorik. Redetraining für jeden Anlass: Besser reden, verhandeln, diskutieren. Münchner Verlagsgruppe. München. (Oktober) 2018. ▪ Ehlers, M.: Rhetorik - Die Kunst der Rede im digitalen Zeitalter. Books4success. Kulmbach. 2018. ▪ Molcho, S: Körpersprache des Erfolgs. Die Zunge kann lügen – der Körper nie! Ariston. München. 2015. ▪ Schulz von Thun, F. (2014) Miteinander Reden 1-4: Störungen und Klärungen/Stile, Werte und Persönlichkeitsentwicklung/DasInnere Team und situationsgerechte Kommunikation/Fragen und Antworten. Rowohlt. Reinbek. 2014. ▪ Thiele, A: Die Kunst zu überzeugen. Faire und unfaire Dialektik. 8. Auflage. Springer. Berlin/Heidelberg. 2006.

Schlüsselkompetenzen für Young Professionals

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BEYPR	150 h	5	3./4.	1 x pro Studienjahr	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar / Workshop Übung	3 SWS / 48 h 1 SWS / 16 h	86 h	30 Studierende
Lehrsprache Deutsch			

Verwendung des Moduls (Studiengang)

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual

☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Nach erfolgreicher Absolvierung des Moduls kennen die Studierenden ihre sozialen bzw. persönlichen Kompetenzen und können diese in einen beruflichen Kontext stellen. Auf Basis der im Kurs erworbenen breiten Wissensbasis, sind sie in der Lage ihr Studium und den Berufsstart aktiv und selbstverantwortlich zu gestalten. Die Studierenden verfügen unter anderem über die Techniken und den Überblick, um ihren Studienverlauf entsprechend ihrer Ziele zu optimieren.

Inhalte

Der Workshop ist modulartig aufgebaut. Die Inhalte orientieren sich an den für den Berufseinstieg geforderten persönlichen Kompetenzen. Dazu gehören unter anderem: strategische und analytische Fähigkeiten, Networking und Selbst-PR.
Jede Vorlesung ist in sich abgeschlossen und behandelt wechselnde Themen.

I. Abstraktes Denken
II. Analytisches Denken
III. Feedback
IV. Kreativitätstechniken
V. Motivation
VI. Networking
VII. Präsentation
VIII. Selbstmanagement

IX. Selbst-PR
X. Soziale Kompetenz
XI. Teamfähigkeit

Übung:
Fallstudien, Praxisfälle und Gruppenarbeit

Wissensvermittlung via: Virtuelle, synchrone und asynchrone Präsentationen (Screencasts, Podcasts etc.), Textanalyse, Selbsttests, Case Studies/Übungen einzeln und in Teams, Gruppen sowie Plenum, Marktanalyse.

Lehrformen
Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung

Teilnahmevoraussetzungen
Formal: Keine
Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen
Portfolio (Themenübergreifend)

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
Bestandene Modulprüfung

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

Modulverantwortliche/r:
Claudia Hoffmann
Lehrende:
Claudia Hoffmann

Literaturhinweise: (Jeweils die aktuelle Auflage)

- Gorr, C. / Bauer, M. C. (Hrsg.): Was treibt uns an?: Motivation und Frustration aus Sicht der Hirnforschung. 1. Auflage. Springer. Berlin. 2018.
- Püschel, E.: Selbstmanagement und Zeitplanung. 2., aktualisierte und korrigierte Auflage. Schöningh. Paderborn. 2017.
- Radecki, M.: Sprechen Sie für sich. Authentisches und wirksames Selbstmarketing. Springer. Berlin. 1. Aufl. 2017.
- Sprenger, R. K.: Mythos Motivation: Wege aus der Sackgasse. 20. Auflage. Campus. Frankfurt. 2014.
- Stahl, E.: Dynamik in Gruppen. Handbuch der Gruppenleitung. 4., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Weinheim/Basel. Beltz. 2017.
- Weiterführende Literatur wird im Einzelfall genannt.

Spanisch I

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BESP1	150 h	5	3. oder 4. Semester	jedes Semester	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar	2 SWS / 32 h	86 h	30 Studierende
Übung	2 SWS / 32 h		

Lehrsprache

Spanisch / Deutsch

Verwendung des Moduls (Studiengang)

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes)

Spanisch I richtet sich an Studierende ohne Vorkenntnisse der spanischen Sprache. Im Laufe des Semesters werden Grundkenntnisse sowie kommunikative Fähigkeiten vermittelt. Die Studierenden erwerben aktive und passive Sprachkompetenzen in der Alltagssprache (alle wichtigen Alltagsituationen). Das Semester Spanisch I führt zum Spanischniveau A1+ wie es im „Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen“ definiert ist.

Kompetenzen:

Vermittlung von Sprachkompetenz - Kommunikationsfähigkeit in der Standardsprache (schriftlich und mündlich)

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“

Sozio- und interkulturelle Themen

Übung:

Fallstudien, Praxisfälle und Gruppenarbeit zu Spanisch I

Lehrformen

Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen. Gruppenarbeiten, Rollenspiele, Übersetzungen und grammatische Übungen.

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Keine

Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen

Klausur

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte

Modulverantwortliche/r:

- Sprachdozentin: Ellen Rana

Lehrende:

- Lehrbeauftragte

Literaturhinweise:

- Nuevo Español En Marcha, Niveaustufe A1+A2 (Nivel básico), Hueber/SGEL, ISBN 978-3-19-274503-4
- Zusatzmaterial, das im Unterricht verteilt wird

Spanisch II

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BESP2	150 h	5	3. oder 4. Semester	jedes Semester	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar	2 SWS / 32 h	86 h	30 Studierende
Übung	2 SWS / 32 h		

Lehrsprache

Spanisch / Deutsch

Verwendung des Moduls (Studiengang)

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

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.

Kompetenzen:

Vermittlung von Sprachkompetenz - Kommunikationsfähigkeit in der Standardsprache (schriftlich und mündlich)

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
- Der bejahte Imperativ: regel- und unregelmäßige Formen
- Estar + gerumdium (+Reflexivepronomen)
- Adjektive und Demonstrativbegleiter und- Demonstrativpronomen

Sozio- und interkulturelle Themen

Übung:

Fallstudien, Praxisfälle und Gruppenarbeit zu Spanisch II

Lehrformen
Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen. Gruppenarbeiten, Rollenspiele, Übersetzungen und grammatische Übungen.

Teilnahmevoraussetzungen
Formal: Keine
Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen
Klausur oder Hausarbeit

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
Bestandene Modulprüfung

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

Modulverantwortliche/r:
- Sprachdozentin: Ellen Rana

Lehrende:
- Lehrbeauftragte

Literaturhinweise:
- Nuevo Español En Marcha, Niveaustufe A1+A2 (Nivel básico), Hueber/SGEL, ISBN 978-3-19-274503-4
- Zusatzmaterial, das im Unterricht verteilt wird

Spanisch III

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BESP3	150 h	5	3. oder 4. Semester	jedes Semester	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar	2 SWS / 32 h	86 h	30 Studierende
Übung	2 SWS / 32 h		

Lehrsprache

Spanisch / Deutsch

Verwendung des Moduls (Studiengang)

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage in der spanischen Standardsprache zu kommunizieren. Des Weiteren verfügen sie über fachbezogenes Vokabular.

Das Modul Spanisch III führt zum Spanisch-Niveau A2-B1, wie es im „Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen“ definiert ist.

Kompetenzen:

Vermittlung von Sprachkompetenz - Kommunikationsfähigkeit in der Standardsprache mit dem Schwerpunkt „Beruf“ (schriftlich und mündlich)

Inhalte

- Vertiefung der standardsprachlichen Kompetenzen beim Vokabular und in der Grammatik (kontextgebunden)
- Grammatik-Themen:
  - Gebrauch der Zeiten: perfecto, indefinido und imperfecto
  - direkte und indirekte Objekpronomen
  - Pläne und Absichten ausdrücken: ir a + Infinitiv
  - Komparativ und Superlative
  - Verbote und Pflichten formulieren
- Interkulturalität: kulturelle Aspekte in Geschäftsverhandlungen in Spanien
- Vorbereitung des Portfolios: Lebenslauf, Bewerbungsbrief, eine dazugehörige E-Mail schreiben, Bewerbungsgespräch (simulierte Situation)

Übung:

Fallstudien, Praxisfälle und Gruppenarbeit zu Spanisch III

Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen. Gruppenarbeiten, Rollenspiele, Übersetzungen und grammatische Übungen.
Teilnahmevoraussetzungen Formal: Keine Inhaltlich: Spanisch II
Prüfungsformen 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
Modulverantwortliche/r: ▪ Sprachdozentin: Ellen Rana Lehrende: ▪ Lehrbeauftragte
Literaturhinweise: ▪ Nuevo Español En Marcha, Niveaustufe A1+A2 (Nivel básico), Hueber/SGEL, ISBN 978-3-19-274503-4 ▪ Zusatzmaterial, das im Unterricht verteilt wird

Steuern III (Abgabenordnung und Umsatzsteuer)

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BEST2	150 h	5	3. oder 4. Semester	Jedes Semester	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar Übung	3 SWS / 48 h 1 SWS / 16 h	86 h	30 Studierende

Lehrsprache	
Deutsch	Verpflichtend für die Studierenden des Studienganges „Business Administration - Steuern dual“

Verwendung des Moduls (Studiengang)

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual (Pflicht)

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Die Studierenden erwerben Grundkenntnisse auf den Gebieten des allgemeinen Steuerrechts zur Abgabenordung und Umsatzsteuer. In den Bereichen des allgemeinen Steuerrechts und der Abgabenordnung verfügen die Studierenden nach Besuch des Moduls über folgendes Wissen: Finanzierung der öffentlichen Haushalte, Steuerarten und -einteilungen, steuerliche Vorschriften und ihre Bedeutung, Aufbau der Steuerverwaltung und Steuergerichte, Aufgaben und Zuständigkeiten der Finanzbehörden, Steuerverwaltungsakte, steuerliche Fristen, Verfahren zur Ermittlung, Festsetzung, Feststellung und Erhebung der Steuern, Rechtsbehelfsverfahren. Im Bereich der Umsatzsteuer können die Studierenden nach Beendigung des Moduls zwischen steuerbaren und steuerpflichtigen Umsätzen unterscheiden, sie wissen was ein Leistungsaustausch ist, welche Tatbestandsmerkmale ein Unternehmen beschreiben. Sie wissen was Reihen- bzw. ein innergemeinschaftliches Geschäft ist. Des Weiteren sind sie in der Lage, Ort der Lieferung und sonstigen Leistung zu bestimmen, wissen welche Steuerbefreiungen es gibt und welche Umsatzsteuer-Optionen ein Unternehmer anwenden kann. Sie sind vertraut mit der Berechnung des Vorsteuerabzugs, der Bemessungsgrundlagen, Ist-Versteuerung und der Berichtigung der Vorsteuer.

Kompetenzen:

Anwendung von Grundlagen für das gesamte Steuerrecht sowie Verknüpfung von Steuerverwaltung, Besteuerungsverfahren und einzelnen Steuerarten. Anwendung der Sachverhalte des Umsatzsteuerrechts.
Vermittlung von Fach- und Methodenkompetenz

Inhalte

Abgabenordnung: Öffentlich-rechtliche Abgaben, Einteilung der Steuern, Steuergesetzgebung und steuerliche Vorschriften, Steuerverwaltung, Zuständigkeit der Finanzbehörden, Steuerschuldrecht, Steuerverwaltungsakt, Durchführung der Besteuerung, Erhebungsverfahren, außergerichtliches Rechtsbehelfsverfahren. Umsatzsteuer: Steuerbare Umsätze, Leistungsaustausch, Unternehmereigenschaft, Umfang des Unternehmens, Reihengeschäfte, Innergemeinschaftliche Geschäfte, Orte der Lieferung und der sonst. Leistungen, Steuerfreiheiten, USt-Option, Vorsteuerabzug, Bemessungsgrundlagen, Ist-Versteuerung, Berichtigung der Vorsteuer.

Übung:

Fallstudien und Praxisfälle zu Steuern III

Lehrformen

Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Keine

Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen

Klausur

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte

Modulverantwortliche/r:

- Prof. Dr. Arno Steudter

Lehrende:

- Lehrbeauftragte

Literaturhinweise: (jeweils die aktuelle Auflage.)

- Bornhofen: Steuerlehre 1, Lösungen zum Lehrbuch Steuerlehre 1.
- Grefe: Unternehmenssteuern
- Kortschak: Lehrbuch Umsatzsteuer
- Helmschrott/Schaeberle/Scheel: Abgabenordnung

Unternehmensbewertung und Jahresabschlussanalyse

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BEUBJ	150 h	5	3. oder 4. Semester	jedes Semester	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar Übung	3 SWS / 48 h 1 SWS / 16 h	86 h	30 Studierende

Lehrsprache
Deutsch

Verwendung des Moduls (Studiengang)

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes)

Die Studierenden können am Ende des Moduls insbesondere

- die Grundlagen und die wichtigsten Methoden der Unternehmensbewertung wiedergeben, diskutieren, beurteilen, differenzieren und fallspezifisch transferierend anwenden.
- die Grundlagen und Methoden der Jahresabschlussanalyse wiedergeben und beschreiben sowie
- die wichtigsten Kennzahlen und ihre Einsatzmöglichkeiten wiedergeben, diskutieren, beurteilen, differenzieren und fallspezifisch transferierend anwenden.

Kompetenzen

Fachspezifische Kompetenzen, fachbezogene Methodenkompetenz, kommunikative Kompetenzen, Persönlichkeitsentwicklung

Inhalte

I. Unternehmensbewertung: Anlässe, Zwecke, Ziele, Objektivierung, Typisierung, Vereinfachung, Substanzwerte, Ertragswert, Discounted-Cash-Flow-Verfahren.

II. Bilanzanalyse: Zweck und Ziel der Jahresabschlussanalyse, wichtige Kennzahlen und deren Aussagen, Methoden der Jahresabschlussanalyse und deren Einsatzmöglichkeiten.

Übung:

Fallstudien und Praxisfälle zur Unternehmensbewertung und Jahresabschlussanalyse

Lehrformen

Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung

Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Keine

Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen

Klausur

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote

Gewichtung entsprechend der Anzahl der ECTS-Punkte

Modulverantwortliche/r:

- Prof. Dr. Holger Philipps

Lehrende:

- Lehrbeauftragte

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.

Wirtschaftsgeografie

Modul	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
BEGEO	150 h	5	3. oder 4. Semester	Jedes Semester	1 Semester

Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
Seminar Übung	3 SWS / 48 h 1 SWS / 16 h	86 h	30 Studierende

Lehrsprache
Deutsch

Verwendung des Moduls (Studiengang)

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual

☒ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☒ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Lernergebnisse (learning outcomes)
Ziel der Lehrveranstaltung ist es, den Studierenden eine geographische Perspektive auf weltwirtschaftliche Strukturen und Prozesse zu vermitteln, um ökonomische Beziehungen und ökonomisches Handeln verstehen und kritisch analysieren zu können. Nach Abschluss des Moduls sollen die Studierenden in der Lage sein sich selbstständig Daten und Informationen zu beschaffen und damit eigene Analysen zu wirtschaftsgeographischen Problemstellungen zu erarbeiten.

Kompetenzen
Kommunikationsfähigkeit, Gesprächsführung, Konfliktlösung, Kritikfähigkeit, Selbstreflexion, Präsentationstechniken. Vermittlung von Fach- und Methodenkompetenz sowie Sozialkompetenz.

Inhalte
Die Lehrveranstaltung behandelt schwerpunktmäßig die globale Entwicklung der Weltwirtschaft. Die Studierenden erhalten zunächst eine Einführung in die grundlegenden Begriffe und Fragestellungen der Wirtschaftsgeographie. Weiterführend werden sie mit der Raumentwicklung auf den Maßstabsebenen der Regionen und der Weltwirtschaft vertraut gemacht. Themen sind u. a. Theorien zur Globalisierung (Entwicklungsländer, Schwellenländer, Industrieländer), globale Wertschöpfungsketten, internationale Handelsabkommen, globaler Rohstoffhandel, Handel und Umwelt, Megacities und die Globalisierung des Einzelhandels.

Übung:
Fallstudien und Praxisfälle zur Wirtschaftsgeografie

Lehrformen
Seminaristischer Unterricht mit interaktiven Vortrags- und Diskussionselementen sowie Übung

Teilnahmevoraussetzungen
Formal: Keine
Inhaltlich: Keine

Prüfungsformen
Klausur oder Hausarbeit

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
Bestandene Modulprüfung

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

Modulverantwortliche/r:
- Prof. Dr. Martin Kaschny

Lehrende:
- Lehrbeauftragte, wiss. MA

Literaturhinweise (jeweils die aktuelle Ausgabe):
- Bathelt, H. / Glückler, J.: Wirtschaftsgeographie. Ökonomische Beziehungen in räumlicher Perspektive. Stuttgart.
- Giese, E. / Mossig, I. / Schröder, H.: Grundriss Allgemeine Geographie. Globalisierung der Wirtschaft. Paderborn u. a.
- Haas, H.-D. / Neumair, S.-M. / Schlesinger, D.-M.: Internationale Wirtschaft. Unternehmen und Wirtschaftsraum im Globalisierungsprozess. München.
- Hahn, B.: Welthandel. Geschichte, Konzepte, Perspektiven. Darmstadt.
- Kulke, E.: Grundriss Allgemeine Geographie. Wirtschaftsgeographie. Paderborn u. a.

Diversity in Marketing

Modul	Workload	Credits	Study semester	Frequency of supply	Duration
BEDIV	150 h	5	3. or 4. semester	each semester	1 semester

Course	Contact time	Self-study	Group size
Seminar	3 SWS / 48 h	86 h	30 students
Tutorial	1 SWS / 16 h		

Teaching language

english

Use of module (Study program)

☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration

☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration dual

☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration - Steuern dual

☐ Bachelor-Studiengang: Business Administration (berufsbegleitendes Studium) „VWA“

☒ Bachelor-Studiengang: Marketing and International Business

☐ Bachelor-Studiengang: Mittelstandsmanagement

☐ Bachelor-Studiengang: Bau-Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

☐ Bachelor-Studiengang: Keramik-Wirtschaftsingenieurwesen

Learning outcomes

Upon the successful completion of this module, students should have detailed knowledge and understanding of diversity in the marketing management process. The course has been designed to provide students with the opportunity to practically apply theory on a selection of business scenarios in practice. At the same time, course participants will learn how to solve problems through responsible decision-making and critical or creative thinking. Course participants will learn how to work effectively with others, e.g., as a member of a team or group. To organise and manage oneself, e.g., through effective time management. Collect, analyse, organise, and critically evaluate information. To communicate effectively in visual, oral and/or written presentation. To use scientific resources and technology such as computers effectively and responsibly. To show understanding of systems and those problems cannot be solved in isolation.

Content

Customers are increasingly opting for brands based upon how diverse and inclusive they are in their marketing. Research has proven that consumers want diversity in marketing and yet many brands struggle to achieve this and do not know how to fix it. Customers who feel that they belong to and feel included in the marketing of their favourite brands or products will become loyal which will fuel business growth and offer improved customer experiences.

This course will look at how diversity is incorporated in the workplace as well as in practice from a marketing perspective. In this course students are introduced to racial diversity, inclusion, and representation in marketing.

Throughout the course, participants will be provided with an introduction to the theories, strategies, and practices of diversity in marketing in different contexts. Topics that will be included:

- How brands and marketers speak to and through diversity
- The rewards that diversity in marketing offers

- The risk of executing diversity in marketing
- Diversity in marketing in the 21st century
- The role of online pressure groups
- Diversifying demographics in targeting
- Media regulations
- Diversity in retail
- Responding to diverse marketing environments and managing diversity

The module includes an introduction to diversity marketing. In an increasingly complex global marketing environment, marketers are continuously challenged to develop inclusive brands. This module introduces students to address the contemporary consumer. Finally, the students will develop an understanding of how to analyse how brands adapt to the mercurial conditions of media today and how to respond.

Tutorial

Case studies, group work, exercises, presentations, and discussions.

Teaching formats

The module will draw upon a mixture of activities including seminar, case study analysis, group work, presentations, and discussions. Learning support material will be provided in OLAT.

Requirements

Formal: Students enrolled to the "BSc Marketing and International Business" programme and students from international partner institutions.

Content: no requirements

Forms of examination

Written exam and/or written assignment/report/project

Necessary conditions for credits

Passed examination

Weight of the grading

According to the ECTS points

Modul representative and lecturers

Module representatives:

- Simone Thomas

Lecturers:

- Simone Thomas

Additional Information

Course participants will be provided with case studies, articles, and lecture notes during the course. In addition, it´s recommended using the following textbooks to deepen the understanding of marketing theory and practice.

- Fulp, C. (2018). Success Through Diversity: Why the Most Inclusive Companies Will Win. Beacon Press: Massachusetts.
- Khamis, S. (2020). Branding Diversity: New Advertising and Cultural Strategies. Routledge: New York.
- Rudolph, T., Schlegelmilch, B.B. & Bauer, A. (2012). Diversity in European Marketing: Text and Cases. Springer Gabler: Germany.