

Fachbereich Wirtschaft

Modulhandbuch

**Bachelor International Business & Culture
(Prüfungsordnung: Version 2024)**

Inhaltsverzeichnis

Pflichtmodule

Betriebswirtschaftslehre

Allgemeine BWL.....	3
Production and Logistics.....	5
Organisation und Personal.....	7
Marketing.....	9
Investition und Finanzierung.....	11

Rechnungswesen

Buchführung.....	13
Externes Rechnungswesen.....	15
Kostenrechnung und Controlling.....	17

Volkswirtschaftslehre

Volkswirtschaftslehre.....	19
----------------------------	----

Wirtschaftsinformatik

Wirtschaftsinformatik.....	20
----------------------------	----

Unternehmensführung und Marketing

Project Management.....	22
Innovation and Service Management.....	24
Managing Across Cultures.....	26

Wissenschaftliches Arbeiten und Methode

Wissenschaftliches Arbeiten.....	28
Methoden.....	30

Sprache

Wirtschaftsenglisch I.....	32
Wirtschaftsenglisch II.....	33
Wirtschaftsenglisch III.....	34

Purpose

Purpose.....	35
--------------	----

Wahlpflichtmodule

International Business & Culture

Cases in Managerial Accounting (engl.).....	37
Digital Marketing Seminar (engl.).....	39
Globalization & Financial Markets (engl.).....	41
International Business Communication (engl.).....	43
International Human Resource Management (engl.).....	45
International Marketing (engl.).....	47
International Mergers and Acquisitions (engl.).....	49
Reverse Logistics / Circular Economy (engl.).....	51
Unternehmensfinanzierung.....	53
Prozessoptimierung/Lean Management.....	55
Internationale Rechnungslegung IFRS.....	57
International Business Transactions.....	59

Praxisphase/Bachelorarbeit

Praxisphase/Vorbereitung.....	61
Bachelorarbeit mit Kolloquium.....	62

Modulname	Nummer
Allgemeine BWL	1011

ECTS	5
Semesterwochenstunden	4
Dauer	1 Semester
Semester (Häufigkeit)	1 (jedes Wintersemester)
Pflicht/Wahlpflicht	PF
Arbeitsaufwand	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Prüfungsart, -umfang, -dauer)
Klausur 2 Stunden
Voraussetzung laut Prüfungsordnung für die Teilnahme
keine
Empfohlene Voraussetzung
keine

Lehrveranstaltungen
Allgemeine BWL (4 SWS): Prof. Dr. Wolfgang Portisch
Lehrinhalte
- Grundlagen (Definitionen, Abgrenzung, Geschichte, Strukturen, Prinzipien und Herausforderungen) - Strategisches Management (Grundlagen, Geschichte, Ansätze der Strategieentwicklung insbes. Abgrenzung HR-/International & Culture, Digital, Energy & Sustainability im Business Management) - Betriebswirtschaftliche primäre Funktionen - Marketing und Sales (Grundlagen, Ziele, Aufgaben, Käuferverhalten, Politik, Analysen und Planungsmethoden) - Logistik und Produktion (Grundlagen, Material- und Produktionswirtschaft, Logistiksysteme, Produktionsplanung und -steuerung, Supply Chain Management) - Finanzwirtschaft (Geschichte und Grundlagen, Investition und Finanzierung) - Betriebswirtschaftliche unterstützende Funktionen - Rechnungswesen (Grundlagen, Geschichte, Stellung im Unternehmen, Abgrenzung Wirtschaftsprüfung, internes und externes Rechnungswesen) - Controlling (Grundlagen und Funktionen, Ansätze und Tools, Balanced Score Card) - Organisation (Grundlagen und Organisationsformen, HR-Management und -Leadership/Führung) - Digital- und Wissensmanagement (Grundbegriffe, IT-Systeme und Beispiele) Zum Einsatz kommen planspielerische haptische Lernelemente, in denen eine gegebene Unternehmenssituationen spielerisch betrachtet und optimiert wird.

angestrebte Lernergebnisse
Die Studierenden • erhalten einen wichtigen und grundlegenden Überblick über die einzelnen Teilgebiete der BWL, • werden im Rahmen dieser Lehrveranstaltung befähigt, die unterschiedlichen Bereiche der BWL einzuordnen und gegeneinander abzugrenzen und • können, die Theorien gegeneinander abzuwägen und zielgerichtet für Ihren speziellen Studiengang für betriebstypische Situationen anzuwenden
Lehr- und Lernmethoden
Vorlesung
Literatur
Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt, sowie: 1. Wöhe: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 27. Auflage, 2022, München 2. Straub: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 3. Auflage, 2020, München
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche
Prof. Dr. Wolfgang Portisch
Verwendbarkeit
BBM, BDIM, BESM, BIBC, BWEM

Modulname	Nummer
Production and Logistics	1012

ECTS	5
Semesterwochenstunden	4
Dauer	1 Semester
Semester (Häufigkeit)	3 (jedes Wintersemester)
Pflicht/Wahlpflicht	PF
Arbeitsaufwand	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Prüfungsart, -umfang, -dauer)
written exam 2 hours
Voraussetzung laut Prüfungsordnung für die Teilnahme
keine
Empfohlene Voraussetzung
keine

Lehrveranstaltungen
Logistics and Production (4 SWS): Ude Wunder
Lehrinhalte
1. Introduction to logistics and production (basic concepts, structures, environment) 2. Factors of production and functions (input/output models, context and mathematical methods) 3. Production planning and control (CIM model, strategic and operational tools) 4. Quality management and control (concepts, methods and management/certification systems) 5. Production systems (organization, repeating types, re-engineering, Kaizen/KVP) business games (haptic learning elements) are used, in which a given logistics/production situation is to be optimized via games.
angestrebte Lernergebnisse
The students know and understand • inhouse and external material- and service-productions, • their modeling, analysis, calculation and optimization methods, • the available literature, procedures and it-tools • and can select these for practical specific problems. Skills: Students will be able to • structure, model, calculate, evaluate and optimize processes in logistic and production according to various aspects, • apply common instruments for the calculation of logistical structures/key figures and know the procedures on a technical and mathematical level and their connections. The students have the professional ability to • change the practical situation concerning logistics and production based on their knowledge gained, • assure an optimal economic performance in the value-added chain.

Lehr- und Lernmethoden
Lecture with integrated videos, exercises, examples, discussions and haptical business games
Literatur
Learning materials are provided via an online platform and; 1. Kellner, F., Produktionswirtschaft (2018) 2. Schneeweiß, C., Einführung in die Produktionswirtschaft (2002) 3. Kern, W., Industrielle Produktionswirtschaft (1992)
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche
Prof. Dr. Dirk Schleuter
Verwendbarkeit
BIBC

Modulname	Nummer
Organisation und Personal	1013

ECTS	5
Semesterwochenstunden	4
Dauer	1 Semester
Semester (Häufigkeit)	2 (jedes Sommersemester)
Pflicht/Wahlpflicht	PF
Arbeitsaufwand	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Prüfungsart, -umfang, -dauer)
Klausur: einstündige Klausur, 75% der Leistung; Referat: Vortrag von ca. 15 Minuten, 25% der Leistung
Voraussetzung laut Prüfungsordnung für die Teilnahme
keine
Empfohlene Voraussetzung
keine

Lehrveranstaltungen
Organisation & Personal (4 SWS): Verschiedene
Lehrinhalte
Studierende sind nach Abschluss des Kurses in der Lage, die wesentlichen Rahmenbedingungen der Organisationsgestaltung zu beschreiben, die Einheiten der Organisationsstruktur und deren Beziehungen zu erläutern sowie Organisationseinheiten und -strukturen zu beurteilen. Nach dem Abschnitt Personal können die Studierenden die wesentlichen personalwirtschaftlichen Funktionen zu erläutern, Gestaltungsalternativen in den personalwirtschaftlichen Funktionen zu erklären und die gewonnenen Erkenntnisse auf praxisbezogene Fallbeispiele anzuwenden.

angestrebte Lernergebnisse
Die Studierenden erlangen Kenntnisse in Theorien und Praktiken der Organisationsgestaltung und Personalmanagement. Sie entwickeln Fähigkeiten zur Analyse und Gestaltung organisatorischer Strukturen und Prozesse, zur Personalplanung, -auswahl und -entwicklung sowie zur Bewertung und zum Management von Personalperformance. Die Teilnehmer werden somit in die Lage versetzt, Organisation und Personalwirtschaft als wesentliche Bestandteile des Managements von Unternehmen zu verstehen. Zudem sollen sie die wichtigsten Gestaltungsalternativen hinsichtlich dieser Funktionen – auch anhand ausgewählter Fallbeispiele – kennenlernen. Vorlesungsteil 1: Organisation 1. Zusammenhang zwischen Management, Strategie, Organisation, Personalmanagement 2. Grundlagen der Organisationsgestaltung 3. Aufbauorganisation 4. Prozessorganisation 5. Unternehmenskulturen Vorlesungsteil 2. Personal • 2.1. Personalplanung, Personalbeschaffung, Personalfreisetzung • 2.2. Personalauswahl • 2.3. Personalbeurteilung • 2.4. Personalentwicklung • 2.5. Anreizsystem und Entlohnung • 2.6. Personalfreisetzung
Lehr- und Lernmethoden
Vorlesung, Gruppenarbeit, Übungen
Literatur
Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt. Stock-Homburg, Groß (2019): Personalmanagement. Springer Gabler Wiesbaden, 2. Aufl. Vahs (2023): Organisation. Schäffer-Poeschel, 11. Aufl.
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche
Prof. Dr. Olaf Passenheim
Verwendbarkeit
BIBC, BBM, BDIM, BESM, BWEM, BWP

Modulname	Nummer
Marketing	1014

ECTS	5
Semesterwochenstunden	4
Dauer	1 Semester
Semester (Häufigkeit)	3 (jedes Wintersemester)
Pflicht/Wahlpflicht	PF
Arbeitsaufwand	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Prüfungsart, -umfang, -dauer)
Written exam 2 hours
Voraussetzung laut Prüfungsordnung für die Teilnahme
none
Empfohlene Voraussetzung
none

Lehrveranstaltungen
Marketing (4 SWS): Verschiedene
Lehrinhalte
At the beginning of the semester, the various perspectives of marketing, its history, and the central importance of market and customer orientation and centricity are introduced. On this basis, a consideration of the conceptual and strategic fundamentals, market research, and the content and design of the marketing mix will follow. An overview of the principles of marketing organization and control winds up the module. At all points in the course of the semester, references are made to current, primarily technological, developments in marketing.
angestrebte Lernergebnisse
Knowledge and understanding: Students receive a basic overview of the essential issues and contents of modern marketing and its role in the company. To this end, they acquire a critical understanding of its most important theories, principles and methods. Skills: Students will be able to classify and assess marketing-relevant issues. They will be familiar with the status quo of research and the special literature published in this field, and will be able to acquire supplementary knowledge independently. Professional application: The students are able to transfer the learned contents to simple practice-related tasks and solve them in a structured way. Communication and cooperation: Students know the role of marketing and its interfaces with other departments in a company, and can take these into account accordingly. They master the technical vocabulary and can communicate with marketing professionals.
Lehr- und Lernmethoden
Lecture with integrated exercises, examples, discussions
Literatur
Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt. Jobber, D./ Ellis-Chadwick, F.: Principles and Practice of Marketing, latest edition (English). Bruhn, M.: Marketing – Grundlagen für Studium und Praxis, Gabler, latest edition (German).

Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche
Prof. Dr. Henning Hummels
Verwendbarkeit
BIBC

Modulname	Nummer
Investition und Finanzierung	1015

ECTS	5
Semesterwochenstunden	4
Dauer	1 Semester
Semester (Häufigkeit)	3 (jedes Wintersemester)
Pflicht/Wahlpflicht	PF
Arbeitsaufwand	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Prüfungsart, -umfang, -dauer)
Klausur 2 Stunden
Voraussetzung laut Prüfungsordnung für die Teilnahme
keine
Empfohlene Voraussetzung
keine

Lehrveranstaltungen
Investition und Finanzierung (4 SWS): Verschiedene
Lehrinhalte
Die Veranstaltung Investition und Finanzierung unterteilt sich in zwei Fachgebiete. Der Teil Investition befasst sich mit der Verwendung von finanziellen Mitteln. Die Investitionsrechnung liefert Methoden zur Beurteilung von Entscheidungen, mit der verschiedene Investitionsarten auf ihre Vorteilhaftigkeit hin analysiert werden können. Das Fachgebiet Finanzierung untersucht die verschiedenen Arten der Kapitalbeschaffung. So lassen sich Mittel über Kreditinstitute, die Börse oder andere externe Kapitalgeber oder auch intern generieren. Unterschieden werden die Finanzierungsarten in Eigenkapital und Fremdkapital sowie Mezzanine. Zudem werden aktuelle Praxisthemen in die Lehrinhalte integriert und diskutiert, wie unter anderem der bankinterne Ratingprozess, die aktuelle Bankenregulierung nach Basel oder die Kreditvergabepolitik gemäß der neuesten MaRisk sowie Dienstleistungen von ausgewählten Fintechs.

angestrebte Lernergebnisse
Übergeordnetes Lernziel: - Die Studierenden sind in die Lage Investitionen und Finanzierungen sowie die damit einhergehenden Prozesse des Investierens und des Finanzierens mit externer Unterstützung aus Sicht unterschiedlicher betroffener Stakeholdergruppen zu beurteilen. Das Modul verteilt sich inhaltlich und zeitlich hälftig auf die beiden Bereiche Investition und Finanzierung. Können, Wissen: - Die Studierenden können die Notwendigkeit von Investitionen und Finanzierungen bei Unternehmen erkennen. Sie können Investitionsvorhaben anhand der Rendite, des Risikos sowie im Hinblick auf die Zielerreichung beurteilen. Sie sind in der Lage die Bewertung von Finanzierungsvorhaben anhand der Rendite und des Risikos vorzunehmen. Sie können den Investitions- und Finanzierungsprozess anhand kritischer Meilensteine überwachen. Sie sind in der Lage mit Stakeholdergruppen sachgerecht zu kommunizieren und mit Fachvertretern zu diskutieren. Sie können Finanzinstrumente in Bezug auf ihre Eignung in einem spezifischen Kontext kritisch beurteilen und wissen diese sachgerecht einzusetzen. Sie wissen den aktuellen Stand der Fachliteratur und Forschung. Verstehen, Gestalten, Interagieren, Verantworten: - Die Studierenden verstehen den Prozess der Investition und Finanzierung mit externer Unterstützung. Sie gestalten den Investitions- und Finanzierungsprozess ganzheitlich. Sie können wichtige Investitionsmodelle zur Beurteilung der Vorteilhaftigkeit von Investitionen bewerten. Sie verstehen und gestalten das Reporting im Rahmen der Finanzierung und interagieren mit wichtigen Stakeholdern im Finanzierungsprozess und können verantwortlich Entscheidungen in den Bereichen Investition und Finanzierung vorbereiten oder treffen.
Lehr- und Lernmethoden
Vorlesung
Literatur
Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt. Kruschwitz: Investitionsrechnung Portisch: Finanzierung im Unternehmenslebenszyklus Wöhe/Bilstein/Ernst/Häcker: Grundzüge der Unternehmensfinanzierung
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche
Prof. Dr. Wolfgang Portisch
Verwendbarkeit
BIBC, BBM, BDIM, BESM

Modulname	Nummer
Buchführung	1021

ECTS	5
Semesterwochenstunden	4
Dauer	1 Semester
Semester (Häufigkeit)	1 (jedes Wintersemester)
Pflicht/Wahlpflicht	PF
Arbeitsaufwand	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Prüfungsart, -umfang, -dauer)
Klausur 2 Stunden
Voraussetzung laut Prüfungsordnung für die Teilnahme
keine
Empfohlene Voraussetzung
keine

Lehrveranstaltungen
Buchführung (4 SWS): Verschiedene
Lehrinhalte
- Das Modul Buchführung umfasst die Buchung auf Bestands- und Eigenkapitalkonten, die Buchungen auf gemischten Konten und die Grundlagen der Buchungen im Ein- und Verkaufsbereich. Erlernt werden die buchmäßige Erfassung von zeitlichen Abgrenzungen, Abschreibungen und Wertberichtigungen, Personalkosten und Steuern sowie die Buchungen des Wertpapierverkehrs und der langfristigen Verbindlichkeiten. - Das Gelernte wird anhand praxisnaher Übungen in der Vorlesung vertieft
angestrebte Lernergebnisse
- Erlernen der Buchführungs- und Abschlusstechnik - Das Modul Buchführung versetzt die Studierenden in die Lage, die Buchführungs- und Abschlusstechnik zu beherrschen. Des weiteren wird die Fähigkeit erlernt, Geschäftsvorfälle zu analysieren und in Form von Buchungssätzen aufzuzeichnen. Darüber hinaus sollen die Studierenden in der Lage sein, die Auswirkung jeden Geschäftsvorfalles auf das Jahresergebnis und die Liquidität aufzuzeigen. - Die Vermittlung von Fachkompetenzen, die die Grundlage für weitergehende Studien bilden, steht hier im Vordergrund der Veranstaltung.
Lehr- und Lernmethoden
Vorlesung
Literatur
Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt;
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche
Prof. Dr. StB Thomas Lenz

Verwendbarkeit
BBM, BIBC

Modulname	Nummer
Externes Rechnungswesen	1022

ECTS	5
Semesterwochenstunden	4
Dauer	1 Semester
Semester (Häufigkeit)	2 (jedes Sommersemester)
Pflicht/Wahlpflicht	PF
Arbeitsaufwand	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Prüfungsart, -umfang, -dauer)
Klausur 2 Stunden
Voraussetzung laut Prüfungsordnung für die Teilnahme
Buchführung
Empfohlene Voraussetzung
keine

Lehrveranstaltungen
Externes Rechnungswesen (4 SWS): Prof. Dr. Knut Henkel
Lehrinhalte
• Das Modul behandelt die Grundlagen sowohl der Finanz- als auch der Nachhaltigkeitsberichterstattung gem. HGB, wobei der Schwerpunkt auf der Finanzberichterstattung liegt. • Konkret werden folgende Themenbereiche abgedeckt: 1. Finanzberichterstattung: Grundlagen der Bilanzierung, Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung (GoB), die allgemeinen Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze sowie Grundzüge zu Anhang und Lagebericht. 2. Grundzüge der Nachhaltigkeitsberichterstattung gem. CSRD und EU TaxonomieVO • Finanzberichterstattung: Die allgemeinen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden werden zudem für jede einzelne Bilanz- und GuV-Positionen separat dargestellt. • Zu sämtlichen Themenbereichen werden wesentliche Veranstaltungsinhalte anhand praxisnaher Übungen aufbereitet und vertieft.
angestrebte Lernergebnisse
• Die Studierenden kennen die Grundzüge der für die Erstellung eines Jahresabschlusses relevanten Vorschriften des Handelsgesetzbuches (HGB). • Der Schwerpunkt liegt auf dem HGB-Abschluss; zudem wird der IFRS-Abschluss kurz angesprochen. • In der Veranstaltung steht die Vermittlung von Fachkompetenzen im Vordergrund
Lehr- und Lernmethoden
Vorlesung

Literatur
Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt. Hauptliteratur: • Neuste Auflage: Baetge, Jörg/Kirsch, Hans-Jürgen/Thiele, Stefan: Bilanzen, Düsseldorf • Neuste Auflage: Baetge, Jörg/Kirsch, Hans-Jürgen/Thiele, Stefan: Übungsbuch Bilanzen Bilanzanalyse, Düsseldorf Weitere Literatur (Auszug): • Neuste Auflage: Coenenberg, Adolf: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Stuttgart • Neuste Auflage: Coenenberg, Adolf: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse: Aufgaben und Lösungen, Stuttgart • Neuste Auflage: Wöhe, Günther/Döring, Ulrich, Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München, 6. Abschnitt (A. und B.) • Neuste Auflage: Coenenberg, Adolf: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse: Aufgaben und Lösungen, Stuttgart • Neuste Auflage: Wöhe, Günther/Döring, Ulrich, Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München, 6. Abschnitt (A. und B.)
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche
Prof. Dr. Knut Henkel
Verwendbarkeit
BIBC, BBM

Modulname	Nummer
Kostenrechnung und Controlling	1023

ECTS	5
Semesterwochenstunden	4
Dauer	1 Semester
Semester (Häufigkeit)	2 (jedes Sommersemester)
Pflicht/Wahlpflicht	PF
Arbeitsaufwand	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Prüfungsart, -umfang, -dauer)
Klausur 2 Stunden
Voraussetzung laut Prüfungsordnung für die Teilnahme
keine
Empfohlene Voraussetzung
Externes Rechnungswesen

Lehrveranstaltungen
Kostenrechnung (4 SWS): Prof. Dr. Carsten Wilken
Lehrinhalte
Grundlagen des Controllings, Rolle der Kostenrechnung im Controlling, Bereiche und Systeme der Kostenrechnung (Kostenarten-, -stellen- und -trägerrechnung sowie Vollkosten- und Teilkostenrechnung, Ist-, Normal- und Plankostenrechnung), Planung, Kontrolle und Information als Grundaufgaben des Controllings mit Hilfe der Kostenrechnung
angestrebte Lernergebnisse
Alle Verantwortlichen in Unternehmen haben irgendwann in ihrer Karriere Kontakt mit dem Controlling und der Kostenrechnung. Das Modul hat zum Ziel, die Studierenden hierauf vorzubereiten, indem die grundlegenden Kenntnisse der Kostenrechnung und ihrer Stellung im operativen Controlling vermittelt werden. Die Studierenden sollen dabei in die Lage versetzt werden, die Prinzipien des operativen Controlling und der Kostenrechnung auf konkrete Problemstellungen anwenden sowie deren Wirkungsweise und Zusammenhänge erkennen und beurteilen zu können.
Lehr- und Lernmethoden
Vorlesung mit Übung
Literatur
Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt. Joos, T.: Controlling, Kostenrechnung und Kostenmanagement, 5. Aufl.; Wiesbaden 2014; Jorasz, W.; Baltzer, B.: Kosten- und Leistungsrechnung; 8. Aufl. Stuttgart 2026; Schmidt, A.: Kostenrechnung; 9. Aufl.; Stuttgart 2022 Friedl., G.; Hofmann, C.; Pedell, B.: Kostenrechnung; 4. Aufl.; München 2022 Graumann, M.: Kostenrechnung und Kostenmanagement; 7. Aufl.; Herne; Weber, J.; Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, 18. Aufl.; Stuttgart 2026

Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche
Prof. Dr. Carsten Wilken
Verwendbarkeit
BIBC, BBM

Modulname	Nummer
Volkswirtschaftslehre	1031

ECTS	5
Semesterwochenstunden	4
Dauer	1 Semester
Semester (Häufigkeit)	1 (jedes Wintersemester)
Pflicht/Wahlpflicht	PF
Arbeitsaufwand	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Prüfungsart, -umfang, -dauer)
Klausur 2 Stunden
Voraussetzung laut Prüfungsordnung für die Teilnahme
keine
Empfohlene Voraussetzung
keine

Lehrveranstaltungen
Volkswirtschaftslehre (4 SWS): Verschiedene
Lehrinhalte
Lerninhalte sind volkswirtschaftliche Methodik (Daten, Theorien, Modelle; wissenschaftliche Grundprinzipien) Wirtschaftssysteme, Angebot und Nachfrage, Marktformen, Staatliche Eingriffe in Märkte, Öffentliche Güter, Externe Effekte, Verteilung, Außenhandel, BIP, Geldtheorie, Inflation, Wachstum, Fiskal- und Geldpolitik, Währungspolitik.
angestrebte Lernergebnisse
Die Studentinnen und Studenten lernen die Grundlagen der Funktionsweise moderner Volkswirtschaften kennen. Sie lernen Grundlagen der wissenschaftlichen Methodik kennen. Sie können die volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen, unter denen sich ihre berufliche Aktivität abspielt, analysieren und bewerten. Sie können ökonomische Denkmuster mit verhaltenspsychologischen Denk- und Verhaltensweisen kombinieren. Sie können aktuelle Themen anhand von ökonomischen Theorien verstehen und einbinden
Lehr- und Lernmethoden
Vorlesung
Literatur
Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt; Mankiw, N.G./ M.P. Taylor: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart, derzeit 8.A., ggfs. ergänzende Literatur nach Maßgabe der Dozenten (M/W/D).
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche
Prof. Dr. Reiner Osbild
Verwendbarkeit
BIBC, BBM, BDIM, BESM, BWEM

Modulname	Nummer
Wirtschaftsinformatik	1041

ECTS	5
Semesterwochenstunden	4
Dauer	1 Semester
Semester (Häufigkeit)	3 (jedes Wintersemester)
Pflicht/Wahlpflicht	PF
Arbeitsaufwand	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Prüfungsart, -umfang, -dauer)
Klausur 2 Stunden
Voraussetzung laut Prüfungsordnung für die Teilnahme
Rechnerpraktikum
Empfohlene Voraussetzung
keine

Lehrveranstaltungen
Wirtschaftsinformatik (4 SWS): Verschiedene
Lehrinhalte
Grundlegendes: das Wesen der Wirtschaftsinformatik; Rechnersysteme und Betriebssysteme, Kommunikation und Netzwerke, Anwendungsarchitekturen; Software, Softwareauswahl und -beschaffung; Datenbanken und Datenmodellierung; Wissensmanagement; Betriebliche Anwendungssysteme; Data Warehouse und Data Mining; E-Business, M-Business und Social Media; Informationsmanagement und Informationssicherheit
angestrebte Lernergebnisse
Wissen und Verstehen: Absolventinnen kennen die Grundbegriffe und Grundlagen des Einsatzes von Informationssystemen in Unternehmen. Sie verstehen die Notwendigkeit eines systematisch geplanten und durchgeführten Einsatzes von Informationstechnologie und damit zusammenhängenden Prozessen im Unternehmen. Einsatz, Anwendung, Erzeugung von Wissen: Die Absolventinnen beherrschen Methoden und Werkzeuge zur Umsetzung informationstechnischer Lösungen. Sie können die Eignung dieser Methoden und Tools unter Berücksichtigung der betroffenen betriebswirtschaftlichen Fachdisziplinen bewerten. Professionalität: Die Absolventinnen sind in der Lage, eine gesamtheitliche Einschätzung zum Einsatz von Informationssystemen abzugeben und diese zu vertreten. Sie reflektieren über die gesamtgesellschaftlich relevante Themen wie z.B. den Einsatz von KI oder den Datenschutz und bilden sich hierzu eine eigene Meinung. Kommunikation und Kooperation: Absolventinnen können relevante Konzepte gemeinschaftlich und arbeitsteilig erstellen und diskutieren.*
Lehr- und Lernmethoden
Vorlesung mit Übungen, Übung am Rechner.

Literatur
Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt. Abts. Müller: Grundkurs Wirtschaftsinformatik, jeweils neueste Auflage, Springer Vieweg Leimeister: Einführung in die Wirtschaftsinformatik, jeweils neueste Auflage, Springer Gabler
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche
Prof. Dr. Till Becker
Verwendbarkeit
BIBC, BBM, BESM

Modulname	Nummer
Project Management	1051

ECTS	5
Semesterwochenstunden	4
Dauer	1 Semester
Semester (Häufigkeit)	1 (jedes Wintersemester)
Pflicht/Wahlpflicht	PF
Arbeitsaufwand	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Prüfungsart, -umfang, -dauer)
Klausur 2 Stunden
Voraussetzung laut Prüfungsordnung für die Teilnahme
none
Empfohlene Voraussetzung
none

Lehrveranstaltungen
Project Management (engl.) (4 SWS): Prof. Dr. Olaf Passenheim
Lehrinhalte
• Grundlagen des Projektmanagements: Planung, Organisation und Steuerung von Projekten • Projektvorgehensmodelle: Klassisch vs. Agil • Vertieftes Verständnis von SCRUM • Organisation und Aufgaben des Projektmanagements • Projektteam und Projektverantwortung • Projektstrukturierung, Projektphasen, Meilensteine • Projektplanung, Werkzeuge der Projektplanung (Gantt u. a.), Grundlagen der Netzplantechnik – Risikoanalyse von Projekten • Projektabwicklung, Projektcontrolling und Projektabschluss
angestrebte Lernergebnisse
Die Studierenden verfügen über Kenntnis wesentlicher Grundelemente des klassischen und agilen Projektmanagements (PM). Sie haben Kenntnis von der Bedeutung und dem Wert des PM im Arbeitsleben und bei der Bewältigung von Fachaufgaben. Die Studierende haben ein Verständnis und die Kenntnis grundlegender Begriffe im Themenbereich, verschiedener Arten und Aufbauorganisationsformen von Projekten, der Abläufe und der wesentlichen Prozesse im Projektmanagement. Die Bearbeitung von Problemstellungen in Projekten hat heute in der Berufspraxis einen großen Raum eingenommen. Deshalb sind entsprechende Projektmanagement-kenntnisse die Grundlage zur erfolgreichen Organisation, Durchführung und Steuerung von Projekten.
Lehr- und Lernmethoden
Vorlesung, Gruppenarbeit, Übungen, Fallstudien

Literatur
Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt; Kerzner (2022): Project Management Case Studies, Wileys. Passenheim (2014): Project Management, Kopenhagen. Schwaber, Sutherland (2020): Scrum Guide, Scrum.Org.
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche
Prof. Dr. Olaf Passenheim
Verwendbarkeit
BIBC, BWEM

Modulname	Nummer
Innovation and Service Management	1052

ECTS	5
Semesterwochenstunden	4
Dauer	1 Semester
Semester (Häufigkeit)	2 (jedes Sommersemester)
Pflicht/Wahlpflicht	PF
Arbeitsaufwand	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Prüfungsart, -umfang, -dauer)
50% team presentation (30 min. incl. discussion) 50% 1-hour written exam (individual part)
Voraussetzung laut Prüfungsordnung für die Teilnahme
none
Empfohlene Voraussetzung
none

Lehrveranstaltungen
Innovation and Service Management (4SWS): Prof. Dr. Florian Dorozalla and Prof. Dr. Henning Hummels
Lehrinhalte
Innovation Management: Students will understand the central role of innovation management as a driver for competitive advantage. Beside the different phases of innovation management as for instance discussed by the stage gate model, a focus will be on consumer driven innovation as well as disruptive innovation. This module will impart theoretical fundamentals and methods to analyze the level of innovation of a company. We will use presentations, case studies (partly in cooperation with local companies) and exercises. Service Management: Linking service management to innovation management, the students will build teams and design a new service of their choice using design thinking principles. Based on this, they will develop a complete service offering considering and designing all vital elements, e.g. processes, people, partners etc. They will cover the whole service provisioning process from resource deployment through customer integration, quality assurance, and service recovery.

angestrebte Lernergebnisse
The module consists of two separate, but equally weighted parts: Innovation Management and Service Management. Innovation Management Knowledge and understanding: Students are able to analyze companies' degree of innovation. They can separate different types of innovation and understand the relevance of disruptive dynamics within industries and markets. Skills & professional application: Students are enabled to structure and design a corporate innovation management approach. They can implement various methods of generating new knowledge for organizations. They are able to focus on different sources of innovation depending on the organizational goals and backgrounds. Communication and cooperation: The students will join groups for discussions and case studies fostering intragroup as well as intergroup exchange processes. Presentations will allow to facilitate students' personal development when communicating with groups. Service Management Knowledge and understanding: The students know and understand the particularities of the various types of services in contrast to physical products and their implications for service management. This includes the concept of (digital) servitization. Skills & professional application: The students are able to develop new services using a design thinking approach. Based on this, they experience and live all elements of service management first hand. Communication and cooperation: The students run service management as a team project and can prepare and hold a team presentation on this. They are also able to identify, contact and integrate key partners necessary for successful service provision.
Lehr- und Lernmethoden
Lecture, exercises, case studies, discussions, workshops
Literatur
Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt; Excerpts from: • Bordoloi, S./ Fitzsimmons, J./ Fitzsimmons, M.: Service Management: Operations, Strategy, Information Technology. McGrawHill, latest edition. • Goffin, K./Mitchell, R.: Innovation Management: Effective Strategy and Implementation. Bloomsbury Academic, latest edition. • Tidd, J./Bessant, J.: Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change. Wiley, latest edition. • Zeithaml, V./ Bitner, M.J./ Gremler, D./ Mende, M.: Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm. McGrawHill, latest edition.
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche
Prof. Dr. Florian Dorozalla
Verwendbarkeit
BIBC

Modulname	Nummer
Managing Across Cultures	1054

ECTS	5
Semesterwochenstunden	4
Dauer	1 Semester
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)
Pflicht/Wahlpflicht	PF
Arbeitsaufwand	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Prüfungsart, -umfang, -dauer)
Presentation (20 minutes), essay (10 – 15 pages)
Voraussetzung laut Prüfungsordnung für die Teilnahme
none
Empfohlene Voraussetzung
none

Lehrveranstaltungen
Management Across Cultures (4 SWS): Marina Alvares-Wegner
Lehrinhalte
• Culture, organisation and management • Global managers in an unprecedented world • Cultural and organizational environments • Managerial ethics and social responsibility • Managerial environments in the international scene • Working in global teams in a digitalized world • International partnerships and negotiations • Decision-making in the global context
angestrebte Lernergebnisse
International business is about conducting business across countries and across cultures. This means riding the waves of languages, traditions, and a range of economic, political, socio-cultural, technological, legal and environmental landscapes. In this module, the students will be enabled to adapt and hone their leadership skills and shall be thoroughly prepared them for the turbulent yet mesmerizing discipline of global management. Cultural aspects that shape the strategies, operations and overall functions of companies shall be emphasised. The students will acquire skills to help them apply effective strategic, interpersonal, and organizational skills, while focusing on sustainability and culture.
Lehr- und Lernmethoden
Lectures, case studies, discussions

Literatur
All material will be provided digitally via Moodle: • Deresky, H. (2021) International Management: Managing Across Borders and Cultures, Text and Cases, 10th Edition, Pearson Education Ltd. • Schneider, S. C./Barsoux, J-L./Stahl, G. K. (2015) Managing Across Cultures, 3rd rev. ed., Pearson Education. • Steers, R. M./Osland, J. S. (2019) Management Across Cultures: Challenges, Strategies, and Skills, Cambridge University Press
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche
Prof. Dr. Florian Dorozalla
Verwendbarkeit
BIBC

Modulname	Nummer
Wissenschaftliches Arbeiten	1071

ECTS	5
Semesterwochenstunden	2
Dauer	1 Semester
Semester (Häufigkeit)	7 (jedes Wintersemester)
Pflicht/Wahlpflicht	PF
Arbeitsaufwand	30 h Kontaktzeit + 120 h Selbststudium

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Prüfungsart, -umfang, -dauer)
schriftliche Ausarbeitung (ca. 15 Seiten, semesterbegleitend)
Voraussetzung laut Prüfungsordnung für die Teilnahme
keine
Empfohlene Voraussetzung
keine

Lehrveranstaltungen
Wissenschaftliches Arbeiten (2 SWS): Verschiedene
Lehrinhalte
- Wissenschaftstheorie - wissenschaftlicher Sprach- und Schreibstil - formale Anforderungen an wissenschaftliches Arbeiten - wissenschaftliche Recherchetechniken - Techniken der Themenfindung, -strukturierung - Erarbeitung von Forschungsfragen - Bewertung und Auswahl von Forschungsmethoden - angemessener Umgang mit Quellen - eigene Rolle als Wissenschaftler*in
angestrebte Lernergebnisse
Wissen und Verstehen: Absolvent*innen kennen zentrale Standards und Praktiken des Wissenschaftlichen Arbeitens ihres Fachgebietes. Sie verstehen einfache Forschungsmethoden und -designs hinsichtlich ihrer Historie, Möglichkeiten und Grenzen. Absolventinnen verfügen über grundlegende Arbeitstechniken wie Formulierung einer Forschungsfrage, Quellenrecherche, Formalia der Textproduktion. Einsatz, Anwendung, Erzeugung von Wissen: Absolventinnen können eigene Forschungsgegenstände identifizieren, abgrenzen und formulieren. Sie sind in der Lage, mit leichter Unterstützung, geeignete Forschungsmethoden auszuwählen, anzuwenden und deren Ergebnisse zu bewerten. Dabei verfolgen sie vorrangig sozialwissenschaftliche Methodiken. Professionalität: Die Absolventinnen sind in der Lage, aktuelle forschungsrelevante Fragestellungen in Gesellschaft und Unternehmen zu erkennen und zu formulieren. Sie besitzen grundlegende Fähigkeiten, diese praxisorientiert und wissenschaftlich-methodisch adäquat beantworten (Theorie-Praxis-Transfer). Dabei sind sie sich der Kontingenzen ihres Vorgehens bewusst. Kommunikation und Kooperation: Die Absolventinnen können kleinere Forschungsgegenstände verbal und schriftlich darstellen, reflektieren und vermitteln. Ihre Forschung können Sie nachvollziehbar und strukturiert in einen kleineren Fachdiskurs und die Praxis einbringen. Dazu nutzen sie die Regeln wissenschaftlichen Schreibens und bedienen sich in angemessenem Umfang einer Fachterminologie.

Lehr- und Lernmethoden
Seminar: Lehrgespräch, Lektüre, Quellenrecherche, Textproduktion, kollegiales Feedback u.a.
Literatur
Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt; Voss, Rödiger, Wissenschaftliches Arbeiten: leicht verständlich: mit zahlreichen Abbildungen und Übersichten. München: UVK Verlag, 2022 Heesen, Bernd, Wissenschaftliches Arbeiten: Methodenwissen für Wirtschafts-, Ingenieur- und Sozialwissenschaftler. Berlin: Springer Gabler, 2021) Esselborn-Krumbiegel, Helga, Von der Idee zum Text: eine Anleitung zum wissenschaftlichen Schreiben. Paderborn: UTB, 2021 Und andere Grundlagenwerke zum Wiss. Arbeiten. Außerdem nach Bedarf: aktuell gültige Leitfäden des Fachbereichs zum Wiss. Arbeiten. Weitere Quellen werden aktuell in einer Online-Kollaborationsplattform zur Verfügung gestellt.
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche
Prof. Dr. Maren Grautmann
Verwendbarkeit
BBM, BDIM, BESM, BIBC

Modulname	Nummer
Methoden	1072

ECTS	5
Semesterwochenstunden	2
Dauer	1 Semester
Semester (Häufigkeit)	7 (jedes Wintersemester)
Pflicht/Wahlpflicht	PF
Arbeitsaufwand	30 h Kontaktzeit + 120 h Selbststudium

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Prüfungsart, -umfang, -dauer)
Referat: Zwei Vorträge von insgesamt ca. 15 – 20 Minuten
Voraussetzung laut Prüfungsordnung für die Teilnahme
keine
Empfohlene Voraussetzung
Themenidee für die Bachelorthesis

Lehrveranstaltungen
Methoden (2 SWS): Prof. Dr. Joachim Schwarz
Lehrinhalte
• Einführung in qualitative und quantitative Methoden und deren typische Anwendungsgebiete in wissenschaftliche Forschungsarbeiten. • Unterstützung bei der Auswahl geeigneter Forschungsmethoden für die individuelle Abschlussarbeit.
angestrebte Lernergebnisse
Ziel des Moduls ist es, die Studierenden mit dem notwendigen qualitativen oder quantitativen Methodenwissen auszustatten, um für die jeweils eigene Abschlussthesis die adäquate methodische Vorgehensweise auswählen zu können. • Hinweis: Aufgrund der von den Studierenden zu haltenden Präsentationen sollte die Teilnehmerzahl auf max. 50 beschränkt werden.
Lehr- und Lernmethoden
Seminar

Literatur
Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt; Jeweils in der aktuellsten Auflage: Qualitative Forschung: • Flick, U., Kardorff, E. V., & Steinke, I.: Qualitative Forschung: Ein Handbuch, Rowohlt. • Gläser, J.; Laudel, G.: Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen, Verlag für Sozialwissenschaften. • Mayring, P.: Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken, Beltz. Quantitative Forschung: *Döring, N. (und Bortz, J.): Forschungsmethoden und Evaluation, Springer. • Hussy, W.; Schreier, M.; Echterhoff, G.: Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften für Bachelor, Springer.
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche
Prof. Dr. Joachim Schwarz
Verwendbarkeit
BBM, BDIM, BESM, BIBC

Modulname	Nummer
Wirtschaftsenglisch I	1091

ECTS	5
Semesterwochenstunden	4
Dauer	1 Semester
Semester (Häufigkeit)	1 (jedes Wintersemester)
Pflicht/Wahlpflicht	PF
Arbeitsaufwand	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Prüfungsart, -umfang, -dauer)
Klausur 2 Stunden
Voraussetzung laut Prüfungsordnung für die Teilnahme
Sprachniveau niedriges B2
Empfohlene Voraussetzung
keine

Lehrveranstaltungen
Wirtschaftsenglisch I (4 SWS): Thomsen
Lehrinhalte
Inhalte der Veranstaltung sind ausgewählte Themen aus dem Arbeitsleben (Personal, Produktion, Kundenkontakte, Marketing und Finanzierung). Die Veranstaltung versetzt die Studierenden in die Lage, entsprechende Zusammenhänge in der Fremdsprache auf einem guten B1-Niveau mündlich und schriftlich sowohl auszudrücken als auch zu verstehen.
angestrebte Lernergebnisse
Das Modul stellt den Einstieg in insgesamt 3 Semester Wirtschaftsenglisch für BIBA/IBCM bzw. eine 4SWS-Veranstaltung für BWL dar und erarbeitet Kenntnisse und Kompetenzen im Bereich Wirtschaftssprache. Sofern thematisch dargestellt, findet die interkulturelle Kompetenz im Zuge einer internationalisierten Arbeitswelt besondere Berücksichtigung.
Lehr- und Lernmethoden
Vorlesung, Übung
Literatur
Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt; Career Express 1. Buch, Kap. 1-10 (BIBA) bzw. The Business 2.0 (ICBM + BWL)
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche
Prof. Dr. Till Becker
Verwendbarkeit
BIBC

Modulname	Nummer
Wirtschaftsenglisch II	1092

ECTS	5
Semesterwochenstunden	4
Dauer	1 Semester
Semester (Häufigkeit)	2 (jedes Sommersemester)
Pflicht/Wahlpflicht	PF
Arbeitsaufwand	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Prüfungsart, -umfang, -dauer)
Klausur 2 Stunden
Voraussetzung laut Prüfungsordnung für die Teilnahme
keine
Empfohlene Voraussetzung
Sprachniveau niedriges B2

Lehrveranstaltungen
Wirtschaftsenglisch II (4 SWS): Sara-Lena Thomsen
Lehrinhalte
Inhalte der Veranstaltung sind ausgewählte Themen aus den vier Kernbereichen des Betriebs: Produktion, Logistik, Rechnungswesen und Personal mit den dazugehörigen Fachtermini und Dokumenten. Ebenso werden behandelt: Unternehmensformen, Nachhaltigkeit und internationaler Handel. Die Veranstaltung versetzt die Studierenden in die Lage, entsprechende Zusammenhänge in der Fremdsprache mündlich und schriftlich sowohl auszudrücken als auch zu verstehen.
angestrebte Lernergebnisse
Das Modul stellt die Fortsetzung des entsprechenden Moduls I dar und soll die Kenntnisse und Kompetenzen im Bereich Wirtschaftssprache erweitern. Sofern thematisch dargestellt, findet die interkulturelle Kompetenz im Zuge einer internationalisierten Arbeitswelt besondere Berücksichtigung.
Lehr- und Lernmethoden
Vorlesung, Übung
Literatur
Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt; Career Express 1. bzw. 2. Buch
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche
Prof. Dr. Jan Handzlik
Verwendbarkeit
BIBC

Modulname	Nummer
Wirtschaftsenglisch III	1093

ECTS	5
Semesterwochenstunden	4
Dauer	1 Semester
Semester (Häufigkeit)	3 (jedes Wintersemester)
Pflicht/Wahlpflicht	PF
Arbeitsaufwand	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Prüfungsart, -umfang, -dauer)
Klausur 2 Stunden
Voraussetzung laut Prüfungsordnung für die Teilnahme
keine
Empfohlene Voraussetzung
Wirtschaftsenglisch I + II

Lehrveranstaltungen
Wirtschaftsenglisch III (4 SWS): Sara-Lena Thomsen
Lehrinhalte
Die Veranstaltung bewegt sich innerhalb der Themenbereiche Unternehmenszusammenschlüsse, Märkte, Demographie, Supply Chains, Risikomanagement und geistiges Eigentum ausschließlich auf Englisch.
angestrebte Lernergebnisse
Die Studierenden können gesprochenen Text zu aktuellen Wirtschaftsthemen verstehen und wiedergeben. Sie können auf Englisch einen Sachverhalt zusammenfassen, gemeinsam im Team Problemlösungen besprechen und das Resultat ausführlich schriftlich wiedergeben. Übergeordnetes Lernziel: Die Studierenden erweitern ihren bis dahin in den Modulen Wirtschaftsenglisch I und II erreichten Englischhorizont, um in Erarbeitung politischer und sozialer Themenbereiche das allgemeine Sprachniveau des Europäischen Referenzrahmens B2 zu erreichen.
Lehr- und Lernmethoden
Vorlesung, Übung
Literatur
Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt; Career Express 2. Buch
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche
Prof. Dr. Jan Handzlik
Verwendbarkeit
BIBC

Modulname	Nummer
Purpose	1101

ECTS	5
Semesterwochenstunden	4
Dauer	1 Semester
Semester (Häufigkeit)	2 (jedes Sommersemester)
Pflicht/Wahlpflicht	PF
Arbeitsaufwand	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Prüfungsart, -umfang, -dauer)
Portfolioprüfung Präsentation p.P. ca. 30 min., 60 % der Leistung Schriftliche Ausarbeitung ca. 10 Seiten, 40 % der Leistung
Voraussetzung laut Prüfungsordnung für die Teilnahme
keine
Empfohlene Voraussetzung
keine

Lehrveranstaltungen
Purpose (4 SWS): Verschiedene
Lehrinhalte
Grundlagen: Definition, historische Entwicklung und Anwendung in verschiedenen Kontexten wie Karriereplanung und Organisationsführung. Strategien und Tools zur Entwicklung von Organisations- und persönlichem Purpose. Identifizierung und Analyse: Einführung in Strategien zur Identifizierung und Artikulation von persönlichem und organisatorischem Purpose, Auswertung von Fallstudien und Interviews. Kritische Reflexion und Bewertung: Auseinandersetzung mit möglichen Nachteilen, ethischen Bedenken und Auswirkungen von Purpose. Durchführung von Teamarbeiten mit dem Ziel, die theoretisch vermittelten Inhalte hinterfragen und vertiefen zu können. Kommunikationsskills werden ebenso gefördert, wie die Fähigkeiten zu präsentieren. Die Studierenden lernen, sich selbst und ihre Teammitglieder zu hinterfragen und mit anderen Meinungen und Haltungen respektvoll umzugehen. Die Integration verschiedener Perspektiven in Entscheidungsprozesse wird dadurch gefördert.

angestrebte Lernergebnisse
Verstehen. Theoretisches Verständnis: Purpose („Sinn“ oder „Zweck“) kann als zentrales Steuerungselement von Organisationen genutzt werden. Ohne Sinn funktionieren Unternehmen nicht, ohne Sinn könnte keine einzige Entscheidung in einer Firma getroffen werden. Sinn braucht es, um Komplexität zu reduzieren. Die Studierenden entwickeln hiervon ausgehend ein tiefgreifendes Verständnis von Purpose, welches über die Begriffsdefinition hinausgeht und sich insbesondere auf die Entwicklung von Purpose sowie Beispiele erstreckt. Sie sollen die Bedeutung und den Wert von „Purpose“ in verschiedenen Kontexten von der Organisationsführung bis zu persönlicher Karriereplanung erfassen können. Verantworten. Kritische Reflexion über Purpose & Bewertung der Auswirkungen: Die Studierenden entwickeln die Fähigkeit, Purpose kritisch zu reflektieren, einschließlich der sich darstellenden Herausforderungen sowie ethischer Bedenken. Sie lernen, den Einfluss von Purpose auf Individuen und Organisationen zu bewerten, darunter deren Einfluss auf Motivation, Leistung und soziale Verantwortung. Interagieren. Kommunikation und Präsentation: Die Studierenden lernen, ihre Erkenntnisse und Gedanken zum Thema wahrzunehmen um sie klar und überzeugend kommunizieren und präsentieren zu können. Sie üben die Interaktion mit anderen, z.B. durch den Austausch und die Diskussion über Ideen und Konzepte. Gestalten. Strategien zur Identifikation von Purpose: Die Studierenden erlernen Strategien zur Identifizierung und Entwicklung ihres eigenen Purpose und Entfaltung dessen in Organisationen. Sie erlernen Strategien zur Gestaltung von Karrierewegen gemäß des persönlichen Purpose, z.B. für Führungsaufgaben. Die Organisationsentwicklung wird vor dem Hintergrund von „Purpose“ ebenfalls betrachtet; hierzu werden Unternehmen in Verantwortungseigentum analysiert. Praktische Gestaltungselemente erlernen bzw. erproben die Studierenden durch Plan-spiele bzw. Team-Interaktionen.
Lehr- und Lernmethoden
Seminaristischer Unterricht, Vorlesung und praktische Gruppenarbeiten
Literatur
Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt. Fink, F.; Moeller, M.: Purpose Driven Organizations. Sinn, Selbstorganisation, Agilität Buce, A.; Jeromin, C.: Corporate Purpose – Das Erfolgsrezept der Zukunft. Wie sich mit Haltung Gemeinwohl und Profitabilität verbinden lassen Laloux, F.: Reinventing Organisations. Ein Leitfaden zur Gestaltung sinnstiftender Formen der Zusammenarbeit
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche
Prof. Dr. Marco Rimkus
Verwendbarkeit
BIBC, BBM, BDIM, BESM

Modulname	Nummer
Cases in Managerial Accounting (engl.)	5001

ECTS	5
Semesterwochenstunden	4
Dauer	1 Semester
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)
Pflicht/Wahlpflicht	WP
Arbeitsaufwand	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Prüfungsart, -umfang, -dauer)
Klausur 2 Stunden
Voraussetzung laut Prüfungsordnung für die Teilnahme
keine
Empfohlene Voraussetzung
Kostenrechnung und Controlling

Lehrveranstaltungen
Cases in Managerial Accounting (4 SWS): Prof. Dr. Carsten Wilken
Lehrinhalte
Die Veranstaltung behandelt in praktischen Fallstudien u.a. folgende Themen: Relevant Costing, Quality Costing, Budgetary Control, Performance Evaluation, Transfer Pricing, International Aspects of Management Control. Die Veranstaltung wird in englischer Sprache abgehalten.
angestrebte Lernergebnisse
Die Studierenden können: • Entscheidungsrechnungen für das Management erstellen und bestehende Rechnungen kritisch analysieren • Kostenanalysen für verschiedene Anwendungsfälle erstellen und interpretieren • Budgets erstellen und ihre Steuerungs- und Verhaltenwirkungen innerhalb der Organisation erkennen und einsetzen. • Cash-Flow-Rechnungen erstellen und zur Steuerung im Unternehmen verwenden. • Ihr Verhalten als Controller/in unter ethischen Gesichtspunkten reflektieren. Sie können zudem für solche Situationen Lösungswege selbständig entwickeln und präsentieren. Im Ergebnis kennen die Studierenden die Funktionsweise verschiedener Instrumente aus den Bereichen Organisation, Budgetierung, Kostenrechnung und strategischer Analyse. Übergeordnetes Lernziel: Um als Controll/in das Management bei seinen Führungsaufgaben wirksam unterstützen zu können, bedarf es umfassender Kenntnisse der Controlling-Instrumente, aber auch Kompetenzen, diese "richtig" einzusetzen. Das Modul hat daher zum Ziel, die Kenntnisse der Kostenrechnung und des Controlling zu vertiefen und die Anwendungs- und Umsetzungskompetenz der Studierenden zu erhöhen und sie so optimal auf den Einsatz im (internationalen) Controlling vorzubereiten.

Lehr- und Lernmethoden
Vorlesung mit Übungen und Fallstudien
Literatur
Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt; Datar, S.; Rajan, M.: Horngren's Cost Accounting – A Managerial Emphasis; 6. Aufl.; Harlow 2022
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche
Prof. Dr. Carsten Wilken
Verwendbarkeit
BIBC

Modulname	Nummer
Digital Marketing Seminar (engl.)	5002

ECTS	5
Semesterwochenstunden	4
Dauer	1 Semester
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)
Pflicht/Wahlpflicht	WP
Arbeitsaufwand	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Prüfungsart, -umfang, -dauer)
50% team presentation (90 Min. incl. discussion) 50 % individual 1-hour written exam
Voraussetzung laut Prüfungsordnung für die Teilnahme
none
Empfohlene Voraussetzung
none

Lehrveranstaltungen
Digital Marketing Seminar (engl.) (4 SWS): Henning Hummels
Lehrinhalte
Overview of digital marketing, mapping of customer journeys and design of buyer personas as an opening to the semester; after thatm independent analyses and preparation of selection of topics from digital marketing in a team, e.g. influencer marketing, programmatic advertising, Metaverse/ artificial intelligence/ blockchain and their applications in Marketing, etc., and presentation of one topic. The seminar will be held in English.
angestrebte Lernergebnisse
Knowledge and understanding: Students receive up-to-date knowledge in current topics of digital marketing. They extend their knowledge and abilities to solve modern marketing problems using digital instruments. They are able to consider and evaluate particularities, advantages and limitations of digital marketing instruments and concepts in an adequate way. Skills: Students know how to research, analyze and structure complex up-to-date topics of digital marketing on their own. Professional application: Students know about the relevance of up-to-date digital marketing for companies and are able to independently analyze the needs of a company and select and apply respective solutions. Communication and cooperation: Students can plan and carry out their work in a team, and present and discuss an up-to-date topic of digital marketing in an academically profound way.
Lehr- und Lernmethoden
Seminar
Literatur
Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt; Kotler, P./ Kartajaya, H./ Setiawan, I.: Marketing 4.0.: Moving from traditional to digital. Wiley&Sons, Hoboken, New Jersey, latest edition. Kotler, P./ Kartajaya, H./ Setiawan/ I.: Marketing 5.0: Technology for Humanity. John Wiley & Sons, Hoboken, New Jersey, latest edition. Depending on topic selected, further independent research and use of relevant current academic literature.

Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche
Prof. Dr. Henning Hummels
Verwendbarkeit
BIBC

Modulname	Nummer
Globalization & Financial Markets (engl.)	5003

ECTS	5
Semesterwochenstunden	4
Dauer	1 Semester
Pflicht/Wahlpflicht	WP
Arbeitsaufwand	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Prüfungsart, -umfang, -dauer)
Vortrag von ca. 15 – 20 Minuten, 60 % der Leistung Schriftliche Ausarbeitung, ca. 8 – 12 Seiten, 40 % der Leistung
Voraussetzung laut Prüfungsordnung für die Teilnahme
keine
Empfohlene Voraussetzung
keine

Lehrveranstaltungen
Globalization & Financial Markets (eng.) (4 SWS): Prof. Dr. Annika Wolf
Lehrinhalte
• Einführung in die Globalisierung: Definitionen und Dimensionen der Globalisierung, Auswirkungen der Globalisierung auf Wirtschaft, Politik und Gesellschaft, Chancen und Herausforderungen der Globalisierung für Unternehmen und Finanzmärkte. • Globalisierung und Finanzmärkte: Rolle der Finanzmärkte in der globalen Wirtschaft, Internationale Kapitalströme und ihre Auswirkungen auf Finanzmärkte und Finanzinnovationen sowie ihre Rolle in der Globalisierung. • Internationale Finanzmärkte: Aktienmärkte, Anleihemärkte und Devisenmärkte im globalen Kontext, Internationale Finanzinstitutionen und ihre Funktionen sowie Regulierung und Aufsicht globaler Finanzmärkte. • Risikomanagement in globalen Finanzmärkten: Währungsrisiken, Zinsrisiken und politische Risiken, Finanzinstrumente zur Risikominderung und Hedging-Strategien und Absicherung gegen globale Risiken • Nachhaltigkeit und Ethik im globalen Finanzwesen: Nachhaltige Investitionen und sozial verantwortliches Investment (SRI), Ethik und Corporate Social Responsibility (CSR) im Finanzsektor und Auswirkungen von Finanzentscheidungen auf die Gesellschaft und die Umwelt.

angestrebte Lernergebnisse
Wissen und Verstehen: Absolventinnen erlangen ein breites und integriertes Wissen über die Grundlagen der Globalisierung und die Funktionsweise globaler Finanzmärkte. Sie erlangen ein Verständnis über die wesentlichen Konzepte, Theorien und Modelle, die sich aus der Verbindung bzw. den Abhängigkeiten von Globalisierung und Finanzmärkten ergeben. Einsatz, Anwendung, Erzeugung von Wissen: Absolventinnen sind in der Lage, die erlernten Kenntnisse auf reale Fragen anzuwenden. Sie analysieren die Komplexität aus dem Zusammenhang von Globalisierung und (nationalen) Finanzmärkten, Lösungsansätze für Krisensituationen zu erarbeiten und neues Wissen für Lösungen zu generieren. Professionalität: Absolventinnen entwickeln ein hohes Maß an Professionalität im Finanzbereich, u.a. in Bezug auf internationale Standards und interkulturelle Kompetenz. Sie beachten die ethischen und rechtlichen Grundsätze ebenso wie die soziale Verantwortung des globalen Finanzsektors. Kommunikation und Kooperation: Absolventinnen formulieren fachliche und sachbezogene Problemlösungen und können diese im globalen Diskurs theoretisch und methodisch fundiert argumentieren und begründen. Sie präsentieren professionell ihre Lösungen, begründen ihre Gestaltungs- und Entscheidungsgründe und setzen diese kritisch in Bezug zu multidisziplinären, interkulturellen und finanztechnischen Erwartungen und Folgen.
Lehr- und Lernmethoden
Vorlesung, Gruppenarbeit, Case Studies, Gastvorträge
Literatur
Bekaert, G., & Hodrick, R. J. (2017): International Financial Management, Cambridge University Press. Eiteman, D. K., Stonehill, A. I., & Moffett, M. H. (2020): Multinational Business Finance, Pearson Education Limited. Dicken, P. (2014): Global Shift: Mapping the Changing Contours of the World Economy, SAGE Publications Ltd. Kaufmann, S. & Muzzupappa, A. (2020): Crash Kurs Krise: Wie die Finanzmärkte funktionieren. Eine kritische Einführung (Kritische Einführungen), Bertz und Fischer.
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche
Prof. Dr. Annika Wolf
Verwendbarkeit
BIBC, BBM

Modulname	Nummer
International Business Communication (engl.)	5004

ECTS	5
Semesterwochenstunden	4
Dauer	1 Semester
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)
Pflicht/Wahlpflicht	WP
Arbeitsaufwand	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Prüfungsart, -umfang, -dauer)
Presentation (20 minutes), (written text tests – 10 minutes each), essay (10 – 15 pages)
Voraussetzung laut Prüfungsordnung für die Teilnahme
none
Empfohlene Voraussetzung
none

Lehrveranstaltungen
International Business Communication (engl.) (4 SWS): Marina Alvares-Wegner
Lehrinhalte
• Understanding the basics of business communication in the international context • Communicating in the complex world of business • Working in international and virtual teams • Business communication in the quotidian world • Strategies for negotiating with different cultures • Decision-making across borders • Code switching
angestrebte Lernergebnisse
The aim of this module is to develop international business communication skills. After having completed this module, students will have enhanced their international teamwork skills including working in virtual teams. They will have perfected their skills when communicating in face-to-face business meetings or when networking, when writing business letters and emails, when communicating via the telephone or in video conferences and during presentations. Significant areas of interest are communicating via the company website, advertising/public relations and discourse in social media. The students will be equipped with the skills to negotiate deals, to resolve disputes and to make decisions across cultural boundaries.
Lehr- und Lernmethoden
Seminars, integrated workshops, case studies, presentations

Literatur
All material will be provided digitally via Moodle: • Chaney, L. H./Martin, J. S. (2013) Intercultural Business Communication, Pearson. • Piekkari, R./ Welch, /Welch, L. S. (2014) Language in International Business: The Multilingual Reality of Global Business Expansion, Edward Elgar Publishing. • Lipschultz, J. H. (2017) Social Media Communication: Concepts, Practices, Data, Law and Ethics, 3rd Edition, Routledge.
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche
Prof. Dr. Florian Dorozalla
Verwendbarkeit
BIBC

Modulname	Nummer
International Human Resource Management (engl.)	5005

ECTS	5
Semesterwochenstunden	4
Dauer	1 Semester
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)
Pflicht/Wahlpflicht	WP
Arbeitsaufwand	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Prüfungsart, -umfang, -dauer)
Hausarbeit mit Referat
Voraussetzung laut Prüfungsordnung für die Teilnahme
Keine
Empfohlene Voraussetzung
Keine

Lehrveranstaltungen
International Human Resource Management (4 SWS): Marina Alvares-Wegner
Lehrinhalte
Topics to be discussed include: Defining International Human Resource Management, Staffing international operations for sustained global growth, Recruiting and selecting staff for international assignments, International training and development, International compensation, Re-entry and career issues, Global employee performance management
angestrebte Lernergebnisse
This course focuses on the management of human resources on a global basis. The approach to international Human Resource Management often reflects an organization's international corporate strategy. International human resource managers participate in the international strategic planning process, but usually in a limited way. However, HR managers can and should provide essential advice and input at every step of the traditional strategic management process. An organisation's overall corporate strategy usually determines the approach to managing and staffing subsidiaries: recruitment and selection, training and development, performance evaluation, compensation and benefits, and labour relations are some of the areas that are encompassed within the topic concerned
Lehr- und Lernmethoden
Seminar
Literatur
Dowling, Peter J./Festing, Marion/Engle, Allen D. and Engle, Sr. (2013) International Human Resource Management, 6th Edition, Seng Lee Press, Singapore, ISBN-10:1408032090
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche
Dipl. Ök. Marina Alvares-Wegner

Verwendbarkeit

BIBC

Modulname	Nummer
International Marketing (engl.)	5006

ECTS	5
Semesterwochenstunden	4
Dauer	1 Semester
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)
Pflicht/Wahlpflicht	WP
Arbeitsaufwand	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Prüfungsart, -umfang, -dauer)
3x20% = 60% 3 team presentations along the semester (20 minutes each + 10 min. discussion) 40% 1-hour written exam (individual part)
Voraussetzung laut Prüfungsordnung für die Teilnahme
none
Empfohlene Voraussetzung
Marketing

Lehrveranstaltungen
International Marketing (engl.) (4 SWS): Prof. Dr. Henning Hummels
Lehrinhalte
The module starts out with an investigation and discussion of the global economic environment which constitutes the framework for international corporate operations. The concept of culture, as a key influence on buying behavior, is analyzed in detail. Subsequently, the particularities of international marketing activities are being explored. To a large extent this is based on the fundamental elements of Marketing and thus includes international market research, strategic issues and the international marketing mix. However, particularly in the strategic section additional aspects such as generic internationalization strategies, methods of evaluating and selecting countries as target markets, and market entry modes extend the scope of contents to entirely new fields. All content is being illustrated by using up-to-date examples from both consumer and industrial goods markets. Exercises and case studies are used to apply learned contents to real life scenarios.

angestrebte Lernergebnisse
Knowledge and understanding: The students know about the particularities of international business and acquire an extended knowledge and critical understanding of theories, principles, and methods of International Marketing, e.g. different models of culture as a foundation for understanding international customer behavior, methods of evaluating and selecting countries as target markets and methods to enter new countries, as well as criteria to decide between standardization and differentiation of the marketing mix in foreign countries versus the home market. They are able to expand their knowledge base independently and in a purposeful way. Skills & professional application: Intercultural competences enable the students to analyze cultural differences and evaluate their effects on marketing decision making, e.g. applying cultural models according to Hall and Hofstede. Using the particularities of international market research, they are enabled to analyze, appraise and judge unknown issues in International Marketing. Furthermore, they know how to apply their knowledge and make reasonable decisions in complex, unknown, and unstable contexts. For example, they can apply the concept of the international product lifecycle, and know when to use barter trade and how to select proper INCOTERMS in different situations. Communication and cooperation: Both on their own and in expert teams, students are able to critically discuss international marketing issues. They know how to approach foreign target groups. Also, they can prepare and hold presentations concerning International Marketing decisions to higher level hierarchies.
Lehr- und Lernmethoden
Lecture, exercises, case studies, discussions
Literatur
Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt; All material will be provided digitally via Moodle: Excerpts from: Czinkota, I./ Ronkainen, M.: International Marketing. Thomson/ Southwestern, latest edition. Doole, I./ Lowe, R./ Kenyon, A.: International Marketing Strategy. Cengage Learning, latest edition. Ghauri, P./ Cateora, P.: International Marketing. McGraw Hill, latest edition. Gillespie, K./ Jeannet/ J.-P./ Hennessy, H.: Global Marketing. Houghton Mifflin, 2004. Hollensen, S.: Global Marketing. Pearson, latest edition. Kotabe, M./ Helsen, K.: Global Marketing Management. Wiley, latest edition. Mühlbacher, H./ Leih, H./ Dahringer, L.: International Marketing. Thomson, latest edition.
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche
Prof. Dr. Henning Hummels
Verwendbarkeit
BIBC

Modulname	Nummer
International Mergers and Acquisitions (engl.)	5007

ECTS	5
Semesterwochenstunden	4
Dauer	1 Semester
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)
Pflicht/Wahlpflicht	WP
Arbeitsaufwand	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Prüfungsart, -umfang, -dauer)
Presentation (20 minutes), Essay (10 – 15 pages)
Voraussetzung laut Prüfungsordnung für die Teilnahme
none
Empfohlene Voraussetzung
Management basics

Lehrveranstaltungen
International Mergers and Acquisitions (engl.) (4 SWS): Marina Alvares-Wegner
Lehrinhalte
• Classification of mergers • Motives behind mergers and acquisitions • Other restructuring activities • Premerger preparation • The implementation phase • Post-merger integration and management • The bidding strategy • Due diligence, • Defence mechanisms • Corporate valuation • Merger control
angestrebte Lernergebnisse
In this M&A module, students will acquire a general overview of the mergers and acquisitions process. Through current and recent real-life global case studies on the best practices of leading companies, students learn how to tackle strategic partnerships, steer complex negotiations, and enhance corporate growth. This module enables students to choose and implement the right corporate development tools for growth. Students utilize common corporate tools and knowledge as applied within the context of considering, developing and executing M&A transactions on a case study and present their solutions and recommendations for promoting growth in a presentation as well as a written assignment which adhere to the scientific norms. Here they can expound their in-depth understanding of the factors necessary for success in international transactions especially in the preparation, implementation and integration phase. The students are enabled to make strategic decisions with regard to Mergers and Acquisitions (M&A) and to apply the requisite knowledge for the development and execution of corporate transactions

Lehr- und Lernmethoden
Lectures, case studies, discussions
Literatur
Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt; Kotler, P./ Kartajaya, H./ Setiawan, I.: Marketing 4.0: Moving from traditional to digital. Wiley&Sons, Hoboken, New Jersey, latest edition. Kotler, P./ Kartajaya, H./ Setiawan/ I.: Marketing 5.0: Technology for Humanity. John Wiley & Sons, Hoboken, New Jersey, latest edition. Depending on topic selected, further independent research and use of relevant current academic literature.
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche
Prof. Dr. Florian Dorozalla
Verwendbarkeit
BIBC

Modulname	Nummer
Reverse Logistics / Circular Economy (engl.)	5008

ECTS	5
Semesterwochenstunden	4
Dauer	1 Semester
Pflicht/Wahlpflicht	WP
Arbeitsaufwand	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Prüfungsart, -umfang, -dauer)
Klausur 1 Stunde, Referat: Schriftliche Ausarbeitung im Umfang von 10 – 15 Seiten mit Präsentation (15 Minuten) (Gruppen bestehend aus 2-3 Studierenden)
Voraussetzung laut Prüfungsordnung für die Teilnahme
keine
Empfohlene Voraussetzung
keine

Lehrveranstaltungen
Reverse Logistics / Circular Economy (4 SWS): Verschiedene
Lehrinhalte
The module includes the following topics: • Basics, definitions and objectives • Take-back, recycling, repair, reuse • Analysis of products and materials with regard to their recyclability and reusability • Reverse logistics strategies and processes: Development and implementation • Sustainability aspects of the circular economy: economic, environmental and social benefits • Technologies and tools to support reverse logistics and the circular economy • Practical examples and case studies from reverse logistics and the circular economy
angestrebte Lernergebnisse
The „Reverse Logistics / Circular Economy“ module addresses the challenges and opportunities associated with the efficient return of products, packaging and materials along the supply chain to enable their reuse, repair, remanufacturing or recycling. Students will be able to develop innovative solutions that promote sustainable and resource-efficient use of products and materials. Students will have knowledge of the technologies and tools used to support reverse logistics and circular economy, such as take-back systems, tracking and tracing, disposal and recycling technologies. Within the framework of a business game, they will deepen the skills through your own applications.
Lehr- und Lernmethoden
Workshops, Vorlesung, Gruppenarbeit, Planspiel
Literatur
Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt; Dekker, R et al.; Reverse Logistics Giovanni, P.; Cases on Circular Economy in Practice Kranert, M.; Einführung in die Kreislaufwirtschaft Münzer, A.; Kreislaufwirtschaft als Strategie der Zukunft

Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche
Prof. Dr. Dirk Schleuter
Verwendbarkeit
BIBC, BBM, BESM

Modulname	Nummer
Unternehmensfinanzierung	5009

ECTS	5
Semesterwochenstunden	4
Dauer	1 Semester
Pflicht/Wahlpflicht	WP
Arbeitsaufwand	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Prüfungsart, -umfang, -dauer)
Klausur 2 Stunden
Voraussetzung laut Prüfungsordnung für die Teilnahme
keine
Empfohlene Voraussetzung
keine

Lehrveranstaltungen
Unternehmensfinanzierung (4 SWS): Prof. Dr. Wolfgang Portisch
Lehrinhalte
Die Grundlagen der Investition und Finanzierung aus dem Grundstudium werden weiter vertieft und Spezialprobleme der Finance aus Sicht der Unternehmung untersucht. In der Lehrveranstaltung wird die Finanzierung im Lebenszyklus betrachtet. Der Entwicklungsprozess einer Firma wird dazu in die Phasen der Gründung, des Wachstums, der Reife und der Krise zerlegt. Dieses Vorgehen dient der Strukturierung der Finanzierungsbereiche, um zu beschreiben und zu beurteilen, welche Finanzinstrumente im Lebenszyklus eines Unternehmens wirksam im Sinne einer Zielorientierung eingesetzt werden können.
angestrebte Lernergebnisse
Übergeordnetes Lernziel: Die Studierenden sind in die Lage Unternehmensfinanzierungen unterschiedlicher Größe und Komplexität mit externer Unterstützung aus Sicht unterschiedlicher betroffener Stakeholdergruppen zu beurteilen. Können, Wissen: Die Studierenden können die Bedeutung der Finanzierung bei einem Unternehmen erkennen. Sie können die Beurteilung von internen und externen Finanzierungsvorhaben vornehmen. Sie sind in der Lage den Finanzierungsprozess anhand kritischer Meilensteine zu überwachen. Sie wissen mit Stakeholdergruppen sachgerecht zu kommunizieren und mit Fachvertretern zu diskutieren. Sie können Finanzinstrumente in Bezug auf ihre Eignung in einem spezifischen Kontext kritisch beurteilen. Verstehen, Gestalten, Interagieren, Verantworten: Die Studierenden verstehen und gestalten den Prozess des Finanzierens mit externer Unterstützung. Sie interagieren im Finanzierungsprozess in Unternehmen ganzheitlich, nachhaltig und zielbezogen. Sie kennen den aktuellen Stand der Fachliteratur und Forschung. Sie verstehen wichtige Finanzinstrumente und Reportingtools der Unternehmensfinanzierung. Sie kennen die Stakeholdergruppen im Finanzierungsprozess und können deren Ziele und Interessen einschätzen und mit diesen interagieren.
Lehr- und Lernmethoden
Vorlesung

Studiengangschwerpunkte
Wahlpflichtmodul Schwerpunkt Finanzen & Controlling
Literatur
Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt. Portisch: Finanzierung im Unternehmenslebenszyklus Wolf/Hill/Pfaue: Strukturierte Finanzierungen
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche
Prof. Dr. Wolfgang Portisch
Verwendbarkeit
BBM

Modulname	Nummer
Prozessoptimierung/Lean Management	5010

ECTS	5
Semesterwochenstunden	4
Dauer	1 Semester
Pflicht/Wahlpflicht	WP
Arbeitsaufwand	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Prüfungsart, -umfang, -dauer)
Klausur 1 Stunden, Referat: Schriftliche Ausarbeitung im Umfang von 10 – 15 Seiten mit Präsentation (15 Minuten) (Gruppen bestehend aus 2-3 Studierenden)
Voraussetzung laut Prüfungsordnung für die Teilnahme
keine
Empfohlene Voraussetzung
keine

Lehrveranstaltungen
Prozessoptimierung / Lean Management (4 SWS): Verschiedene
Lehrinhalte
Schwerpunktmäßig werden Methoden der Prozessoptimierung erlernt, welche im Rahmen von Seminaren / Workshops und Planspielen interaktiv vermittelt werden. Folgende Inhalte werden u.a. betrachtet: • Historie / Verschwendung sehen lernen • 5S als Methode zur Arbeitsplatzorganisation • Push / Pull Fertigungsprinzipien • Cardboard Engineering • SMED (Rüstzeitreduktion) • Lean Office • Change Management Die Studierenden erleben die Wirksamkeit der Konzepte des Lean Managements und konzipieren deren Einsatz selbst. Exkursionen zu betrieblichen Nutzern zeigen die Anwendung des Erlernten in der Praxis.
angestrebte Lernergebnisse
Die Studierenden werden befähigt Prozesse eines Unternehmens entlang der gesamten Wertschöpfungskette fokussiert auf die Anforderungen des Kunden darzustellen, zu bewerten und zu optimieren. Dies bildet die Grundlage für Operational Excellence wobei Ansätze des Lean Managements hier insbesondere für den Produktionsbereich aber auch für die administrativen Bereiche Anwendung finden. Die Studierenden können zwischen wertschöpfenden und nicht-wertschöpfenden Anteilen von indirekten und direkten Prozessen unterscheiden. Sie beherrschen ausgewählte Methoden des Lean Managements womit sie effiziente Materialflüsse und Informationsflüsse gestalten können.
Lehr- und Lernmethoden
Workshops, Vorlesung, Gruppenarbeit

Literatur
Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt; Bertagnolli, F.; Lean Management Brunner, F.-J.; Japanische Erfolgskonzepte Ohno, T.; Das Toyota-Produktionssystem
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche
Prof. Dr. Dirk Schleuter
Verwendbarkeit
BBM, BESM, BIBC

Modulname	Nummer
Internationale Rechnungslegung IFRS	5011

ECTS	5
Semesterwochenstunden	4
Dauer	1 Semester
Pflicht/Wahlpflicht	WP
Arbeitsaufwand	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Prüfungsart, -umfang, -dauer)
Klausur 2 Stunden
Voraussetzung laut Prüfungsordnung für die Teilnahme
keine
Empfohlene Voraussetzung
keine

Lehrveranstaltungen
Internationale Rechnungslegung IFRS (4 SWS): Prof. Dr. Knut Henkel
Lehrinhalte
• Das Modul Internationale Rechnungslegungsstandards IFRS umfasst die Grundlagen der IAS/IFRS-Rechnungslegung, die Bilanzierungs- und Bewertungsregelungen sowie Besonderheiten von Einzelpositionen. • Zu weiten Teilen erfolgt die Vermittlung des Stoffes anhand praxisnaher Übungen. • Des Weiteren werden die Unterschiede zwischen IFRS und HGB Gegenstand der Lehrveranstaltung sein.
angestrebte Lernergebnisse
• Die Studierenden sind in der Lage, die wesentlichen internationalen Rechnungslegungsvorschriften der IFRS selbständig anzuwenden. • Insbesondere erlernen die Studierenden die Fähigkeit einen IFRS-Abschluss zu erstellen und zu analysieren sowie die Unterschiede zu einem HGB-Abschluss zu erkennen. • Das Modul Internationale Rechnungslegungsstandards IFRS vermittelt vertiefte Kenntnisse über den IFRS-Abschluss. Insofern dient dieses Modul nicht nur der Vermittlung von Fachwissen, sondern auch der Entwicklung von analytischen Kompetenzen.
Lehr- und Lernmethoden
Vorlesung
Studiengangschwerpunkte
Wahlpflichtmodul Schwerpunkt Steuern und Rechnungswesen

Literatur
Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt; Hauptliteratur: • Neuste Auflage: Baetge, Jörg/Kirsch, Hans-Jürgen/Thiele, Stefan: Bilanzen, Düsseldorf • Neuste Auflage: Baetge, Jörg/Kirsch, Hans-Jürgen/Thiele, Stefan: Übungsbuch Bilanzen Bilanzanalyse, Düsseldorf Weitere Literatur (Auszug): • Neuste Auflage: Pellens, Bernhard/Füllbier, Rolf Uwe/Gassen, Joachim/Sellhorn, Thorsten: Internationale Rechnungslegung, Stuttgart • Neuste Auflage: Wagenhofer, Alfred: Internationale Rechnungslegungsstandards IAS/IFRS - Grundlagen und Grundkonzepte - Bilanzierung, Bewertung und Angaben - Umstellung und Analyse, München
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche
Prof. Dr. Knut Henkel
Verwendbarkeit
BBM, BIBC, BWP, BWEM

Modulname	Nummer
International Business Transactions	5012

ECTS	5
Semesterwochenstunden	4
Dauer	1 Semester
Pflicht/Wahlpflicht	WP
Arbeitsaufwand	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Prüfungsart, -umfang, -dauer)
Klausur: zweistündige Klausur (Bearbeitung praktischer Fallstudien) oder Präsentation (zu praktischer Fallstudie)
Voraussetzung laut Prüfungsordnung für die Teilnahme
keine
Empfohlene Voraussetzung
keine

Lehrveranstaltungen
Transaktionsmanagement (4 SWS): Andreas Meyer
Lehrinhalte
Neben der Vermittlung theoretischer Grundkenntnisse besteht der Kern des Moduls im Erlernen praktischer Verhandlungsfertigkeiten in Rollenspielen. Dabei werden die Studierenden zum einen mit der Verhandlungsmethode nach dem sog. „Harvard-Modell“ vertraut gemacht. Sie sollen in die Lage versetzt werden, den Schritt vom weit verbreiteten aber häufig nicht zielführenden intuitiven Verhandeln zum effektiveren, da reflektierten Verhandeln nachzuvollziehen. Dabei sollen die Studierenden zum anderen auch die Elemente und Grenzen der Gestaltungsmöglichkeiten von Unternehmenstransaktionen erlernen. Hierzu gehören Grundkenntnisse u.a. in • der (auch grenzüberschreitenden) Durchsetzung von Rechten, • der Gestaltung von Streitschlichtungs- und –Leistungsmechanismen, • der Wahl und Anwendung ausländischen Rechts, • der Gestaltung internationaler Transaktionsdokumentationen in englischer Sprache, • den Anforderungen des nationalen und supranationalen Kartellrechts, • der Fusionskontrolle, • den einschlägigen Vertretungsregeln, • der Sicherstellung der Durchführung von Transaktionen, und • der Behandlung von Joint Ventures.
angestrebte Lernergebnisse
Ziel des Moduls ist die Vermittlung der für eine Tätigkeit als Führungskraft oder Geschäftsleiter in einem mittelständischen Unternehmen erforderlichen Kenntnisse und praktischen Fertigkeiten bei der Gestaltung von Unternehmenstransaktionen. Die Studierenden kennen die gesellschaftsrechtlichen Grundlagen von Nachfolgeregelungen im Unternehmen und der Übertragung von Unternehmen. Sie kennen des Weiteren die Rahmenbedingungen und Gestaltungsmöglichkeiten bei Unternehmenstransaktionen auf nationaler und internationaler Ebene. Sie erwerben vor allem die Fähigkeit zur Gestaltung und Verhandlung internationaler Transaktionen, da mittelständische deutsche Unternehmen zunehmend auf ausländischen Märkten tätig sind und Kooperationen mit ausländischen Partnern eingehen.

Lehr- und Lernmethoden
Seminaristische Vorlesung mit praktischen Übungen/Rollenspielen
Studiengangschwerpunkte
Wahlpflichtfach Management betrieblicher Funktionen
Literatur
Lehrmaterialien (Skript, Folien, Übungsaufgaben, Musterlösungen) werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt. Zur Vertiefung eignen sich (jeweils in der aktuellen Auflage): zum Handelsrecht • Brox/Henssler, Handelsrecht • Hopt, Handelsgesetzbuch (Kommentar zur Vertiefung von Einzelfragen) zum Gesellschaftsrecht • Klunzinger, Grundzüge des Gesellschaftsrechts • Windbichler/Bachmann, Gesellschaftsrecht zu M&A • Behringer, Unternehmenstransaktionen • Dreher/Ernst, Mergers & Acquisitions • Richter, Mergers & Acquisitions zum Kartellecht • Glöckner, Kartellrecht – Recht gegen Wettbewerbsbeschränkungen
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche
Prof. Dr. Hans-Gert Vogel
Verwendbarkeit
BIBC

Modulname	Nummer
Praxisphase/Vorbereitung	3010

ECTS	30
Semesterwochenstunden	
Dauer	1 Semester
Semester (Häufigkeit)	6 (jedes Sommersemester)
Pflicht/Wahlpflicht	PF
Arbeitsaufwand	900 Stunden; gesamt davon 760 Stunden Praxiszeit in der Praxisstelle

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Prüfungsart, -umfang, -dauer)
Bericht entsprechend der Praxisphasenordnung
Voraussetzung laut Prüfungsordnung für die Teilnahme
keine
Empfohlene Voraussetzung
Praxisanalyse, Zielvereinbarung, Details siehe Praxisphasenordnung

Lehrveranstaltungen
Praxisphase: jeweilige Praxisphasen-Betreuer*in
Lehrinhalte
• Einarbeitung und Durchlauf durch erwünschte Betriebsteile gemäß Zielvereinbarung • Mit- und zunehmend selbstständige Arbeit entsprechend für den Studiengang und gewählter Schwerpunkte typischer Tätigkeiten entsprechend der Zielvereinbarung • Anleitung zu bzw. Mitarbeit in betrieblichen Projekten • Abschluss durch Anfertigung des Praxisphasenberichtes, einer Präsentation mit entsprechendem Vortrag vor Kommoliton:inn:en insb. jüngerer Semester
angestrebte Lernergebnisse
• Berufs- und Tätigkeitsfelder im Detail kennen • Eigene Stärken und Schwächen kennenlernen • Lernziele entsprechend der Zielvereinbarung • Mögliche Themen für die Bachelorarbeit vorschlagen, beschreiben und mit de:r:m Betreuer:in abstimmen können • Mögliche Unternehmen für den Berufseinstieg auswählen können
Lehr- und Lernmethoden
Praxisphase
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche
Prof. Dr. Marc Hanfeld
Verwendbarkeit
BBM, BDIM, BESM, BIBC

Modulname	Nummer
Bachelorarbeit mit Kolloquium	3020

ECTS	15
Semesterwochenstunden	
Dauer	1 Semester
Semester (Häufigkeit)	7 (jedes Wintersemester)
Pflicht/Wahlpflicht	PF
Arbeitsaufwand	450 Stunden

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Prüfungsart, -umfang, -dauer)
Bachelorarbeit Bachelorarbeit nach Vorgabe des/der Betreuerin
Voraussetzung laut Prüfungsordnung für die Teilnahme
Abgeschlossene Praxisphase
Empfohlene Voraussetzung
Alle Module bis zum 7. Semester

Lehrveranstaltungen
Bachelorarbeit mit Kolloquium: Betreuende Dozierende
Lehrinhalte
Der Gegenstand der Bachelorarbeit kann eine praktische Problemstellung (Praxisarbeit) oder ein theoretisches Thema (Theoriearbeit) sein. Dabei wird die Betreuung primär durch den/die Erstprüfer*in übernommen. Die Betreuungsaufgaben umfassen: • Absprache mit der unternehmensseitigen Betreuungsperson bei Praxisarbeiten • Betreuung, Hilfestellung, methodische Beratung während der Erstellung der Arbeit • Durchführung des Kolloquiums • Bewertung von Arbeit und Kolloquium
angestrebte Lernergebnisse
Die Bachelorarbeit bildet den berufsqualifizierenden Abschluss des Studiums. Dabei soll eine konkrete Aufgabe mittels grundlegender wissenschaftlicher Methoden einer zielgerichteten Lösung zugeführt werden. Mit der Bachelorarbeit sollen die Studierenden den Nachweis erbringen, wissenschaftliche Methoden in ihren Grundzügen selbständig anwenden zu können. Darüber hinaus vertiefen die Studierenden auch Erfahrungen im Hinblick auf das Selbst- und Zeitmanagement.
Lehr- und Lernmethoden
Bachelorarbeit
Literatur
Jeweils zum Thema relevante Fachliteratur
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche
Dozierende des FBW
Verwendbarkeit
BIBC, BBM, BDIM, BESM