



Modulhandbuch Studiengang Bachelor International Business Administration

(PO 2017)

Hochschule Emden/Leer
Fachbereich Wirtschaft

(Stand: 28. September 2022)

Inhaltsverzeichnis

1	Abkürzungen der Studiengänge des Fachbereichs Wirtschaft	4
2	Modulverzeichnis	4
2.1	Pflichtmodule	5
	Buchführung	5
	Mathematik I	6
	Produktion und Logistik	7
	Statistik	8
	VWL I: Mikroökonomik	9
	Wirtschaftsenglisch I	10
	Zivil- und Handelsrecht I	11
	Bilanzielles Rechnungswesen	12
	Mathematik II	13
	Organisation und Personal	14
	VWL II: Makroökonomik	15
	Wirtschaftsenglisch II	16
	Zivil- und Handelsrecht II	17
	Investition und Finanzierung	18
	Kommunikation und Präsentation	19
	Kostenrechnung	20
	Marketing	21
	Marketing (Englisch)	22
	Wirtschaftsenglisch III	23
	Wirtschaftsfremdsprache II, Modul 1	24
	Wirtschaftsfremdsprache II, Modul 1	25
	Wirtschaftsinformatik und Digitalisierung	26
	Wirtschaftsfremdsprache II, Modul 2	27
	Wirtschaftsfremdsprache II, Modul 2	28
	Wirtschaftsfremdsprache II, Modul 2	29
2.2	Wahlpflichtmodule	30
	WPM Angewandte Marktforschung	30
	WPM Bank- und Finanzrecht I	31
	WPM Bankmanagement	32
	WPM Beschaffungsmanagement	33
	WPM Bilanzanalyse	34
	WPM Bilanzierung von Finanzinstrumenten	35
	WPM Bilanzsteuerrecht	36
	WPM Business-to-Business Marketing	37
	WPM Case Studies in Managerial Accounting	38
	WPM Communication and Presentation Skills	39
	WPM Computer-aided Management Accounting and Financial Control	40
	WPM Controlling Projekt	41
	WPM Customer Relationship Management	42
	WPM Datenbanken	43
	WPM Digital Marketing Seminar	44
	WPM Distributionslogistik	45
	WPM E-Business Basics	46
	WPM E-Business II E-Business Praxis	47
	WPM ERP-Systeme	48
	WPM Einkommensteuerrecht	49
	WPM Empirische Marketingforschung	50
	WPM Entrepreneurship	51
	WPM Fabrikplanung / Intralogistik	52
	WPM Failing Corporates	53
	WPM Financial Instruments Accounting	54
	WPM Firmenkreditmanagement	55

WPM Fulfillment Services	56
WPM Human Resource Management I (HRM I)	57
WPM Human Resource Management II (HRM II)	58
WPM International Business Ethics	59
WPM International Business Ethics	60
WPM International Human Resource Management	61
WPM International Marketing (englisch)	62
WPM Internationale Rechnungslegung (IAS/IFRS)	63
WPM Konventionelle Energien	64
WPM Konzernbesteuerung	65
WPM Konzernrechnungslegung	66
WPM Kosten- und Bereichscontrolling	67
WPM Logistikcontrolling	68
WPM Management I (Personalführung)	69
WPM Management II	70
WPM Marketing 4.0	71
WPM Markt- und Kundenforschung	72
WPM Mergers and Acquisitions	73
WPM Operational Excellence / Lean Management	74
WPM Operatives Marketing für KMU	75
WPM Organisation I	76
WPM Organisation II	77
WPM Praxisprojekt Finanzierung	78
WPM Projektarbeit - Marketing	79
WPM Projektarbeit - Produktion	80
WPM Projektmanagement	81
WPM Projektmanagement	82
WPM Quantitative Methoden der Marktforschung mit R	83
WPM Sonderbilanzen	84
WPM Sonderprobleme des Rechnungs- und Prüfungswesens	85
WPM Strategisches und operatives Controlling	86
WPM Umsatzsteuer	87
WPM Unternehmensbewertung	88
WPM Unternehmensfinanzierung	89
WPM Vertrieb	90
WPM Volkswirtschaftspolitik	91
WPM Wertpapiermanagement	92
WPM Wirtschaftsrecht	93

1 Abkürzungen der Studiengänge des Fachbereichs Wirtschaft

BBW	Bachelor Betriebswirtschaft
BBWD	Bachelor Betriebswirtschaft (dual)
BIBA	Bachelor International Business Administration
BWP	Bachelor Wirtschaftspsychologie
MAM	Master Advanced Management
MBM	Master Business Management
MMC	Master Management Consulting

2 Modulverzeichnis

2.1 Pflichtmodule

Modulbezeichnung	Buchführung	
Semester (Häufigkeit)	1 (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Pflicht	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine; Grundlagenmodul	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW	
Prüfungsform und -dauer	Klausur K2	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung	
Modulverantwortlicher	T. Lenz	
Qualifikationsziele Kompetenzziele: Die Studierenden sind befähigt, abschlussvorbereitende Buchungen durchführen. Sie sind in der Lage, eine Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung aufzustellen. Sie sind befähigt, die zwischen Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung bestehenden Verbindungen zu erläutern. Des Weiteren sind sie in der Lage, die besondere Bedeutung einer ordnungsmäßigen doppelten Buchführung für das Rechnungswesen zu erörtern. Die Studierenden können die Auswirkungen von Geschäftsvorfällen auf das Jahresergebnis und die Liquidität aufzeigen. Die Studierenden haben Kenntnisse wie standardisierte Sachverhalte aus dem externen Rechnungswesen erkannt, erfasst und verbucht werden. Sie sind in der Lage, unterschiedliche handelsrechtliche Bilanzierungsmöglichkeiten zu erfassen. Sie kennen die Technik der doppelten Buchführung und wissen, welche Bilanzierungsgrundsätze und handelsrechtlichen Vorschriften Anwendung finden. Übergeordnetes Lernziel: Die Studierenden erlernen die Grundlagen des externen Rechnungswesens. Der Fokus wird dabei auf die Vermittlung der Technik der doppelten Buchführung und der wesentlichen Zusammenhänge des Rechnungswesens gelegt. Das Modul vermittelt Basiswissen für weitere Module aus dem Bereich Rechnungswesen. Zudem werden konkrete Bezüge zu anderen Teildisziplinen der Betriebswirtschaftslehre aufgezeigt.		
Lehrinhalte Die Inhalte des Moduls umfassen die Begriffe, den Aufbau sowie die Aufgaben und Funktionen des externen Rechnungswesens, die Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung, die Inventur und das Inventar, Aufbau und Struktur von Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung, Organisation und Technik der doppelten Buchführung, Systematik von Buchungssätzen, die Verbuchung laufender Geschäftsvorfälle (Warenverkehr, Gehälter und Löhne, Veränderungen des Anlage- und Umlaufvermögen) und vorbereitende Abschlussbuchungen (Rechnungsabgrenzungsposten, Wertberichtigungen, Rückstellungen). Die Veranstaltung wird durch Formen des Online-Lernens unterstützt.		
Literatur Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt; Engelhardt, W. H./Raffée, H./Wischermann, B.: Grundzüge der doppelten Buchhaltung, aktuelle Ausgabe.		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
T. Lenz, C. Folkerts	Buchführung	4

Modulbezeichnung	Mathematik I	
Semester (Häufigkeit)	1 (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Pflichtfach	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	Teilnahme am Brückenkurs Mathematik I	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Klausur K2	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung mit Übungen und Online-Tests (Moodle), Tutorien	
Modulverantwortlicher	Battermann	
Qualifikationsziele Die Studierenden kennen und verstehen die Grundlagen der Wirtschaftsmathematik, hier der Analysis und der Finanzmathematik. Anwendungen: Die Studierenden können ausgewählte betriebswirtschaftliche Sachverhalte mathematisch modellieren, theoretisch untersuchen und praktisch lösen sowie auf der Grundlage elementarer mathematischer Begriffe und Methoden im begrenzten Umfang neue Fragestellungen strukturell analysieren und eigenständige Lösungen entwickeln. Darüber hinaus können sie mathematische Ansätze und ihre Verwendung zur Lösung ausgewählter betriebswirtschaftlicher Probleme erklären. Die obigen Aspekte werden anhand von Übungsaufgaben und Online-Tests geübt, um eine erfolgreiche Klausurteilnahme zu ermöglichen. Als Lehr- bzw. Lern-Plattform wird Moodle genutzt.		
Lehrinhalte Zahlreiche Anwendungen der Mathematik erfordern eine eingehende Untersuchung der funktionalen Abhängigkeit einer endogenen Größe von einer oder mehreren exogenen Größen. In diesem Modul werden im ersten Teil Funktionen anhand ihrer Eigenschaften analysiert und charakterisiert. Zur Erarbeitung des Instrumentariums werden zunächst allgemeine Funktionen (Potenz-, Wurzel, Exponential- und Logarithmusfunktionen) behandelt und danach solche, die betriebswirtschaftliche Zusammenhänge beschreiben. Im zweiten Teil werden Grundlagen der Zins-, Renten- und Tilgungsrechnung gelegt und an praktischen Beispielen geübt.		
Literatur Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt; jeweils in der neuesten Auflage: Schwarze, Jochen: Aufgabensammlung zur Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, NWB. Tietze, Jürgen: Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik, Vieweg + Teubner. Tietze, Jürgen: Einführung in die Finanzmathematik, Vieweg + Teubner. Wessler, Markus: Grundzüge der Finanzmathematik, Pearson. Wessler, Markus: Grundzüge der Finanzmathematik - Das Übungsbuch, Pearson. Eigene Skripte mit diversen Literaturhinweisen und Beispielaufgaben.		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Battermann	Mathematik I	4

Modulbezeichnung	Produktion und Logistik	
Modulbezeichnung (eng.)	Production and Logistics	
Semester (Häufigkeit)	1 (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Pflicht	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Klausur K2	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung, Planspiel	
Modulverantwortlicher	Elsner	
Qualifikationsziele Die Studierenden sind in der Lage überbetriebliche und innerbetriebliche Sach- und Dienstleistungsproduktionen zu analysieren, zu modellieren und nach typischen wirtschaftlichen Gesichtspunkten zu modellieren, zu berechnen und zu optimieren. Kompetenzziele: Die Studierenden können den Produktionsprozess nach verschiedenen Gesichtspunkten gliedern, modellieren, beurteilen und optimieren. Dabei sind sie in der Lage, gängige Instrumente zur Berechnung von Logistik- und Produktionsstrukturen/-kennzahlen an zu wenden und damit befähigt, die betriebliche Realität anhand der gewonnen Erkenntnisse zu verändern und damit eine optimale wirtschaftliche Sicherstellung der Leistungserstellung zu gewährleisten. Die Studierenden kennen die anzuwendenden Methoden und Verfahren auf fachlicher und mathematischer Ebene und deren Zusammenhang. Sie kennen die dazu vorliegende Literatur, Verfahren und Tools der Informationsverarbeitung. Sie können diese auf konkret betriebliche Fragestellungen anwenden.		
Lehrinhalte Im Modul Produktion und Logistik werden produktionswirtschaftliche Grundbegriffe, insbesondere die Produktionsfaktoren: menschliche Arbeit, Betriebsmittel und Material mit ihren Besonderheiten, Schwerpunkten, Modellierungs- und Berechnungsmöglichkeiten in Produktionsprozessen besprochen. Sowie die im Mittelpunkt des Herstellungsvorgangs stehende Planung und Durchführung der Leistungserstellung durch Einsatz dieser Faktoren, die Nutzung logistischer Prozesse und die Absicherung durch das Qualitätsmanagement. Ergänzend werden die aktuellen Veränderungstendenzen durch den Marktwandel, veränderte Unternehmensstrukturen und neue Methoden/Verfahren vermittelt und diskutiert. Zum Einsatz kommen planspielerische Lernelemente, in denen eine gegebene Produktionssituation spielerisch optimiert wird.		
Literatur Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt; Kellner, F., Produktionswirtschaft (2018) Schneeweiß, C., Einführung in die Produktionswirtschaft (2002) Kern, W., Industrielle Produktionswirtschaft (1992)		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Elsner	Produktion und Logistik	4

Modulbezeichnung	Statistik	
Semester (Häufigkeit)	1 (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Pflicht	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW	
Prüfungsform und -dauer	Klausur K2	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung mit Übungen	
Modulverantwortlicher	Schwarz	
Qualifikationsziele Die Studierenden kennen und verstehen die wichtigen Grundbegriffe der Datenerhebung und der Statistik, hier speziell der beschreibenden Statistik und der Inferenzstatistik. Die Studierenden können ausgewählte Sachverhalte - speziell aus der Ökonomie - statistisch beschreiben, theoretisch untersuchen und praktisch lösen. Die Studierenden können auf der Grundlage elementarer statistischer Begriffe und Methoden im begrenzten Umfang neue Fragestellungen strukturell analysieren und eigenständige Lösungen entwickeln. Die Studierenden können statistische Ansätze und ihre Verwendung zur Lösung ausgewählter betriebswirtschaftlicher Probleme erklären.		
Lehrinhalte Grundlegende Konzepte der deskriptiven Statistik, die einzelnen Schritte einer statistischen Untersuchung (die Datenerhebung, die Datenaufbereitung, die tabellarische und die graphische Darstellung von Daten), die Parameter von Verteilungen (Lagemaße und Streuungsmaße, Konzentrationsmessung), Verhältniszahlen und Indexzahlen, der Zusammenhang zwischen zwei Merkmalen (Kontingenzanalyse und Korrelation), Wahrscheinlichkeitsrechnung und Normalverteilung, Inferenzstatistik (Punktschätzung, Konfidenzintervalle und statistische Hypothesentests) und grundlegende statistische Testverfahren (t-Test, lineare Regression).		
Literatur Lernmaterialien werden über eine online-Plattform (bspw. Moodle) online zur Verfügung gestellt.; Darüber hinaus sind grundsätzlich alle Bücher mit den Grundlagen in Statistik für Wirtschaftswissenschaftler im Bachelor geeignet. Beispiele;; Bleymüller, Josef et al.: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, Vahlen.; Lübke, Karsten / Vogt, Martin: Angewandte Wirtschaftsstatistik, Springer Gabler.; Quatember, Andreas: Statistik ohne Angst vor Formeln, Pearson.		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Schwarz, Battermann	Statistik	4

Modulbezeichnung	VWL I: Mikroökonomik	
Modulbezeichnung (eng.)	Microeconomics	
Semester (Häufigkeit)	1 (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Pflichtfach	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW	
Prüfungsform und -dauer	Klausur maximal 2 h, ggf. Zwischenprüfung, diese ggfs. als Voraussetzungen zur Abschlussprüfung	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung	
Modulverantwortlicher	Osbild	
Qualifikationsziele Lernziel ist die Vermittlung der Grundlagen der Mikroökonomie. Die Studenten sind in der Lage, unterschiedliche Marktformen zu identifizieren, Angebot und Nachfrage auf Märkten unter verschiedenen Bedingungen zu analysieren und daraus Unternehmensentscheidungen unter Berücksichtigung von Produktions-, Kosten und Nachfragezusammenhängen abzuleiten.		
Lehrinhalte Lerninhalte sind Märkte und Marktformen, Angebots-, Nachfrage und Preistheorie, Wirtschaftssysteme, Staatliche Eingriffe in Märkte, Öffentliche Güter, Externe Effekte, Faktormärkte Verteilung, Handel. Hinzu kommen ausgewählte Aspekte der wissenschaftlichen Methodik, darunter Datengewinnung und -analyse, Theorien, Modelle sowie ausgewählte Aspekte der Wissenschaftsethik, sofern im Rahmen der Volkswirtschaftslehre relevant.		
Literatur Mankiw, N.G./ M.P. Taylor: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart, jeweils aktuelle Auflage; Marco Herrmann: Arbeitsbuch Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart, jeweils aktuelle Auflage. Skript Reiner Osbild: Volkswirtschaftslehre - Volkswirtschaftspolitik - ausgewählte Kapitel der jeweils aktuellen Fassung und die dort angegebene Literatur		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Prof. Dr. Reiner Osbild	VWL I: Mikroökonomik	4

Modulbezeichnung	Wirtschaftsenglisch I	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	1 (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Pflicht	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	B1 Englischniveau	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW	
Prüfungsform und -dauer	K2	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung, Übung	
Modulverantwortlicher	Nemeth	
Qualifikationsziele Das Modul stellt den Einstieg in insgesamt 3 Semester Wirtschaftsenglisch für BIBA (2 für BBW) dar und erarbeitet Kenntnisse und Kompetenzen im Bereich Wirtschaftssprache. Sofern thematisch dargestellt, findet die interkulturelle Kompetenz im Zuge einer internationalisierten Arbeitswelt besondere Berücksichtigung.		
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.		
Literatur Career Express B2, Kap. 1-9 (BIBA), The Business 2.0 (BBW)		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Carmen Nemeth	Wirtschaftsenglisch I	4

Modulbezeichnung	Zivil- und Handelsrecht I	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	1 (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Pflicht	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW	
Prüfungsform und -dauer	K2	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung mit praktischen Übungen, Fallstudien	
Modulverantwortlicher	Vogel	
Qualifikationsziele Das Modul vermittelt den Studierenden erstens einen Überblick über die rechtlichen Rahmenbedingungen und wesentlichen Prinzipien der deutschen und europäischen Wirtschaftsordnung und befähigt sie dadurch, (eigene) unternehmerische Tätigkeit in einen rechtlichen Kontext einzuordnen. Zweitens versetzen die in dem Modul vermittelten Kompetenzen die Studierenden in die Lage, zivilrechtliche Problemstellungen im aus der Perspektive eines Unternehmens zu erkennen, zutreffend rechtlich einzuordnen und unter Berücksichtigung der geltenden rechtlichen Rahmenbedingungen eigene Lösungsansätze hierfür zu entwickeln. Drittens werden die Studierenden mit der juristischen Denk- und Arbeitsweise vertraut gemacht, was zum einen zur Entwicklung einer eigenen Problemlösungskompetenz beiträgt und zum anderen die Fähigkeit zur Kommunikation mit juristischen Beratern oder Dienstleistern befördert.		
Lehrinhalte Die Lehrveranstaltung beinhaltet die Grundlagen der deutschen und europäischen (Wirtschafts-) Rechtsordnung, insbesondere des Bürgerlichen und des Handelsrechts, eine Einführung in die juristische Arbeitsweise (Falllösungstechnik und Gutachtenstil) im Allgemeinen sowie die wesentlichen Grundbegriffe des Zivilrechts. Der inhaltliche Schwerpunkt liegt auf der Rechtsgeschäftslehre des Allgemeinen Teils des BGB unter Einschluss der handelsrechtlichen Besonderheiten insbesondere beim Vertragsschluss durch Stellvertretung. Die theoretischen Inhalte werden im Wege der seminaristischen Vorlesung vermittelt und parallel anhand praktischer Beispielfälle bzw. Fallstudien vertieft.		
Literatur Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt; jeweils in der neuesten Auflage: <ul style="list-style-type: none">• Aunert-Micus/Güllemann/Streckel/Tonner/Wiese, Wirtschaftsprivatrecht;• Führich, Wirtschaftsprivatrecht;• Jaensch, Grundzüge des Bürgerlichen Rechts		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Vogel, Garlipp, Meyer, Schlappa	Zivil- und Handelsrecht I	4

Modulbezeichnung	Bilanzielles Rechnungswesen	
Semester (Häufigkeit)	2 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Pflicht	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	Für Wirtschaftspsychologie Studierende Buchführung	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Klausur K2	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung	
Modulverantwortlicher	Henkel	
Qualifikationsziele Kompetenzziele: Das Modul Bilanzielles Rechnungswesen vermittelt den Studierenden die Grundlagen der Bilanzierung und der Bilanzanalyse. Dabei liegt der Schwerpunkt auf dem HGB-Abschluss; zudem werden die Steuerbilanz und der IFRS-Abschluss kurz angesprochen. In der Veranstaltung steht die Vermittlung von Fachkompetenzen im Vordergrund. Übergeordnetes Lernziel: Die Studierenden kennen die Grundzüge der für die Erstellung eines Jahresabschlusses relevanten HGB-Vorschriften.		
Lehrinhalte Konkret behandelt dieses Modul folgende Themenbereiche: Grundlagen der Bilanzierung, Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung, Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze, Besonderheiten der Steuerbilanz sowie Grundlage der IFRS-Rechnungslegung. Zu sämtlichen Themenbereichen werden wesentliche Veranstaltungsinhalte anhand praxisnaher Übungen aufbereitet und vertieft. Dazu wird den Studierenden ein Online-Tool zum eigenständigen Wiederholen der Inhalte zur Verfügung gestellt.		
Literatur Hauptliteratur: <ul style="list-style-type: none">• Baetge, Jörg/Kirsch, Hans-Jürgen/Thiele, Stefan: Bilanzen, Düsseldorf;• Baetge, Jörg/Kirsch, Hans-Jürgen/Thiele, Stefan: Übungsbuch Bilanzen Bilanzanalyse, Düsseldorf; Weitere Literatur (Auszug):• Coenenberg, Adolf: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Stuttgart;• Coenenberg, Adolf: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse: Aufgaben und Lösungen, Stuttgart;• Wöhe, Günther/Döring, Ulrich, Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München, 6. Abschnitt (A. und B.)		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Aertker, Henkel, N. N.	Bilanzielles Rechnungswesen	4

Modulbezeichnung	Mathematik II	
Semester (Häufigkeit)	2 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Pflichtfach	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	Mathematik I	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW	
Prüfungsform und -dauer	Klausur 2 h	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung mit Übungen und Online-Tests (Moodle), Tutorien	
Modulverantwortlicher	Battermann	
Qualifikationsziele Wissen und Verstehen: Die Studierenden kennen und verstehen die Grundlagen der Wirtschaftsmathematik, hier der Linearen Algebra und Linearen Optimierung. Anwendungen: Die Studierenden können ausgewählte betriebswirtschaftliche Sachverhalte mathematisch modellieren, theoretisch untersuchen und praktisch lösen sowie auf der Grundlage elementarer mathematischer Begriffe und Methoden im begrenzten Umfang neue Fragestellungen strukturell analysieren und eigenständige Lösungen entwickeln. Darüber hinaus können sie mathematische Ansätze und ihre Verwendung zur Lösung ausgewählter betriebswirtschaftlicher Probleme erklären. Die obigen Aspekte werden anhand von Übungsaufgaben und Online-Tests geübt, um eine erfolgreiche Klausurteilnahme zu ermöglichen. Als Lehr- bzw. Lern-Plattform wird Moodle genutzt.		
Lehrinhalte Dieses Modul behandelt im ersten Teil ausgewählte Themen der Linearen Algebra wie das Arbeiten mit Matrizen und Vektoren und das Lösen von Linearen Gleichungssystemen: Lösungsverhalten, graphische und numerische Bestimmung von Lösungen. Im zweiten Teil werden ausgewählte Themen der Linearen Optimierung behandelt: Formulierung von betriebswirtschaftlichen Sachverhalten als Lineare Optimierungsproblem, graphische und numerische Lösung von Linearen Optimierungsproblemen.		
Literatur Schwarze, Jochen: Aufgabensammlung zur Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, jeweils neueste Auflage, NWB. Sydsaeter, Knut und Hammond, Peter: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, jeweils neueste Auflage, Pearson. Tietze, Jürgen: Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik, jeweils neueste Auflage, Vieweg + Teubner. Eigene Skripte mit diversen Literaturhinweisen und Beispielaufgaben		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Battermann	Mathematik II	4

Modulbezeichnung	Organisation und Personal	
Modulbezeichnung (eng.)	Organizational Theory and Human Resource Management	
Semester (Häufigkeit)	2 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Pflichtveranstaltung	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	Keine	
Empf. Voraussetzungen	Keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Präsentation und Klausur 1,5h	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung, Fallbeispiele	
Modulverantwortlicher	F. Dorozalla	
Qualifikationsziele Das Modul "Organisation & Personal" versetzt Studierende in die Lage, grundlegende Managemententscheidungen zu analysieren und zu evaluieren. Im Zuge dessen können die Studierenden organisatorische Strukturen anhand von wesentlichen Kriterien bewerten. Darüber hinaus werden sie in die Lage versetzt, grundlegende Entscheidungen des Personalmanagements zu treffen und den Prozess des Personalmanagements zu überblicken. Die Studierenden verstehen die Abgrenzungen unterschiedlicher Organisationstypen und kennen deren historische und wissenschaftliche Ursprünge. Sie verstehen den Zusammenhang von organisatorischer Gestaltung und Aufgaben des Personalmanagements. Studierende verstehen die grundlegenden Prozesse von Mitarbeiterfluss- und Belohnungssystemen.		
Lehrinhalte Um diese Ziele zu erreichen, müssen in dieser einführenden Pflichtveranstaltung Grundlagen gelegt werden. Insbesondere werden angesprochen: <ul style="list-style-type: none">• Theorien der Organisation (z. B. Bürokratiemodell nach Weber, Scientific Management nach Taylor, Weiterentwicklung nach Ford, Human Relations Ansatz)• Aufbau- und Ablauforganisation (z. B. Aufgabenanalyse, Zusammenhang mit Ablauforganisation, Primärorganisation, Sekundärorganisation, Organisationsformen auf Unternehmensebene, internationale Organisationsstrukturen, Zusammenspiel mit der Personalpolitik)• Kultur (z. B. Funktionen der Unternehmenskultur, Mehr-Ebenen-Modell nach Schein, Zusammenspiel von National- und Unternehmenskultur, Internationalisierungstheorien insb. EPRG von Perlmutter, Überblick über wesentliche kulturvergleichende Studien)• Personal (Personalplanung als Teil der Unternehmensplanung, Bedeutung und Ziele der Personalwirtschaft, Personalwirtschaft im Spannungsfeld zwischen wirtschaftlichen und sozialen Zielen)• Personalmanagement (Planung, Beschaffung, Einsatz, Entwicklung und Freisetzung)• Einfluss von Digitalisierung (Netzwerkorganisationen, virtuelle Organisationen, digitale Personalgewinnung, Co-Working/Crowd-Working)		
Literatur Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt. Jeweils neueste Auflage von: Vahs, Dietmar: Organisation: Ein Lehr- und Managementbuch, Schäffer- Poeschel, Stuttgart; Neuste Auflage von Stock-Homburg, Ruth: Personalmanagement, Springer Gabler, Wiesbaden		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Dorozalla, Passenheim, Zilian	Organisation und Personal	4

Modulbezeichnung	VWL II: Makroökonomik	
Modulbezeichnung (eng.)	Macroeconomics	
Semester (Häufigkeit)	2 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Pflichtveranstaltung	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	Keine	
Empf. Voraussetzungen	Keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW	
Prüfungsform und -dauer	Klausur maximal 2 h, ggfs. Zwischenprüfungen, diese ggfs. Voraussetzung für die Abschlussprüfung	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung	
Modulverantwortlicher	Osbild	
Qualifikationsziele Der Kurs dient als Einführung in die Makroökonomie. Studenten und Studentinnen (im folgenden der Kürze halber "Studenten") sind in der Lage, makroökonomische Theorien und Zusammenhänge grundlegend zu verstehen; sie verfügen über die Fähigkeit, dieses Wissen auf aktuelle wirtschaftspolitische Diskussionen anzuwenden. Ferner kennen sie die Bedeutung makro-ökonomischer Daten für ein Unternehmen und können unternehmerische Entscheidungen unter unterschiedlichen Umweltbedingungen strukturieren und analysieren.		
Lehrinhalte Im Zentrum der Vorlesung steht die Analyse der gesamtwirtschaftlichen Aggregate: Beschäftigung, Preisniveau und Output; nominale und reale Zinsen und Wechselkurse. Die Studenten kennen die Determinanten von Beschäftigung bzw. Arbeitslosigkeit, sie verstehen die Ursachen von Preisstabilität bzw. Inflation und können die Determinanten von Wachstum benennen.Sie können die Ursachen von Rezessionen benennen und wissen, welche geld- und fiskalpolitische Mittel dagegen angewendet werden können. Weiterhin kennen sie aus der Analyse abgeleitete wirtschaftspolitische Implikationen. Sie können das Gelernte auf aktuelle Krisen wie die Subprime- und Eurokrise anwenden.		
Literatur Mankiw, N.G./ M.P. Taylor: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart, jeweils aktuelle Auflage; Marco Herrmann: Arbeitsbuch Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart, jeweils aktuelle Auflage. Skript Reiner Osbild: Volkswirtschaftslehre - Volkswirtschaftspolitik - ausgewählte Kapitel der jeweils aktuellen Fassung und die dort angegebene Literatur		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Osbild	VWL II: Makroökonomik	4

Modulbezeichnung	Wirtschaftsenglisch II	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	2 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Pflicht	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	Sprachniveau hohes B1 bzw. niedriges B2	
Empf. Voraussetzungen		
Verwendbarkeit	BIBA	
Prüfungsform und -dauer	K2	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung, Übung	
Modulverantwortlicher	Nemeth	
Qualifikationsziele 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.		
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.		
Literatur Career Express B2 + C1		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Nemeth	Wirtschaftsenglisch II	4

Modulbezeichnung	Zivil-und Handelsrecht II	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	2 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Pflichtfach	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	Keine	
Empf. Voraussetzungen	Keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW	
Prüfungsform und -dauer	Klausur 2 h	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung Übung	
Modulverantwortlicher	Vogel	
Qualifikationsziele Das Modul Zivil- und Handelsrecht II baut auf dem Modul Zivil- und Handelsrecht I auf und vermittelt den Studierenden die weiteren für eine erfolgreiche Berufspraxis erforderlichen Kenntnisse im Zivil- und Handelsrecht. Sie können Übungsfälle selbständig erkennen und lösen. Neben der Vermittlung von Fachkompetenzen steht die Entwicklung von analytischen Kompetenzen im Vordergrund. Kompetenzziele:		
Lehrinhalte Das Modul Zivil- und Handelsrecht II befasst sich mit den schuld- und sachenrechtlichen Grundlagen des unternehmerischen Handelns. Insbesondere werden einzelne Vertragstypen des Zivil- und Handelsrechts (z.B. Handelskauf) dargestellt sowie das Recht der Leistungsstörungen und unerlaubten Handlungen einschließlich der Produzentenhaftung behandelt.		
Literatur E. Führich, Wirtschaftsprivatrecht, neuste Auflage; Aunert-Micus u. a., Wirtschaftsprivatrecht, aktuelle Auflage		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Vogel/Schlappa	Zivil-und Handelsrecht II	4

Modulbezeichnung	Investition und Finanzierung	
Modulbezeichnung (eng.)	Investment and Finance	
Semester (Häufigkeit)	3 (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Pflichtfach	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	Keine	
Empf. Voraussetzungen	Keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Klausur 2,0 h (Präsenz oder Online)	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung (Präsenz oder als Web-Konferenz)	
Modulverantwortlicher	W. Portisch	
Qualifikationsziele 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 soll sich inhaltlich und zeitlich hälftig auf die beiden Bereiche Investition und Finanzierung verteilen. Können: Die Studierenden kennen den Prozess der Investition und Finanzierung mit externer Unterstützung. Sie verstehen den Investitions- und Finanzierungsprozess ganzheitlich. Sie können wichtige Investitionsmodelle zur Beurteilung der Vorteilhaftigkeit von Investitionen bewerten. Sie kennen das Reporting im Rahmen der Finanzierung und die Stakeholdergruppen im Finanzierungsprozess. Sie können die Bedeutung der Anwendung neuer digitaler Medien im Zahlungsverkehr einschätzen. Sie kennen die Wichtigkeit von verschiedenen Fintechs in der Finanzierung und deren Spezialisierungen. Wissen, Verstehen, Anwenden: 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 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 bestimmte Finanzinstrumente in Bezug auf ihre Eignung in einem spezifischen Kontext anwenden. Sie können bestimmte digitale Angebote in der Finanzierung in einem Problemumfeld anwenden.		
Lehrinhalte Die Veranstaltung Investition und Finanzierung unterteilt sich in zwei Fachgebiete. Der Teil Investition befasst sich mit der Anlage von Geldmitteln in der für eine Unternehmung besten Verwendung. Die Investitionsrechnung liefert Methoden zur Beurteilung von Entscheidungen, mit der verschiedene Investitionsarten auf ihre Vorteilhaftigkeit hin analysiert werden können. Während sich die Investition mit der Anlage der Mittel beschäftigt, untersucht das Fachgebiet Finanzierung die verschiedenen Arten der Kapitalbeschaffung. So lassen sich Mittel über Kreditinstitute, die Börse oder andere externe Kapitalgeber generieren. Unterschieden werden die Finanzierungsarten in Eigenkapital und Fremdkapital. Zudem werden aktuelle Praxisthemen der Finanzierung in die Lehrinhalte integriert und diskutiert, wie der Ratingprozess von Banken oder die Kreditvergabepolitik.		
Literatur Kruschwitz: Investitionsrechnung Wöhe et al.: Grundzüge der Unternehmensfinanzierung		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
W. Portisch	Investition und Finanzierung	4

Modulbezeichnung	Kommunikation und Präsentation	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	3 (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Pflicht	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW	
Prüfungsform und -dauer	Referat und Hausarbeit	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung, Übung, Fallbeispiele	
Modulverantwortlicher	Alvares-Wegner	
Qualifikationsziele n diesem Modul wird Grundlagenwissen zum Thema zwischenmenschlicher Kommunikation vermittelt. Ferner werden geeignete Instrumente und Techniken zur Verbesserung der Kommunikationsfähigkeit dargestellt. Besonders die Fähigkeit, sich kreativ und kritisch mit den beruflichen Zielen auseinanderzusetzen, wird hier behandelt.		
Lehrinhalte Der Plan und Inhalt umfasst Kommunikation in Theorie und Praxis, Rhetorik und Präsentation, Gesprächsführung, fachübergreifende Kommunikation im Team, Ideen generieren und systematisch entwickeln. Neben einem fachtheoretischen Rahmen beinhaltet der Kurs praktische persönliche Fertigkeiten, um die Studierende mit analytischen und übertragbaren Sozialkompetenzen auszustatten, damit sie befähigt sind, effizient zu arbeiten. Besonderes Augenmerk wird auf die Aneignung kommunikativer Fähigkeiten, Moderations- und Präsentationstechniken sowie Teamarbeitskompetenz gelegt. Das Training wird ferner durchgeführt, um Management Kompetenz anzureichern, speziell Persönlichkeits-, Sozial-, Organisations- und Methodenkompetenz sowie rhetorische Fertigkeiten, die für die Durchführung täglicher Managementaufgaben von entscheidender Bedeutung sind.		
Literatur		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Alvares-Wegner	Kommunikation und Präsentation	4

Modulbezeichnung	Kostenrechnung	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	3 (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Pflicht	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW	
Prüfungsform und -dauer	Klausur K2	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung	
Modulverantwortlicher	Wilken	
Qualifikationsziele Kompetenzziele: Können: Am Ende der Veranstaltung können die Studierenden mit der Kostenrechnung und in der Kostenrechnung arbeiten. Sie kennen die Prinzipien der Kostenrechnung, sie können in der Praxis Fragestellungen und Probleme hierzu lösen. Insbesondere sollen die Studierenden in der Lage sein, Aufgaben und Funktionen der Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung sowie deren Zusammenwirken zu erklären und praktische Problemstellungen von Unternehmen hierzu lösen zu können. Sie besitzen ferner die Fähigkeit, Zusammenhänge zwischen der Kostenrechnung und anderen Informationssystemen zu erkennen und die Bedeutung der Kostenrechnung als Bestandteil der Führungssysteme zu erläutern. Wissen und Verstehen: Die Studierenden kennen die grundlegenden Instrumente der Kostenrechnung (Kostenarten-, -stellen- und -trägerrechnung) und können die verschiedenen Systeme der Kostenrechnung abgrenzen und Aufgaben hierzu lösen. Die Vermittlung von Fachkompetenzen steht im Vordergrund. Übergeordnetes Lernziel: Alle Verantwortlichen in Unternehmen haben irgendwann in ihrer Karriere Kontakt mit der Kostenrechnung. Das Modul hat zum Ziel, die Studierenden hierauf gut vorzubereiten, indem die grundlegenden Kenntnisse der Kostenrechnung vermittelt werden. Die Studierenden sollen dabei in die Lage versetzt werden, die Prinzipien der Kostenrechnung auf konkrete Problemstellungen anwenden sowie deren Wirkungsweise und Zusammenhänge erkennen und beurteilen zu können.		
Lehrinhalte Rolle der Kostenrechnung im betrieblichen Rechnungswesen Bereiche der Kostenrechnung (Kostenarten-, -stellen- und -trägerrechnung) Systeme der Kostenrechnung (Vollkosten- und Teilkostenrechnung, Ist-, Normal- und Plankostenrechnung, Prozesskostenrechnung)		
Literatur Schmidt, A.: Kostenrechnung		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Wilken	Kostenrechnung	4

Modulbezeichnung	Marketing	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	3 (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Pflichtfach	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	Keine	
Empf. Voraussetzungen	Keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BWP	
Prüfungsform und -dauer	K2	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung	
Modulverantwortlicher	U. Gündling	
Qualifikationsziele Ziel des Moduls Marketing Grundlagen ist es, den Studierenden einen grundlegenden Überblick über die wesentlichen Fragestellungen und Inhalte des modernen Marketings zu verschaffen. Die Studierenden erwerben ein kritisches Verständnis für die wichtigsten Theorien, Prinzipien und Methoden des Marketings und werden in die Lage versetzt, marketingrelevante Sachverhalte einzuordnen und zu beurteilen. Können (instrumentale, systemische, kommunikative Kompetenz - Wissenserschließung): Die Studierenden erwerben ein kritisches Verständnis der wichtigsten Theorien, Prinzipien und Methoden des Marketings. Sie können marketingrelevante Sachverhalte einordnen und beurteilen. Sie wissen um die zielgerichtete Übertragung der erlernten Inhalte auf praxisbezogene Aufgabenstellungen. Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung und Wissensvertiefung - Fachkompetenz): Die Studierenden kennen und verstehen die wichtigsten Theorien und Modelle des Marketings. Sie kennen und verstehen die Instrumente des Marketings, die Grundsätze der Marketingorganisation und -kontrolle. Sie wissen um den Status quo der Forschung und die hierzu veröffentlichte Fachliteratur.		
Lehrinhalte Inhaltlich umfasst das Modul die Einordnung des Marketings in das Unternehmen, eine Einführung in Konsumentenverhalten und Marktforschung sowie die Grundlagen der Marketingkonzeptionierung und der Ausgestaltung des Marketingmix. Ein Überblick über die Grundsätze der Marketingorganisation und -kontrolle rundet das Modul inhaltlich ab.		
Literatur Bruhn, M.: Marketing - Grundlagen für Studium und Praxis, Gabler		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Gündling, Hummels, Schweizer, Rademacher	Marketing	4

Modulbezeichnung	Marketing (Englisch)	
Semester (Häufigkeit)	3 (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Pflichtfach	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)		
Empf. Voraussetzungen		
Verwendbarkeit	BIBA, BIBS, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Written exam 2h	
Lehr- und Lernmethoden	Lecture with integrated exercises	
Modulverantwortlicher	H. Hummels	
Qualifikationsziele The objective is to provide an overview of the main aspects of modern Marketing. Students acquire a critical understanding of the most important principles, theories and methods of Marketing and are enabled to evaluate relevant aspects, e.g. customer and competitor's behavior, marketing instruments. The students know and understand the most important theories and models of Marketing, e.g. customer centricity and the conceptual pyramid. They know marketing instruments and the basics of marketing organization, e.g. market segmentation, and positioning, the product lifecycle, cost, demand, competition based pricing and price differentiation as well as online and offline communication and distribution channels. They have knowledge of the status quo of academic research in the field and specific publications. The students are able to apply the module's contents to to real-life questions and are enabled to find solutions. For example, they can develop a reasonable communication mix around the USP for a specific situation of a specific company focussing on the relevant target groups and segments.		
Lehrinhalte The module includes the role of Marketing within the company, an introduction to consumer behavior and market research as well as basics of marketing strategy and the marketing mix. Finally, marketing organization and control are touched.		
Literatur Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt; jeweils in der neuesten Auflage: Bruhn, M.: Marketing - Grundlagen für Studium und Praxis. Gabler(eBook in Bibilothek).; Jobber, D./ Ellis-Chadwick, F.: Principles and Practice of Marketing.		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Hummels	Marketing	4

Modulbezeichnung	Wirtschaftsenglisch III	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	3 (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	2,5 (1 Semester)	
Art	Pflicht	
Studentische Arbeitsbelastung	30 h Kontaktzeit + 45 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	Wirtschaftsenglisch I + II	
Verwendbarkeit	BIBA	
Prüfungsform und -dauer	K1	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung, Übung	
Modulverantwortlicher	Nemeth	
Qualifikationsziele 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.		
Lehrinhalte Die Veranstaltung bewegt sich innerhalb der Themenbereiche Unternehmenszusammenschlüsse, Märkte, Demographie, Supply Chains, Risikomanagement und geistiges Eigentum ausschließlich auf Englisch.		
Literatur Career Express C1, Kap. 7-12		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Carmen Nemeth	Wirtschaftsenglisch III	2

Modulbezeichnung	Wirtschaftsfremdsprache II, Modul 1	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	3 (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Pflichtfach	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	Nachweis durch erfolgreiche Teilnahme an allen Prüfungen der Brückenkurse	
Empf. Voraussetzungen		
Verwendbarkeit	BIBA	
Prüfungsform und -dauer	Klausur 2h	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar	
Modulverantwortlicher	B.Munoz Vicente (Spanisch) C. Faget (Französisch)	
Qualifikationsziele Verstehendes Rezipieren und adressatengerechtes Produzieren geschriebener und gesprochener Texte unter Verwendung grundsätzlicher betriebswirtschaftlicher Begrifflichkeiten in der Fremdsprache. Können (instrumentale, systemische, kommunikative Kompetenz - Wissenserschließung): Die Studierenden können Funktionen und Aufgaben wesentlicher betrieblicher Organisationseinheiten einordnen und erläutern; sie kennen die Unterschiede zwischen Rechtsformen von Unternehmen und können aufgrund jeweiliger Gegebenheiten eine geeignete Form wählen und die Wahl begründen; sie kennen grundlegende Möglichkeiten der Finanzierung von Unternehmen Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung und Wissensvertiefung - Fachkompetenz): Die Studierenden kennen betriebsübergreifende, allgemeine Managementfunktionen; sie kennen und verstehen Gemeinsamkeiten und Unterschiede bei Rechtsformen von Unternehmen im eigenen und in zielsprachlichen Ländern; sie können äußere Einflüsse, die auf ein Unternehmen wirken, zuordnen, und verstehen Interdependenzen zwischen einem Unternehmen und seinem Umfeld (rechtlicher, politischer, wirtschaftlicher, technologischer und sozialer Art); sie kennen grundlegende Möglichkeiten der Unternehmensfinanzierung, sowie die Abhängigkeit dieser Möglichkeiten von der Unternehmensform und dem Einsatz der Mittel.		
Lehrinhalte Grundlegende funktionale Strukturen von Wirtschaftsbetrieben, allgemeine Aufgaben der Betriebsführung, sowie die Pflicht der Rechnungslegung je nach Wahl der Rechtsform und je nach der Betriebsgröße werden thematisiert. Eine Einordnung von Unternehmen in ihrem speziellen und allgemeinen Umfeld wird vorgenommen und Möglichkeiten erläutert, wie Entwicklungen und Strömungen im Umfeld auf ein Unternehmen wirken können, und wie es mit solchen Wirkungen umgehen kann. Schließlich werden, unter Betrachtung von Betriebsgröße, Rechtsform und Finanzierungszielen, grundsätzliche Möglichkeiten kurz-, mittel- und langfristiger Finanzierung eingeführt.		
Literatur geeignete Literatur je nach Bedarf und gewählter Sprache		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Munoz Vicente (Spanisch) Faget (Französisch)	Wirtschaftsfremdsprache II, Modul 1	

Modulbezeichnung	Wirtschaftsfremdsprache II, Modul 1
Semester (Häufigkeit)	3 (jedes Wintersemester)
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)
Art	Pflichtfach
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut BPO)	Nachweis durch erfolgreiche Teilnahme an allen Prüfungen der Brückenkurse
Empf. Voraussetzungen	
Verwendbarkeit	BIBA
Prüfungsform und -dauer	Klausur, 2 h
Lehr- und Lernmethoden	Seminar
Modulverantwortlicher	C. Faget (Französisch), B. Muñoz Vicente (Spanisch)

Qualifikationsziele

Verstehendes Rezipieren und adressatengerechtes Produzieren geschriebener und gesprochener Texte unter Verwendung grundsätzlicher betriebswirtschaftlicher Begrifflichkeiten in der Fremdsprache.

Können (instrumentale, systemische, kommunikative Kompetenz - Wissenserschließung):

Die Studierenden können Funktionen und Aufgaben wesentlicher betrieblicher Organisationseinheiten einordnen und erläutern;

sie kennen die Unterschiede zwischen Rechtsformen von Unternehmen und können aufgrund jeweiliger Gegebenheiten eine geeignete Form wählen und die Wahl begründen;

sie kennen grundlegende Möglichkeiten der Finanzierung von Unternehmen

Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung und Wissensvertiefung - Fachkompetenz):

Die Studierenden kennen betriebsübergreifende, allgemeine Managementfunktionen;

sie kennen und verstehen Gemeinsamkeiten und Unterschiede bei Rechtsformen von Unternehmen im eigenen und in zielsprachlichen Ländern;

sie können äußere Einflüsse, die auf ein Unternehmen wirken, zuordnen, und verstehen Interdependenzen zwischen einem Unternehmen und seinem Umfeld (rechtlicher, politischer, wirtschaftlicher, technologischer und sozialer Art);

sie kennen grundlegende Möglichkeiten der Unternehmensfinanzierung, sowie die Abhängigkeit dieser Möglichkeiten von der Unternehmensform und dem Einsatz der Mittel.

Lehrinhalte

Grundlegende funktionale Strukturen von Wirtschaftsbetrieben, allgemeine Aufgaben der Betriebsführung, sowie die Pflicht der Rechnungslegung je nach Wahl der Rechtsform und je nach der Betriebsgröße werden thematisiert. Eine Einordnung von Unternehmen in ihrem speziellen und allgemeinen Umfeld wird vorgenommen und Möglichkeiten erläutert, wie Entwicklungen und Strömungen im Umfeld auf ein Unternehmen wirken können, und wie es mit solchen Wirkungen umgehen kann. Schließlich werden, unter Betrachtung von Betriebsgröße, Rechtsform und Finanzierungszielen, grundsätzliche Möglichkeiten kurz-, mittel- und langfristiger Finanzierung eingeführt.

Es besteht Anwesenheitspflicht in allen Lehrveranstaltungen der zweiten Fremdsprache (BIBA): Französisch oder Spanisch (Brückenkurse und Kurse der 2. Wirtschaftsfremdsprache).

Literatur

geeignete Literatur je nach Bedarf und gewählter Sprache

Lehrveranstaltungen

Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
C. Faget	Wirtschaftsfranzösisch I	4
B. Muñoz Vicente	Wirtschaftsspanisch I	4

Modulbezeichnung	Wirtschaftsinformatik und Digitalisierung	
Modulbezeichnung (eng.)	Business Informatics	
Semester (Häufigkeit)	3 (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Pflichtfach	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	Für die Zulassung zur Klausur in Wirtschaftsinformatik sind die Kenntnisse nachzuweisen, die in der Labor-/Übungsveranstaltung Rechnerpraktikum (Tabellenkalkulation) vermittelt werden.	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Klausur 2 h	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung mit Übungen	
Modulverantwortlicher	T. Becker	
Qualifikationsziele Wissen und Verstehen: Die Studierenden kennen die Grundlagen und Kerneigenschaften von Informations- und Kommunikationssystemen als sozio-technische Systeme sowie die Grundlagen des betrieblichen Einsatzes dieser Systeme und deren Integration in betriebswirtschaftliche Prozesse. Können - instrumentale und kommunikative Kompetenz: Die Studierenden können Methoden und Werkzeuge der Informationsverarbeitung an ihrem Arbeitsplatz und in Projekten, bei denen es um die Einführung neuer Software bzw. um die Ablösung bestehender Software- oder Hardwareumgebungen geht, anwenden. Können - systemische Kompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, betriebliche Informations- und Kommunikationssysteme zu bewerten und zu ihrem Einsatz in einem betriebswirtschaftlichen Kontext einen eigenständigen Beitrag zu leisten.		
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		
Literatur Abts. Müller: Grundkurs Wirtschaftsinformatik, jeweils neueste Auflage, Springer Vieweg Leimeister: Einführung in die Wirtschaftsinformatik, jeweils neueste Auflage, Springer Gabler		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
T. Becker	Wirtschaftsinformatik und Digitalisierung	4

Modulbezeichnung	Wirtschaftsfremdsprache II, Modul 2	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Pflichtfach	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	Nachweis durch erfolgreiche Teilnahme an allen Prüfungen der Brückenkurse.	
Empf. Voraussetzungen		
Verwendbarkeit	BIBA	
Prüfungsform und -dauer	Klausur, 1h	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar	
Modulverantwortlicher	B.Munoz Vicente (Spanisch) , C. Faget (Französisch)	
Qualifikationsziele Verstehendes Rezipieren und adressatengerechtes Produzieren geschriebener und gesprochener Texte unter Verwendung grundsätzlicher Begrifflichkeiten des Rechnungswesens und insbesondere der Rechnungslegung in der Fremdsprache. Können (instrumentale, systemische, kommunikative Kompetenz - Wissenserschließung): Die Studierenden können Funktionen, Aufgaben und Resultate vor allem des bilanziellen Rechnungswesens zuordnen und erläutern; sie kennen Unterschiede und Gemeinsamkeiten der Rechnungslegungsvorschriften im eigenen und Zielsprachenland/-ländern; sie differenzieren zwischen Anforderungen an die Rechnungslegung je nach Unternehmensform und Land und können sie erklären. Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung und Wissensvertiefung - Fachkompetenz): Die Studierenden kennen allgemeine Rechnungslegungsvorschriften im eigenen und Zielsprachenland/- ländern, sowie Gemeinsamkeiten und Unterschiede bei der Rechnungslegung; sie kennen und verstehen diese bei der Rechnungslegung; sie können Umstände, unter welchen ein Unternehmen zusätzlich zu den steuerlich erforderlichen Abschlüssen weitere veröffentlicht, identifizieren.		
Lehrinhalte Grundlegende Begrifflichkeiten der Buchführung, allgemeine Aufgaben des Rechnungswesens, sowie die Pflicht der Rechnungslegung je nach Rechtsform und je nach Betrieb werden thematisiert. Es wird eine Einordnung von Unternehmen im eigenen und Zielsprachenland/-ländern vorgenommen.		
Literatur geeignete Literatur je nach Bedarf und gewählter Sprache		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
B. Munoz Vicente (Spanisch), C. Faget (Französisch)	Wirtschaftsfremdsprache II, Modul 2	2

Modulbezeichnung	Wirtschaftsfremdsprache II, Modul 2	
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	2,5 (1 Semester)	
Art	Pflichtfach	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	Nachweis durch erfolgreiche Teilnahme an allen Prüfungen der Brückenkurse.	
Empf. Voraussetzungen		
Verwendbarkeit	BIBA	
Prüfungsform und -dauer	Klausur, 1 h	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar	
Modulverantwortlicher	C. Faget (Französisch), B. Muñoz Vicente (Spanisch)	
Qualifikationsziele Verstehendes Rezipieren und adressatengerechtes Produzieren geschriebener und gesprochener Texte unter Verwendung grundsätzlicher Begrifflichkeiten des Rechnungswesens und insbesondere der Rechnungslegung in der Fremdsprache. Können (instrumentale, systemische, kommunikative Kompetenz - Wissenserschließung): Die Studierenden können Funktionen, Aufgaben und Resultate vor allem des bilanziellen Rechnungswesens zuordnen und erläutern; sie kennen Unterschiede und Gemeinsamkeiten der Rechnungslegungsvorschriften im eigenen und Zielsprachenland/-ländern; sie differenzieren zwischen Anforderungen an die Rechnungslegung je nach Unternehmensform und Land und können sie erklären. Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung und Wissensvertiefung - Fachkompetenz): Die Studierenden kennen allgemeine Rechnungslegungsvorschriften im eigenen und Zielsprachenland/-ländern, sowie Gemeinsamkeiten und Unterschiede bei der Rechnungslegung; sie kennen und verstehen diese bei der Rechnungslegung; sie können Umstände, unter welchen ein Unternehmen zusätzlich zu den steuerlich erforderlichen Abschlüssen weitere veröffentlicht, identifizieren.		
Lehrinhalte Grundlegende Begrifflichkeiten der Buchführung, allgemeine Aufgaben des Rechnungswesens, sowie die Pflicht der Rechnungslegung je nach Rechtsform und je nach Betrieb werden thematisiert. Es wird eine Einordnung von Unternehmen im eigenen und Zielsprachenland/-ländern vorgenommen. Es besteht Anwesenheitspflicht in allen Lehrveranstaltungen der zweiten Fremdsprache (BIBA): Französisch oder Spanisch (Brückenkurse und Kurse der 2. Wirtschaftsfremdsprache).		
Literatur geeignete Literatur je nach Bedarf und gewählter Sprache		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
C. Faget	Wirtschaftsfranzösisch II	2
B. Muñoz Vicente	Wirtschaftsspanisch II	2

Modulbezeichnung	Wirtschaftsfremdsprache II, Modul 2	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Pflichtfach	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	Nachweis durch erfolgreiche Teilnahme an allen Prüfungen der Brückenkurse.	
Empf. Voraussetzungen		
Verwendbarkeit	BIBA	
Prüfungsform und -dauer	Klausur, 1h	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar	
Modulverantwortlicher	Munoz Vicente, Faget	
Qualifikationsziele Verstehendes Rezipieren und adressatengerechtes Produzieren geschriebener und gesprochener Texte unter Verwendung grundsätzlicher Begrifflichkeiten des Rechnungswesens und insbesondere der Rechnungslegung in der Fremdsprache. Können (instrumentale, systemische, kommunikative Kompetenz - Wissenserschließung): Die Studierenden können Funktionen, Aufgaben und Resultate vor allem des bilanziellen Rechnungswesens zuordnen und erläutern; sie kennen Unterschiede und Gemeinsamkeiten der Rechnungslegungsvorschriften im eigenen und Zielsprachenland/-ländern; sie differenzieren zwischen Anforderungen an die Rechnungslegung je nach Unternehmensform und Land und können sie erklären. Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung und Wissensvertiefung - Fachkompetenz): Die Studierenden kennen allgemeine Rechnungslegungsvorschriften im eigenen und Zielsprachenland/-ländern, sowie Gemeinsamkeiten und Unterschiede bei der Rechnungslegung; sie kennen und verstehen diese bei der Rechnungslegung; sie können Umstände, unter welchen ein Unternehmen zusätzlich zu den steuerlich erforderlichen Abschlüssen weitere veröffentlicht, identifizieren.		
Lehrinhalte Grundlegende Begrifflichkeiten der Buchführung, allgemeine Aufgaben des Rechnungswesens, sowie die Pflicht der Rechnungslegung je nach Rechtsform und je nach Betrieb werden thematisiert. Es wird eine Einordnung von Unternehmen im eigenen und Zielsprachenland/-ländern vorgenommen.		
Literatur geeignete Literatur je nach Bedarf und gewählter Sprache		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
B. Munoz Vicente (Spanisch), C. Faget (Französisch)	Wirtschaftsfremdsprache II, Modul 2	2

2.2 Wahlpflichtmodule

Modulbezeichnung	Angewandte Marktforschung	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Marketing	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	Marketing Grundlagen	
Empf. Voraussetzungen	Keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Hausarbeit mit Präsentation	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar	
Modulverantwortlicher	U. Gündling	
Qualifikationsziele Das Modul "Angewandte Marktforschung" versetzt die Studierenden in die Lage ein Projekt mit marktforscherischer Aufgabenstellung ganzheitlich zu planen, es direkt in die Praxis umzusetzen und die hierbei gewonnenen Daten auszuwerten, aufzubereiten und zu interpretieren. Können (instrumentale, systematische, kommunikative Kompetenz - Wissenserschließung): Die Studierenden sind in der Lage ein marktforscherisches Projekt ganzheitlich zu planen. Sie beherrschen marktforscherische Methoden/Modelle und können ein geeignetes Instrument auswählen und direkt in die berufliche Praxis umsetzen. Sie sind befähigt, die von Ihnen gewonnenen Daten auszuwerten und zu interpretieren. Sie können die gewonnenen Ergebnisse in Form einer wissenschaftlichen Arbeit und eines Referats aufbereiten. Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung und Wissensvertiefung - Fachkompetenz): Die Studierenden kennen und verstehen den marktforscherischen Gesamtzusammenhang/Marktforschungsprozess. Sie haben Kenntnisse über die Einsatzgebiete und die Vorgehensweise im Mystery-Shopping. Sie wissen um den Status quo der Forschung und die hierzu veröffentlichte Fachliteratur. Sie wissen, wie man eine wissenschaftliche Arbeit und ein wissenschaftliches Referat fasst.		
Lehrinhalte Inhaltlich umfasst das Modul die Analyse, Planung und Umsetzung einer konkreten Aufgabenstellung aus dem Bereich der Primärmarktforschung. Im Rahmen eines branchenspezifischen Mystery-Shopping-Projektes werden die Untersuchungsorganisation geplant und festgelegt, ein Beobachtungsbogen sowie ein Stichprobenplan erstellt und geeignete Testkäufer ausgewählt und geschult. Nach Durchführung des Mystery-Shoppings in der Praxis wird das erhobene Datenmaterial ausgewertet und analysiert. Im Anschluss hieran erfolgt die Überprüfung der aufgestellten Hypothesen sowie die Ableitung von Handlungsempfehlungen.		
Literatur Dobbelstein, Th.; Windbacher, D.: Mystery-Shopping - Ziele, Prozess und Qualität eines Verfahrens zum Controlling der Dienstleistungsqualität, Weiss, H.: Den Kunden zum König machen. Norderstedt Books on Demand GmbH, Wartmuth, D.; Weinhold, M.: Kundenorientierte Führung durch Mystery-Shopping - Damit der Kunde nicht mehr stört		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
U. Gündling	Angewandte Marktforschung	4

Modulbezeichnung	Bank- und Finanzrecht I	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Finance and Controlling	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BWP, BIBS	
Prüfungsform und -dauer	Klausur 2h	
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristische Vorlesung	
Modulverantwortlicher	Vogel	
Qualifikationsziele Das Modul Bank- und Finanzrecht vermittelt den Studierenden erstens einen Überblick über das deutsche und europäische Finanzsystem und die rechtlichen Grundlagen des von Kredit- und Finanzdienstleistungsinstituten betriebenen (Bank- und Kapitalmarkt-) Geschäfts. Zweitens vermittelt es den Studierenden einen Überblick über die wesentlichen Instrumente und rechtlichen Rahmenbedingungen zur Unternehmensfinanzierung am Geld- und Kapitalmarkt. Das Modul versetzt die Studierenden in die Lage, bank- und finanzrechtliche Problemstellungen sowohl aus der Perspektive eines Unternehmens der Finanzdienstleistungsbranche als auch eines kapitalnachfragenden sonstigen Unternehmens zu erkennen und unter Berücksichtigung der geltenden rechtlichen Rahmenbedingungen eigene Lösungsansätze zu entwickeln		
Lehrinhalte Die Lehrveranstaltung soll einen Überblick über das deutsche und europäische Finanzsystem und die rechtlichen Grundlagen des von Kredit- und Finanzdienstleistungsinstituten betriebenen (Bank- und Kapitalmarkt-) Geschäfts vermitteln. Nicht zuletzt geht es hierbei um die Auswirkungen der Bankenregulierung auf die Finanzierung kapitalnachfragender Unternehmen. Behandelt werden die aufsichtsrechtlichen Rahmenbedingungen des Bank- und Finanzgewerbes, die Grundlagen des privaten Bankvertragsrechts (Bankvertrag und Allgemeine Geschäftsbedingungen). Den Schwerpunkt der Veranstaltung bildet das - namentlich für die Finanzierung mittelständischer Unternehmen bedeutsame - Kredit- und Kreditsicherungsrecht. Daneben wird ein Überblick über sonstige Formen der Unternehmensfinanzierung als Alternative zum klassischen Bankkredit gegeben.		
Literatur Knops, Kai-Oliver/Korff, Niklas/Lassen, Malte: Bank- und Kapitalmarktrecht, Stuttgart 2012; Claussen, Carsten Peter (Hrsg.): Bank- und Börsenrecht, 5. Aufl., München 2014; Schimansky, Herbert/Bunte, Hermann-Josef/Lwowski, Hans-Jürgen (Hrsg.), Bankrechts-Handbuch, 5. Aufl., München 2017		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Vogel	Bank- und Finanzrecht I	4

Modulbezeichnung	Bankmanagement	
Modulbezeichnung (eng.)	Banking Management	
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Finance and Controlling	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	Keine	
Empf. Voraussetzungen	Keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Klausur 2,0 h oder Hausarbeit	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar	
Modulverantwortlicher	Portisch	
Qualifikationsziele Übergeordnetes Lernziel: Die Studierenden sind in die Lage das Bankmanagement im Sinne der umfassenden Steuerung von Kreditinstituten aus den unterschiedlichen Banksektoren und Bankgrößenklassen zu bewerten. Können: Die Studierenden können die grundlegenden Steuerungsbereiche in Kreditinstituten erkennen. Sie können die Beurteilung der Banksteuerung anhand des Rechnungswesens vornehmen. Sie sind in der Lage die Banksteuerung anhand des Controllings und des Reportings überwachen. Sie können mit Stakeholdergruppen sachgerecht kommunizieren und mit Fachvertretern diskutieren. Sie kennen Finanzprodukte und können diese in Bezug auf ihre Eignung in einem spezifischen Kontext beurteilen. Wissen und Verstehen: Die Studierenden kennen den Prozess der Banksteuerung ganzheitlich. Sie verstehen die Bedeutung der Einhaltung regulatorischer Standards. Sie kennen wichtige Steuerungsinstrumente zur Beurteilung des Risikos und der Rendite aus Bankgeschäften. Sie wissen die gesetzlichen Grundlagen des Betreibens von Bankgeschäften. Sie kennen die bedeutenden Stakeholdergruppen beim Banking.		
Lehrinhalte Die Vorlesung Bankmanagement befasst sich mit der Banksteuerung unter Rendite-, Risiko- und Liquiditätsgesichtspunkten. Eingegangen wird auf die rechtlichen Grundlagen des KWG und auf das Bankensystem in Deutschland. Des Weiteren werden Richtlinien, die sich auf das operative Geschäft der Privat- und Firmenkunden auswirken, erläutert. Zudem wird die Steuerung der Liquidität und der Fristentransformation in der aktuellen Zinslage betrachtet. Es wird auf die Ansatz- und Bewertungsvorschriften in den Jahresabschlüssen von Kreditinstituten eingegangen und Wege zur Gestaltung der Bankbilanz werden aufgezeigt. Aktuelle Methoden wie die Marktzinsmethode, das Barwertkonzept und RAROC-Modelle werden im Risikocontrolling mit Beispielen angewendet. Zudem wird ein integriertes Kostenrechnungssystem für Banken erarbeitet.		
Literatur Bieg/Waschbusch: Bankbilanzierung nach HGB und IFRS Hartmann/Wendels: Bankbetriebslehre Schierenbeck: Ertragsorientiertes Bankmanagement		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Portisch, Jansen	Bankmanagement	4

Modulbezeichnung	Beschaffungsmanagement
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Operations Management
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut BPO)	Keine
Empf. Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BWP, BIBS
Prüfungsform und -dauer	Kombination
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung
Modulverantwortlicher	Schleuter

Qualifikationsziele

Kompetenzziele: Können (instrumentale, systemische, kommunikative Kompetenz - Wissenserschließung)
Die Studierenden können beschaffungsspezifische Fragestellungen auf aktuelle Sachverhalte übertragen. Sie können Beschaffungsprozesse in einem Unternehmen aufnehmen und kritisch hinterfragen. Sie können beurteilen inwiefern Potentiale durch Optimierungen vorhanden sind. Sie können über Optimierungsansätze mit Fachvertretern diskutieren.

Wissen und Verstehen (Wissenverbreiterung und Wissensvertiefung - Fachkompetenz):

Die Studierenden haben einen Überblick über Strategien und mögliche Formen von Einkaufsorganisationen Sie kennen Ansätze und Methoden des Lieferantenmanagements Sie kennen Methoden und Tools des strategischen Einkaufs Sie kennen Sourcingstrategien und können für den jeweiligen Anwendungsfall eine geeignete Strategie auswählen Sie kennen Ansätze aus dem E-Procurement (Einkauf 4.0) und können für den jeweiligen Anwendungsfall geeignete Ansätze auswählen Sie kennen Möglichkeiten zur Reorganisation von Einkaufsprozessen und -strukturen

Lehrinhalte

In diesem Modul werden die Grundlagen der Beschaffung aber insbesondere auch strategische Einkaufsgesichtspunkte betrachtet.

Literatur

Arnolds, H., Heege, F., Röh, C., Tussing, W.; Materialwirtschaft und Einkauf Weigel, U., Rücker, M.; Praxisguide Strategischer Einkauf Van Weele, A.; Eßig, M.; Strategische Beschaffung

Lehrveranstaltungen

Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Schweizer	Beschaffungsmanagement	4

Modulbezeichnung	Bilanzanalyse	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Accounting	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BWP, BIBS	
Prüfungsform und -dauer	Kombination H+P/R	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar	
Modulverantwortlicher	Henkel	
Qualifikationsziele Kompetenzziele: Können: Das Modul Bilanzanalyse versetzt die Studierenden in die Lage, Jahresabschluss und Lagebericht im Hinblick auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Unternehmens zu bewerten bzw. zu analysieren. Wissen und Verstehen: Die Studierenden erlernen die Fähigkeit, aus dem Jahresabschluss selbstständig Aussagen über die Unternehmensentwicklung ableiten zu können. Insofern dient dieses Modul nicht nur der Vermittlung von Fachwissen, sondern auch der Entwicklung von analytischen Kompetenzen. Übergeordnetes Lernziel: Die Studierenden sind in der Lage selbstständig eine Bilanzanalyse durchzuführen.		
Lehrinhalte Das Modul Bilanzanalyse umfasst die Grundlagen der Jahresabschlussanalyse (finanzwirtschaftlich, erfolgswirtschaftlich und strategisch). Anhand praxisnaher Übungen werden verschiedene Analysemethoden eingeübt. Abschließend werden die Studierenden eine Jahresabschlussanalyse für eine Branchengruppe des DAX (Automobilhersteller, Banken und Versicherungen etc.) selbstständig durchführen.		
Literatur Hauptliteratur: - Neuste Auflage: Baetge, Jörg/Kirch, Hans-Jürgen/Thiele, Stefan: Bilanzanalyse, Düsseldorf - Neuste Auflage: Baetge, Jörg/Kirsch, Hans-Jürgen/Thiele, Stefan: Übungsbuch Bilanzen und Bilanzanalyse, Düsseldorf. Weitere Literatur (Auszug): Neuste Auflage: Coenenberg, Adolf G./Haller, Axel/Schulze, Wolfgang: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Stuttgart - Neuste Auflage: Coenenberg, Adolf G./Haller, Axel/Schulze, Wolfgang: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse: Aufgaben und Lösungen, Stuttgart - Neuste Auflage: Gräfer, Horst/Schneider, Georg/Gerenkamp, Thorsten: Bilanzanalyse, Herne - Neuste Auflage: Küting, Karlheinz/Weber Claus-Peter: Die Bilanzanalyse, Stuttgart		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Henkel	Bilanzanalyse	4

Modulbezeichnung	Bilanzierung von Finanzinstrumenten	
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Accounting	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	Keine	
Empf. Voraussetzungen	Keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BWP, BIBS	
Prüfungsform und -dauer	Klausur K2	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung	
Modulverantwortlicher	Henkel	
Qualifikationsziele Kompetenzziele: Können: Das Modul Bilanzierung von Finanzinstrumenten versetzt die Studierenden in die Lage, die gängigen Finanzinstrumente gemäß ihrem betrieblichen Bestimmungszweck nach der internationalen Rechnungslegung zu bilanzieren. Wissen und Verstehen: Nach Absolvierung dieses Moduls kennen die Studierenden den prinzipiellen Aufbau des Standards IFRS 9. Sie haben ein Verständnis über die Ansatz-, Ausweis- und die Bewertungsvorschriften von Finanzinstrumenten in der internationalen Bilanzierung. Zudem wissen die Studierenden den Unterschied zwischen Hedging und Hedge Accounting und kennen die unterschiedlichen Hedge-Arten und deren Anwendungsfälle. Übergeordnetes Lernziel: Die Studierenden sind in der Lage selbständig die Bilanzierung von Finanzinstrumenten nach den internationalen Rechnungslegungsvorschriften (IFRS 9) durchzuführen.		
Lehrinhalte Zunächst wird ein umfassender Überblick über die Unterschiedlichen Arten von originären und derivativen Finanzinstrumenten gegeben, wie z.B. Swaps, Forwards, Futures und Optionen. Anschließend wird die Bilanzierung der Finanzinstrumente nach der internationalen Rechnungslegung (IAS/IFRS) anhand der einzelnen Bilanzierungsschritte dargestellt: Ansatz, Ausweis in der Bilanz, Einzelbewertung, Bewertungseinheiten (Hedge-Accounting), Ausweis in der GuV/OCI, Anhang, Lagebericht.		
Literatur Hauptliteratur: <ul style="list-style-type: none">• Neuste Auflage: Henkel, K, Rechnungslegung von Treasury-Instrumenten nach IAS/IFRS und HGB - Ein Umsetzungsleitfaden mit Fallstudien und Tipps, Wiesbaden Weitere Literatur (Auszug):• Neuste Auflage: Henkel, K., Eine unternehmens-typenspezifische Synopse der Rechnungslegungsunterschiede von Finanzinstrumenten nach IFRS und HGB, Norderstedt• Neuste Auflage: Stauber, J., Finanzinstrumente im IFRS-Abschluss von Nicht-Banken - Ein konkreter Leitfaden zur Bilanzierung und Offenlegung, Wiesbaden		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Henkel	Bilanzierung von Finanzinstrumenten	4

Modulbezeichnung	Bilanzsteuerrecht	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Klausur K2	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar	
Modulverantwortlicher	T. Lenz	
Qualifikationsziele Können: Die Studierenden können Geschäftsvorfälle sowohl dem Grunde als auch der Höhe gemäß den Vorschriften des deutschen Bilanzsteuerrechts bilanzieren. Sie können die Unterschiede zwischen Steuerbilanz und Handelsbilanz und deren Gründe erläutern. Wissen und Verstehen: Die Studierenden kennen die Ziele und die rechtlichen Anforderungen an ein System der steuerlichen Gewinnermittlung. Sie kennen die Verknüpfung der handelsrechtlichen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung mit den steuerrechtlichen Gewinnermittlungsregeln (Maßgeblichkeitsprinzip). Sie kennen die Besonderheiten der steuerrechtlichen Ansatz- und Bewertungsregeln sowie die Unterschiede zur handelsrechtlichen Bilanzierung. Sie kennen die einschlägigen Verlautbarungen der Finanzverwaltung sowie der Rechtsprechung. Übergeordnetes Lernziel: Die Studierenden sind in der Lage, die steuerlichen Gewinnermittlungsmethoden sowohl auf bekannte als auch unbekannte Lebenssachverhalte anzuwenden. Hierzu können sie Sachverhalte eigenständig so aufarbeiten, dass sie unter die Regelungstatbestände des deutschen Bilanzsteuerrecht subsumiert werden können.		
Lehrinhalte Die Veranstaltung behandelt zunächst die Grundsätze der steuerbilanziellen Gewinnermittlung. Hieran schließt sich die Darstellung der steuerbilanziellen Ansatzregelungen (Bilanzierung dem Grunde nach) an. Im dritten Teil werden dann die steuerbilanziellen Bewertungsvorschriften (Bilanzierung der Höhe nach) erläutert. Schließlich wird auf steuerbilanzielle Sonderthemen eingegangen. Die Veranstaltung wird durch zahlreiche Übungsaufgaben ergänzt.		
Literatur Scheffler, Wolfram, Besteuerung von Unternehmen II. Steuerbilanz, aktuelle Auflage. Weitere Literaturangaben erfolgen in der Veranstaltung.		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
T. Lenz	Bilanzsteuerrecht	4

Modulbezeichnung	Business-to-Business Marketing	
Modulbezeichnung (eng.)	Business-to-Business Marketing	
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Marketing	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	Marketing Grundlagen	
Empf. Voraussetzungen	Marketing Grundlagen	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Hausarbeit und K1	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung, Übung	
Modulverantwortlicher	H. Hummels	
Qualifikationsziele Kompetenzziele: Können: Die Studierenden können praktische Fragestellung unter Berücksichtigung der konzeptionellen Besonderheiten des B2B-Marketings lösen. Wissen und Verstehen: Die Studierenden verfügen über vertieftes Fachwissen und kritisches Verständnis der Theorien und Methoden des B2B-Marketings und sind in der Lage sich aktuelle Entwicklungen und Neuerungen selbstständig anzueignen. Übergeordnetes Lernziel: Die Studierenden kennen die konzeptionellen Besonderheiten des B2B-Marketings und können zur Lösung von Praxisproblemen fallweise sachgerecht und strukturiert Lösungsmethoden anwenden.		
Lehrinhalte Ziel der Veranstaltung ist, die Besonderheiten von B2B-Märkten und die notwendigen Anpassungen von Marketingaktivitäten im B2B-Umfeld zu vermitteln und die Teilnehmer dazu zu befähigen, das erworbene Wissen auf reale Situationen anzuwenden. Dazu werden alle Elemente des Marketingprozesses (Kaufverhalten, Marktforschung, strategisches und operatives Marketing) auf Ihre Unterschiede zum Konsumgütermarketing hin analysiert und mit Hilfe von Fallbeispielen, Fallstudien, Diskussionen sowie ggf. Vorträgen aus der Praxis veranschaulicht. Die Anfertigung einer Hausarbeit dient der vertieften wissenschaftlichen Analyse ausgewählter aktueller Themen mit praktischem Bezug. Voraussetzung zum Besuch der Veranstaltung ist der abgeschlossene Besuch einer Grundlagen-Vorlesung Marketing.		
Literatur Pförtsch, W./ Godefroid, P./ Pförtsch, W.: Business-to-Business Marketing. Kiehl, aktuelle Auflage Literaturliste mit Auszügen aus anerkannten Lehrbüchern und Fachartikeln		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
H. Hummels	Business-to-Business Marketing	4

Modulbezeichnung	Case Studies in Managerial Accounting
Modulbezeichnung (eng.)	Case Studies in Managerial Accounting
Semester (Häufigkeit)	4 (nach Bedarf)
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Finance and Controlling
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut BPO)	keine
Empf. Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP
Prüfungsform und -dauer	Kombination
Lehr- und Lernmethoden	sonstiges
Modulverantwortlicher	Wilken

Qualifikationsziele

Kompetenzziele:

Können: 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 komplexe Situationen analysieren, beurteilen und kritisch reflektieren. Sie können zudem für solche Situationen Lösungswege selbständig entwickeln und präsentieren.

Wissen und Verstehen: 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.

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.

Literatur

Horngren/Datar/Rajan: Cost Accounting: A Managerial Emphasis; Weygandt/Kimmel: Managerial Accounting

Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Wilken	Case Studies in Managerial Accounting	4 Case Studies in Managerial Accounting

Modulbezeichnung	Communication and Presentation Skills	
Modulbezeichnung (eng.)	Communication and Presentation Skills	
Semester (Häufigkeit)	WPM (nach Bedarf)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	BIBA	
Prüfungsform und -dauer	Präsentation und Hausarbeit	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar	
Modulverantwortlicher	Alvares-Wegner	
Qualifikationsziele On successful completion of this module, students <ul style="list-style-type: none">• know the basics pertaining to rhetoric und communication• develop the skills and competencies necessary to prepare and deliver persuasive presentations• demonstrate methodical skills which are imperative for preparing and writing scientific reports• can flaunt their prowess in academic writing• possess the ability to analyse and discuss current research topics• have the skills to conduct research on current significant topics with the help of adequate and appropriate reference sources and literature.• are able to produce written work of a sufficiently high standard to meet academic requirements		
Lehrinhalte Learning Outcomes/Content <ul style="list-style-type: none">• Conception and delivery of persuasive presentations• Communication skills (Rhetoric, Body language, Presentations)• Adhering to the scientific norms in academic writing<ul style="list-style-type: none">– Gathering and processing information, using correct quotation techniques– Preparing the required layout and lists– Utilizing traditional and digital methods of research and referencing– Conducting research on current research topics– Avoiding plagiarism		
Literatur academic writing (depending on the literature required for the topic allotted)		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Alvares-Wegner	Communication and Presentation Skills	4

Modulbezeichnung	Computer-aided Management Accounting and Financial Control	
Semester (Häufigkeit)	4 (nach Bedarf)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Finance and Controlling	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)		
Empf. Voraussetzungen		
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Onlineprüfung am Rechner 2 h	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung, Seminar	
Modulverantwortlicher	Schulte	
Qualifikationsziele Der Studierende <ul style="list-style-type: none">• lernt den Einsatz von Instrumenten der Kosten- und Leistungsrechnung sowie des Finanzcontrollings zur Lösung betriebswirtschaftlicher Probleme.• kann verschiedene Programme einsetzen, wie das Tabellenkalkulationsprogramm MS Excel, die Präsentationssoftware MS Power Point und weitere Kommunikations- und Informationsprogramme.• beherrscht es finanzwirtschaftliche Analysen durchzuführen• ist in der Lage Probleme im Bereich des Finanz- und Rechnungswesens zu lösen.		
Lehrinhalte Diese Veranstaltung behandelt spezielle Aufgabenstellungen des Finanz- und Rechnungswesens. Der Studierende arbeitet hauptsächlich mit kleinen Fallstudien. Die Studierenden erhalten die Fallstudien in schriftlicher Form und die entsprechenden Templates. Die Lösungen werden von den Studierenden präsentiert. Die Studierenden arbeiten mit unterschiedlichen Software Programmen. Schwerpunkte sind u.a.: <ul style="list-style-type: none">• Kosten/Volumen/Gewinn-Analyse• Prozesskostenrechnung• Budgetierung, Flexible Budgets, Abweichungsanalyse und Unternehmenssteuerung• Investitionsrechnung und Kostenanalyse• Eigenfertigung, Fremdbezug bzw. Outsourcing• Erfolgsmessung mit Kennzahlen einschließlich Balanced Scorecard• Budgetkontrolle• Cash-Flow-Analysen, Cash-Management und Finanzanalysen; Internationale Aspekte		
Literatur		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Schulte	Computer-aided Management Accounting and Financial Control	4

Modulbezeichnung	Controlling Projekt	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	5 (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Finance and Controlling	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BBW, BIBS, BWP	
Prüfungsform und -dauer		
Lehr- und Lernmethoden	Projektbericht	
Modulverantwortlicher	Schulte	
Qualifikationsziele Die Studierenden <ul style="list-style-type: none">• erlangen ein Grundverständnis über Projektmanagement.• verstehen, wie man mit Problemen in Projekten umgeht.• lernen, wie man erfolgreich Präsentationen erarbeitet und vorführt.• lernen, wie Multimediainstrumente effektiv eingesetzt werden.• können verschiedene MS Office Programme (MS-Projekt, MS-Visio, MS-Frontpage) bedienen.• erlernen die Techniken für die Planung, Steuerung und Kontrolle von Projekten.• lernen, mit Kollegen kooperativ zusammenzuarbeiten.• können eine einfache Web-Seite erstellen.		
Lehrinhalte Das Hauptziel des Moduls Controlling Projekt besteht darin, dass die Studierenden lernen, kleine Projekte selbst zu organisieren und in Projekten mitzuarbeiten. Die Studierenden lernen, wie eine Web-Seite mit Controllinginhalten aufgebaut wird. Gleichzeitig behandelt jeder Studierende ein spezielles Thema aus dem Bereich des Controllings und stellt dieses Thema der Projektgruppe vor. Die Studierenden erhalten Kenntnisse über die Grundlagen des Projektmanagements. Jeder Studierende wird Mitglied in einem Projektteam und übernimmt spezielle Aufgaben im Rahmen des Gesamtprojektes. Die Studierenden erhalten spezielle Kenntnisse über Instrumente, Verfahren, Organisationsformen und Konzepte des Controllings. Das Modul wird als Projekt durchgeführt. Die Studierenden erarbeiten Vorschläge zur Umsetzung einer Homepage. Die Prüfung erfolgt durch die Bewertung von Protokollen, der Präsentationen und des zu erstellenden Abschlussberichts		
Literatur		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Schulte	Controlling-Projekt	4

Modulbezeichnung	Customer Relationship Management	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Marketing	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	Marketing Grundlagen	
Empf. Voraussetzungen	Marketing Grundlagen	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP	
Prüfungsform und -dauer	K1 und Gruppenarbeit	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar	
Modulverantwortlicher	U. Gündling	
Qualifikationsziele Übergeordnetes Lernziel ist es, die Studierenden in die Lage zu versetzen, ein ganzheitliches CRM-Konzept zu entwickeln. Sie erlernen die beziehungsorientierte Planung, Durchführung und Kontrolle aller interaktiven Prozesse mit dem Kunden. Können (instrumentale, systemische, kommunikative Kompetenz - Wissenserschließung): Die Studierenden werden befähigt, den strategisch-konzeptionellen Ansatz des CRM und darüber hinaus Einsatzgebiete und Funktionalitäten von CRM-Systemlösungen auf praxisnahe Problemstellungen zu übertragen. Sie können Toolboxen zur Analyse, Strategieentwicklung, Gestaltung des Marketing-Mixes und der Kontrolle auf Aufgabenstellungen in der Praxis beziehen und entsprechend in ein ganzheitliches Konzept umsetzen. Sie sind befähigt, eine beziehungsorientierte Situationsanalyse durchzuführen, eine geeignete beziehungsorientierte Segmentierung vorzunehmen, passende Strategien und Maßnahmen abzuleiten und diese zu implementieren. Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung und Wissensvertiefung - Fachkompetenz): Die Studierenden kennen die theoretischen Grundlagen und Methoden des CRM. Sie haben Kenntnisse über den Kundenlebenszyklus und die Erfolgskette als Managementprinzip. Sie haben Verständnis erworben über die Anforderungen und Funktionalitäten von CRM-Systemen. Sie kennen die Balanced Scorecard als integriertes Kontrollsystem. Sie wissen um den Status quo der Forschung und die hierzu veröffentlichte Fachliteratur. Sie wissen, wie man ein wissenschaftliches Referat verfasst, präsentiert und verteidigt.		
Lehrinhalte Inhaltlich umfasst das Modul neben der Ableitung der theoretischen Grundlagen des CRM dessen Konzipierung auf Basis des Kundenlebenszyklus und der Erfolgskette als Managementprinzip. Im Rahmen konkreter Fallstudien erfolgt die Situationsanalyse, Zielplanung und Kundensegmentierung sowie die Strategieentwicklung mithilfe verschiedener Instrumente (z. B. Portfolioanalyse). Hieran schließt sich die Ausgestaltung des CRM-Instrumentariums, die Implementierung von CRM als strategisch-konzeptionellen und systemtechnischen Ansatz im Unternehmen an. Die Kontrolle des CRM-Erfolges wird über integrierte Kontrollsysteme wie die Balanced Scorecard sichergestellt.		
Literatur Bruhn, M.: Relationship Marketing: Das Management von Kundenbeziehungen, Gündling, U.: Die Neuausrichtung des Zeitungsmarketings durch Customer Relationship Management, Helmke, S.: Effektives Customer Relationship Management: Instrumente - Einführungskonzepte - Organisation, Hippner, H.; Wilde, K.: CRM-ein Überblick - Effektives Customer Relationship Management		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
U. Gündling	Customer Relationship Management	4

Modulbezeichnung	Datenbanken
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Operations Management
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut BPO)	Keine
Empf. Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP
Prüfungsform und -dauer	Hausarbeit und Klausur
Lehr- und Lernmethoden	Seminar
Modulverantwortlicher	T. Becker

Qualifikationsziele

Wissensverbreitung und -vertiefung: Die Studierenden kennen und verstehen den grundlegenden Aufbau, die grundlegende Arbeitsweise und die Einsatzmöglichkeiten von Datenbanksystemen, insbesondere relationalen Datenbanksystemen. Können - instrumentale Kompetenz: Die Studierenden können eine einfache relationales Datenbanksystem modellieren und implementieren. Können - systemische Kompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, die organisatorischen Möglichkeiten und Konsequenzen der Nutzung von Datenbanksystemen zu erkennen und eigenständig in Konzepte umzusetzen. Soziale Kompetenz: Die Studierenden können sich im Team organisieren und zusammenarbeiten.

Lehrinhalte

Dieses Modul besteht aus einen Praxis- und einem Theorieteil: Im Theorieteil werden der grundsätzliche Aufbau von Datenbanksystemen zur Aufnahme und Verarbeitung von strukturierten Daten, deren Vor- und Nachteile, die Modellierungsschritte, die Realisierbarkeit und die betriebliche Bedeutung besprochen. Als Modellierungssprache wird das Entity-Relationship-Modell (ERM) verwendet. Es wird die Datenbanksprache SQL zur Anlage und Pflege von Tabellen und zur Abfrage von Daten behandelt. Im Praxisteil legen die Studierenden eigene Tabellen an und führen Abfragen durch. In der Hausarbeit konzipieren die Studierenden eine eigene Datenbank und implementieren die Tabellen und ausgewählte Abfragen prototypisch.

Literatur

Fuchs, E.: SQL - Grundlagen und Datenbankdesign - Der optimale Einstieg in SQL, Herdt, 2018
Kudraß, Th.: Taschenbuch Datenbanken, Hanser, 2015

Lehrveranstaltungen

Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
T. Becker	Datenbanken	4

Modulbezeichnung	Digital Marketing Seminar	
Modulbezeichnung (eng.)	Digital Marketing Seminar	
Semester (Häufigkeit)	5 (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Marketing	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	Principles of Marketing	
Empf. Voraussetzungen		
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Presentation and 1h written exam	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar	
Modulverantwortlicher	H. Hummels	
Qualifikationsziele Skills: Students know how to research, analyze and structure complex up-to-date topics of digital marketing on their own. They can present and discuss an up-to-date topic of digital marketing in an academically profound way, considering all relevant aspects. 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. Overall educational objective: Students are able to analyze up-to-date topics of digital marketing on their own and prepare an academic presentation on them.		
Lehrinhalte Overview of digital marketing, mapping of customer journeys and design of buyer personas as an opening to the semester; then independent analysis and preparation of selection of topics from digital marketing in a team, e.g. influencer marketing, programmatic advertising, SEO/ SEA etc., and presentation of one topic. The seminar will be held in English.		
Literatur Kotler, P./ Kartajaya, H./ Setiawan, I.: Marketing 4.0. Wiley&Sons, Hoboken, New Jersey, latest edition. Depending on topic selected, further independent research and use of relevant current academic literature.		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS

Modulbezeichnung	Distributionslogistik	
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Operations Management	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	Keine	
Empf. Voraussetzungen	Keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Kombination	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung	
Modulverantwortlicher	Schleuter	
Qualifikationsziele Kompetenzziele: Können (instrumentale, systemische, kommunikative Kompetenz - Wissenserschließung) Die Studierenden können die grundlegenden Zusammenhänge distributionslogistischer Abläufe verstehen und auf verschiedene Branchen übertragen. Sie können beurteilen inwiefern Potentiale durch Optimierungen vorhanden sind. Sie können über Optimierungsansätze mit Distributionsverantwortlichen bzw. Fachvertretern diskutieren. Wissen und Verstehen (Wissenverbreiterung und Wissensvertiefung - Fachkompetenz): Die Studierenden kennen die Vor- und Nachteile unterschiedlicher Verkehrsträger sowie die Systeme, welche eingesetzt werden. Sie kennen Arten von Transportmitteln und können für den jeweiligen Anwendungsfall geeignete Transportmittel auswählen. Ansätze zur Digitalisierung von Distributionsprozessen werden sowohl theoretisch vermittelt als auch praktisch angewendet.		
Lehrinhalte Inhaltlich werden folgende Themen vertieft: Grundlagen der Logistik, Außerbetriebliche Transportsysteme, Logistik im Straßengüterverkehr, Kombinierte Verkehr, Umschlagsysteme und -techniken, Seehafenverkehr, Ansätze des Efficient Consumer Response, Logistik 4.0 Die Betrachtung der Unterschiede verschiedener Branchen (z. B. Automobil, Schifffahrt, Möbel, Krankenhaus, Kreuzfahrt, ...) verdeutlicht die Vielfältigkeit in der Logistik.		
Literatur Claußen U.; Geiger C.; Verkehrs- und Transportlogistik Schulte, C.; Logistik; Wege zur Optimierung der Supply Chain		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Schleuter	Distributionslogistik	4

Modulbezeichnung	E-Business Basics	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Marketing	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)		
Empf. Voraussetzungen	Marketing	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Mündliche Präsentation und (oder) Hausarbeit und (oder) Portfolioprfung	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung, Projekt, Seminar	
Modulverantwortlicher	Schweizer	
Qualifikationsziele Nach Abschluss der LV sollen die Studierenden: Die technologischen Grundlagen und -prinzipien von des Electronic/ Digital Business verstanden haben. Digitale Geschäftsmodelle einschätzen können. Sich mit den Grundlagen Digitaler Kooperation (z.B. #HomeOffice, #NewWork) und aktuellen Tools und Strategien auskennen. Sich vertieft mit den Themen E-Shop, E-Community und E-Marketplace auskennen. Aktuelle Trends im E-Business in den unternehmerischen und gesamtwirtschaftlichen Zusammenhang einordnen können. Grundlagen der Konzepte Disruption, Agilität und Konvergenz in Theorie und Praxis erkennen und teilweise selbst anwenden können.		
Lehrinhalte Digitalisierung: Begriffsdefinition, Inhalte sowie soziale, gesellschaftliche und ökonomische Auswirkungen, Technische Grundlagen der Digitalisierung, Business Model Design & Transformation, Strategisches Management im E-Business, E-Business & digitale Plattformen, Praxis Digitaler Kooperation, Praxis des E-Shops, Praxis des E-Marketplace, Praxis der E-Community,		
Literatur Lehrmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt Platzhalter;		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Schweizer	E-Business Basics	4

Modulbezeichnung	E-Business II E-Business Praxis	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Marketing	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)		
Empf. Voraussetzungen	Marketing	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Mündliche Präsentation und (oder) Hausarbeit	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung, Projekt, Seminar	
Modulverantwortlicher	Schweizer	
Qualifikationsziele Aufbau von Kompetenzen zur Analyse digitaler Geschäftsmodelle. Erwerb und Verständnis sozialpsychologischer Wirkzusammenhänge insbesondere in sozialen Medien. Analyse und Erfolgsbewertung des Einsatzes digitaler Marketing-Tools und sozialer Medien wie Instagram, Twitter, Facebook, Blogs usw. Entwicklung der Kompetenz zur eigenständigen Konzeption von Optimierungsstrategien in Hinblick auf den digitalen Marketing-Mix im Business und in sozialen Medien. Anwendung von bereits im Studium erworbenem Marketing-Wissen und Transfer in praktische Aufgaben und Hausarbeit.		
Lehrinhalte Laterales Denken, Kreativitätstechniken, Grundlagen Sozialpsychologie, Regeln der Beeinflussung, Digitales vs. analoges non-digital Business: Klassische Geschäftsmodelle und Business Cases, Dino-Analyse - wer hat den digitalen Change verpasst und musste bezahlen?, Social Media und Social Media Marketing, Rolle des Marketers im digitalen Marketing, Konzeptionsmethodiken, (Pop-up) Kampagnen-Entwicklung, Marketing "schwieriger" Inhalte (Skandale, Shitstorms), Storytelling und Fokus		
Literatur Lehrmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt Platzhalter;		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Schweizer	E-Business II	4

Modulbezeichnung	ERP-Systeme	
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Operations Management	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	Keine	
Empf. Voraussetzungen	Keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Kombination	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung	
Modulverantwortlicher	Ihnen	
Qualifikationsziele Kompetenzziele: Können (instrumentale, systemische, kommunikative Kompetenz - Wissenserschließung) Durch das Modul ERP-Systeme sind die Studierenden in die Lage versetzt grundlegende Zusammenhänge von ERP-Sytemen zu verstehen, zu verfolgen und anzuwenden. Des Weiteren sind sie fähig die verinnerlichten Ansätze und Kompetenzen sicher auf krokrete Einsatzfälle zu übertragen und eine Bewertung des Systems vorzunehmen, sowie von einem Anforderungsprofil ausgehend auf notwendige ERP-Funktionen zu schließen. Wissen und Verstehen (Wissenverbreiterung und Wissensvertiefung - Fachkompetenz): Die Studierenden kennen verschiedene Ansätze und Basiskonzepte für technische und konzeptionelle Grudstrukturen. Die Einsatzfelder und die wesentlichen Funktionen des ERP-Systemes sind bekannt.		
Lehrinhalte In dem Modul ERP-Systemes werden folgende Themen behandelt: Es werden die ERP-Grundlagen, die ERP-Architektur und der Technischer Aufbau vermittelt. Anhand von typischen Geschäftsmodellen werden beispielhaft ausgewählte ERP-Systeme vorgestellt. Und es werden Vorgehensmodelle für die Einführung und das Customizing von ERP-Systemen eingeführt.		
Literatur Marktspiegel Business-Software ERP/PPS 2015/2016 (Günther Schuh; Volker Stich)		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Ihnen	ERP-Systeme	4

Modulbezeichnung	Einkommensteuerrecht	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Klausur K2	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar	
Modulverantwortlicher	Lenz	
Qualifikationsziele Kompetenzziele: Können: Die Studierenden können die einkommensteuerliche Relevanz von Geschäftsvorfällen/Lebenssachverhalten erkennen. Sie können die unbeschränkte oder beschränkte Steuerpflicht natürlicher Personen beurteilen. Sie können Einnahmen den sieben Einkunftsarten zuordnen bzw. deren Nichtsteuerbarkeit erkennen. Sie können Gesetzestexte verstehen und auslegen. Sie können eine Berechnung des zu versteuernden Einkommens sowie der Steuerbelastung vornehmen. Wissen und Verstehen: Die Studierenden kennen das Einkommensteuergesetz und die Verlautbarungen der Finanzverwaltung sowie der Rechtsprechung. Sie kennen die wichtigsten Begrifflichkeiten und Prinzipien des deutschen Ertragsteuerrechts. Sie kennen die sieben Einkunftsarten, deren Besonderheiten und Besteuerung. Sie kennen die wesentlichen Arten der Sonderausgaben, der außergewöhnlichen Belastungen sowie die tariflichen Begünstigungen. Sie kennen die Grundzüge der verschiedenen Erhebungsverfahren. Übergeordnetes Lernziel: Die Studierenden lernen, einkommensteuerliche Problemstellungen natürlicher Personen zu erkennen und zielgerichtete Lösungsansätze zu entwickeln.		
Lehrinhalte Das Modul Einkommensteuer beschäftigt sich umfassend mit den Regelungen des Einkommensteuergesetzes. Neben der persönlichen Steuerpflicht stehen insbesondere die sieben Einkunftsarten sowie die Regelungen zu den Sonderausgaben/außergewöhnlichen Belastungen im Vordergrund. Ergänzt wird die Veranstaltung durch Erläuterungen zu den Verlustabzugsvorschriften, den Einkommensteuertarif sowie das Besteuerungsverfahren einschließlich der verschiedenen Erhebungsformen. Die Veranstaltung wird durch eine Vielzahl an Übungsfällen ergänzt.		
Literatur Rick/Gunsenheimer/Schneider/Kremer, Lehrbuch Einkommensteuer Rose/Watrin, Ertragsteuern Tipke/Lang, Steuerrecht		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Lenz	Einkommensteuer	4

Modulbezeichnung	Empirische Marketingforschung	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	5 (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Marketing	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	Statistik	
Empf. Voraussetzungen	Marketing	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Hausarbeit	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung mit Übungen	
Modulverantwortlicher	Schwarz	
Qualifikationsziele Die Studierenden können typische Fragestellungen aus dem Marketing im Rahmen einer eigenen empirischen Untersuchung wissenschaftlich bearbeiten.; Die Studierenden können geeignete quantitative Forschungsmethoden auswählen und anwenden.; Die Studierenden können eigene empirische Forschungsprojekte planen und durchführen.; Die Studierenden können Ergebnisse eines Forschungsprojekts in einer Ausarbeitung überzeugend darlegen.; Die Studierenden kennen den empirischen Forschungsprozess und seine Bestandteile.; Die Studierenden kennen die typische Struktur empirischer Studien.; Die Studierenden besitzen die konzeptionellen und methodischen Voraussetzungen zur Durchführung einer empirisch-quantitativen Abschlussarbeit.;		
Lehrinhalte Wissenschaftstheoretische Grundlagen, Deduktion, Falsifikationsprinzip, Formulierung von Forschungsfragestellungen, Analyse betriebswirtschaftlicher Theorien, Analyse empirischer Studien, Hypothesenformulierung, Grundlagen der Datenerhebung mittels bspw. Fragebogen oder Experiment, deskriptive Datenauswertung, inferenzstatistische Datenauswertung, Prüfung von Forschungshypothesen, Struktur einer empirischen Forschungsarbeit, Erstellen einer empirischen Forschungsarbeit.		
Literatur Lehrmaterialien werden über eine online-Plattform (bspw. Moodle) zur Verfügung gestellt.; Darüber hinaus sind alle Bücher geeignet, die sich mit dem empirischen Forschungsprozess beschäftigen. Beispiele;; Kuß, A.: Marketingtheorie - eine Einführung, Springer.; Döring, N. / Bortz, J.: Forschungsmethoden und Evaluation, Springer; Bühner, M.: Einführung in die Test- und Fragebogenkonstruktion, Pearson;		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Schwarz	Empirische Marketingforschung	4

Modulbezeichnung	Entrepreneurship	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	5 (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Finance and Controlling	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)		
Empf. Voraussetzungen	Motivationsschreiben, Max. TN 20	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Präsentation	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar	
Modulverantwortlicher	Wolf	
Qualifikationsziele Können (instrumentale, systemische, kommunikative Kompetenz - Wissenserschließung): Die Studierenden können die unterschiedlichen positiven wie negativen Aspekte von Start-Ups erkennen. Sie kennen unterschiedliche Methoden zur Ideengenerierung. Sie diskutieren mit UnternehmerInnen und Stakeholdern, um ihre Ideen weiter zu entwickeln. Sie lernen den Stand der Fachliteratur und Forschung zu Start-Up und Start-up-Kultur in Deutschland und die Unterschiede zu Emden/Ostfriesland kennen. Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung und Wissensvertiefung - Fachkompetenz): Die Studierenden kennen den Prozess von der Idee zum Produkt.Sie sind in der Lage, die Rückmeldungen der Stakeholder umzusetzen.Sie verstehen die rechtlichen, organisatorischen und wirtschaftlichen/finanziellen Rahmenbedingungen für Gründungen.Sie bewerten den Finanzierungsprozess ganzheitlich und nachhaltig. Sie überzeugen Finanzgeber mit ihrer Idee.		
Lehrinhalte Die Inhalte dienen der zur Übersetzung von Geschäftskonzepten und -modelle, indem die Studierenden sich mit den rechtlichen Voraussetzungen für Gründungen, Möglichkeiten zur Finanzierung und Geschäftsplanentwicklung beschäftigen. Die theoretischen Grundlagen werden durch Praxisbeispiele und Gastvorträge ergänzt. Die praktische Anwendung der Konzepte und Umsetzung eigenständiger Ideen stehen im Vordergrund.		
Literatur Volkmann, Christine & Tokarski, Kim Oliver (2006): Entrepreneurship: Gründung und Wachstum von jungen Unternehmen.Füglister, Urs, Müller, Christoph und Volery, Thierry (2008): Entrepreneurship: Modelle-Umsetzung-Perspektiven.Ries, Eric (2011): The Lean Startup.Drucker, Peter (1984): Entrepreneurship & Innovation.Osterwalder, Alexander (2010): Business Model Generation.		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Wolf	Entrepreneurship	4

Modulbezeichnung	Fabrikplanung / Intralogistik
Semester (Häufigkeit)	5 (nach Bedarf)
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Operations Management
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut BPO)	Keine
Empf. Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP
Prüfungsform und -dauer	Kombination
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung
Modulverantwortlicher	Schleuter

Qualifikationsziele

Kompetenzziele: Können (instrumentale, systemische, kommunikative Kompetenz - Wissenserschließung)
Die Studierenden können Materialflüsse in einem Unternehmen erkennen und aufnehmen. Sie können beurteilen inwiefern Potentiale durch Optimierungen vorhanden sind. Sie können über Optimierungsansätze mit Produktionsverantwortlichen bzw. Fachvertretern diskutieren.

Wissen und Verstehen (Wissenverbreiterung und Wissensvertiefung - Fachkompetenz):

Die Studierenden kennen die Vorgehensweise bei Fabrikplanungsprojekten Sie beherrschen Methoden der Materialflussoptimierung Sie kennen Arten von Transportmitteln und können für den jeweiligen Anwendungsfall geeignete Transportmittel auswählen Sie kennen Arten von Lagermitteln und können für den jeweiligen Anwendungsfall geeignete Lagermittel auswählen Sie kennen Kommissionierstrategien und können für den jeweiligen Anwendungsfall eine geeignete Strategie auswählen Sie kennen ausgewählte Softwaretools zur Planungsunterstützung und können diese in geringen Umfang anwenden

Lehrinhalte

In diesem Modul werden vertiefte Kenntnisse zur Planung von Fabriken im Rahmen der Neu- oder Umlanung bezogen auf die Gestaltung der Produktionslogistik und des Materialflusses vermittelt. Es wird in die Anwendung der Materialflusssimulation zur Gestaltung komplexer Materialflusssysteme eingeführt. Dabei werden Grundlagen zur Modellbildung und Datenaufbereitung sowie zur Durchführung von Simulationsstudien vermittelt. Zusätzlich kommen verschiedene Simulationswerkzeuge wie Plant Simulation und/oder Anylogic zum Einsatz.

Literatur

Grundig, C.-G.; Fabrikplanung Martin, H.; Transport- und Lagerlogistik

Lehrveranstaltungen

Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Schleuter	Fabrikplanung / Intralogistik	4

Modulbezeichnung	Failing Corporates	
Modulbezeichnung (eng.)	Failing Corporates	
Semester (Häufigkeit)	5 (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Finance and Controlling	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS	
Prüfungsform und -dauer	Presentation	
Lehr- und Lernmethoden		
Modulverantwortlicher	Wolf	
Qualifikationsziele Corporate in financial distress are a detriment to the economic development of any national economy. The course will evaluate different reasons for financial distress, especially corporate fraud. The focus is on financial and forensic accounting, corporate fraud and corporate governance with management responsibilities. Students <ul style="list-style-type: none">• understand the economic lifecycle of companies, sources of corporate distress and business failures.• develop knowledge about corporate restructuring actions available to avoid insolvency and emerge from distress.• evaluate the potential for both value creation and destruction of corporate restructurings. Students <ul style="list-style-type: none">• acquire expertise by identifying the best restructuring option or strategy for dealing with corporate financial distress.• execute a coherent process to implement the restructuring effectively to create the most value possible with case studies.• understand the responsibilities of management in a restructuring transaction.		
Lehrinhalte The course consists of diverse modules, combining theoretical and empirical research, case studies and guest lectures. On the organizational level, the course focuses on questions of organizational design and management decisions that focus on reasons for financial distress, especially corporate fraud. There are different options and business strategies that underlie major corporate restructuring transactions. On the individual level, the course discussed the role, duty and responsibility of the company's management to deal with financial distress and the impact on the company's constituencies		
Literatur Gilson, Stuart C. (2010). Creating Value through Corporate Restructuring - Case Studies in Bankruptcies, Buyouts, and Breakups. Wiley Finance.; Wells, Joseph T. (2018). Corporate Fraud Handbook: Prevention and Detection.		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Wolf	Failing Corporates	4

Modulbezeichnung	Financial Instruments Accounting	
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Accounting	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	Keine	
Empf. Voraussetzungen	Keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BWP, BIBS	
Prüfungsform und -dauer	Klausur K2	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung	
Modulverantwortlicher	Henkel	
Qualifikationsziele Kompetenzziele: Können: Das Modul Financial Instruments Accounting versetzt die Studierenden in die Lage, die englische Fachsprache des financial accountings am Beispiel der Bilanzierung von Finanzinstrumenten zu erlernen und anzuwenden. Wissen und Verstehen: Nach Absolvierung dieses Moduls kennen die Studierenden den prinzipiellen Aufbau des Standards IFRS 9. Sie haben ein Verständnis über die Ansatz-, Ausweis- und die Bewertungsvorschriften von Finanzinstrumenten in der internationalen Bilanzierung. Zudem wissen die Studierenden den Unterschied zwischen Hedging und Hedge Accounting und kennen die unterschiedlichen Hedge-Arten und deren Anwendungsfälle. Übergeordnetes Lernziel: Erlernen und Anwendung der englischen Fachsprache des financial accountings am Beispiel der Bilanzierung von Finanzinstrumenten (IFRS 9). Die Veranstaltung wird in englischer Sprache angeboten.		
Lehrinhalte Contents: <ul style="list-style-type: none">• Objectives• Scope and Definitions• Recognition• Presentation• Measurement• Hedge Accounting• Disclosures		
Literatur Hauptliteratur: Neuste Auflage: Accounting Financial Instruments / Rechnungslegung von Finanzinstrumenten IFRS / HGB - Bilinguale Ausgabe englisch/deutsch, Norderstedt		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Henkel	Financial Instruments Accounting	4

Modulbezeichnung	Firmenkreditmanagement	
Modulbezeichnung (eng.)	Corporate Banking	
Semester (Häufigkeit)	5 (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Finance and Controlling	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	Keine	
Empf. Voraussetzungen	Keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Klausur 2,0 h oder Hausarbeit	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar	
Modulverantwortlicher	W. Portisch	
Qualifikationsziele Übergeordnetes Lernziel: Die Studierenden sind in die Lage die Kreditfähigkeit und die Kreditwürdigkeit von Kreditnehmern aus dem Firmenkundenbereich unterschiedlicher Bonität und Komplexität zu beurteilen. Können: Die Studierenden kennen die Anforderungen an die Kreditfähigkeit und die persönliche und materielle Kreditwürdigkeit. Sie können die vollständige Beurteilung von Kreditunterlagen von Firmenkunden vornehmen. Sie können Kreditengagements und strukturierte Finanzierung unterschiedlicher Komplexität überwachen. Sie sind in der Lage mit Stakeholdergruppen sachgerecht kommunizieren und mit Fachvertretern diskutieren. Sie kennen Finanzprodukte und können diese in Bezug auf ihre Eignung im Firmenkundengeschäft beurteilen. Wissen und Verstehen: Die Studierenden kennen den Prozess der Prüfung der personellen und materiellen Kreditwürdigkeit. Sie verstehen den Kreditentscheidungsprozess ganzheitlich. Sie kennen den Stand der Fachliteratur und Forschung. Sie wissen wichtige Finanzinstrumente und Tools zur Risikofrüherkennung. Sie kennen die einschlägigen gesetzlichen Grundlagen aus dem KWG und den MaRisk.		
Lehrinhalte Die Veranstaltung Firmenkreditmanagement befasst sich mit der Analyse von Kreditbeziehungen im Firmenkundengeschäft. Vornehmlicher Fokus liegt auf der Risikofrüherkennung und der Ausgestaltung einer Kreditbeziehung. Es werden aktuelle Bankprodukte im Hinblick auf die Rendite- und Risikolage beleuchtet. Zudem kommt die Jahresabschlussanalyse intensiv zum Einsatz. Des Weiteren wird die persönliche Kreditwürdigkeit von Unternehmen detailliert untersucht. Bei der Bonitätsanalyse werden aktuelle und praxisnahe Fallstudien zugrunde gelegt. Neben der Beurteilung der Bonität eines Kreditnehmers werden Instrumente zur Steuerung des Kreditportfolios in Banken über Kreditderivate dargestellt. Es wird auf aktuelle Entwicklungen in der Kreditwirtschaft eingegangen.		
Literatur Lwowski/Merkel: Kreditsicherheiten Schiller/Tytko: Risikomanagement im Kreditgeschäft		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
W. Portisch	Firmenkreditmanagement	4

Modulbezeichnung	Fulfillment Services	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Operations Management	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)		
Empf. Voraussetzungen	Produktion und Logistik	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Mündliche Präsentation und (oder) Hausarbeit	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung, Projekt, Seminar	
Modulverantwortlicher	Schweizer	
Qualifikationsziele Aufbau von Kompetenzen zur Analyse digitaler Geschäftsmodelle im electronic Commerce Verständnis der technischen, logistischen bis hin zu rechtlichen Rahmenbedingungen im electronic Commerce Analyse und Erfolgsbewertung von Cross-Channel-Strategien sowie des Social Commerce Erwerb und Vertiefung von Wissen über die (insb. logistischen) Prozesse des Fulfillments, von Logistikdienstleistungen und Value added Services Anwendung von bereits im Studium erworbenem Logistik- und BWL-Wissen und Transfer in praktische Aufgaben und Semesterarbeit		
Lehrinhalte eCommerce, Customer Journey, Kaufentscheidungsprozess, Digitales vs. Analoges bzw. non-digital Business: Klassische Geschäftsmodelle und Business Cases, Erlössystematiken, Strategische Potentiale und Problembereiche, Mobile Commerce, Social Commerce, Zahlungsverfahren, Logistik, Logistikservices und Logistikdienstleistungen, Nachhaltige Logistikdienstleistungen, Retourenmanagement, Nachhaltiges Konsumieren		
Literatur Lehrmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt Platzhalter;		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Schweizer	Fulfillment Services	4

Modulbezeichnung	Human Resource Management I (HRM I)
Semester (Häufigkeit)	5 (nach Bedarf)
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Management
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut BPO)	Keine
Empf. Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP
Prüfungsform und -dauer	Kombination
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung
Modulverantwortlicher	Dorozalla

Qualifikationsziele

Die Studierenden können Vergütungsmodelle für Mitarbeiter und Führungskräfte entwerfen. Sie können fixe und variable Vergütungskomponenten entsprechend der Stellen einordnen und anwenden. Sie können unterschiedliche Leistungstypen von Mitarbeitern unterscheiden und in Bewertung entsprechend berücksichtigen. Sie können die entscheidenden Determinanten von Beurteilung und Vergütung miteinander verknüpfen. Im Bereich der neueren Herausforderungen des Personalmanagements können die Studierenden beispielsweise das Potenzial älterer Führungskräfte und Mitarbeiter vor dem Hintergrund des demographischen Wandels einordnen. Sie können ein strukturiertes Health Care Management entwickeln, um psychische Probleme von Führungskräften bzw. Mitarbeitern aufgrund hoher Arbeitsbelastungen vorzubeugen oder zu vermeiden. Sie können die Belohnungssysteme digital abbilden sowie insbesondere Vergütung und Beurteilung konzeptionell auf IT-Plattformen verknüpfen.

Die Studierenden kennen den Prozess der Belohnungssysteme. Sie verstehen den Zusammenhang und die Abfolge der Belohnungssysteme. Sie kennen den Stand der Fachliteratur und gängige Best-Practice-Beispiele. Sie verstehen den Beitrag von Vergütung und Beurteilung zu Karriere und Privatleben. Sie kennen die Herausforderungen, denen sich das Personalmanagement aktuell gegenüberstellt (z. B. Integration älterer und Förderung weiblicher Mitarbeiter). Sie kennen unterschiedliche digitale Plattformen zur Abwicklung von Vergütung und Beurteilung sowie deren Verknüpfung.

Lehrinhalte

Das Modul deckt die Belohnungssysteme und neuere Herausforderungen des Personalmanagements ab. Zu den Belohnungssystemen gehören Personalbeurteilung und Personalvergütung, die neueren Herausforderungen umfassen u. a. den Umgang mit dem demografischen Wandel, Aspekte des Health Care Management und die Ausrichtung von Personalmanagementsystemen zur Erreichung einer verbesserten Work-Life-Balance.

Literatur

Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt;
 Stock-Homburg, Ruth/Groß, Matthias: Personalmanagement: Theorien - Konzepte - Instrumente, Gabler Verlag, Wiesbaden
 Dorozalla, Florian; Hegewald, Jann Christian: Personalmanagement und Mitarbeiterleistung, Springer Gabler, Wiesbaden
 Treier, Michael: Wirtschaftspsychologische Grundlagen für Personalmanagement, Springer Gabler, Wiesbaden

Lehrveranstaltungen

Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Dorozalla	HRM I	4

Modulbezeichnung	Human Resource Management II (HRM II)	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Management	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Kombination	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung	
Modulverantwortlicher	Dorozalla	
Qualifikationsziele Die Studierenden können eine Personalbedarfsplanung durchführen. Sie können die Personalgewinnung eines Unternehmens konzipieren, auch unter Verwendung digitaler Medien (z. B. Konzeption von Karriere-Webseiten, Gestaltung von Kanälen sozialer Medien). Sie können unterschiedliche Aspekte der Personalentwicklung für unterschiedliche Mitarbeitergruppen planen und anwenden. Sie können die Anwendung von Mitarbeiterflusssystemen kritisch diskutieren und bewerten sowie basierend auf unterschiedlichen Unternehmenskennzahlen digital verknüpfen. Sie können im Bereich der Personalfreisetzung unterschiedlichen Maßnahmen differenziert diskutieren sowie die gängigen Praktiken kritisch reflektieren. Sie können die organisatorische Aufstellung einer "modernen" Personalabteilung sowie deren stark Dienstleistungsgeprägte Rolle im Unternehmen einordnen sowie grundlegende IT-Strukturen der Personalarbeit integrieren. Die Studierenden kennen den Prozess der Mitarbeiterflusssysteme. Sie verstehen den Zusammenhang und die Abfolge der Mitarbeiterflusssysteme. Sie kennen den Stand der Fachliteratur und gängige Best-Practice-Beispiele. Sie verstehen den Beitrag einer HR-Organisation und kennen deren Befugnisse. Sie verstehen die Rolle der Digitalisierung im Rahmen von Personalarbeit sowie im Austausch mit anderen Unternehmensbereichen.		
Lehrinhalte Das Modul deckt die Mitarbeiterflusssysteme des Personalmanagements ab. Zu diesen gehören Personalbedarfsplanung, Personalgewinnung, Personalentwicklung und Personalfreisetzung. Jedes dieser Mitarbeiterflusssysteme wird explizit erläutert und vertieft, z. B. wird der gesamte Prozess der Personalgewinnung dargestellt und anhand von mehreren Praxisbeispielen vertieft. Daneben wird die strategische Komponente des Personalmanagements aufgezeigt, u. a. die Verknüpfung zur Gesamt- Unternehmensstrategie und der Aufbau einer HR-Organisation in Konzernen.		
Literatur Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt; Stock-Homburg, Ruth/Groß, Matthias: Personalmanagement: Theorien - Konzepte - Instrumente, Gabler Verlag, Wiesbaden Dorozalla, Florian: Strategisches Personalmanagement und demografischer Wandel, Springer Gabler, Wiesbaden Dorozalla, Florian; Hegewald, Jann Christian: Personalmanagement und Mitarbeiterleistung, Springer Gabler, Wiesbaden Treier, Michael: Wirtschaftspsychologische Grundlagen für Personalmanagement, Springer Gabler, Wiesbaden		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Dorozalla	HRM II	4

Modulbezeichnung	International Business Ethics	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	WPM (nach Bedarf)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Presentation of the topic for the coursework and coursework (written assignment)	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar, case studies, independent research, presentation, course-work (written assignment)	
Modulverantwortlicher	Alvares-Wegner	
Qualifikationsziele On successful completion of this module, students will <ul style="list-style-type: none">• gain basic knowledge pertaining to ethics and business ethics;• comprehend the international context of ethics;• be able to identify and assess key ethical issues that face modern businesses;• understand theories on business ethics, especially with the help of case studies;• be able to critically evaluate the processes entailed in the implementation of ethical thought in inter-national and multinational settings and of probable alternative approaches;• master the concept of corporate social responsibility (CSR);• interpret, analyse, evaluate and reflect international ethic topics critically;• demonstrate critical awareness and good skills in enforcing corporate governance;• learn to deal with the challenges of acting ethically in companies.		
Lehrinhalte Learning Outcomes/Content <ul style="list-style-type: none">• Ethical theories, limitations of ethical theories• Moral imperatives for global financial decisions• Cultural influence on business ethics• Corporate Social Responsibility (CSR)• The UN global compact principles in relation to human rights		
Literatur Basic and current literature on ethics and international business ethics. Textbooks that focus on theory or case studies and library resources such as the Journal of Business Ethics, Pearson International, Oxford University Press and Harvard Business Review		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Alvares-Wegner	International Business Ethics	4

Modulbezeichnung	International Business Ethics	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Management	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Presentation of the topic for the coursework and coursework (written assignment)	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar, case studies, independent research, presentation, course-work (written assignment)	
Modulverantwortlicher	Alvares-Wegner	
Qualifikationsziele On successful completion of this module, students will <ul style="list-style-type: none">• gain basic knowledge pertaining to ethics and business ethics;• comprehend the international context of ethics;• be able to identify and assess key ethical issues that face modern businesses;• understand theories on business ethics, especially with the help of case studies;• be able to critically evaluate the processes entailed in the implementation of ethical thought in inter-national and multinational settings and of probable alternative approaches;• master the concept of corporate social responsibility (CSR);• interpret, analyse, evaluate and reflect international ethic topics critically;• demonstrate critical awareness and good skills in enforcing corporate governance;• learn to deal with the challenges of acting ethically in companies.		
Lehrinhalte Learning Outcomes/Content <ul style="list-style-type: none">• Ethical theories, limitations of ethical theories• Moral imperatives for global financial decisions• Cultural influence on business ethics• Corporate Social Responsibility (CSR)• The UN global compact principles in relation to human rights		
Literatur Basic and current literature on ethics and international business ethics. Textbooks that focus on theory or case studies and library resources such as the Journal of Business Ethics, Pearson International, Oxford University Press and Harvard Business Review		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Alvares-Wegner	International Business Ethics	4

Modulbezeichnung	International Human Resource Management	
Semester (Häufigkeit)	4 (nach Bedarf)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Management	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	Keine	
Empf. Voraussetzungen	Keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS	
Prüfungsform und -dauer	Hausarbeit mit Referat	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar	
Modulverantwortlicher	Alvares-Wegner	
Qualifikationsziele 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		
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		
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		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Alvares-Wegner	International Human Resource Management	4

Modulbezeichnung	International Marketing (englisch)
Modulbezeichnung (eng.)	International Marketing (english)
Semester (Häufigkeit)	4 (nach Bedarf)
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Marketing
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut BPO)	
Empf. Voraussetzungen	Marketing
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP
Prüfungsform und -dauer	Presentation and written exam 1h
Lehr- und Lernmethoden	Lecture, Exercise class
Modulverantwortlicher	H. Hummels

Qualifikationsziele

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 customer behavior, methods of evaluating and selecting countries as target markets and entering new countries, as well as criteria to decide between standardization and differentiation of the marketing mix in foreign countries versus the home market.

Intercultural competences enable the students to analyze cultural differences and evaluate their effects on marketing decision making, e.g. applying models according to Hall and Hofstede. Both on their own and in expert teams, they are enabled to appraise and judge unknown issues in International Marketing (using the particularities of international market research) and 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. They are able to critically discuss international marketing issues and to expand their knowledge base independently and in a purposeful way.

Lehrinhalte

The module starts out with an investigation and discussion of the global economic environment which constitutes the general conditions 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.

Literatur

Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt;
 Doole, I./ Lowe, R./ Kenyon, A.: International Marketing Strategy. Cengage Learning, latest edition.;
 Ghauri, P./ Cateora, P.: International Marketing. McGrawHill, latest edition.;
 Hollensen, S.: Global Marketing. Pearson, latest edition.

Lehrveranstaltungen

Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
H. Hummels	International Marketing (englisch)	4

Modulbezeichnung	Internationale Rechnungslegung (IAS/IFRS)	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Accounting	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Klausur K2	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung	
Modulverantwortlicher	Henkel	
Qualifikationsziele Kompetenzziele: Können: Insbesondere erlernen die Studierenden die Fähigkeit einen IAS/IFRS-Abschluss zu erstellen und zu analysieren sowie die Unterschiede zu einem HGB-Abschluss zu erkennen. Wissen und Verstehen: Das Modul Internationale Rechnungslegungsstandards (IAS/IFRS) vermittelt vertiefte Kenntnisse über den IAS/IFRS-Abschluss. Insofern dient dieses Modul nicht nur der Vermittlung von Fachwissen, sondern auch der Entwicklung von analytischen Kompetenzen. Übergeordnetes Lernziel: Die Studierenden sind in der Lage, die wesentlichen internationalen Rechnungslegungsvorschriften IAS/IFRS selbständig anzuwenden.		
Lehrinhalte Das Modul Internationale Rechnungslegungsstandards IAS/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 IAS/IFRS und HGB Gegenstand der Lehrveranstaltung sein. Dazu wird den Studierenden ein Online-Tool zum eigenständigen Wiederholen der Inhalte zur Verfügung gestellt.		
Literatur Hauptliteratur: <ul style="list-style-type: none">• 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		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Henkel	Internationale Rechnungslegung (IAS/IFRS)	4

Modulbezeichnung	Konventionelle Energien	
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	Keine	
Empf. Voraussetzungen	Keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Klausur oder Präsentation	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar	
Modulverantwortlicher	Lehrbeauftragter	
Qualifikationsziele Das Modul Konventionelle Energien vermittelt die betriebswirtschaftlichen und insbesondere technischen Grundkenntnisse über die konventionellen Methoden der Energiegewinnung. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, die in Deutschland und Europa verbreiteten konventionellen Methoden der Energiegewinnung in technischer und betriebswirtschaftlicher aber auch in politischer und vor allem ökologischer Hinsicht beurteilen zu können.		
Lehrinhalte Grundlagen der Verbrennung: Brennstoffe; Brennwerttechnik; Abgase und Abgasreinigung, Aufbau von konventionellen Kraftwerken: Komponenten; Typen von Kraftwerken; Thermodynamische Beschreibung der Prozesse; Funktionale Beschreibung, Kraft-Wärmekopplung (KKW): Prinzip der KKW; Technische Umsetzung der KKW, Energiespeicher: u.A: Druckluft; Wasserstoff als Energieträger und Speicherung; Gasförmige Kohlenwasserstoffe und deren Speicherung; Speicherung von flüssigen und festen Energieträgern; Netze als Verteiler von Energie: Grundlagen Elektrische Verteilnetze; HGÜ - Leitungen; Wärmepumpentechnik: Funktionsprinzipien; Bestimmung der energetischen Effizienz; Abhängigkeitsfaktoren für die energetische Effizienz, Kältetechnik: Kompressionskälteprozesse; Absorptionskälteprozesse, Kernkraft: Technik; Risiken und Chancen; Status in Deutschland		
Literatur Jeweils aktuelle Auflage: Zahoransky, R. (Hrsg.): Energietechnik.; Kugeler, K. Philippen, P: Energietechnik. Technische, ökonomische und ökologische Grundlagen; Konstantin, P.: Praxisbuch Energiewirtschaft; Tiator, I.: Heizungsanlagen; Cerbe, G. Wilhelms, G.: Technische Thermodynamik; Cerbe, G.: Grundlagen Gastechnik; Heuck/Dettmann/Schulz: Elektrische Energieversorgung; Suttor, W.: Blockheizkraftwerke; Karlsruhe; Rummich, E.: Energiespeicher; Gellerich, W.: Akkumulatoren; Jarass, L., Obermair, G. Welchen Netzbau erfordert die Energiewende?		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Lehrbeauftragter	Konventionelle Energien	4

Modulbezeichnung	Konzernbesteuerung	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	4 (nach Bedarf)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul BaBWL: Wahlpflichtmodul Schwerpunkt Betriebliche Steuerlehre BaIBS: Wahlpflichtmodul BaWP: Wahlpflichtmodul	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Klausur K2	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar	
Modulverantwortlicher	Lenz	
Qualifikationsziele Kompetenzziele: Können: Die Studierenden können das steuerliche Zielsystem eines Konzerns sowie die Einfluss- und Gestaltungsfelder verstehen. Sie können die für eine Unternehmensgruppe relevanten steuerlichen und bilanziellen Normkreise anwenden. Sie können die Auswirkungen der Besteuerung auf die Konzernstruktur und auf Investitions- und Deinvestitionsentscheidungen im Konzern verstehen. Sie können den Einfluss der Besteuerung auf die Wertschöpfungskette im Konzern beurteilen. Sie können die Wirkungen internationaler Einflüsse auf die Steuerpolitik einschätzen. Wissen und Verstehen Die Studierenden kennen die für die Konzernbesteuerung wesentlichen deutschen Steuernormen sowie bilanziellen Vorschriften. Sie kennen die verschiedenen rechtlichen Erscheinungsformen eines Konzerns. Sie kennen die Organschaft als Konzept der Gruppenbesteuerung nach deutschen Ertragsteuerrecht. Sie kennen die steuerlichen Auswirkungen auf Änderungen in der Konzernstruktur. Sie kennen den Einfluss der EU auf die Konzern-Besteuerung. Sie kennen die wesentlichen Grundzüge in der Bilanzierung latenter Steuern im Konzernabschluss. Übergeordnetes Lernziel: Die Studierenden sind in der Lage, die Wirkungen der Besteuerung auf Konzerne und Unternehmenszusammenschlüsse zu beurteilen und zweckadäquate Strategien der Steuerpolitik und Steuerplanung zu entwickeln.		
Lehrinhalte Die Veranstaltung setzt sich eingehend mit den verschiedenen rechtlichen Erscheinungsformen von Konzernen und deren laufender und aperiodischer Besteuerung auseinander. Des Weiteren werden die Vorschriften des deutschen Umwandlungssteuerrechts in Grundzügen dargestellt, um die steuerlichen Folgen von Änderungen der Konzernstruktur erfassen zu können. Weiterhin geht die Veranstaltung auf den Einfluss der Besteuerung auf die Finanzierung und weiterer Aspekte der Wertschöpfungskette ein. Ebenso behandelt die Veranstaltung den Einfluss der EU auf die nationale Unternehmensbesteuerung. Schließlich geht die Veranstaltung auf die Bilanzierung latenter Steuern nach den Vorschriften der IAS 12 ein.		
Literatur Kessler/Kröner/Köhler, Konzernsteuerrecht.		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Lenz	Konzernbesteuerung	4

Modulbezeichnung	Konzernrechnungslegung	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Accounting	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Klausur K2	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung	
Modulverantwortlicher	Henkel	
Qualifikationsziele Kompetenzziele: Können: Insbesondere erlernen die Studierenden die Fähigkeit einen Konzernabschluss zu erstellen und zu analysieren, sowie die Unterschiede zu einem Einzelabschluss zu erkennen. Wissen und Verstehen: Das Modul Konzernrechnungslegung vermittelt vertiefte Kenntnisse über die Erstellung eines Konzernabschlusses. Insofern dient dieses Modul nicht nur der Vermittlung von Fachwissen, sondern auch der Entwicklung von analytischen Kompetenzen. Übergeordnetes Lernziel: Die Studierenden sind in der Lage, eine Konzernbilanzierung selbständig durchzuführen.		
Lehrinhalte Das Modul Konzernrechnungslegung umfasst folgende Teilbereiche: Grundlagen, Zwecke und Grundsätze, Pflicht zur Aufstellung, Abgrenzung des Konsolidierungskreises, Grundsatz der Einheitlichkeit, Vollkonsolidierung (Kapitalkonsolidierung, Schuldenkonsolidierung, Zwischenergebniseliminierung, Aufwands- und Ertragskonsolidierung, Quotenkonsolidierung, Equity-Methode, latente Steuern und weitere Berichterstattungspflichten. Zu weiten Teilen erfolgt die Vermittlung des Stoffes anhand praxisnaher Übungen. Darüber hinaus wird den Studierenden ein Online-Tool zum eigenständigen Wiederholen der Inhalte zur Verfügung gestellt.		
Literatur Hauptliteratur: <ul style="list-style-type: none">• Neuste Auflage: Baetge,Jörg/Kirsch, Hans-Jürgen/Thiele, Stefan: Konzernbilanzen, Düsseldorf• Neuste Auflage: Baetge,Jörg/Kirsch, Hans-Jürgen/Thiele, Stefan: Übungsbuch Konzernbilanzen, Düsseldorf Weitere Literatur (Auszug):• Neuste Auflage: Gräfer, Horst / Scheld, Guido A.: Grundzüge der Konzernrechnungslegung:- mit Fragen, Aufgaben und Lösungen, Berlin• Küting, Karlheinz / Weber, Claus-Peter: Der Konzernabschluss - Praxis der Konzernrechnungslegung nach HGB und IFRS, Stuttgart		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Henkel	Konzernrechnungslegung	4

Modulbezeichnung	Kosten- und Bereichscontrolling	
Modulbezeichnung (eng.)	Cost-Controlling and Functional Controlling	
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Finance and Controlling	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	Kostenrechnung	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP	
Prüfungsform und -dauer	K1 und Hausarbeit mit Referat	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung, Übung	
Modulverantwortlicher	Wilken	
Qualifikationsziele Das Kostencontrolling ist eine der Hauptaufgaben von Controllern in der betrieblichen Praxis. Dabei geht es um das Erkennen, Analysieren und nachhaltige Steuern von Kostenniveau, Kostenstruktur und Kostenverhalten. Das Modul bereitet ControllerInnen auf diese Aufgabe vor. Gleichzeitig werden die Studierenden auf Spezialaufgaben im Controlling vorbereitet, wie das Marketing-, Produktions- oder Logistikcontrolling. Kompetenzziele: Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, die Systeme der Kostenrechnung auf konkrete Problemstellungen dahingehend anwenden zu können, dass sie die aktuellen, in der Literatur diskutierten Instrumente und Verfahren des Kostenmanagements anwenden und ihren Einsatz in verschiedenen Problemsituationen planen, umsetzen und deren Ergebnisse bewerten können.		
Lehrinhalte Kostenrechnung: Plankostenrechnung, Prozesskostenrechnung Kostencontrolling: Target Costing, Product Life Cycle Costing, Benchmarking Bereichscontrolling: u.a. Vertriebscontrolling, Logistikcontrolling, Produktionscontrolling		
Literatur Schmidt, A.: Kostenrechnung; Götze, U.: Kostenrechnung und Kostenmanagement; Coenenberg, A. (Hrsg.): Kostenrechnung und Kostenanalyse; Kremin-Buch, B.: Strategisches Kostenmanagement; Schäffer, U.; Weber, J. (Hrsg.): Bereichscontrolling - Ein Semesterapparat steht in der Bibliothek zur Einsicht bereit.		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Wilken	Kosten- und Bereichscontrolling	4

Modulbezeichnung	Logistikcontrolling	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	5 (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Finance and Controlling	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Rechnerprüfung und Erstellen eines Templates	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung und Fallstudienbearbeitung am Rechner	
Modulverantwortlicher	Schulte	
Qualifikationsziele Der/die Studierende <ul style="list-style-type: none">• erkennt die Komplexität von Prognosen in diesem Bereich• kann verschiedene Programme einsetzen, wie das Tabellenkalkulationsprogramm MS EXCEL, die Präsentationssoftware MS Power Point und weitere Kommunikations- und Informationsprogramme.• kann betriebswirtschaftliche Analysen im Bereiche der Logistik durchführen• kann Probleme im Bereich des Supply-Chain-Managements lösen. Die Studierenden sind in der Lage, Aufgabenstellungen aus dem Logistik-Controlling mit Hilfe von MS EXCEL zu lösen. Sie können MS EXCEL als Planung-, Steuerungs- und Kontrollinstrument für die Logistik anwenden. Sie erlernen dabei neben den betriebswirtschaftlichen logistischen Fragestellungen auch vertiefte Kenntnisse in MS EXCEL.		
Lehrinhalte Die Veranstaltung behandelt spezielle Aufgabenstellungen der Logistik, Supply-Chain-Managements und des Logistikcontrollings und Supply-Chain-Controllings. Die Studierenden arbeiten mit Fallstudien. Sie erhalten die Fallstudien in schriftlicher Form und Templates, in die die Lösungen selbständig einzutragen sind. Anwendung der Methoden und Techniken der Kosten- und Leistungsrechnung im Bereich der Logistik und des Supply-Chain-Managements. Aufbau von Kennzahlensystemen in verschiedenen Bereichen (Industrie, Handel und Logistikanbietern) Schwerpunkte: <ul style="list-style-type: none">• Logistiksysteme (Einführung); - Beständemanagement; - Outsourcing und Make-or-Buy-Entscheidungen; - Optimale Bestellmengenrechnung; - E-procurement (Beschaffung mit dem Internet); - Eigenfertigung oder Fremdbezug; - ABC - Analyse; - Beschaffungskalkulation; - Prozesskostenrechnung; - Kennzahlensysteme; - Soll-Istvergleiche; - Target-Costing; - Benchmarking, An ausgewählten EXCEL-Funktionen werden u.a. vermittelt: WHAT-IF-Analysen, Zielwertsuche, Mehrfachoperation, Solver, Regressionsanalyse.		
Literatur Schulte, Gerd: Material- und Logistikmanagement, 2. Auflage, Oldenbourg-Verlag, München 2001		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Schulte	Logistikcontrolling	4

Modulbezeichnung	Management I (Personalführung)	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	5 (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Management	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	Keine	
Empf. Voraussetzungen	Keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Kombination	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung	
Modulverantwortlicher	Dorozalla	
Qualifikationsziele Kompetenzziele: Die Studierenden können die gängigen Führungskonzepte unterscheiden. Sie können bei unterschiedlichen Personen anhand zentraler Kriterien den jeweiligen Führungsstil identifizieren. Sie können sich adäquate Reaktionen auf unterschiedliche Führungssituationen anhand theoretischer Konzepte selbst erschließen. Sie können Instrumente der Mitarbeiter- und Teamführung unterscheiden und anwenden. Sie können Führungskonzepte auch auf einen digitalen Führungskontext anwenden. Sie können Herausforderungen der Digitalisierung durch Konzeption der Instrumente der Mitarbeiter- und Teamführung adressieren sowie deren Vorteile entsprechend integrieren. Die Studierenden kennen die historische Entwicklung von Führungsstilen und die dazugehörigen wissenschaftlichen Untersuchungen. Sie lernen sich selbst anhand gängiger Persönlichkeitstest besser kennen. Sie verstehen, dass unterschiedliche Situationen mit unterschiedlichen Führungsstilen einhergehen können. Sie verstehen den Unterschied von leistungs- und beziehungsorientierten Aspekten als Basis für eine Vielzahl von Führungsstilen. Die Studierenden sind in der Lage, Führungssituationen zu erkennen, zu analysieren und entsprechend zu handeln. Dies umfasst die Perspektiven von Mitarbeitenden mit und ohne Führungsverantwortung sowie im klassischen (in Präsenz) als auch im digitalen ("remote") Führungskontext.		
Lehrinhalte Das Modul deckt die Grundlagen der Mitarbeiter- und Teamführung ab. Dazu werden zunächst eigenschafts- und verhaltensorientierte sowie situative Ansätze der Mitarbeiterführung diskutiert. Darüber hinaus werden "neuere" Aspekte der Führung dargestellt, z. B. die Super-Leadership-Theory. Außerdem werden die am stärksten verbreiteten Instrumente der Mitarbeiterführung dargestellt. Im zweiten Teil - Teamführung - werden ebenfalls die hierfür relevanten theoretisch-konzeptionellen Ansätze aufgezeigt. Auch dieser Teil wird mit den häufigsten Instrumenten abgerundet, um den Praxis-transfer sicherzustellen.		
Literatur Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt; Stock-Homburg, Ruth: Personalmanagement: Theorien - Konzepte - Instrumente, Gabler Verlag, Wiesbaden		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Dorozalla	Management I (Personalführung)	4

Modulbezeichnung	Management II	
Modulbezeichnung (eng.)	Management II	
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Management	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Kombination	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung	
Modulverantwortlicher	Dorozalla	
Qualifikationsziele Das Modul Management II versetzt die Studierenden in die Lage, den Innovationsgrad eines Unternehmens zu analysieren sowie den Aufbau eines effizienten Innovationsmanagements durch einschlägige Methoden zu bewältigen. Die Studierenden können Produkt-, Dienstleistungs- sowie Prozessinnovationen voneinander abgrenzen. Dabei stehen insbesondere die Generierung neuen Wissens und deren Abgrenzung zu bestehenden Marktteilnehmern im Fokus. Hierdurch erhöhen die Studierenden ihre Analyse- und Reflexionsfähigkeiten und werden in die Lage versetzt, anwendungsorientierte sowie theoriebasierte Lösungen zu entwickeln.		
Lehrinhalte Diese Lehrveranstaltung führt in das Innovationsmanagement als zentralem Bestandteil zur Unterstützung von Wettbewerbsvorteilen ein. Dabei werden auch Aspekte der Unternehmensstrategie und des menschlichen Verhaltens integriert. Neben den unterschiedlichen Phasen und Elementen von Innovation liegt ein besonderer Augenmerk auf disruptiver Innovation. Es werden sowohl Kenntnisse über die theoretischen Hintergründe als insbesondere auch Methoden zur Analyse der Innovationsbasis von Unternehmen und seiner Steigerung vermittelt. Hierfür werden neben klassischen Präsentationen auch Fallstudien und praktische Übungen genutzt.		
Literatur Disselkamp (2012): Innovationsmanagement, 2. Auflage Gausemeier/Dumitrescu/Pfänder/Steffen/Thielemann (2019): Innovationen für die Märkte von morgen Hauschildt/Salomo/Schultz/ Kock (2016): Innovationsmanagement, 6. Auflage Tiberius/Rasche (2017): FinTechs - Disruptive Geschäftsmodelle im Finanzsektor		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Dorozalla	Management II	4

Modulbezeichnung	Marketing 4.0
Modulbezeichnung (eng.)	
Semester (Häufigkeit)	4 (nach Bedarf)
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt Marketing und Vertrieb
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut BPO)	Marketing Grundlagen
Empf. Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP
Prüfungsform und -dauer	K1 und Gruppenarbeit
Lehr- und Lernmethoden	Seminar
Modulverantwortlicher	U. Gündling

Qualifikationsziele

Im Modul Marketing 4.0 erhalten die Studierenden einen vollständigen Überblick über die Grundlagen des Marketing 4.0 sowie des damit eng verknüpften digitalen Marketings, seine wichtigsten Instrumente, Einsatzgebiete und Erfolgsfaktoren.

Die Studierenden können Marketingkonzepte im digitalen Zeitalter ganzheitlich entwickeln. Sie sind befähigt, eine Zielgruppenbildung auf Basis geeigneter Marktsegmentierungsansätze vorzunehmen. Sie beherrschen die Entwicklung von Kampagnen und die sinnvolle Auswahl geeigneter Instrumente. Sie können Texte im Sinne eines erfolgreichen schriftlichen Verkaufsgesprächs verfassen. Sie verstehen, wie die von Ihnen entwickelten Konzepte im Hinblick auf den Grad der Zielerreichung überwacht werden können.

Sie verstehen den Managementprozess als konzeptionellen Bezugsrahmen. Sie kennen die Grundlagen des Marketing 4.0, die damit verbundenen digitalen Prozesse und Instrumente, die Einsatzgebiete und Erfolgsfaktoren. Sie haben Verständnis um den Status quo der Forschung und die hierzu veröffentlichte Fachliteratur erworben. Sie wissen, wie erfolgreiche schriftliche Texte im Direktmarketing verfasst werden.

Lehrinhalte

Inhaltlich umfasst das Modul einen ersten Einblick in die Grundlagen, Möglichkeiten und Trends des Marketing 4.0 im digitalen Zeitalter. Dabei wird dargestellt, inwiefern das Internet, die sozialen Netzwerke und die Nutzung mobiler Endgeräte das Konsumverhalten beeinflussen und wie dieser Einfluss für erfolgreiches Marketing ausgeschöpft werden sollte. Neben den wichtigsten Grundregeln des digitalen Marketings und Direktmarketings werden die stärksten Online-Kanäle beleuchtet und eine konkrete Strategie zur erfolgreichen Umsetzung vorgestellt. Außerdem lernen die Studierenden Tools zur Auswahl der Kanäle sowie zur Erfolgsmessung der Strategien kennen.

Literatur

Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt;

Gündling, Christian: Letzter Aufruf Kundenorientierung, Gündling, Ute: Strategische Analyse und Handlungsempfehlungen für den Online-Handel der camel activefashionworld, in: Pepels, W. (Hrsg.),: Fallstudien zum Marketing, S. 429 - 450, Gündling, Ute: Grundlagen Database-Marketing, in: Erfolg durch Direktmarketing, Praxishandbuch für mittelständische Unternehmen im B-to-B, Neuwied, S. 1-23, Holland, Heinrich: Direktmarketing, Kreutzer, Ralf T.: Praxisorientiertes Online-Marketing, Kotler, Philip: Marketing 4.0, Scheier, Christian: Was Marken erfolgreich macht, Vögele, Siegfried: Dialogmethode: das Verkaufsgespräch per Brief und Antwortkarte

Lehrveranstaltungen

Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
U. Gündling	Marketing 4.0	4

Modulbezeichnung	Markt- und Kundenforschung	
Modulbezeichnung (eng.)	Market and Customer Research	
Semester (Häufigkeit)	5 (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Marketing	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	Statistik bzw. Quantitative Methoden I	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Hausarbeit	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung mit integrierten Übungen	
Modulverantwortlicher	Schwarz	
Qualifikationsziele Die Studierenden kennen die Grundlagen der Marktforschung und des Kundenbeziehungsmanagements. Sie sind in der Lage, sowohl einen eigenen Fragebogen zu entwickeln als auch ein Experiment durchzuführen. Sie können die erhobenen Daten deskriptiv auswerten und die Ergebnisse interpretieren. Weiter kennen Sie die wichtigsten Methoden des analytischen Kundenbeziehungsmanagement und deren Einsatzbereiche.		
Lehrinhalte Teil 1: Marktforschung Kapitel 1: Einführung Kapitel 2: Grundgesamtheit und Stichprobe Kapitel 3: Repräsentative Befragungen Kapitel 4: Längsschnittuntersuchungen Kapitel 5: Experimente und Tests Kapitel 6: Aufbau der Datenbasis und deskriptive Analysen Teil 2: Kundenforschung Kapitel 7: Analytisches Kundenbeziehungsmanagement		
Literatur Teil 1: Marktforschung Homburg, C., Marketingmanagement, Springer. Kreis, H.; Wildner, R.; Kuss, A., Marktforschung, Springer. Teil 2: Kundenforschung Hippner, H.; Hubrich, B.; Wilde, K. D. (Hrsg.). Grundlagen des CRM - Strategie, Geschäftsprozesse und IT-Unterstützung, Gabler. Kumar, V.; Reinartz; W., Customer Relationship Management, Springer.		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Schwarz	Markt- und Kundenforschung	4

Modulbezeichnung	Mergers and Acquisitions	
Modulbezeichnung (eng.)	Mergers and Acquisitions	
Semester (Häufigkeit)	4 (nach Bedarf)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Finance and Controlling	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	Keine	
Empf. Voraussetzungen	Keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Hausarbeit und Präsentation	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar	
Modulverantwortlicher	W. Portisch	
Qualifikationsziele Übergeordnetes Lernziel: Die Studierenden sind in der Lage den Ablauf von Fusionen und Übernahmen unter Einbeziehung der unterschiedlichen Stakeholdergruppen zu beurteilen. Die Veranstaltung ist auf 20 Studierende begrenzt. Können: Die Studierenden können die unterschiedlichen Bereiche, die bei Fusionen und Übernahmen betroffen sind erkennen. Sie kennen unterschiedliche Arten von Fusionen und Übernahmen aus wirtschaftlicher und rechtlicher Perspektive. Sie bewerten den Finanzierungsprozess bei Fusionen und Übernahmen ganzheitlich und nachhaltig. Sie erlernen mit Stakeholdergruppen sachgerecht zu kommunizieren und mit Fachvertretern zu diskutieren. Sie können Finanzinstrumente in Bezug auf ihre Eignung in einem spezifischen Kontext kritisch beurteilen. Wissen und Verstehen: Die Studierenden kennen den Prozess einer Fusion oder eine Übernahme. Sie verstehen die Finanzierung bei Fusionen und Übernahmen. Sie sind in der Lage den Nutzen von Fusionen und Übernahmen rechtlich und wirtschaftlich zu bewerten. Sie kennen den Stand der Fachliteratur und Forschung. Sie wissen die wichtigen Finanzinstrumente und einzusetzenden Anwendungstools. Sie können die Einstellungen der wichtigen Stakeholdergruppen im M&A-Prozess einschätzen.		
Lehrinhalte Fusionen und Übernahmen dienen unter anderem dazu, ein sprunghaftes Wachstum zu initiieren und neue Märkte zu erschließen. Insbesondere sollen Synergieeffekte realisiert werden, die den Unternehmenswert steigern. Herausgearbeitet sollen in dieser Veranstaltung die Rahmenbedingungen, die wichtigen Schritte sowie der Prozess von Fusionen und Übernahmen. Dazu werden zunächst die grundlegenden Begriffe geklärt und die Akteure beschrieben. Es folgen die strategische Planung, die Bewertung der Objekte, die rechtliche und finanzielle Dimension des Verhandlungsprozesses sowie die Erläuterung bedeutender Aktivitäten im Rahmen der Post Merger Integration. Ein besonderer Fokus liegt auf der finanzwirtschaftlichen Perspektive der Übernahme. Wichtige theoretische Grundlagen werden aus der Agency Theorie und dem Stakeholder Modell gezogen.		
Literatur Dreher/Ernst: Mergers & Acquisitions Glaum/Hutzschenreuter: Mergers & Acquisitions Jansen: Mergers & Acquisitions Picot: Handbuch Mergers & Acquisitions		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
W. Portisch	Mergers and Acquisitions	4

Modulbezeichnung	Operational Excellence / Lean Management	
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Operations Management	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	Keine	
Empf. Voraussetzungen	Keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Kombination	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung	
Modulverantwortlicher	Schleuter	
Qualifikationsziele Kompetenzziele: Können (instrumentale, systemische, kommunikative Kompetenz - Wissenserschließung) Die Studierenden können zwischen wertschöpfenden und nicht-wertschöpfenden Anteilen von indirekten und direkten Prozessen unterscheiden. Sie können beurteilen inwiefern Potentiale durch Optimierungen vorhanden sind. Sie können über Optimierungsansätze mit Produktionsverantwortlichen bzw. Fachvertretern diskutieren. Wissen und Verstehen (Wissenverbreiterung und Wissensvertiefung - Fachkompetenz): Die Studierenden werden befähigt Prozesse eines Unternehmens entlang der gesamten Wertschöpfungskette fokussiert auf die Anforderungen des Kunden darzustellen, zu bewerten und zu optimieren. Sie beherrschen ausgewählte Methoden des Lean Managements womit sie effiziente Materialflüsse und Informationsflüsse gestalten können.		
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 / Wertstromdesign / Lean 4.0 Die Studierenden erleben die Wirksamkeit der Konzepte des Lean Managements und konzipieren deren Einsatz selbst.		
Literatur Brunner, F.-J.; Japanische Erfolgskonzepte Ohno, T.; Das Toyota-Produktionssystem		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Schleuter	Operational Excellence / Lean Management	4

Modulbezeichnung	Operatives Marketing für KMU	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Marketing	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	Marketing Grundlagen	
Empf. Voraussetzungen	Keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP	
Prüfungsform und -dauer	K1 und Gruppenarbeit	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar	
Modulverantwortlicher	U. Gündling	
Qualifikationsziele Das Modul “Operatives Marketing für KMU“ versetzt die Studierenden in die Lage, ein Marketing-Konzept (mit Schwerpunkt auf der operativen Ebene) für Unternehmen, Organisationen und Privatkunden zu erarbeiten, instrumentell auszugestalten und umzusetzen. Die Studierenden können Kommunikationskonzepte ganzheitlich entwickeln. Sie sind in der Lage, die zur Zielerreichung sinnvollen Instrumente unter dem Effektivitätskriterium auszuwählen. Sie sind befähigt, das von Ihnen entwickelte Konzept zu implementieren. Sie können die von Ihnen entwickelten Konzepte im Hinblick auf den Grad der Zielerreichung überwachen. Sie kennen und verstehen den Management-Regelkreis als konzeptionellen Bezugsrahmen. Sie haben Wissen über die neuesten neuropsychologischen Erkenntnisse im Rahmen zielgerichteter Kommunikation erworben. Sie kennen den Status quo der Forschung und die hierzu veröffentlichte Fachliteratur. Sie wissen um die Besonderheiten im Marketing für KMU.		
Lehrinhalte Inhaltlich umfasst das Modul die Analyse, Planung, Auswahl und Ausgestaltung der bedeutendsten Instrumente im operativen Marketing von KMU. Strategische Analyseverfahren werden ebenso wie die Steuerungsgrößen des Markterfolges und die Entwicklung von Buyer Personas behandelt. Geeignete Medien werden definiert, zielgerechte Werbebotschaften verfasst und direkt auf ein von den Studierenden selbst gewähltes KMU umgesetzt.		
Literatur Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt; Becker, Jochen: Marketing-Konzeption: Grundlagen des zielstrategischen und operativen Marketing-Managements, Burmann, Christoph u.a.: Identitätsbasierte Markenführung, Wiesbaden, Scheier, Christian; Held, Dirk: Wie Werbung wirkt - Erkenntnisse des Neuromarketing, Freiburg, Scheier, Christian; Bayas-Linke, Dirk; Schneider, Johannes: Codes - die geheime Sprache der Produkte, Freiburg		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
U. Gündling	Operatives Marketing für KMU	4

Modulbezeichnung	Organisation I
Modulbezeichnung (eng.)	Organizational Design I
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Management
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut BPO)	
Empf. Voraussetzungen	Einführung in die Psychologie, Organisation und Personal
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP
Prüfungsform und -dauer	Klausur K2
Lehr- und Lernmethoden	Seminar
Modulverantwortlicher	Nolte

Qualifikationsziele

Studierende sind nach dieser Lehrveranstaltung in der Lage, Unternehmen (bzw. Unternehmensteile) effizienter und effektiver zu gestalten.

Die Studierende können Probleme einer aktuellen Unternehmensgestaltung erkennen und mit Hilfe gängiger Methoden der Organisationsanalyse untersuchen. Sie sind in der Lage, anhand vorgegebener Ziele Konzepte der zukünftigen Organisationsgestaltung zu entwickeln und so neue Lösungen zu finden, wobei ein besonderer Fokus auf die Chancen und Risiken durch Digitalisierung gelegt wird. Damit erwerben sie ein tieferes Verständnis der Methoden und betriebswirtschaftlicher Instrumente. Sie können Lösungen kommunizieren. Sie lernen, Zielkonflikte bei der Organisationsgestaltung zu erkennen und entsprechende Lösungen in Teamarbeit zu entwerfen. Studierende verstehen die Komplexität der organisatorischen Gestaltung und damit verbundene Zielkonflikte. Sie entwickeln die Fähigkeit, trotz vorhandener Zielkonflikte zufriedenstellende Lösungen zu entwerfen. Sie reflektieren ihre Rolle bei der Neugestaltung von Unternehmensteilen und entwickeln so ein professionelles Selbstverständnis. Sie verstehen die Möglichkeiten, aber auch Gefahren durch eine auf Digitalisierung beruhende Organisationsgestaltung - sowohl für das einzelne Individuum, das Unternehmen und die Gesellschaft als Ganzes.

Lehrinhalte

1. Grundlagen der Organisationsgestaltung (Transaktionskostenansatz, Notwendigkeit und Grenzen des Organisierens, Vernetztheit, Aufgabenanalyse)
2. Durchführen einer Ist-Analyse (gängige Methoden, wie z.B. Dokumentenanalyse, Beobachtung, Befragung, Messen & Zählen, kostenorientierte Verfahren)
3. Entwerfen eines Soll-Konzepts (z.B. Möglichkeiten durch Digitalisierung, Benchmarking, Kreativitätstechniken, praktische Relevanz von Theorie, Bewertung von Soll-Konzepten)
4. Einführung eines Soll-Konzepts (Änderungswiderstände, Change Management)

Literatur

Lernmaterialien werden auf einer Online-Plattform zur Verfügung gestellt. Jeweils in neuester Auflage: Bundesministerium des Innern / Bundesverwaltungsamt (Hrsg.) 2018. Handbuch für Organisationsuntersuchungen und Personalbedarfsermittlungen (online Verfügbar), Mayrhofer, Wolfgang 2010. Praxis der Organisationsanalyse: Anwendungsfelder und Methoden. Stuttgart, Nolte, Heike 1998. Organisation: Ressourcenorientierte Unternehmensgestaltung. München & Wien, Schmidt, Götz 2014. Organisation und Business Analysis: Methoden und Techniken. 15. Auflage. Wettenberg

Lehrveranstaltungen

Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Nolte	Organisation I	4

Modulbezeichnung	Organisation II
Modulbezeichnung (eng.)	Organizational Design II
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Management
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut BPO)	Pflichtveranstaltung "Organisation und Personal"
Empf. Voraussetzungen	Organisation I, Anwesenheitspflicht
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP
Prüfungsform und -dauer	Präsentation und Hausarbeit
Lehr- und Lernmethoden	Seminar
Modulverantwortlicher	Nolte

Qualifikationsziele

Die Studierenden erwerben die Kompetenz, Probleme in Organisationen zu identifizieren und innovative Entwicklungsmöglichkeiten zu erkennen und zu begleiten. Systemisches Denken erfahren die Studierenden sowohl bei der Problemidentifikation als auch bei der Entwicklung von Handlungsempfehlungen. Die Studierenden erlernen die Grundlagen von agilen Managementmethoden (SCRUM und/oder Design Thinking) und können anhand eines semesterbegleitenden Projekts diese Methode anwenden.

Lehrinhalte

Im Kern des Moduls "Organisation II" steht die Übertragung theoretisches Wissen in reale Unternehmen oder andere Arten von Organisationen durch kleine Projekte der Studierenden, wobei inhaltlicher Auslöser die Notwendigkeit von Innovation und die Fokussierung auf die Anwender- Nutzersicht ist. Agile Methoden und Design Thinking haben vieles mit Lean Prinzipien gemein. Der Wille sich kontinuierlich zu verändern und in Iterationen Dinge auszuprobieren, sie zu überprüfen und anzupassen sind in beiden Philosophien fest verankert. Die agile Bewegung rund um Scrum und Design Thinking versuchen, durch das Lösen von Problemen neue Ideen zu entwickeln. Ziel ist dabei, Lösungen zu finden, die aus Nutzersicht in der Organisation (customer-centric, user-centric) überzeugend sind. Die in der Lehrveranstaltung "Organisation I" kennen gelernten Instrumente der Organisationsanalyse (insb. Befragungen, Beobachtungen, Dokumentenanalyse, Workshops) werden angewendet, wodurch das Wissen und ihr Verständnis vertieft werden, insbesondere hinsichtlich der systemischen Zusammenhänge. Die Inhalte werden zu einem erheblichen Teil durch die Zusammenarbeit im Team und teilweise mit Unternehmen und anderen Organisationen anhand realer Probleme erarbeitet. Daher ist regelmäßige aktive Teilnahme erforderlich. Details zur Veranstaltung werden vor Beginn in einem Syllabus bekannt gegeben.

Literatur

jeweils in neuester Auflage:

Brown, Tim. (2008). Design Thinking. Harvard business review. 86. 84-92, 141.

Kolko, K. (2015). Design Thinking Comes of Age

Young, S. (2017): Stick with It: The Science of Lasting Behaviour

Alle Materialien werden als Downloadlink in der Veranstaltung zur Verfügung gestellt

Lehrveranstaltungen

Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
O. Passenheim	Organisation II	4

Modulbezeichnung	Praxisprojekt Finanzierung	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	5 (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Finance and Controlling	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	Keine	
Empf. Voraussetzungen	Keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Hausarbeit und Präsentation	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar	
Modulverantwortlicher	W. Portisch	
Qualifikationsziele Übergeordnetes Lernziel: Die Studierenden sind in die Lage ein (Praxis-) Projekt im Bereich der Finanzierung erfolgreich durchzuführen. Können: Die Studierenden können die Bedeutung von Umfragen im Bereich der Finanzierung erkennen. Sie können die Beurteilung von internen und externen Finanzierungsprojekten vornehmen. Sie sind in der Lage mit Stakeholdergruppen sachgerecht zu kommunizieren und mit Fachvertretern zu diskutieren. Sie können aktuelle Umfragen im Bereich der Finanzierung durchführen und auswerten. Sie können Ergebnisse aus aktuellen Spezialumfragen der Finanzierung interpretieren und für eigene Hypothesen heranziehen. Wissen und Verstehen: Die Studierenden kennen und verstehen Spezialprozesse im Rahmen der Finanzierung. Sie können einen Fragebogen auf der Basis von speziellen Fragestellungen erstellen. Sie sind in der Lage einen Fragebogen in der Finanzierung mit einer Statistiksoftware auszuwerten. Sie können die Ergebnisse aus einer Umfrage auswerten und für eine Veröffentlichung aufbereiten.		
Lehrinhalte Bearbeitet werden praktische Fragestellungen der Finanzierung, die einen aktuellen Bezug zur Theorie und Praxis haben. Versucht wird in Verbindung mit realwirtschaftlichen Unternehmen, Banken, Versicherern, Finanzdienstleistern und Finanzinstituten spezielle Fragestellungen im Rahmen von empirischen Untersuchungen zu bearbeiten und das Arbeitsergebnis auszuwerten und zu präsentieren.		
Literatur Portisch: Effiziente Sanierungsprozesse in Banken und Sparkassen, 1. Auflage Portisch: Effiziente Insolvenzprozesse in Banken und Sparkassen, 1. Auflage Portisch: Prozesshandbuch Sanierung, Abwicklung und Insolvenz, 2. Auflage Portisch: Controlling in Sanierung und Abwicklung, 3. Auflage		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
W. Portisch	Praxisprojekt Finanzierung	4

Modulbezeichnung	Projektarbeit - Marketing	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	5 (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Marketing	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	Marketing Grundlagen	
Empf. Voraussetzungen	Marketing Grundlagen	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BWB, BIBS, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Projektbericht und Präsentation	
Lehr- und Lernmethoden	Projekt	
Modulverantwortlicher	Hummels, Gündling	
Qualifikationsziele Die Studierenden werden befähigt, sich eigenständig und schnell vertieftes Wissen für unbekannte und komplexe Fragestellungen aus Marketing und Vertrieb und für die Projektabwicklung anzueignen. Dazu bedienen Sie sich eines breiten Spektrums an wissenschaftlichen Methoden für die Recherche, Wissensvertiefung, Analyse und Problemlösung. Sie definieren die notwendigen Arbeitsprozesse und gestalten diese selbstständig aus. Sie entwickeln neue Lösungen und wägen unterschiedliche Aspekte und Perspektiven gegeneinander ab. Sie vertreten Ihre Lösungsvorschläge gegenüber hochschulinter-nen und -externen Experten. Sie arbeiten in einem Expertenteam verantwortlich zusammen und ver-bessern dabei soziale und persönliche Kompetenzen wie Selbst- und Zeitmanagement, Team- und Konfliktfähigkeit und die Interaktion mit externen Kunden.		
Lehrinhalte Gegenstand des Moduls sind konkrete praktische Projektaufträge von Unternehmen von innerhalb und außerhalb der Region, die in Gruppen bearbeitet werden. Die Projektaufträge entstammen der gesamten Bandbreite von Marketingfragestellungen in unterschiedlichen Branchen und Unternehmen. Auf Basis einer strukturierten Recherche und Anwendung aktueller wissenschaftlicher Erkenntnisse zum Thema erfolgt die Erarbeitung von Lösungsalternativen und Handlungsempfehlungen. Dies erfolgt in enger Abstimmung mit den externen Auftraggebern, deren Grundlagen in einer gemeinsamen Auf-taktveranstaltung gelegt werden und deren Abschluss aus einer Präsentation beim Auftraggeber be-steht. Neben fachlichen Inhalten werden somit auch Kenntnisse im Projektmanagement angewandt und praktisch vertieft. Die Verantwortung für den Projekterfolg liegt bei den Studierenden.		
Literatur Kotler, P./ Keller, K.: Marketing-Management. Pearson, 14. Auflage, 2015. Niedereichholz: Unternehmensberatung Band 2: Auftragsdurchführung und Qualitätssicherung. Oldenbourg, 6. Auflage 2013. Fachliteratur je nach Themenschwerpunkt		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Hummels, Gündling	Projektarbeit - Marketing	4

Modulbezeichnung	Projektarbeit - Produktion	
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Operations Management	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	Keine	
Empf. Voraussetzungen	Keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Projektbericht und Präsentation	
Lehr- und Lernmethoden	Projekt	
Modulverantwortlicher	Lehrbeauftragter	
Qualifikationsziele Das Modul "Projektarbeit - Produktion" versetzt die Studierenden in die Lage, sich schnell und umfassend in Problem- und Aufgabenstellungen im Bereich Produktion, Logistik und Wirtschaftsinformatik, diese zu analysieren, Lösungsvorschläge unter Anwendung ihrer fachlichen Kenntnisse zu erarbeiten und ggf. auch umzusetzen. Dabei arbeiten Sie in einer festen Projektorganisation mit einem extern besetzten Lenkungsausschuss nach einem durch einen Coach unterstützten Meilenstein-Konzept, bei dem ein Double-Loup-Learning möglich wird. Die Studierenden lernen, die durch seminaristische Lehrformen vorgestellten Techniken, Methoden und Verfahren in konkreten praktischen Fällen anzuwenden und können zudem einschlägige Erfahrungen im Bereich Moderation und Diskussion sammeln. Weiterhin können Sie Ihre sozialen und persönlichen Kompetenzen einschätzen und bewerten. Sie verbessern ihre Team- und Konfliktfähigkeit und ihre Belastungsfähigkeit. Sie erwerben praktische Umsetzungserfahrungen im Projektmanagement und vertiefen die diesbezüglich vorhandenen Kenntnisse und Fähigkeiten.		
Lehrinhalte Die Inhalte des Moduls orientieren sich fachlich an den konkreten Aufgabenstellungen, die in den Projekten bearbeitet werden und sind insoweit nicht standardisierbar. Daneben werden Kenntnisse im Projektmanagement angewendet und vertieft. Hierbei helfen standardisierte Vorgehensmodelle, die in einer Projektdatenbank hinterlegt sind (Standard-Geschäftsprozesse). Die Projekte werden häufig in enger Zusammenarbeit mit den in der Region ansässigen kleineren und mittleren Unternehmen durchgeführt.		
Literatur Berndt, Bingel, Bittner: Tools im Problemlösungsprozess, aktuelle Auflage Niedereichholz: Unternehmensberatung I, aktuelle Auflage Niedereichholz: Unternehmensberatung II, aktuelle Auflage		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Lehrbeauftragter	Projektarbeit - Produktion	4

Modulbezeichnung	Projektmanagement	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	WPM (nach Bedarf)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)		
Empf. Voraussetzungen		
Verwendbarkeit	BIBA, BBW	
Prüfungsform und -dauer	Mündliche Präsentation und (oder) Hausarbeit und (oder) Portfolioprfung	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung, Projekt, Seminar	
Modulverantwortlicher	Schweizer	
Qualifikationsziele Erwerb des Verständnis über die Entwicklung des Projektmanagements vom hierarchischen Wasserfallmodell zum sachlich fokussierten agilen Denken. Wurzeln des agilen Projektmanagements im Lean Management/ Lean Thinking. Dokumentation von Projekten. Auswahl, Umgang und Einsatz von geeigneten digitalen Tools zur Unterstützung des Projektmanagements. Dokumentation, Zeit-, Ressourcenplanung in Projekten. Schwerpunkt im Modul ist die selbstständige Bearbeitung eines Projekts im Team unter Anwendung der agilen Methode Scrum (incl. Typischen Rollen/ Artefakten/ Meetings).		
Lehrinhalte Warum kommt es immer wieder zu Problemen in Projekten (aktuelle Beispiele Flughafen BER, Elbphilharmonie), Begriffsklärung und Abgrenzung "Was ist ein Projekt"/ "Was ist Projektmanagement"?, Ziele, Aufgaben und Anwendungen von Projekten, Das agile Manifest, Prinzipien und Ziele agiler Ansätze, Planung in agilen Ansätzen, Eigenschaften agiler Ansätze, Skalierung in agilen Ansätzen (z.B. Spotify-Modell), Agile Projektmanagement-Instrumente, Scrum, Praktische Anwendung von Scrum		
Literatur Lehrmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt Agiles Projektmanagement mit Scrum (Ken Schwaber)		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Schweizer	Projektmanagement	4

Modulbezeichnung	Projektmanagement	
Modulbezeichnung (eng.)	Project Management	
Semester (Häufigkeit)	WPM (nach Bedarf)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW	
Prüfungsform und -dauer	Hausarbeit und Präsentation	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar	
Modulverantwortlicher	Ihnen	
Qualifikationsziele Die Studierenden können die wichtigsten Begriffe, die Aufgaben und die Bedeutung des Projektmanagements und der Netzplantechnik erklären. Sie können die Aufgaben der Projektleitung aufzählen. Sie können Durchführbarkeitsuntersuchungen durchführen. Sie sind in der Lage, selbständig Projekte mit Hilfe einer geeigneten Software hinsichtlich der Zeiten, Kosten und Ressourcen zu planen, zu optimieren und zu überwachen. Bei Störungen im Projektverlauf können sie steuernd eingreifen.		
Lehrinhalte <ul style="list-style-type: none">• Grundlagen• Projektvorbereitung• Planung, Steuerung und Kontrolle von Projekten• Netzplantechnik• Softwaretool• Fallstudie		
Literatur Schwarze, J.: Projektmanagement mit Netzplantechnik, Herne, neueste Auflage Hirschhorn, P., Reister, S.: Microsoft Project, Das Handbuch, Köln, neueste Auflage		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Ihnen	Projektmanagement	4

Modulbezeichnung	Quantitative Methoden der Marktforschung mit R	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Marketing	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	Statistik	
Empf. Voraussetzungen		
Verwendbarkeit	BIBA, BBW	
Prüfungsform und -dauer	Hausarbeit	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung mit Übungen	
Modulverantwortlicher	Schwarz	
Qualifikationsziele Die Studierenden kennen die Grundlagen von R, insbesondere den Datenimport sowie verschiedene Methoden der Datenvorverarbeitung. Die Studierenden kennen die wichtigsten Verfahren der Inferenzstatistik sowie deren wichtigsten Anwendungsgebiete. Die Studierenden kennen die Voraussetzungen, unter denen die verschiedenen inferenzstatistischen Verfahren anwendbar sind. Die Studierenden wissen, wie sie zur Auswertung eines Datensatzes vorgehen müssen und kennen die dazu erforderlichen Schritte und Verfahren. Die Studierenden können die im Modul Statistik gelernten deskriptiven Verfahren mit R anwenden, um eigene deskriptive Analysen zur Zusammenfassung eines für die Marktforschung typischen Datensatzes zu erstellen. Die Studierenden können mit R grundlegende Verfahren der Inferenzstatistik unter Prüfung der Anwendungsvoraussetzungen anwenden.		
Lehrinhalte Einführung in R, Anwendung grundlegender Methoden der univariaten und bivariaten deskriptiven Statistik (Lage- und Streumaße, grafische Darstellungen von Verteilungen, Zusammenhangsanalysen kategorialer und metrischer Daten) in R. Grundlagen und Anwendung der wichtigsten statistischen Testverfahren (t-Test, ANOVA, lineare Regression, Chi-Quadrat-Test, Wilcoxon-Test) in R. Grundlagen und Anwendung der Faktorenanalyse zur Messung latenter Konstrukte.		
Literatur Lehrmaterialien werden über eine online-Plattform (bspw. Moodle) zur Verfügung gestellt. Darüber hinaus sind grundsätzlich alle Bücher mit einer Einführung in die Statistik mit R geeignet. Beispiele: Field, A./Miles, J./Field, Z.: Discovering Statistics Using R, London. Luhmann, M.: R für Einsteiger, Weinheim. Wollschläger, D.: Grundlagen der Datenanalyse mit R, Wiesbaden.		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Schwarz	Quantitative Methoden der Marktforschung mit R	4

Modulbezeichnung	Sonderbilanzen	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	5 (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Accounting	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Klausur K2	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar	
Modulverantwortlicher	Aertker	
Qualifikationsziele Kompetenzziele: Können: Die Studierenden können - auf Basis praxisnaher Fallstudien - diese besonderen Bilanzen aufstellen und zielgerichtet gestalten. Wissen und Verstehen: Die Studierenden kennen die Bilanzierungs- und Bewertungsvorschriften für Gründungs- und Umwandlungsbilanzen sowie die rechtlichen Vorschriften für Überschuldung, Sanierung und Liquidation von Unternehmen. Übergeordnetes Lernziel: Die Studierenden lernen die Eigenschaften besonderer, insbesondere im Leben eines Unternehmens einmalig zu erstellender, Bilanzen kennen.		
Lehrinhalte Das Modul umfasst die Bilanzierungs- und Bewertungsvorschriften, die bei Gründung, Umwandlung, Überschuldung und Sanierung sowie Liquidation für das Unternehmen von Bedeutung sind. Die Vermittlung des Stoffgebietes erfolgt anhand von praxisnahen Übungen.		
Literatur Förschle/Deubert: Sonderbilanzen, C.H.Beck, jeweils neueste Auflage		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Aertker	Sonderbilanzen	4

Modulbezeichnung	Sonderprobleme des Rechnungs- und Prüfungswesens	
Semester (Häufigkeit)	4 (nach Bedarf)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Accounting	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	Keine	
Empf. Voraussetzungen	Keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Kombination H+P/R	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar	
Modulverantwortlicher	Henkel	
Qualifikationsziele Kompetenzziele: Können: Die Studierenden analysieren und bewerten spezielle Problemstellungen des Rechnungs- und Prüfungswesens und nehmen in wissenschaftlicher Form zu diesen Themen Stellung. Wissen und Verstehen: Die Studierenden erwerben einerseits Kenntnisse über aktuell in der Literatur diskutierte Fragestellungen, sowie andererseits über Themen, die auf Grund ihrer besonderen Problematik einer vertieften Würdigung bedürfen. Übergeordnetes Lernziel: Die Studierenden sind in der Lage spezielle, aktuelle Problemstellungen des Rechnungs- und Prüfungswesens selbständig zu analysieren und zu bewerten.		
Lehrinhalte Die angesprochenen Themen werden laufend aktualisiert. Zu den derzeit diskutierten Themen zählen u.a. Finanzinstrumente (IFRS 9), Umsatzerlöse (IFRS 15), Leasing (IFRS 16), Bilanzrichtlinie-Umsetzungsgesetz (BilRuG), Berichtspflichten nichtfinanzieller Informationen, Alternative Performance-Kennzahlen, Niedrige/negative Zinsen: Auswirkungen auf die Bilanzierung; Jährliche IFRS-Verbesserungen (ab Zyklus 2012-2014); Bedeutung des Gendergesetz für die Berichterstattung; Reform der Abschlussprüfung (Abschlussprüfungsreformgesetz, Abschlussprüferaufsichtsreformgesetz).		
Literatur Hauptliteratur: Fachzeitschriften (alphabetisch), u.a.: <ul style="list-style-type: none">• Der Betrieb (DB)• Die Wirtschaftsprüfung (WPg)• Zeitschrift für internationale Rechnungslegung (IRZ)• Zeitschrift für internationale und kapitalmarktorientierte Rechnungslegung (KoR) Fachbücher: Siehe Literaturhinweise zu den anderen Rechnungswesen-Modulen: Auditing, Bilanzanalyse, Bilanzielles Rechnungswesen, Bilanzierung von Finanzinstrumenten, Financial Instruments Accounting, Handelsrechtlicher Jahresabschluss, Internationale Rechnungslegung (IAS/IFRS), Konzernrechnungslegung, Sonderbilanzen.		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Henkel	Sonderprobleme des Rechnungs-und Prüfungswesens	4

Modulbezeichnung	Strategisches und operatives Controlling	
Semester (Häufigkeit)	5 (nach Bedarf)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Finance and Controlling	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	Keine	
Empf. Voraussetzungen	Kostenrechnung	
Verwendbarkeit	BIBA, BIBS, BBW	
Prüfungsform und -dauer	Klausur 2 h	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung, Übung	
Modulverantwortlicher	Wilken	
Qualifikationsziele Controller/innen unterstützen das Management bei seinen Führungsaufgaben. Hierfür müssen Sie ein umfassendes Controlling-Verständnis besitzen und die wesentlichen Instrumente beherrschen. Dieses Modul bereitet Controller/innen auf diese wichtige Aufgabe im Unternehmen vor. Es vermittelt das grundlegende Verständnis und die wesentlichen Kenntnisse über das strategische und operative Controlling Kompetenzziele: Das Modul strategisches und operatives Controlling hat zum Ziel, die grundlegenden Kenntnisse des Controllings zu vermitteln. Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, die Methoden und Instrumente des Controllings auf konkrete Problemstellungen anwenden zu können. Sie sollen das Controlling im Hinblick auf andere Elemente des Führungssystems eines Unternehmens einordnen können. Sie sollen in der Lage sein, bestehende Controlling-Systeme zu analysieren und Gestaltungsvorschläge für deren Ausgestaltung zu machen. Die Vermittlung von Fachkompetenzen steht im Vordergrund; soziale Kompetenzen werden Sozialkompetenzen sind für ControllerInnen außerordentlich wichtig und sind daher Gegenstand der Lehrveranstaltung. Sie werden zudem - genau wie Methodenkompetenzen - durch spezielle Übungsformen behandelt.		
Lehrinhalte Grundlagen des Controlling (Aufgaben, Funktionen, Rolle des Controllers) Strategisches Controlling (Wesen und Aufgaben, Portfolio-Methode) Langfristig operatives Controlling (Balanced Scorecard, Wertorientierte Unternehmensführung) Kurzfristig Operatives Controlling (Planung, Budgetierung, Entscheidungsrechnungen, Abweichungsanalysen) Übergreifende Aufgaben des Controlling (Berichtswesen, Kennzahlen, Risikomanagement, Verrechnungspreise)		
Literatur Jeweils neueste Auflage: Weber, J.; Schäffer, U.: Einführung in das Controlling Fischer / Möller / Schultze: Controlling Brühl: Controlling Horvath / Gleich / Seiter: Controlling Schmidt: Kostenrechnung		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Wilken	Strategisches und operatives Controlling	4

Modulbezeichnung	Umsatzsteuer	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Klausur K2	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar	
Modulverantwortlicher	Lenz	
Qualifikationsziele Kompetenzziele: Können: Die Studierenden können umsatzsteuerrechtlich relevante Geschäftsvorfälle erkennen. Sie können die steuerlichen Folgen von Lieferungen, sonstigen Leistungen und innergemeinschaftlichen Erwerben im Inland beurteilen. Sie können komplexe Geschäftsvorfälle in einzelne, getrennt zu beurteilende Einzelsachverhalte zerlegen. Sie können mit Mandanten bzw. anderen Unternehmensabteilungen sachgerecht und zielgruppenorientiert kommunizieren. Sie können die Möglichkeiten zum Vorsteuerabzug aus Eingangsleistungen analysieren. Sie können den diversen gesetzlich vorgeschriebenen Erklärungspflichten selbständig nachkommen. Wissen und Verstehen: Die Studierenden kennen die Vorschriften zur Steuerpflicht von Ausgangsumsätzen sowie zum Vorsteuerabzug. Sie verstehen die Konzeption des Umsatzsteuergesetzes vor dem Hintergrund der Mehrwertsteuer-Systemrichtlinie. Sie kennen das Besteuerungsverfahren sowie die Erklärungspflichten von Unternehmern. Sie kennen die Verlautbarungen der Finanzverwaltung sowie der Rechtsprechung. Übergeordnetes Lernziel: Die Studierenden lernen, umsatzsteuerliche Problembereiche zu erkennen und zielgerichtete Lösungsansätze zu entwickeln.		
Lehrinhalte Hinsichtlich der Ausgangsleistungen wird auf die Steuerbarkeit, mögliche Steuerbefreiungen, die Bemessungsgrundlage, den Steuersatz, die Steuerentstehung, Steuerschuldnerschaft und das Besteuerungsverfahren eingegangen. Des Weiteren werden die Vorschriften zum Vorsteuerabzug, der Berichtigung des Vorsteuerabzugs sowie der einzelnen Erklärungspflichten besprochen. Ergänzend werden die Vorschriften zum innergemeinschaftlichen Erwerb sowie zu umsatzsteuerlichen Spezialregelungen erläutert. Die Veranstaltung wird durch zahlreiche Übungsaufgaben ergänzt.		
Literatur Kortschak, Lehrbuch Umsatzsteuer. Tipke/Lang, Steuerrecht.		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Lenz	Umsatzsteuer	4

Modulbezeichnung	Unternehmensbewertung	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Accounting	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Klausur K2	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung	
Modulverantwortlicher	Henkel	
Qualifikationsziele Kompetenzziele: Können: Die Studierenden können die verschiedenen Bewertungsmethoden voneinander abgrenzen und die jeweiligen Vor- und Nachteile abgrenzen. Sie können die erlernten Methoden anhand von Beispielen anwenden. Sie können Verfahren in Bezug auf Ihre Eignung in einem spezifischen Kontext kritisch beurteilen Wissen und Verstehen: Die Studierenden kennen die verschiedenen Ansätze und Methoden zur Unternehmensbewertungen. Sie kennen den Stand der Fachliteratur und Forschung. Übergeordnetes Lernziel: Den Studierenden werden unterschiedlichen Theorien und Praxisansätze zur Bewertung von Unternehmen vermittelt und sie sind in der Lage diese anzuwenden.		
Lehrinhalte Es werden die verschiedenen Bewertungsverfahren vorgestellt inklusive der entsprechenden Grundprinzipien. Es werden unterschiedliche Aspekte der Unternehmensbewertung (u.a. regulatorisch, steuerlich, rechnungslegungsbezogen) beleuchtet. Die Veranstaltung wird begleitet durch eine Vielzahl von Praxisfallstudien.		
Literatur Hauptliteratur: Drukarczyk, Jochen/Schüler, Andreas: Unternehmensbewertung, 7. Aufl., München 2016. Ballwieser, Wolfgang: Unternehmensbewertung: Prozess, Methoden und Probleme, 4. Aufl., Stuttgart 2013. Damodaran, Aswath : Applied Corporate Finance, John Wiley & Sons; Auflage: 3 (26. März 2010)		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Henkel	Unternehmensbewertung	4

Modulbezeichnung	Unternehmensfinanzierung	
Modulbezeichnung (eng.)	Corporate Finance	
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Finance and Controlling	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	Keine	
Empf. Voraussetzungen	Keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Klausur 2,0 h oder Hausarbeit	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar	
Modulverantwortlicher	W. Portisch	
Qualifikationsziele Übergeordnetes Lernziel: Die Studierenden sind in die Lage Unternehmensfinanzierungen unterschiedlicher Größe und Komplexität mit externer Unterstützung aus Sicht unterschiedlicher betroffener Stakeholdergruppen zu beurteilen. Können: 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 erlernen mit Stakeholdergruppen sachgerecht zu kommunizieren und mit Fachvertretern zu diskutieren. Sie können Finanzinstrumente in Bezug auf ihre Eignung in einem spezifischen Kontext kritisch beurteilen. Wissen und Verstehen: Die Studierenden kennen den Prozess des Finanzierens mit externer Unterstützung. Sie verstehen den Finanzierungsprozess in Unternehmen ganzheitlich und zielbezogen. Sie kennen den aktuellen Stand der Fachliteratur und Forschung. Sie wissen wichtige Finanzinstrumente und Reportingtools der Unternehmensfinanzierung. Sie kennen die Stakeholdergruppen im Finanzierungsprozess und können ihre Ziele einschätzen.		
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.		
Literatur Portisch: Finanzierung im Unternehmenslebenszyklus Wolf/Hill/Pfaue: Strukturierte Finanzierungen		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
W. Portisch	Unternehmensfinanzierung	4

Modulbezeichnung	Vertrieb	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	5 (nach Bedarf)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Marketing	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	Keine	
Empf. Voraussetzungen	Marketing	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Mündliche Präsentation und Klausur 1h	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung, Übung	
Modulverantwortlicher	Hummels	
Qualifikationsziele Ziel des Moduls ist, den Studierenden eine praxisorientierte und strukturierte, weil am Sales Funnel orientierte, Vorgehensweise im Außendienstvertrieb komplexer Güter zu vermitteln. Aufbauend auf den Grundlagen des kundenorientierten Marketings kennen die Studierenden die wesentlichen strategischen und Aufgaben von Vertriebsbeauftragten im Außendienst, wie z.B. die wertorientierte Kundenklassifizierung oder die fragenbasierte Verkaufsgesprächsführung. Sie können dabei insbesondere ihr eigene Perspektive von der ihrer Kunden unterscheiden. Die Studierenden können die erlernten Modelle in Praxis anwenden und sind befähigt, in neuartigen Situationen Lösungen zu erarbeiten, z.B. Strukturierung und Priorisierung des Kundenangangs über eine Planungsperiode, zielorientierte Führung von Verkaufsgesprächen mit Neukunden oder kritische Gespräche mit Bestandskunden.		
Lehrinhalte Inhaltlich werden die Bereiche Kundenidentifikation und -klassifizierung, Kontaktplanung und -management, Verkaufsgesprächsplanung, -durchführung und -nachbereitung sowie Kundennachbetreuung behandelt. Die Inhalte werden mittels Fallstudien, Rollen- und Planspielen sowie der Verwendung eines realen CRM-Systems auf die Praxis bezogen, simuliert und geübt.		
Literatur Lernmaterialien werden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt; Literaturliste mit Auszügen aus anerkannten Lehrbüchern und Fachartikeln; Basis: Winkelmann, P.: Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung. Vahlen, 4. Auflage, 2008; Biesel, H./ Hame, H.: Vertrieb und Marketing in der digitalen Welt, SpringerGabler, aktuelle Auflage; Scheed, B./ Scherer, P.: Strategisches Vertriebsmanagement, SpringerGabler, aktuelle Auflage; Purle, E./ Steimer, S./ Hamel, M.: Toolbox für den B2B-Vertrieb, Schäffer-Poeschel, aktuelle Auflage.		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Hummels	Vertrieb	4

Modulbezeichnung	Volkswirtschaftspolitik	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	WPM (nach Bedarf)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)		
Empf. Voraussetzungen	Mikro- und Makroökonomie	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW	
Prüfungsform und -dauer	Klausur maximal 2h; alternativ: Referat/Hausarbeit oder Kombination Hausarbeit/Referat mit Klausur 1h	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung und Übungen	
Modulverantwortlicher	Osbild	
Qualifikationsziele Das Modul Volkswirtschaftspolitik dient der Erarbeitung der Grundlagen der Theorie der Wirtschaftspolitik. Darauf aufbauend sind die Studenten jG in der Lage, praktische Wirtschaftspolitik zu analysieren und kritisch zu hinterfragen im Hinblick auf Volkswirtschaft und Unternehmen. Sie können die Bedeutung politischer wirtschaftlicher Maßnahmen für ihr Unternehmen einordnen, verstehen und praktische Handlungsanweisungen erarbeiten.		
Lehrinhalte Gründe für staatliche Aktivitäten in Marktwirtschaften, Verhaltensweisen von Trägern und Lobbyisten (in) der Wirtschaftspolitik. Wählerverhalten aus Sicht der ökonomischen Theorie der Politik. Wirtschaftssysteme mit Betrachtung der Wettbewerbsordnung vs. staatlich gelenkte Systeme. Exemplarische Betrachtung verschiedener Bereiche der Wirtschaftspolitik (bspw. Fiskal- und Geldpolitik, Arbeitsmarktpolitik, Umwelt- und Außenwirtschaftspolitik, Verteilungsgerechtigkeit) im Hinblick auf Marktversagen, Staatsversagen,		
Literatur Skript: Prof. Dr. Reiner Osbild, jeweils aktuelle Fassung, ersatzweise Skript des jeweiligen Dozenten. Klump R., Wirtschaftspolitik, Pearson 2006. Weimann J., Wirtschaftspolitik, Springer 1996. Mankiw, G.N., M. Taylor: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, jeweils aktuelle Auflage.		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Osbild, Klaus	Volkswirtschaftspolitik	4

Modulbezeichnung	Wertpapiermanagement	
Modulbezeichnung (eng.)	Portfolio Management	
Semester (Häufigkeit)	5 (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Schwerpunkt International Finance and Controlling	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)	Keine	
Empf. Voraussetzungen	Keine	
Verwendbarkeit	BIBA, BBW, BIBS, BWP	
Prüfungsform und -dauer	Klausur 2,0 h oder Hausarbeit	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar	
Modulverantwortlicher	W. Portisch	
Qualifikationsziele Übergeordnetes Lernziel: Die Studierenden sind in die Lage den Anlageprozess in Aktien, Anleihen und Derivaten mit externer Unterstützung aus Sicht unterschiedlicher betroffener Stakeholdergruppen im Rahmen der Asset Allocation zu beurteilen. Können: Die Studierenden können die wichtigen Faktoren im Anlageprozess erkennen. Sie können die Beurteilung von komplexen Anlageinstrumenten vornehmen. Sie sind in der Lage den Anlageprozess anhand kritischer Meilensteine zu überwachen. Sie können mit Stakeholdergruppen sachgerecht kommunizieren und mit Fachvertretern diskutieren. Sie beurteilen Instrumente in Bezug auf ihre Eignung in einem spezifischen Kontext kritisch. Wissen und Verstehen: Die Studierenden kennen den Anlageprozess aus Sicht der Rendite, des Risikos und der Liquidität. Sie verstehen den Sanierungsprozess ganzheitlich und anhand der rechtlichen Vorgaben. Sie wissen den Stand der Fachliteratur und Forschung. Sie kennen wichtige Anlageinstrumente und können deren inhärente Risiken beurteilen. Sie verstehen die theoretischen Grundlagen zur Bewertung unterschiedlicher Finanzinstrumente.		
Lehrinhalte Die Veranstaltung Wertpapiermanagement befasst sich mit der Analyse von Aktien, Anleihen und Optionen. Dazu werden verschiedene Bewertungsmodelle zur Beurteilung dieser Auswahlentscheidung bei diesen Finanzinstrumenten untersucht. Im Vordergrund steht die Bewertung im Portfoliozusammenhang. Des Weiteren werden Absicherungskonzepte mit Optionen untersucht. Anschließend wird der Prozess der Asset Allocation im Rahmen des professionellen Fondsmanagements betrachtet. Die Bewertung wird in Bezug zur aktuellen Lage an den Börsen gesetzt. Mit einem Börsenplanspiel werden die Theoriekenntnisse angewendet.		
Literatur Shefrin: Börsenerfolg mit Behavioral Finance Spremann: Portfoliomanagement Steiner/Bruns: Wertpapier-Management Steiner/Uhlir: Wertpapieranalyse		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
W. Portisch	Wertpapiermanagement	4

Modulbezeichnung	Wirtschaftsrecht	
Semester (Häufigkeit)	WPM (nach Bedarf)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)		
Empf. Voraussetzungen		
Verwendbarkeit	BIBA, BBW	
Prüfungsform und -dauer	Klausur 2h	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung, Übung	
Modulverantwortlicher	Vogel	
Qualifikationsziele Das Modul Wirtschaftsrecht vermittelt den Studierenden die für eine erfolgreiche Berufspraxis erforderlichen Kenntnisse im Wirtschaftsrecht. Neben der Vermittlung von Fachkompetenzen steht die Entwicklung von analytischen Kompetenzen im Vordergrund.		
Lehrinhalte Das Modul befasst sich mit den wirtschaftsrechtlichen Grundlagen des unternehmerischen Handelns. Insbesondere werden die für die Unternehmenspraxis bedeutsamen Bereiche des Arbeits-, Gesellschafts- oder Wettbewerbsrechts exemplarisch und anwendungsorientiert behandelt.		
Literatur Ausgewählte Lehrbücher zum Arbeits- Gesellschafts- und Wettbewerbsrecht		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Vogel, Schlappa	Wirtschaftsrecht	4