



MODULHANDBUCH

DUALER BACHELORSTUDIENGANG **BETRIEBSWIRTSCHAFTSLEHRE**

INHALT

Studienstruktur	3	SEMESTER 6	
Hinweise zu den Vorlesungszeiten	4	Unternehmensführung	60
Niveau der Sprachmodule	5	Workshop BWL II: Führungskompetenz.....	62
SEMESTER 1		Workshop BWL II: Visualisierung und Präsentation von Informationen	64
Grundlagen BWL	6	Digitale Wirtschaft.....	66
Grundzüge des Rechnungswesens.....	8	Option II.....	68
Methodik, Systematik & Präsentation.....	10	Praxismodul II zur Unternehmensführung.....	70
Mathematik	12	SEMESTER 7	
Studium Integrale I	14	Business Planning	72
SEMESTER 2		Internationales Management.....	74
Personalmanagement & Organisation.....	16	Bachelorarbeit	76
Kosten- & Leistungsrechnung	18	Praxismodul III.....	78
Recht I (Grundlagen des Vertragsrechts)	20	STUDIUM INTEGRALE	
Projektmanagement	22	Verhandlungsführung (Studium Integrale).....	80
Englisch I	24	Journalistische Grundlagen (Studium Integrale).....	82
Englisch I	26	Organisationspsychologie (Studium Integrale).....	84
Studium Integrale II.....	27	Industrie- und Betriebssoziologie (Studium Integrale) ..	86
SEMESTER 3		Grundlagen der Medientechnik (Studium Integrale)....	89
Materialwirtschaft, Logistik & Produktion	29	ECDL (Studium Integrale).....	93
Investition & Finanzierung	31	Spanisch I – A1.1 (Studium Integrale)	95
Recht II (Verträge & Unternehmensrecht)	33	Spanisch II: Allgemein- und Wirtschaftssprache (Studium Integrale)	97
Statistik.....	35	Sozialkompetenz I: Selbstmanagement (Studium Integrale)	99
Englisch II.....	37		
Englisch II.....	39		
SEMESTER 4			
Marketing	40		
Steuern	42		
Unternehmen & IT.....	43		
Mikroökonomie	45		
Statistisches Forschungsprojekt.....	47		
SEMESTER 5			
Workshop BWL I: Unternehmenssimulation	49		
Jahresabschluss.....	52		
Option I.....	54		
Makroökonomie.....	56		
Praxismodul I	58		

STUDIENSTRUKTUR

STUDIENSTRUKTUR: BWL dual B.Sc.

SEMESTER 7 25ECTS/9SWS	Business Planning 5 ECTS/3 SWS	Internationales Management 5 ECTS/3 SWS	Bachelorarbeit 10 ECTS/2 SWS		Praxismodul III 5 ECTS/1 SWS	
SEMESTER 6 30ECTS/14SWS	Unternehmensführung 5 ECTS/3 SWS	Workshop BWL II 5 ECTS/3 SWS	Digitale Wirtschaft 5 ECTS/3 SWS	Option II 5 ECTS/4 SWS	Praxismodul II zur Unternehmensführung 10 ECTS/1 SWS	
SEMESTER 5 30ECTS/15SWS	Workshop BWL I: Unternehmenssimulation 5 ECTS/3 SWS	Jahresabschluss 5 ECTS/3 SWS	Option I 5 ECTS/4 SWS	Makroökonomie 5 ECTS/4 SWS	Praxismodul I 10 ECTS/1 SWS	
SEMESTER 4 25ECTS/14SWS	Marketing 5 ECTS/3 SWS	Steuern 5 ECTS/3 SWS	Unternehmen & IT 5 ECTS/3 SWS	Mikroökonomie 5 ECTS/4 SWS	Statistisches Forschungsprojekt 5 ECTS/1 SWS	
SEMESTER 3 22ECTS/15SWS	Materialwirtschaft, Logistik & Produktion 5 ECTS/3 SWS	Investition & Finanzierung 5 ECTS/3 SWS	Recht II (Verträge & Unternehmensrecht) 5 ECTS/3 SWS	Statistik 5 ECTS/4 SWS	Englisch II 2 ECTS/ 2 SWS	
SEMESTER 2 25ECTS/15SWS	Personalmanagement & Organisation 5 ECTS/3 SWS	Kosten- & Leistungsrechnung 5 ECTS/3 SWS	Recht I (Grundlagen des Vertragsrechts) 5 ECTS/3 SWS	Projektmanagement 5 ECTS/2 SWS	Englisch I 2 ECTS/ 2 SWS	Studium Integrale II 3 ECTS/ 2 SWS
SEMESTER 1 23ECTS/13SWS	Einführung in die BWL (inkl. Planspiel) 5 ECTS/2 SWS	Grundzüge des Rechnungswesens 5 ECTS/2 SWS	Methodik, Systematik & Präsentation 5 ECTS/3 SWS	Mathematik 5 ECTS/4 SWS	Studium Integrale I 3 ECTS/ 2 SWS	
TOTAL 180ECTS/95SWS			UNTERNEHMENSBEZOGENE MODULE	WAHLMODULE	PFLICHTMODULE	

HINWEISE ZU DEN VORLESUNGSZEITEN

In den Semestern 1 bis 4 sowie 7 finden die Vorlesungen im dualen Studiengang BWL grundsätzlich an einem Halbtage „unter der Woche“ von 13:30 bis 20:15 Uhr (gruppenabhängig am Dienstagnachmittag oder Donnerstagnachmittag) sowie samstags von 8:15 bis 15:15 Uhr statt.

Abweichende Vorlesungszeiten haben Sie während des Besuchs der Optionen in den Semestern 5 und 6. Zusammen mit den Studierenden der Vollzeitstudiengänge besuchen Sie dann mindestens zwei Optionen, die Sie aus einem breiten Angebot wählen können. Die Optionen finden zu unterschiedlichen Zeiten statt. Wann die von Ihnen präferierten Optionen stattfinden, erfahren Sie jeweils vor der Wahl der Optionen.

Entsprechend werden Sie im 5. und 6. Semester nur bis zum Vollzeitvorlesungsbeginn die gewohnten Vorlesungszeiten am Dienstag- bzw. Donnerstagnachmittag und Samstag haben. Mit Beginn der Optionen (ca. 1. Oktober bzw. 15. März) finden für Sie keine Vorlesungen am Dienstag- bzw. Donnerstagnachmittag statt, so dass Sie weiterhin nur einen Halbtage und den Samstag an der Hochschule sein „müssen“.

NIVEAU DER SPRACHMODULE

	Bachelor	
Sprache	Einstiegsniveau	Zielniveau
Englisch I & II	B1+	C1
Spanisch I & II	A1	B1
Französisch I & II	A1	B1

SEMESTER 1					
GRUNDLAGEN BWL					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	1	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Anna Rosinus					
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße	
	Grundlagen BWL	30 h	95 h	40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Die Studierenden kennen die grundlegenden Ziele und Zielkonflikte, die zentralen Grundbegriffe sowie die wichtigsten Methoden, Ansätze und Zusammenhänge in der BWL. Sie verstehen die Studieninhalte des Fachs und haben einen Überblick über die verschiedenen Funktionsbereiche der Wertschöpfungskette erlangt. Sie lernen dabei auch mögliche spätere Berufstätigkeiten als Betriebswirt kennen.</p> <p>Die Studierenden können abstrakte betriebswirtschaftlicher Modelle sowie betriebswirtschaftliche Ziele und Zusammenhänge, wie z.B. die Rolle des Gewinns, erklären und kritisch analysieren. Sie kennen die zentralen Grundbegriffe der verschiedenen Funktionsbereiche und können Abhängigkeiten und Schnittstellen zu anderen Bereichen benennen und erläutern. Sie haben gelernt, die Vor- und Nachteile verschiedener betriebswirtschaftlicher Ansätze zu bewerten und grundlegende Instrumente wie z.B. eine Nutzwertanalyse anzuwenden. Sie erkennen und verstehen die konstitutiven Entscheidungen in einem Unternehmen, insbesondere Fragen der Rechtsform- und Standortwahl, und haben anhand von Beispielen gelernt, diese zu lösen.</p> <p>Im Rahmen des Planspiels wenden die Studierenden das erlangte Wissen über die verschiedenen betrieblichen Funktionsbereiche an: Sie identifizieren, analysieren und bewerten die Abhängigkeiten verschiedener betriebswirtschaftlicher Fragestellungen sowie treffen und begründen komplexe Entscheidungen zu beispielsweise Investitions-, Produktions- und Marketingplanung.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Durch das Thematisieren sämtlicher Funktionen der Wertschöpfungskette im Rahmen der Vorlesung sowie die integrative Entscheidungsfindung im Rahmen des Planspiels erlangen die Studierenden eine breite Kenntnis des Fachs Betriebswirtschaftslehre. Durch die begleitenden Übungen erhalten die Studierenden tiefgehende Kompetenzen in grundlegenden betriebswirtschaftlichen Methoden.</p> <p>Die Studierenden schulen durch die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltungen ihr Selbstmanagement. Durch das Planspiel entwickeln Sie Team-, Konflikt- und Entscheidungsfähigkeit.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die BWL im System der Wissenschaften: Geschichte, Aufbau und Abgrenzung des Fachs • Konstitutive Unternehmensentscheidungen: Wahl von Unternehmensgegenstand, Rechtsform und Standort • 2nd part of the lecture, taught in English language: The different functional areas such as Material management, operations, marketing, Human resources, as well as Management and Leadership • Planspiel (TopSim) 				

4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil mit integriertem Unternehmensplanspiel.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>/</p>
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur, inkl. Frage zum Planspiel (90 Minuten).</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5 von 150 Credits</p>
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Thommen/Achleitner. Allgemeine Betriebswirtschaft. Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht</p> <p>Wöhe/Döring: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre</p> <p>Bardmann: Grundlagen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre</p> <p>Straub: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>

GRUNDZÜGE DES RECHNUNGSWESENS					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	1	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Wöbbeking					
1	Lehrveranstaltung Grundzüge des Rechnungswesens	Kontaktzeit 30 h	Selbststudium 95 h	Geplante Gruppengröße 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Die Studierenden kennen die theoretischen Grundlagen, Funktionsweisen, Begriffe und rechtlichen Rahmenbedingungen des Rechnungswesens. Sie verstehen dessen Einordnung in das unternehmerische Umfeld und lernen das buchhalterische System sowie die Buchungstechnik kennen. Hierbei verstehen sie die grundlegenden Buchungsvorgänge, von der Eröffnungs- zur Schlussbilanz und können das Wissen für grundlegende Buchungen selbst anwenden. Die Studierenden erlernen grundlegende Kenntnisse über Bilanz sowie Gewinn- und Verlustrechnung (GuV) als elementare Bestandteile des Jahresabschlusses eines Unternehmens. Sie beherrschen die zentralen unternehmerischen Zielgrößen „Erfolg“ und „Liquidität“ und können die Zusammenhänge zwischen Erfolgs-, Finanz- und Bilanzrechnung erklären und interpretieren. Zielgrößen unter Verwendung der erarbeiteten Buchführungs Kompetenzen in Fallstudien können die Studierenden ermitteln und interpretieren.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden schulen durch die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltungen ihr Selbstmanagement. Sie entwickeln durch die Bearbeitung von Fallstudien zum Rechnungswesen in Kleingruppen ihre Team-, Konflikt- und Entscheidungsfähigkeit.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Grundlagen des betrieblichen Rechnungswesens (Das Unternehmen; Zielsystem von Unternehmen; Unternehmen als funktionales System; Das betriebliche Rechnungswesen; Teilbereiche (extern/intern); Begriffliches Instrumentarium; Wesentliche rechtliche Rahmenbedingungen)</p> <p>Buchführung (Inventur, Inventar, Bilanz; Bestandskonten; Kontenrahmen, Kontenplan; Erfolgskonten; Gewinn- und Verlustrechnung; Berücksichtigung von Steuern; Privatentnahme und Privateinlagen; Anschaffung von Anlagegegenständen; Abschreibungen im Sachanlagebereich; Jahresabschluss)</p> <p>Grundlagen zur integrierten Erfolgs-, Finanz- und Bilanzrechnung (Erfolg und Liquidität als zentrale unternehmerische Zielgrößen; Erfolgsrechnung, Erfolgsanalyse, Kapitalflussrechnung, Finanzplan, Grundstrukturen und Ablauf der integrierten Erfolgs-, Finanz- und Bilanzplanung; Fallstudie)</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung / Übung im seminaristischen Stil.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>/</p>				

6	Regelungen zur Präsenz /
7	Prüfungsart und -umfang Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (90 Minuten).
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) /
10	Stellenwert der Note für die Endnote 5 von 150 Credits
11	Sonstige Informationen / Literatur Coenenberg, A. G. u.a., Einführung in das Rechnungswesen, Stuttgart (Schäffer-Poeschel) Döring, U., Buchholz, R.: Buchhaltung und Jahresabschluss, Berlin (Erich Schmidt Verlag) Koeder, K. W., Schmorleiz, W: Jahresabschluss, Stuttgart (UTB) Schierenbeck, H., Wöhle, C. B.: Grundzüge der Betriebswirtschaft, Berlin (DeGruyter-Oldenbourg) Schmolke, M., Deitermann, S.: Industrielles Rechnungswesen, Braunschweig (Winklers) Jeweils neueste Auflage.

METHODIK, SYSTEMATIK & PRÄSENTATION

Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	1	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Maria Strobel					
1	Lehrveranstaltung Methodik, Systematik & Präsentation	Kontaktzeit 45 h	Selbststudium 80 h	Geplante Gruppengröße 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Die Studierenden kennen verschiedene Lerntypen und können sich als Lerntyp selbst einschätzen. Sie kennen verschiedene Lernstrategien und Techniken zur Selbstorganisation und können die für sie geeigneten auswählen und anwenden, um Stress im Studium zu verringern.</p> <p>Sie können verschiedene Formen wissenschaftlicher Fragestellungen differenzieren und Konsequenzen für die Bearbeitung erkennen. Sie sind mit gängigen Verfahren der Literaturrecherche vertraut. Den Prozess der Bearbeitung wissenschaftlicher Problemstellungen verstehen sie und können ihn gestalten (Material sammeln, strukturieren, argumentieren, redigieren).</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, komplizierte Sachverhalte einfach und prägnant darzustellen. Sie lernen Techniken des Redigierens kennen sowie anwenden und können konstruktiv Kritik üben.</p> <p>Zur formalienkonformen Text- und Präsentationserstellung nutzen sie Programme, mit denen sie sich vertraut gemacht haben.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden können eigenverantwortlich lernen und ihre Zeit sinnvoll einteilen, um Lernstress im Studium zu vermeiden. Sie sind in der Lage, eigenständig zu einem Themenbereich eine wissenschaftliche Fragestellung zu entwickeln und mit Hilfe geeigneter Literatur zu beantworten oder eigene Lösungsansätze zu entwickeln und umzusetzen.</p> <p>Die Studierenden trainieren und verbessern durch die Recherche und Vorbereitung der verschiedenen Übungen ihr Selbstmanagement. In der Gruppe sammeln sie Erfahrungen in Präsentationssituationen und verbessern dadurch gleichzeitig auch Rhetorik und Sprachfähigkeiten. Sie stärken durch Gruppenarbeiten ihre Teamfähigkeit und bei entsprechender Zusammensetzung auch die interkulturellen Kompetenzen. Gleichzeitig verfeinern sie durch die Diskussionsphasen und die Beurteilung der Ergebnisse ihre Konflikt- und Kritikfähigkeit sowie ihre Empathie.</p> <p>Durch den Einsatz von Medien bei verschiedenen Aufgaben sowie die kritische Analyse der Ergebnisse entwickeln und fördern sie ihre Methodenkompetenz.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selbst-/Zeitmanagement • Team Building/Projektmanagement-Grundlagen/Konfliktmanagement • Themenstrukturierung, Forschungsfragen, Hypothesen • Literaturrecherche 				

	<ul style="list-style-type: none"> • Schreiben und Arbeiten mit Texten, Argumentation • Wissenschaftliches Schreiben mit Word • Kreativitätstechniken • Präsentieren/Visualisieren • Präsentationen
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt. Der Übungsanteil beträgt ca. 50%.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>/</p>
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>Die Teilnahme an den Vorlesungen ist verpflichtend, es wird eine Anwesenheitskontrolle durchgeführt. Bei mehr als zwei versäumten Vorlesungen muss eine zusätzliche mündliche Prüfung über den Stoff der Vorlesung absolviert werden, die bestanden werden muss.</p>
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>4 Assignments bestehend aus Literaturliste (15%), Exposé (15%), Präsentation (30%), Fachartikel (40%)</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5 von 150 Credits</p>
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Balzert, Helmut; Schröder, Marion; Schäfer, Christian (2011): Wissenschaftliches Arbeiten, 2. Auflage 2011. Herrmann, M. et al.: Schlüsselkompetenz Argumentation, UTB, Paderborn, 2011. Hug, T., Poscheschnik, G.: Empirisch forschen, UTB, Wien, 2010. Kornmeier, M.: Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht, 4. Auflage, UTB, Bern, 2011. Kurse, O.: Lesen und Schreiben, UTB, Wien, 2010. Niedermaier, K.: Recherchieren und Dokumentieren, UTB, Wien, 2010. Püschel, E.: Selbstmanagement und Zeitplanung, UTB, Paderborn, 2010.</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>

MATHEMATIK					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	1	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Sebastian Schlütter					
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße	
	Mathematik	60 h	65 h	40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Die Studierenden kennen die grundlegenden Techniken und Methoden der linearen Algebra und Analysis und können diese erklären und anwenden. Grundlegende Formeln der Finanzmathematik können sie erläutern und anwenden.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden erwerben insbesondere die Fähigkeit, betriebswirtschaftliche Problemstellungen mit mathematischen Methoden zu formulieren und zu lösen. Sie eignen sich somit Fertigkeiten an, analytisch fundierte Entscheidungen zu treffen und zu begründen.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mathematische Grundlagen • Wirtschaftswissenschaftliche Anwendungen von Methoden der Analysis einschließlich der Optimierung • Wirtschaftswissenschaftliche Anwendungen linearer Gleichungssysteme • Finanzmathematische Verfahren 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung / Übung im seminaristischen Stil.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>/</p>				
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>				
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (90 Minuten).</p>				
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>				
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>				
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5 von 150 Credits</p>				

11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Holland, Heinrich / Doris Holland: Mathematik im Betrieb, Gabler, (Wiesbaden) Schwarze, Jochen: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, nwb (Herne, Berlin) Sydsaeter, Knut / Peter Hammond: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Pearson (München) Tietze, Jürgen: Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik, vieweg (Wiesbaden)</p> <p>Jeweils neuste Auflage.</p>
----	--

STUDIUM INTEGRALE I					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	75 h	3	1	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Sven Fischbach					
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße	
	Studium Integrale I	30 h	45 h	25 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Das Studium Integrale stellt ein Wahlpflichtangebot dar und dient der Allgemein- bzw. Sprachbildung der Studierenden. Neben der wissenschaftlichen Grundausbildung in Betriebswirtschaftslehre erlernen die Studierenden hier – je nach Wahl – Fremdsprachen, vertiefen diese, bauen Sozialkompetenzen aus und/oder erwerben Studierkompetenzen.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Das breite Spektrum an Wahlmöglichkeiten fordert von den Studierenden Entscheidungskompetenz. Analysieren persönlicher Fertigkeiten und Vorstellungen, Zielgerichtetes Handeln und konsequentes Umsetzen der eigenen Entscheidungen werden so entwickelt bzw. gefördert. Je nach Wahl werden Sozial-, Studier- oder Sprachkompetenzen gefördert.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Den Studierenden stehen Wahlpflichtangebote aus folgenden Bereichen zur Verfügung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sprachen • Kultur • Angewandte Informationstechnik • Sozialkompetenz 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltungen im seminaristischen Stil.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>/</p>				
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>				
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Abhängig vom gewählten Studium Integrale. Die Prüfungsmodalitäten der einzelnen Wahlpflichtangebote sind in den individuellen Modulbeschreibungen am Ende des Modulhandbuch hinterlegt.</p>				
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>				
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>B.Sc. Betriebswirtschaftslehre</p>				

10	Stellenwert der Note für die Endnote 2 von 150 Credits
11	Sonstige Informationen / Literatur Siehe hierzu individuelle Modulbeschreibungen am Ende des Modulhandbuchs.

SEMESTER 2					
PERSONALMANAGEMENT & ORGANISATION					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	2	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Rüdiger Nagel					
1	Lehrveranstaltung Personalmanagement & Organisation	Kontaktzeit 45 h	Selbststudium 80 h	Geplante Gruppengröße 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Die Studierenden erhalten einen Überblick über die betrieblichen Bereiche Personalmanagement und Organisation. Sie kennen und verstehen die grundlegenden Begriffe. Sie wissen um die wichtigsten Funktionen und Gestaltungsbereiche des Personalmanagements im Unternehmen. Sie kennen Grundlagen der Aufbau-, Ablauf- und Prozessorganisation sowie exemplarisch Methoden des Personalmanagements und der Organisation.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>In dieser Lehrveranstaltung steht vor allem das Selbstmanagement im Vordergrund. Die Studierenden erlernen den kritischen Umgang mit wissenschaftlichen Materialien und erwerben Kenntnisse zur Strukturierung der eigenen Aktivitäten im Studium und zur zielorientierten Konzeption von Inhalten.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das Personalmanagement • Personalbeschaffung, Personalauswahl • Personalwirtschaft • Personalentwicklung und Führung • Aufbau-, Ablauf- und Prozessorganisation • Methoden des Organisierens 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung / Übung im seminaristischen Stil.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Besuch des Moduls Einführung in die BWL (inkl. Planspiel)</p>				
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>				
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (90 Minuten).</p>				
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>				

9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) /
10	Stellenwert der Note für die Endnote 5 von 150 Credits
11	Sonstige Informationen / Literatur Jung, H.: Personalwirtschaft, München (Oldenbourg) Oechsler, W. A.: Personal und Arbeit, München (Oldenbourg) Scholz, C.: Personalmanagement, München (Vahlen) Jeweils neueste Auflage. Weitere Hinweise zur Literatur werden im Syllabus bekannt gegeben.

KOSTEN- & LEISTUNGSRECHNUNG					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	2	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Sven Fischbach					
1	Lehrveranstaltung Kosten- & Leistungsrechnung	Kontaktzeit 45 h	Selbststudium 80 h	Geplante Gruppengröße 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Die Studierenden kennen die grundlegenden Begriffe der Kosten- und Leistungsrechnung und können den Ablauf der Kosten- und Leistungsrechnung beschreiben. Sie kennen die Teilbereiche und Systeme der Kosten- und Leistungsrechnung und können wesentliche Gemeinsamkeiten und Unterschiede erläutern. Herstell- und Selbstkosten von Kostenträgern sowie Deckungsbeiträge mit geeigneten Verfahren wissen die Studierenden zu berechnen und die Ergebnisse angemessen zu bewerten. Sie sind in der Lage, das Instrumentarium der Kosten- und Leistungsrechnung für grundlegende betriebliche Fragestellungen als Informations-, Entscheidungs- und Kontrollinstrument zu nutzen.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Ihre fachliche und methodische Kompetenz bauen die Studierenden unter anderem damit aus, für komplexere Fälle in Gruppenarbeiten Lösungsoptionen unter Rückgriff auf die theoretischen Grundlagen zu entwickeln, zu bewerten und die ausgewählte Lösung überzeugend zu begründen und zu präsentieren. Dadurch verbessern sie ihre Fähigkeiten, sich arbeitsteilig in einem Team zu organisieren und gemeinsam Fragestellungen zu lösen.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundstrukturen des internen Rechnungswesens • Kostenartenrechnung • Kostenstellenrechnung • Kostenträgerstückrechnung (Kalkulation) und Kostenträgerzeitrechnung • Teilkostenrechnung • Plankostenrechnung 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung / Übung im seminaristischen Stil.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Teilnahme am Modul Grundzüge des Rechnungswesens</p>				
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>				
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (90 Minuten).</p>				
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>				

9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) /
10	Stellenwert der Note für die Endnote 5 von 150 Credits
11	Sonstige Informationen / Literatur Coenberg, Adolf G. / Fischer, Thomas M.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, Stuttgart (Schäffer Poeschel) Deimel, K., Isemann, R., Müller, S.: Kosten- und Erlösrechnung, München (Pearson Studium) Fischbach, S.: Grundlagen der Kostenrechnung, München (Vahlen) Freidank, C. Chr., Fischbach, S.: Übungen zur Kostenrechnung, München (Oldenbourg Verlag) Hummel, S., Männel, W.: Kostenrechnung 1, Heidelberg (Springer Gabler) Hummel, S., Männel, W.: Kostenrechnung 2, Heidelberg (Springer Gabler) Jeweils neueste Auflage.

RECHT I (GRUNDLAGEN DES VERTRAGSRECHTS)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	2	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Colin R. Nerenberg					
1	Lehrveranstaltung Recht I (Grundlagen des Vertragsrechts)	Kontaktzeit 45 h	Selbststudium 80 h	Geplante Gruppengröße 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Die Studierenden verfügen über anwendungsorientiertes Grundlagenwissen auf wirtschaftsrelevanten Gebieten des Privatrechts und sind in der Lage, rechtliche Probleme und Konflikte der wirtschaftlichen Praxis zu erfassen, einfachere Fragestellungen und Fallgestaltungen selbstständig zu beurteilen und praxisgerechte Lösungen zu entwickeln. Die Studierenden können die Methodik der juristischen Falllösung anwenden und Lösungen im Gutachtenstil formulieren.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Durch systematisches Erarbeiten von Fallbeispielen, schulen die Studierenden ihre Analyse- und Problemlösungskompetenz.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Begriffe und Rechtsquellen des Wirtschaftsprivatrechts (WPR) (Aufgaben der Rechtsordnung, Rechtssystem, WPR als Teil des Privatrechts, Leitlinien des WPR, Methodik der Rechtsanwendung) • Personen und Gegenstände des Rechtsverkehrs (natürliche Personen, juristische Personen, Rechtsobjekte) • Willenserklärung und Vertrag (Begriff und Einteilung der Rechtsgeschäfte, Willenserklärung, Auslegung von Rechtsgeschäften, Form des Rechtsgeschäfts, bedingte und befristete Rechtsgeschäfte, Vertragsschluss) • Mängel beim Rechtsgeschäft (Arten der Unwirksamkeit eines Rechtsgeschäfts, Mängel in der Person, Willensvorbehalte, Anfechtung einer Willenserklärung, unzulässige Rechtsgeschäfte, Verstoß gegen Formvorschriften) • Stellvertretung (Stellvertretung nach bürgerlichem Recht) • Fristen und Verjährung • Inhalt vertraglicher Schuldverhältnisse (System des Schuldrechts, Leistungspflichten, Art und Weise der Leistung) • Allgemeine Geschäftsbedingungen (Notwendigkeit der AGB-Kontrolle, Anwendungsbereich der AGB-Vorschriften, Einbeziehung der AGB in den Vertrag, Auslegung von AGB, Rechtsfolgen bei Nichteinbeziehung und Unwirksamkeit, Inhaltskontrolle von AGB) • Schadenersatzpflicht (Arten des Schadenersatzanspruchs, Art und Umfang des Schadenausgleichs, Kausalität des Schadens) • Leistungsstörungen (System der Leistungsstörungen, Pflichtverletzung als zentraler Haftungstatbestand, Rechtsfolgen der Pflichtverletzung, Unmöglichkeit, Schuldnerverzug, Schlechtleistung, Gläubigerverzug, Anpassung und vorzeitige Beendigung von Verträgen) 				

	<ul style="list-style-type: none"> • Beendigung von Schuldverhältnissen (Erfüllung, Hinterlegung, Aufrechnung, sonstige Beendigungsgründe, Rücktritt, Kündigung und Widerruf) • Kaufverträge und Veräußerungsgeschäfte (Wesen und Inhalt, Gefahrübergang, Mängelhaftung)
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung / Übung im seminaristischen Stil.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>/</p>
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (90 Minuten).</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5 von 150 Credits</p>
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Führich, Ernst, Wirtschaftsprivatrecht, Verlag Franz Vahlen, München Führich, Ernst / Werdan Ingrid, Wirtschaftsprivatrecht in Fällen und Fragen, Verlag Fanz Vahlen, München Material der Lehrenden.</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>

PROJEKTMANAGEMENT					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	2	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Sibylle Kunz					
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße	
	Projektmanagement	30 h	95h	40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Die Studierenden sind mit typischen Herausforderungen in Projekten und im Projektmanagement vertraut. Sie können Projektumfang und entsprechende Ziele identifizieren und spezifizieren, Projektphasen definieren und gewinnen einen Überblick über verschiedene Projektierungsmethoden. Darüber hinaus sind die Studierenden mit zusätzlichen Tools wie Risikoanalyse und Stakeholder Management vertraut und wissen, wie sie umzusetzen sind.</p> <p>Sie können gängige Software-Tools wie Microsoft Project verwenden, um Planungsaufgaben zu lösen. Die Studierenden kennen die üblichen Projektmanagement-Standards.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Durch Vermittlung von Planungs- und Managementtechniken werden sie befähigt, kleinere Projekte selbst zu leiten oder in größeren Projekten Managementfunktionen wahrzunehmen.</p> <p>Im Rahmen von Projektmanagement definieren die Studierenden in Kleingruppen ein fiktives Projekt, das sie realitätsnah planen. Präsentationsfähigkeiten üben sie u.a. bei der Präsentation der Projekte. Medienkompetenz wird durch die Nutzung verschiedener Programme intensiv trainiert.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung: Projekt und Projektmanagement • Projektmodelle (z. B. Prince2), Agile Ansätze • Management und Koordination von Projekten, Projektrollen und Organisation • Phasen und Aufgaben im Projektmanagement • Definition von Zielen und Stakeholder-Management • Projektplanung, Methoden, Projektstrukturpläne • Aufgabenplanung, Ressourcen- und Kostenplanung, Zeit-/Netzpläne • Projekt Controlling, Earned Value Analysis • Risikomanagement • Schlüsselfaktoren für den Projekterfolg 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Kombination aus Vorlesung (60%) und Übung mit Workshop-Charakter.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>/</p>				

6	Regelungen zur Präsenz Anwesenheitspflicht bei ausgewählten Veranstaltungsterminen.
7	Prüfungsart und -umfang Definition und Planung eines Projekts in Teams, Projektbericht (60%) einschließlich Präsentation (40%).
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) /
10	Stellenwert der Note für die Endnote 5 von 150 Credits
11	Sonstige Informationen / Literatur Deutsch: Schelle, Heinz: Projekte zum Erfolg führen, dtv Beck Patzak, G, Rattay, G.: Projektmanagement: Projekte, Projektportfolios, Programme und projektorientierte Unternehmen, Linde Jeweils neueste Auflage. Englisch: Project Management Institute: A Guide to the Project Management Body of Knowledge, Project Management Institution Hinde, David: Prince2 Study Guide, Sybex Lawton, Ian: Prince2 made simple, P2MS Press Rubin, Kenneth: Essential Scrum. A practical guide to the most popular agile process, Addison-Wesley Sutherland, Jeff: Scrum: The Art of Doing Twice the Work in Half the Time, Random House Business Jeweils neueste Auflage.

ENGLISCH I					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	50 h	2	2	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Dagmar Schlemmer-Bockius					
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße	
	Englisch I	30 h	20 h	40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Die Studierenden sollen</p> <ul style="list-style-type: none"> • ihre kommunikativen Kompetenzen in der Fremdsprache Englisch vertiefen, • fachsprachliche Fähigkeiten erwerben, um auch anspruchsvollere studienbezogene Literatur in der Zielsprache verstehen und kommentieren zu können, • Fähigkeiten hinsichtlich der Texterstellung trainieren. <p>Kompetenzen</p> <p>In Bezug auf die Schlüsselkompetenzen sollen die Studierenden vor allem ihre (fachsprachliche) Sprachfähigkeit sowie Präsentation und Rhetorik trainieren; durch die Analyse und Bewertung von Fallstudien in kleinen Gruppen sollen sie außerdem ihre Teamfähigkeit, Konfliktfähigkeit, Kritikfähigkeit und Entscheidungskompetenzen erweitern. Auf Medienkompetenz ausgerichtet ist die Einbindung digitaler Medien (OLAT Foren, Wiki) zur Ergebnispräsentation.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Themenbezogener Aufbau des Wirtschaftsvokabulars Ausbau des Textverständnisses (lesend, schreibend) und des Hörverstehens Schreibstil, Argumentation, Präsentation</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Interaktive Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung mit gelegentlicher Gruppenarbeit an Fallstudien und des Erstellens von Präsentationen. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil sowie unter Einsatz neuer (digitaler) Medien statt.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Englischkenntnisse von mindestens B1 + Niveau</p>				
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>Regelmäßige Teilnahme ist erforderlich.</p>				
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (90 Minuten).</p>				
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestande Modulprüfung</p>				
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>				

10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>2 von 150 Credits</p>
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Aktuelle Texte aus verschiedenen Medien (z.B. English for Business Studies, Ian MacKenzie, Klett; Intelligent Business - Upper Intermediate, Advanced, Pearson/Longman; Career Express, B2, C1, Cornelsen; Market Leader, Upper Intermediate, Pearson.)</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>

ENGLISCH I					
Module Code	Workload	Credits	Semester	Frequency	Duration
	50 h	2	2	Each semester	One Semester
Module owner(s)					
Dagmar Schlemmer-Bockius, M.A.					
1	Class English I	Class contact hours 30 h	Private study hours 20 h	Planned group size 40 Students	
2	Learning outcomes / Competences Students are expected to expand on their communicative skills in the target language; they will acquire business English skills which will enable them to understand and comment on more advanced texts in the area of Business; they will train their written English language abilities; finally they are expected to reach the GER level of B2 during the first semester.				
3	Contents Building Business vocabulary; reading and writing texts as well as listening comprehension; training abilities in argumentation and presentation.				
4	Teaching forms Interactive classes combining lectures with group and individual work. Lectures include the use of digital media together with regular classroom instruction.				
5	Prerequisites Students are expected to possess English language skills of at least B1+.				
6	Rules of Attendance Regular attendance is required.				
7	Form and Scope of Assessment Written examination (90 minutes)				
8	Requirements for Credit Awards Passing of exam.				
9	Use of Module in other Bachelor Programs /				
10	Relative Weight of the Module for Final Grade 2 out of 150 credits				
11	Further Information / Literature Course package and additional materials announced in syllabus and provided via OLAT (e.g. English for Business Studies, Ian MacKenzie, Klett; Intelligent Business - Upper Intermediate, Advanced, Pearson/ Longman; Career Express, B2, C1, Cornelsen; Market Leader, Upper Intermediate, Pearson.) Latest Edition.				

STUDIUM INTEGRALE II					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	75 h	3	2	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Sven Fischbach					
1	Lehrveranstaltung Studium Integrale II	Kontaktzeit 30 h	Selbststudium 45 h	Geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Das Studium Integrale stellt ein Wahlpflichtangebot dar und dient der Allgemein- bzw. Sprachbildung der Studierenden. Neben der wissenschaftlichen Grundausbildung in Betriebswirtschaftslehre erlernen die Studierenden hier – je nach Wahl – Fremdsprachen, vertiefen diese, bauen Sozialkompetenzen aus und/oder erwerben Studierkompetenzen.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Das breite Spektrum an Wahlmöglichkeiten fordert von den Studierenden Entscheidungskompetenz. Analysieren persönlicher Fertigkeiten und Vorstellungen, Zielgerichtetes Handeln und konsequentes Umsetzen der eigenen Entscheidungen werden so entwickelt bzw. gefördert. Je nach Wahl werden Sozial-, Studier- oder Sprachkompetenzen gefördert.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Den Studierenden stehen Wahlpflichtangebote aus folgenden Bereichen zur Verfügung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sprachen • Kultur • Angewandte Informationstechnik • Sozialkompetenz 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltungen im seminaristischen Stil.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>/</p>				
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>				
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Abhängig vom gewählten Studium Integrale. Die Prüfungsmodalitäten der einzelnen Wahlpflichtangebote sind in den individuellen Modulbeschreibungen am Ende des Modulhandbuch hinterlegt.</p>				
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>				
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>B.Sc. Betriebswirtschaftslehre</p>				

10	Stellenwert der Note für die Endnote 2 von 150 Credits
11	Sonstige Informationen / Literatur Siehe hierzu individuelle Modulbeschreibungen am Ende des Modulhandbuchs.

SEMESTER 3					
MATERIALWIRTSCHAFT, LOGISTIK & PRODUKTION					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	3	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Volrad Wollny					
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße	
	Materialwirtschaft, Logistik & Produktion	45 h	80 h	40 Studierende	
2	Lernergebnisse <p>Die Studierenden erwerben Grundwissen in den betrieblichen Bereichen Beschaffung, Materialwirtschaft, Produktion, und Logistik. Sie verstehen wichtige Begriffe und Definitionen. Als Grundlage betriebswirtschaftlicher Entscheidungskompetenz kennen sie Ziele und Zielkonflikte, verstehen diese und können sie lösen. Dazu gehört die Auswahl und Anwendung grundlegender (quantitativer) Analyse- und Planungsmethoden. Deren Ergebnisse hinsichtlich der zu treffenden Entscheidungen können kritisch beurteilt werden. Aktuelle Entwicklungen in der Material- und Produktionswirtschaft und deren Auswirkungen werden verstanden und können in ihrer Bedeutung und in ihren Auswirkungen realistisch eingeschätzt werden.</p> Kompetenzen <p>Durch das selbstständige Lösen von vorlesungsbegleitenden Übungsaufgaben und Problemstellungen werden das Selbstmanagement, die mathematischen Kompetenzen und die IT-Kompetenz der Studierenden gefördert.</p>				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die betriebliche Leistungserstellung und deren theoretische Grundlagen • Beschaffung und Materialwirtschaft • Produktionswirtschaft • Logistische Strukturen und Systeme • Unternehmensübergreifende Konzepte (Supply Chain Management) 				
4	Lehrformen <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung / Übung im seminaristischen Stil.</p>				
5	Teilnahmevoraussetzungen <p>/</p>				
6	Regelungen zur Präsenz <p>Bewertete Präsentationen und mündliche Beiträge können eine Mindestpräsenz erfordern – siehe Details im jeweiligen Syllabus.</p>				
7	Prüfungsart und -umfang <p>Zwei begleitende Studienleistungen (Präsentation/Übung) müssen bestanden werden. Die Benotung erfolgt über eine Klausur (90 Minuten).</p>				

8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5 von 150 Credits</p>
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Deutsche Literatur</p> <p>Kummer; S.; Grün, O.; Jammernegg, W.: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik. München.</p> <p>Arndt, H.: Supply Chain Management: Optimierung logistischer Prozesse. Wiesbaden.</p> <p>Gleißner, H. ; Femerling, C. : Logistik. Wiesbaden.</p> <p>Thonemann, U.: Operations Management, München.</p> <p>Wannenwetsch, H.: Integrierte Materialwirtschaft und Logistik. Wiesbaden.</p> <p>Englische Literatur</p> <p>Slack, N.; Brandon-Jones, A.; Johnston, R.: Operations Management Harlow UK.</p> <p>Meredith, J.: Operations Management. 4. Ed., Hoboken USA.</p> <p>Monczka, R.M.; Handfield, R. B.; Guinipero, L. C.; Patterson, J. L.; Waters, D.: Purchasing and Supply chain management, London UK.</p> <p>Van Weele, A.: Purchasing and Supply Chain Management – Analysis, Strategy and Planning and Practice, London UK.</p> <p>Young, S.: Essentials of Operations Management, London UK.</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p> <p>Sowie aktuelle Literatur – siehe Details im jeweiligen Syllabus.</p>

INVESTITION & FINANZIERUNG					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	3	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Hans Paul Becker/Prof. Dr. Arno Peppmeier					
1	Lehrveranstaltung Investition & Finanzierung	Kontaktzeit 45 h	Selbststudium 80 h	Geplante Gruppengröße 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Die Studierenden erhalten einen systematischen, anwendungsorientierten Überblick über die wichtigsten Methoden und Instrumente der betrieblichen Finanzwirtschaft. Sie kennen und verstehen die Zusammenhänge zwischen Investition und Finanzierung einschließlich Investitions- und Finanzplanung. Sie kennen statische und dynamische Investitionsrechnungsmethoden und können sie anwenden. Die Möglichkeiten und Grenzen von Ertragswertverfahren und Discounted-Cashflow-Verfahren bei der Unternehmensbewertung sind den Studierenden bekannt. Sie verstehen die grundlegenden Alternativen der Kapitalbeschaffung und können sie bewerten.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Mit dem theoretisch erworbenen Wissen sind die Studierenden in der Lage, aktuelle finanzwirtschaftliche Entwicklungen zu verfolgen und zu beurteilen. Umfangreiche Aufgaben werden in einer Gruppe arbeitsteilig gelöst und Ergebnisse anschaulich und präzise präsentiert. Die Teamfähigkeit sowie Präsentationsfähigkeit wird dadurch geschult.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffe und Ziele der betrieblichen Finanzwirtschaft • Investitions- und Finanzplanung • Statische Investitionsrechnungsmethoden • Dynamische Investitionsrechnungsmethoden • Unternehmensbewertung • Außenfinanzierung • Innenfinanzierung • Integrierte Erfolgs-/Finanzplanung 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung / Übung im seminaristischen Stil.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Besuch der Module Einführung in die BWL, Grundzüge des Rechnungswesens.</p>				
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>				
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (90 Minuten).</p>				

8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5 von 150 Credits</p>
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Becker, H. P.: Investition und Finanzierung, Gabler-Verlag, Wiesbaden Perridon, L., Steiner, M., Rathgeber, A.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, Verlag Franz Vahlen, München</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>

RECHT II (VERTRÄGE & UNTERNEHMENSRECHT)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	3	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Carolin R. Nerenberg					
1	Lehrveranstaltung Recht II (Verträge & Un- ternehmensrecht)	Kontaktzeit 45 h	Selbststudium 80 h	Geplante Gruppengröße 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Die Studierenden erweitern ihre Kenntnisse auf praxisrelevanten Gebieten des Wirtschaftsprivatrechts. Sie verstehen die Grundprinzipien des Sachenrechts sowie die Bedeutung dinglicher Rechte und erkennen die Konkurrenz vertraglicher und gesetzlicher Ansprüche und deren Folgen. Sie kennen die Grundlagen des Arbeitsrechts und können arbeitsrechtliche Sachverhalte bewerten. Die Studierenden können handelsrechtliche Besonderheiten einordnen. Dabei vertiefen Sie die Anwendung des Gutachtenstils in der Falllösung.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Durch systematisches Erarbeiten von Fallbeispielen, schulen die Studierenden ihre Analyse- und Problemlösungskompetenz.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Miet- und Pachtvertrag • Darlehensvertrag und andere Finanzierungsgeschäfte (Darlehensvertrag, Verbraucherdarlehensvertrag, Finanzierungshilfen, Ratenlieferungsverträge, Factoring) • Kreditsicherheiten (Personalsicherheiten, Realsicherheiten) • Werkverträge und Dienstvertrag • Basiswissen Sachenrecht (Begriff des Eigentums, Besitz, beschränkte dingliche Rechte, Grundprinzipien des Sachenrechts) • Eigentum (Eigentumserwerb, Eigentumsschutz) • Ungerechtfertigte Bereicherung (Rückabwicklung ungerechtfertigter Vermögensverschiebung, Grundtatbestände, Art und Umfang der Bereicherungsansprüche) • Unerlaubte Handlung (Haftungsprinzipien, Grundtatbestände, Haftung für vermutetes Verschulden) • Produkthaftung (Haftungsvoraussetzung, Rechtsfolgen) • Kaufmann, Firma und Handelsregister • Handelskauf (Handelskauf als Handelsgeschäft, Besonderheiten des Handelskaufs) • Arbeitsrecht (Begründung von Arbeitsverhältnissen, Befristung, Beendigung) 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil.</p>				

5	Teilnahmevoraussetzungen Besuch des Moduls Recht I: Grundlagen des Vertragsrechts
6	Regelungen zur Präsenz /
7	Prüfungsart und -umfang Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (90 Minuten).
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) /
10	Stellenwert der Note für die Endnote 5 von 150 Credits
11	Sonstige Informationen / Literatur Führich, Ernst, Wirtschaftsprivatrecht, Verlag Franz Vahlen, München Führich, Ernst / Werdan Ingrid, Wirtschaftsprivatrecht in Fällen und Fragen Material der Lehrenden Jeweils neueste Auflage.

STATISTIK					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	3	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Daniel Porath					
1	Lehrveranstaltung Statistik	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 65 h	Geplante Gruppengröße 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Die Studierenden können die Ziele der beschreibenden und schließenden Statistik zusammenfassen und erläutern. Sie können die grundlegenden Begriffe und Methoden beider Teilgebiete der Statistik benennen und erklären. Es wird die Fähigkeit erworben, betriebliche Fragestellungen mit Hilfe statistischer Standardmethoden zu analysieren und die Ergebnisse zu interpretieren.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Es wird die Kompetenz erworben, empirische Ergebnisse kritisch zu beurteilen. Mit dem statistischen Testen wird vermittelt, wie Hypothesen empirisch überprüfbar formuliert und mit wissenschaftlichen Methoden beantwortet werden können.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffe der Statistik • Häufigkeitsverteilung und ihre Parameter • Bivariate Analyse (Kontingenztafeln, Korrelation und Einfachregression) • Wahrscheinlichkeitstheorie und Stichprobentheorie • Konfidenzintervalle und Hypothesentests 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung / Übung im seminaristischen Stil.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>/</p>				
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>				
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (90 Minuten).</p>				
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>				
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>				
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5 von 150 Credits</p>				

11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Bleymüller, J., R. Weißbach, (2015): Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, 17. Aufl., Vahlen, München</p> <p>Fahrmeir, L., R. Künstler, I. Pigeot, G. Tutz (2012): Statistik – der Weg zur Datenanalyse, 7. Aufl., dritter korr. Nachdruck, Springer, Berlin</p> <p>Puhani, J. (2012): Statistik – Einführung mit praktischen Beispielen, 12. Aufl., Lexika-Verlag (Eibelstadt)</p> <p>Schira, J. (2012): Statistische Methoden der VWL und BWL, 4. Aufl., Pearson, München</p> <p>Schulze P. M., D. Porath (2012): Statistik – mit Datenanalyse und ökonometrischen Grundlagen, 7. Aufl., Oldenbourg Verlag, München</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>
----	---

ENGLISCH II					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	50 h	2	3	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Dagmar Schlemmer-Bockius, M.A.					
1	Lehrveranstaltung Englisch II	Kontaktzeit 30 h	Selbststudium 20 h	Geplante Gruppengröße 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Die Studierenden sollen</p> <ul style="list-style-type: none"> • ihre kommunikativen Kompetenzen in der Fachsprache Wirtschaftsentenglisch vertiefen, • weitergehende fachsprachliche Fähigkeiten erwerben, um auch anspruchsvollere studienbezogene Literatur in der Zielsprache verstehen und kommentieren zu können , • Fähigkeiten hinsichtlich der Texterstellung weitertrainieren, • die Relevanz kultureller Unterschiede im (globalen) Wirtschaftsleben erkennen • während der ersten beiden Semester das Niveau B2 des europäischen Referenzrahmens erreichen. <p>Kompetenzen</p> <p>In Bezug auf die Schlüsselkompetenzen sollen die Studierenden vor allem ihre (fachsprachliche) Sprachfähigkeit sowie Präsentation und Rhetorik trainieren und interkulturelle Kompetenzen erwerben. Durch die Analyse und Bewertung von Fallstudien in kleinen Gruppen sollen sie außerdem ihre Teamfähigkeit, Konfliktfähigkeit, Kritikfähigkeit und Entscheidungskompetenzen erweitern. Auf Medienkompetenz ausgerichtet ist die Einbindung digitaler Medien (OLAT) zur Ergebnispräsentation.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erweiterung des englischen Fachvokabulars • Ausbau des Textverständnisses (lesend, schreibend) und des Hörverstehens • Trainieren der Fähigkeiten in Argumentation und Präsentation • Analysieren und Erstellen von „Business Plans“ 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Interaktive Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung mit gelegentlicher Gruppenarbeit an Fallstudien mit anschließender Präsentation. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil sowie unter Einsatz neuer (digitaler) Medien statt.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Englischkenntnisse von mindestens B2 Niveau</p>				
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>Regelmäßige Teilnahme ist erforderlich.</p>				
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (90 Minuten).</p>				

8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>2 von 150 Credits</p>
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Aktuelle Texte aus verschiedenen Medien (z.B. English for Business Studies, Ian MacKenzie, Klett; Intelligent Business - Upper Intermediate, Advanced, Pearson/Longman; Career Express, B2, C1, Cornelsen; Market Leader, Upper Intermediate, Pearson.)</p> <p>Jeweils neuste Auflage.</p>

ENGLISCH II					
Module Code	Workload	Credits	Semester	Frequency	Duration
	50 h	2	3	Each semester	One Semester
Module owner(s)					
Dagmar Schlemmer-Bockius, M.A.					
1	Class Englisch II	Class contact hours 30 h	Private study hours 20 h	Planned group size 40 students	
2	Learning outcomes / Competences Students are expected to intensify their English language skills; further develop their skills in Business English; train their abilities in written and spoken English; develop their understanding of important cultural differences in a global market; and finally achieve the GER level of B2+ through successful completion of two semesters of English.				
3	Contents Further development of Business English vocabulary; improve reading and writing abilities as well as listening comprehension; further develop skills in argumentation and presentation.				
4	Teaching forms Interactive classes combining lectures with group and individual work on cases. Classes involve the use of digital media as well as regular class instruction.				
5	Prerequisites Students are expected to possess the GER level of at least B2 in the English language.				
6	Rules of Attendance Regular participation is expected.				
7	Form and Scope of Assessment Written examination (90 minutes)				
8	Requirements for Credit Awards Passing of exam.				
9	Use of Module in other Bachelor Programs /				
10	Relative Weight of the Module for Final Grade 2 out of 150 credits				
11	Further Information / Literature Course package and additional materials announced in syllabus and provided via OLAT (e.g. English for Business Studies, Ian MacKenzie, Klett; Intelligent Business - Upper Intermediate, Advanced, Pearson/ Longman; Career Express, B2, C1, Cornelsen; Market Leader, Upper Intermediate, Pearson.) Latest Edition.				

SEMESTER 4																	
MARKETING																	
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer												
	125 h	5	4	Semesterweise	Ein Semester												
Modulbeauftragte/r																	
Prof. Dr. Claudia Hensel																	
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße													
	Marketing	45 h	80 h	40 Studierende													
2	<p>Lernergebnisse Die Studierenden lernen, wie Unternehmen das Marketing Management anpassen auf sich schnell ändernde Rahmenbedingungen im globalen Umfeld. Sie verstehen die Rolle unterschiedlicher Marktforschungsmethoden zur Anwendung im strategischen Entscheidungsprozess. Darüberhinaus lernen die Studierenden die Bedeutung und Anwendung verschiedener strategischer Analysemöglichkeiten kennen. Nach der Einführung in das Marketing Mix werden die Studierenden befähigt sein, aus einer Vielzahl von Möglichkeiten die Erfolgsfaktoren für Produkteinführungen herauszufiltern. Das beinhaltet Elemente der Neuproduktentwicklung ebenso wie verschiedene Preisfindungsoptionen.</p> <p>Kompetenzen Die Studierenden werden in der Lage sein, die Effektivität von Marken zu analysieren und beurteilen. Die Kommunikationsstrategien werden auf der Basis von Kenntnissen über der wichtigsten Disziplinen wie Werbung, PR, Promotion ebenso wie den Einsatz neuer Medien gewählt. Nach Beendigung des Kurse können die Studierenden Trends erkennen und das erworbene Marketingwissen auf Unternehmen und Ihre Marken in einem globalen volatilen Umfeld anwenden.</p>																
3	<p>Inhalte</p> <table border="0"> <tr> <td>1. Trends in einem volatilen Umfeld</td> <td>5. Segmenting/Targeting/Positioning</td> <td>9. Kommunikationsstrategien</td> </tr> <tr> <td>2. Marketing Research</td> <td>6. Produktentscheidungen & Branding</td> <td>10. Globales Marketing</td> </tr> <tr> <td>3. Objectives and Strategien</td> <td>7. Preisentscheidungen</td> <td>11. Ethische Überlegungen</td> </tr> <tr> <td>4. Konsumentenverhalten</td> <td>8. Distribution & E-Commerce</td> <td></td> </tr> </table>					1. Trends in einem volatilen Umfeld	5. Segmenting/Targeting/Positioning	9. Kommunikationsstrategien	2. Marketing Research	6. Produktentscheidungen & Branding	10. Globales Marketing	3. Objectives and Strategien	7. Preisentscheidungen	11. Ethische Überlegungen	4. Konsumentenverhalten	8. Distribution & E-Commerce	
1. Trends in einem volatilen Umfeld	5. Segmenting/Targeting/Positioning	9. Kommunikationsstrategien															
2. Marketing Research	6. Produktentscheidungen & Branding	10. Globales Marketing															
3. Objectives and Strategien	7. Preisentscheidungen	11. Ethische Überlegungen															
4. Konsumentenverhalten	8. Distribution & E-Commerce																
4	<p>Lehrformen</p> <p>Vobereitende Lektüre & interaktive Vorlesungen</p>																
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>/</p>																
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>100 % Anwesenheit wird dringend empfohlen</p>																
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (90 Minuten).</p>																
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>																
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>																

10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5 von 150 Credits</p>
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Hollensen, Svend (2016). Global Marketing: A Decision-Oriented Approach. 7th revised edition.</p> <p>Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane (2015). Marketing Management, 15th global edition. Prentice Hall International.</p> <p>Trott, Paul (2011). Innovation Management and New Product Development, 5th revised edition. Financial Times Prent.</p>

STEUERN					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	4	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Bardo Kämmerer					
1	Lehrveranstaltung Steuern	Kontaktzeit 45 h	Selbststudium 80 h	Geplante Gruppengröße 40 Studierende	
2	Lernergebnisse Die Studierenden verstehen die aktuelle finanz- und steuerpolitische Diskussion und beherrschen erste Anwendungen des Steuerrechts. Sie können sich in den wesentlichen betrieblichen Steuerarten orientieren und einfache Aufgabenstellungen zu bearbeiten. Sie kennen Pflichten und Rechte im Besteuerungsverfahren. Kompetenzen Die Studierenden schulen durch die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltungen ihr Selbstmanagement.				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Überblick über das Steuersystem • Grundlagen der Einkommensteuer • Grundlagen der Gewerbesteuer • Grundzüge des Verfahrensrechts 				
4	Lehrformen Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung / Übung im seminaristischen Stil.				
5	Teilnahmevoraussetzungen Besuch der Module Einführung in die BWL, Recht I und Recht II.				
6	Regelungen zur Präsenz /				
7	Prüfungsart und -umfang Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (90 Minuten).				
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung				
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) /				
10	Stellenwert der Note für die Endnote 5 von 150 Credits				
11	Sonstige Informationen / Literatur Beck, V., Grundlagen der Steuerlehre, neueste Auflage.				

UNTERNEHMEN & IT					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	4	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Anett Mehler-Bicher					
1	Lehrveranstaltung Unternehmen & IT	Kontaktzeit 45 h	Selbststudium 80 h	Geplante Gruppengröße 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Die Studierenden kennen Ziele und Gegenstände der Wirtschaftsinformatik. Grundbegriffe der betrieblichen Informationsverarbeitung und Elemente betrieblicher Informationssysteme sind ihnen vertraut. Sie erlangen Kenntnisse in wichtigen IT-Technologien und deren Einsatz in Unternehmen. Sie können Nutzungsmöglichkeiten von IT in Unternehmen einschätzen. Sie kennen Ziele und Einsatzmöglichkeiten betrieblicher Informationssysteme. Sie können die Bedeutung des Informationsmanagements für Unternehmen einschätzen.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden schulen durch die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltungen ihr Selbstmanagement. Die Studierenden diskutieren kritisch in Kleingruppen, müssen zu einem Ergebnis oder einer Lösung kommen und diese geeignet präsentieren. Anhand von zwei oder drei studienbegleitenden kleinen Teamarbeiten zu Content Management Systemen, Datenbanken und Business Intelligence lernen sie übliche Software kennen und anzuwenden.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen, Nutzen von Informatik in Unternehmen • Kommunikationstechnologien/Internet/Webtechnologien • Nutzung und Einsatz von Anwendungs- und Systemsoftware • IT-Infrastruktur • Daten/Datenbanken • Internetbasierte Geschäftsmodelle • IT Sicherheit • Aktuelle Themen der IT 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Einführung in die BWL (inkl. Planspiel)</p>				
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>				

7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Klausur (60%) und 3 Assignments (40%) (je eine Fallstudie zu CMS, Excel und Access mit jeweils gleicher Gewichtung).</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5 von 150 Credits</p>
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Stahlknecht, P.; Hasenkamp, U.: Einführung in die Wirtschaftsinformatik. Mertens, P. u.a.: Grundzüge der Wirtschaftsinformatik. Hansen, H.R.; Neumann, G.: Wirtschaftsinformatik 1. Laudon, K.C., Laudon, J., Schoder, D.: Wirtschaftsinformatik</p> <p>Jeweils aktuelle Auflage. Sowie aktuelle Literatur.</p>

MIKROÖKONOMIE					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	4	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Claudia Kurz					
1	Lehrveranstaltung Mikroökonomie	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 65 h	Geplante Gruppengröße 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Die Studierenden gewinnen einen fundierten Eindruck von den Themen und Methoden der Volkswirtschaftslehre. Im Besonderen werden sie mit der mikroökonomischen Theorie vertraut gemacht und kennen ihre vielen Überschneidungen mit der Betriebswirtschaftslehre. Die Studierenden haben einen systematischen, anwendungsorientierten Überblick über das Nachfrage- und Angebotsverhalten von privaten Haushalten und Unternehmen. Sie verstehen den Preisbildungsprozess und den Marktmechanismus, können Marktversagen und andere Begründungen für staatliche Eingriffe einschätzen und erwerben Fertigkeiten zur anwendungsorientierten Einordnung staatlicher Markteingriffe.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Durch die umfassende Darstellung mikroökonomischer Ansätze wird das Wissen der Studierenden in der Breite gefördert. Die Diskussion von Fallbeispielen und die Bearbeitung von Übungsaufgaben dient der zusätzlichen Vertiefung des vermittelten Wissens und schult die Sach- und Analysekompetenz der Studierenden. Sie erlangen die Fähigkeit zur differenzierten Betrachtung von Maßnahmen zur Regulierung von Märkten. Die Studierenden entwickeln Fähigkeiten zur ergebnisorientierten Diskussion und schulen durch die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltungen ihr Selbstmanagement.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffe und Gegenstand der VWL • Angebot und Nachfrage • Marktformen und Wettbewerb • Wohlfahrtsökonomie • Aktuelle Probleme der Wirtschaftspolitik 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung / Übung im seminaristischen Stil.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Empfohlen ist der Besuch des Moduls Mathematik</p>				
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>Die grundsätzlich angeratene Anwesenheit wird in der ersten Lehrveranstaltung als selbstverständlich erachtet.</p>				
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (90 Minuten).</p>				
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>				

9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) /
10	Stellenwert der Note für die Endnote 5 von 150 Credits
11	Sonstige Informationen / Literatur Bofinger, P.: Grundzüge der Volkswirtschaft. München: Pearson. Krugman, P, Wells, R.: Microeconomics. New York: Worth Publishers. Mankiw, G. N., Taylor, M. P.: Economics. London: Thomson. Mankiw, G. N.: Principles of Microeconomics. London: Thompson. Pindyck, R. S., Rubinfeld, D. L.: Mikroökonomie. München: Pearson. Vogt, G.: Faszinierende Mikroökonomie. München: Oldenbourg. Jeweils neueste Auflage. Weitere Literaturhinweise und Angaben zum Lehrmaterial werden im Syllabus des Lehrenden bekanntgegeben.

STATISTISCHES FORSCHUNGSPROJEKT					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	4	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Daniel Porath und Lehrende im Fachgebiet					
1	Lehrveranstaltung Statistisches Anwendungsprojekt	Kontaktzeit 15 h	Selbststudium 110 h	Geplante Gruppengröße 40 Studierende	
2	Lernergebnisse Die Teilnehmer können eine empirische Studie mit wissenschaftlichen Methoden durchführen und die Vorgehensweise und Ergebnisse präsentieren. Sie kennen die Ziele ausgewählter statistischer Methoden und können diese Methoden selbständig anwenden. Sie sind in der Lage, statistische Software zur Analyse wirtschafts- und sozialwissenschaftlicher Fragestellungen einzusetzen. Sie erwerben die Fähigkeit, selbstständig mit wissenschaftlicher Literatur umzugehen. Darüber hinaus können die Studierenden empirische wissenschaftliche Arbeiten konzipieren und erstellen. Kompetenzen Da die Projektarbeit in Kleingruppen stattfindet, schulen die Studierenden ihr Selbstmanagement, ihre Team- und Konfliktfähigkeit. Sie können ein Projekt in einem Team organisieren und zum Abschluss bringen. Durch den Einsatz von Statistik-Software zur Datenbearbeitung wird Medienkompetenz erworben.				
3	Inhalte Anhand eines konkreten Projektes lernen die Studierenden die Umsetzung und Erweiterung der in der Statistik-Lehrveranstaltung vermittelten Methoden mit Daten. Dabei werden Methoden ausgewählt, erarbeitet und angewandt, die für die spezielle Fragestellung geeignet sind. Das Projekt beinhaltet die Planung und Softwaregestützte Durchführung einer eigenen empirischen Untersuchung ggf. mit eigener Datenerhebung. In einer Hausarbeit wird das Projekt präsentiert.				
4	Lehrformen Coaching der Studierenden in Kleingruppen, ggf. einzelne gemeinsame Termine für Methoden- und/ oder Softwareschulungen.				
5	Teilnahmevoraussetzungen Bestandene Modulprüfung Statistik, Besuch des Moduls Methodik/Systematik/Präsentation				
6	Regelungen zur Präsenz Für eine erfolgreiche Projektarbeit ist grundsätzlich eine Anwesenheit zu den Projektbesprechungen notwendig. Darüber hinaus gibt es bei einigen weiteren Terminen Präsenzpflcht. Genaueres wird in der Veranstaltungsbeschreibung geregelt.				
7	Prüfungsart und -umfang Hausarbeit (Umfang 10-15 Seiten) einschließlich Präsentation				
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung				

9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) /
10	Stellenwert der Note für die Endnote 0 von 150 Credits (Studienleistung)
11	Sonstige Informationen / Literatur Leitfaden zur Anfertigung von Hausarbeiten, Praxisberichten und Bachelor-Arbeit Grundlagenliteratur zur Statistik, z.B.: Bley Müller, J.: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, München (Vahlen) Schulze, P.M., Porath, D.: Statistik mit Datenanalyse und ökonomischen Grundlagen, München (Oldenbourg) Wooldridge, J.: Introductory Econometrics: A Modern Approach, Mason, OH, USA (South Western Cengage Learning) Jeweils neueste Auflage. Zusätzlich themenspezifische Literatur, die sich aus dem jeweiligen Projekt ergibt.

SEMESTER 5

WORKSHOP BWL I: UNTERNEHMENSSIMULATION					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	5	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Sven Fischbach					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Workshop BWL I: Unternehmenssimulation	45 h	80 h	25 Studierende	
2	Lernergebnisse / Kompetenzen				
	<p>Die Studierenden wenden die erlernten betriebswirtschaftlichen Kenntnisse im Rahmen einer Unternehmenssimulation und erweitern sowie vertiefen ihre betriebswirtschaftlichen Kenntnisse.</p> <p>Durch die erfolgreiche Teilnahme an der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage, vernetzte Zusammenhänge in Unternehmen zu erkennen und damit in Grundzügen umzugehen. Sie kennen insbesondere wesentliche Zielkonflikte, die sich in der Führung eines Unternehmens ergeben. Durch die didaktische Konzeption werden zugleich die Fähigkeit zur Teamarbeit sowie Präsentationsfähigkeiten gefördert: Die Studierenden sind grundsätzlich in Teilnehmergruppen organisiert und müssen als Leitungsteam „ihres“ Unternehmens gemeinsam Entscheidungen treffen und für die daraus resultierenden Unternehmensergebnisse Rechenschaft ablegen.</p> <p>Im Zuge des Planspiels erleben sie die geplanten und ungeplanten sowie die direkten und indirekten Wirkungen von Managemententscheidungen in unterschiedlichen betriebswirtschaftlichen Funktionsbereichen. Durch die Teilnahme am Planspiel erwerben die Studierenden damit sowohl direkte fachliche Kompetenzen durch die Anwendung von erlernten Managementkonzepten und -instrumenten als auch extrafunktionale Kompetenzen durch den Umgang mit komplexen Entscheidungssituationen.</p> <p>Sie erkennen und vertiefen</p> <ul style="list-style-type: none"> • gesamtunternehmerische Zusammenhänge und Wechselwirkungen der verschiedenen unternehmensinternen und –externen Einflussgrößen, • das Erreichen vorgegebener Ziele durch Umsetzen von Plänen, Folgen von Entscheidungen einschätzen, • Schaffung von Transparenz für die Folgen von Entscheidungen, • das effiziente und konstruktive Treffen von Entscheidungen im Team, auch unter Zeitdruck, • Softskills durch intensive Teamarbeit und Präsentationen, • erfolgsorientiertes vernetztes Denken und Handeln. 				

3	<p>Inhalte</p> <p>Die Unternehmenssimulation ist eine realitätsnahe Abbildung eines Industrieunternehmens. Die Studierenden treffen zahlreiche betriebswirtschaftliche Entscheidungen in einem realitätsnahen Umfeld. Behandelt werden wesentliche Bereiche eines Unternehmens:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unternehmensziele und –strategien • Absatz: Konkurrenzanalyse, Marketing-Mix, Produktlebenszyklen, Produkt-Relaunch, Produkt-Neueinführung, Deckungsbeitragsrechnung, Marktforschungsberichte • F & E: Technologie, Ökologie, Wertanalyse • Beschaffung/Lagerhaltung: Optimale Bestellmenge • Fertigung: Investition, Desinvestition, Eigenfertigung oder Fremdbezug, Auslastungsplanung, ökologische Produktion, Rationalisierung • Personal: Personalplanung, Qualifikation, Produktivität, Fehlzeiten, Fluktuation • Finanz- und Rechnungswesen: Kostenarten-, Kostenstellen-, Kostenträgerrechnung, Break-Even-Analyse, Finanzplanung, Bilanz und Erfolgsrechnung, Cashflow, separater Kennzahlenbericht (z.B. EBIT, NOPAT, EK- und Umsatzrendite, Geschäftswertbeitrag, EVA, CFROI) • Wertorientierte Unternehmensführung und Aktienkurs <p>Hierbei</p> <ul style="list-style-type: none"> • erleben die Studierenden hautnah typische Zielkonflikte in der Unternehmensführung, • lernen die Studierenden betriebswirtschaftliche Methoden und Informationsmittel einzusetzen • lernen sie mit der Unsicherheit bei der Entscheidungsfindung umzugehen, • treffen unternehmerische Entscheidungen im Team, oftmals unter Zeitdruck.
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung im seminaristischen Stil mit Kombination von Vorlesung, Übung und Gruppenarbeiten unter Verwendung der Unternehmenssimulation TOPSIM General Management</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>keine</p>
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Assignments: Zwei Gruppenpräsentationen (20% bzw. 50%) und Kurzbericht (30%)</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5 von 150 Credits</p>

11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Grundlegend:</p> <p>TOPSIM- General Management, Teilnehmerhandbuch I und II (wird vorab in OLAT zur Verfügung gestellt)</p> <p>Zur inhaltlichen Vorbereitung/Wiederholung:</p> <p>Fischbach, Sven: Grundlagen der Kostenrechnung, München (Vahlen) Thommen, Jean-Paul / Achleitner, Ann-Kristin: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Wiesbaden (Springer Gabler) Wöhe, Günter: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München (Vahlen)</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>
----	---

JAHRESABSCHLUSS					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	5	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Werner Hillebrand/Prof. Dr. Arno Peppmeier					
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße	
	Jahresabschluss	45 h	80 h	40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Die Studierenden werden aufbauend auf den bislang erworbenen Kenntnissen im Rechnungswesen befähigt, die wesentlichen Ansatz- und Bewertungsprobleme in der Handelsbilanz erkennen, lösen und beurteilen zu können. Die Studierenden lernen darüber hinaus den Grundsatz der Maßgeblichkeit und einige wesentliche Ansatz- und Bewertungsunterschiede zwischen der Handels- und Steuerbilanz kennen. Darauf aufbauend können sie fallbezogen das Erfordernis der Steuerabgrenzung erkennen und begründen. Ihre Buchführungskenntnisse erlauben es ihnen, die Zusammenhänge zwischen Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie Kapitalflussrechnung, Anhang und Lagebericht zu verstehen und hieraus gut begründete Schlussfolgerungen für abschlusspolitische Maßnahmen und die Abschlussanalyse abzuleiten.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden erwerben die Kompetenz, Änderungen der Rechnungslegungsnormen systematisch und schnell zu erfassen, Aufsätze hierüber in Fachzeitschriften zu bewerten und ihre Schlussfolgerungen in Diskussionen argumentativ zu untermauern.</p> <p>Einzelne komplexere Fälle sind in Gruppen zu bearbeiten; dadurch verbessern die Studierenden ihre Fähigkeiten, sich arbeitsteilig in einem Team zu organisieren.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Rechnungslegung (Zwecke, Grundsätze und Überblick, Normative Grundlagen im Überblick, Buchführung, Inventur und Inventar) • Jahresabschluss und Lagebericht (Überblick und Ausweisgrundsätze, Ansatz- Bewertungsgrundsätze in Handels- und Steuerbilanz, Postenspezifische Problemstellungen, Steuerabgrenzung, Gewinn- und Verlustrechnung, Kapitalflussrechnung, Anhang, Lagebericht) • Abschlusspolitik • Abschlussanalyse • Ausblick: Internationale Rechnungslegung und Konzernabschluss 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung / Übung im seminaristischen Stil.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Besuch der Module Grundzüge des Rechnungswesens, Kosten- und Leistungsrechnung</p>				
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>				

7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (90 Minuten).</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5 von 150 Credits</p>
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Beck`scher Bilanzkommentar; Handels- und Steuerrecht, hrsg. v. Grottel, B./Schmidt, S./Schubert, W. J./Winkeljohann, N., Verlag C. H. Beck, München 2016.</p> <p>Coenberg, A. G.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Schäffer-Poeschel, Stuttgart</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p> <p>Einzelne einschlägige aktuelle Aufsätze in den Fachzeitschriften.</p>

OPTION I					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	150 h	5	5	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Andrea Beyer					
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße	
	Option I	60 h	90 h	40 Studierende	
2	Lernergebnisse				
	<p>Die Studierenden haben je nach Interessensprofil ein Modul (Option I) aus einem vielfältigen Angebot betriebswirtschaftlicher und volkswirtschaftlicher Aufgabenbereiche gewählt. Sie haben somit die Gelegenheit genutzt, sich je nach Berufsorientierung individuell zu orientieren oder maßvoll zu spezialisieren.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Das breite Spektrum an Wahlmöglichkeiten fordert von den Studierenden ein gewisses Maß an Entscheidungskompetenz. Analysieren persönlicher Fertigkeiten und Vorstellungen, Zielgerichtetes Handeln und konsequentes Umsetzen der eigenen Entscheidungen werden so entwickelt bzw. gefördert.</p>				
3	Inhalte				
	<p>Den Studierenden stehen Angebote aus folgenden Optionsbereichen zur Verfügung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bank- und Finanzwirtschaft • Controlling und Finanzen • Human Resource Management • Management sozialer Einrichtungen • Management und Unternehmensführung • Marketing und Unternehmenskommunikation • Ökonomie und Volkswirtschaftslehre • Steuern und Wirtschaftsprüfung • Wirtschaftsinformatik 				

4	Lehrformen Lehrveranstaltungen im seminaristischen Stil.
5	Teilnahmevoraussetzungen Siehe hierzu individuelle Modulbeschreibungen im Modulhandbuch Optionen.
6	Regelungen zur Präsenz Siehe hierzu individuelle Modulbeschreibungen im Modulhandbuch Optionen.
7	Prüfungsart und -umfang Abhängig von gewählter Option. Siehe hierzu individuelle Modulbeschreibungen im "Modulhandbuch Optionen".
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) B.Sc. Betriebswirtschaftslehre
10	Stellenwert der Note für die Endnote 5 von 150 Credits
11	Sonstige Informationen / Literatur Siehe hierzu individuelle Modulbeschreibungen im Modulhandbuch Optionen.

MAKROÖKONOMIE					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	5	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Hannes Spengler					
1	Lehrveranstaltung Makroökonomie	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 65 h	Geplante Gruppengröße 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Die Studierenden erwerben vertiefte Kenntnisse volkswirtschaftlicher Zusammenhänge im Bereich der Makroökonomie und entwickeln ein Verständnis für die Interdependenz gesamtwirtschaftlicher Märkte. Sie bewerten und kontrastieren die Rolle des Staates und der (Zentral-)Banken in der Marktwirtschaft und erlangen Fertigkeiten in der anwendungsorientierten Einordnung und kritischen Betrachtung wirtschaftspolitischer Themen.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Sie entwickeln Sach- und Analysekompetenz zur kritischen Auseinandersetzung mit aktuellen Fragen der praktischen Wirtschaftspolitik und beurteilen den wirtschaftspolitischen Rahmen für Unternehmen.</p> <p>Die Studierenden entwickeln Fähigkeiten zur ergebnisorientierten Diskussion und leiten, unter Berücksichtigung aller betroffenen Marktakteure, wirtschaftspolitische Handlungs- bzw. Lösungsvorschläge her. Sie reflektieren modelltheoretische Ansätze auf die Realität und entwickeln ein ökonomisch geprägtes sowie motiviertes Argumentationsniveau.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wirtschaftskreislauf • Makroökonomische Indikatoren • Realwirtschaftlicher und monetärer Sektor • Grundlagen der Theorie und Politik der Stabilisierung und des Wachstums • Aktuelle Probleme der Wirtschaftspolitik 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung / Übung im seminaristischen Stil.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Empfohlen wird der Besuch der Module Mathematik, Statistik und Mikroökonomie</p>				
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>Die grundsätzlich angeratene Anwesenheit wird in der ersten Lehrveranstaltung als selbstverständlich erachtet.</p>				
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (90 Minuten).</p>				
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>				
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>				

10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5 von 150 Credits</p>
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Blanchard, Olivier, und Illing, Gerhard: Makroökonomie. München: Pearson.</p> <p>Krugman, Paul, und Wells, Robin: Macroeconomics. New York: Worth Publishers.</p> <p>Mankiw, Gregory N.: Principles of Macroeconomics. London: Thomson.</p> <p>Mankiw, Gregory N., und Taylor, Mark P.: Macroeconomics. New York: Worth.</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p> <p>Weitere Literaturhinweise und Angaben zum Lehrmaterial werden im Syllabus des Lehrenden bekanntgegeben.</p>

PRAXISMODUL I					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	250 h	10	5	semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Sven Fischbach					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Praxismodul I	15 h	235 h	20 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden setzen die in Lehrveranstaltungen gelernten Studieninhalte in der Praxis um. In der Regel bearbeiten sie ein kleineres Projekt oder eine fachliche Fragestellung aus dem Umfeld Ihres Arbeitgebers. Hierzu wenden sie Kenntnisse aus den verschiedenen Fachvorlesungen an, setzen Projektmanagement-Kenntnisse ein und verbinden dieses mit den Erfordernissen aus den Unternehmen.</p> <p>Die Ergebnisse der Analysen sowie eventuelle Handlungsempfehlungen sind in Form eines Berichts darzustellen; zusätzlich sind die Ergebnisse in komprimierter Form zu präsentieren und mit einem sachkundigen Publikum zu diskutieren.</p> <p>Die Studierenden üben im Rahmen dieses Moduls – neben der Anwendung und Vernetzung verschiedenster Fach- und Methodenkompetenzen – Fähigkeiten zur Strukturierung und Systematisierung verschiedenster Aspekte sowie deren Präsentation. Zugleich bereiten sie sich mit der zu erstellenden wissenschaftlichen Ausarbeitung weiter auf die Erstellung der Bachelorarbeit vor.</p> <p>Die Studierenden verbinden in diesem Modul fachspezifische theoretische Kenntnisse mit beruflichen Kompetenzen und verbessern diese dadurch. Analytische Fähigkeiten, Problemlösungsfähigkeiten, das wissenschaftliche Schreiben und die Präsentationsfähigkeit, auch mittels Nutzung gängiger Programme zur Text- und Präsentationserstellung, werden bei der Bearbeitung weiterentwickelt.</p> <p>Das weitestgehend selbstständige Analysieren einer betrieblichen Fragestellung fördert die Sozialkompetenz, insbesondere kommunikative Fähigkeiten, Konflikt- und Kritikfähigkeit sowie Zeitmanagement.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Die Studierenden bearbeiten ein wirtschaftswissenschaftliches Thema mit direktem Bezug zu einer Problemstellung aus der Unternehmenspraxis.</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Individuelles Coaching der Studierenden.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>/</p>				
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>				
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Schriftliche Prüfung in Form eines Bericht (10 Seiten) einschließlich Präsentation (Vorstellung und Verteidigung der Erkenntnisse).</p>				
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>				

9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) /
10	Stellenwert der Note für die Endnote 0 von 150 Credits (Studienleistung)
11	Sonstige Informationen / Literatur Leitfaden zur Anfertigung von Hausarbeiten, Praxisberichten sowie Bachelor- und Master-Arbeit sowie themenspezifische Fachliteratur.

SEMESTER 6					
UNTERNEHMENSFÜHRUNG					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125h	5	6	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Volrad Wollny					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Unternehmensführung	45 h	80 h	40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p><i>Wissen & Verstehen</i> Die Studierenden kennen zentrale Begriffe des strategischen Managements wie Vision/ Leitbilds, der Unternehmenspolitik, -kultur, -verfassung und -ethik. Sie können unterschiedliche Strategieprozesse benennen und erklären. Den Studierenden kennen die Voraussetzungen für einen nachhaltigen Unternehmenserfolg und Methoden zu dessen Messung. Sie verstehen die generischen Strategien und können diese zusammenfassen und erläutern.</p> <p><i>Analysieren & Beurteilen</i> Die Studierenden können Unternehmensstrategien analysieren und beurteilen. Sie können mit Hilfe von ausgewählten Strategieinstrumenten ein Unternehmen intern, dessen externes Umfeld, die Umsetzung der Strategie und deren Erfolg analysieren und beurteilen.</p> <p><i>Anwenden & Erschaffen</i> Die Studierenden können eigenständig Strategien planen und implementieren. Die Studierenden sind fähig, Konzepte für die interne und externe Analyse von Unternehmen anzuwenden und daraus Strategieoptionen zu erschaffen</p> <p><i>Breite & Tiefe</i> Durch eine umfassende Darstellung des Themenbereichs der Probleme des strategischen Managements in unterschiedlichen Unternehmen wird das Wissen der Studierenden in der Breite gefördert. Durch die praktische Anwendung der behandelten Strategieinstrumente wird das Wissen in diesem Bereich vertieft.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>In den Studiengängen, in denen die Vorlesung in englischer Sprache angeboten wird, werden die fremdsprachlichen Kompetenzen erweitert (Diskussionsfähigkeit, fachspezifisches Vokabular, Texte verfassen). Das Selbstmanagement im Zuge der Vor- und Nachbearbeitung des Vorlesungsmaterials sowie die Kritikfähigkeit und Entscheidungskompetenz werden durch den seminaristischen Lehrstils geschult. Mit der Bearbeitung von Fallstudien in Kleingruppen werden das analytische Denken, die Team- und Konfliktfähigkeit, die Entscheidungskompetenzen und die Präsentationsfähigkeiten der Studierenden trainiert. In schriftlichen Hausarbeiten werden analytische und sprachliche Fähigkeiten geübt.</p>				

3	<p>Inhalte</p> <p>1. Grundlagen der Unternehmensführung 2. Vision / Leitbild, Unternehmenspolitik und Ethik 3. Unternehmensverfassung und Unternehmenskultur 4. Grundlagen zur Unternehmensstrategie und zu Strategieprozessen 5. Prozesse und Methoden zur strategischen Analyse und Strategieentwicklung 6. Strategieumsetzung und Konzepte zur Steuerung</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung im seminaristischen Stil mit Gruppenarbeit, Fallstudien und studentische Präsentationen.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>/</p>
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Assignment: Schriftlicher Test während der Veranstaltung (20 %) und schriftliche Klausur (90 Minuten, 80 %)</p>
8	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5 von 150 Credits</p>
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Bea, F.X./Haas, J.: Strategisches Management, Stuttgart Bleicher, K.: Das Konzept Integriertes Management, Frankfurt/New York Kühn, R.; Grünig, R.: Methodik der strategischen Planung, Bern et al. Lombriser, R./Aplanalp, P. A.: Strategisches Management, Zürich Müller-Stewens, G./Lechner, C.: Strategisches Management, Stuttgart Paul, H.; Wollny, V. Instrumente des strategischen Managements, München Lynch, R.: Strategic Management, Harlow, UK. Johnson, G./Scholes, K./Whittington, R.: Exploring Corporate Strategy, Harlow, UK. Wheelen, T./Hunger, J.: Strategic Management and Business Policy, Upper Saddle River, NJ.</p> <p>Jeweils neuste Auflage.</p>

WORKSHOP BWL II: FÜHRUNGSKOMPETENZ					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	6	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Thilo E. Macharowsky/Natascha Nickolaus					
1	Lehrveranstaltungen Workshop BWL II: Führungskompetenz	Kontaktzeit 45 h	Selbststudium 80 h	geplante Gruppengröße 40 Studierende	
2	Lernergebnisse / Kompetenzen Gegenstand des Workshops ist das Thema „Führung“ verbunden mit dem Gedanken der persönlichen Weiterentwicklung der Studierenden. Im Vordergrund stehen die Fragen: Was machen gute Führungskräfte aus? Möchte ich eine Führungsrolle im Unternehmen? Was kann ich von einer Führungskraft erwarten? Kann man „führen“ lernen – und falls ja welche Facetten davon?				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Führungstheorien verstehen • Erwartungen an Führung definieren • Führungsinstrumente kennenlernen • Motivationsmöglichkeiten beurteilen • Verbale Kommunikationstheorien verstehen und praktischen Nutzen daraus ziehen • Nonverbale Kommunikation erleben und umsetzen • Konfliktlösungen erarbeiten • Teamkonstellationen und Führungsoptionen in Verbindung bringen 				
4	Lehrformen Die Lehrveranstaltung beruht auf einem Workshopkonzept mit Vortragslerneinheiten durch die Dozenten. Fragen, Antworten, Gruppendiskussionen, Fallstudien und Übungen beinhaltet dies natürlich. Literaturhinweise zur Ergänzung werden in den einzelnen Veranstaltungen vorgestellt.				
5	Teilnahmevoraussetzungen /				
6	Regelungen zur Präsenz Regelmäßige Teilnahme zum erfolgreichen Bearbeiten einer Gruppenaufgabe erforderlich				
7	Prüfungsart und -umfang Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (65%, 90 min.) und 1 Assignment in Form einer Gemeinschafts-Aufgabe (35%) Zum Bestehen ist das Bestehen beider Teilprüfungen erforderlich!				
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung				
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) /				

10	Stellenwert der Note für die Endnote 5 von 150 Credits
11	Sonstige Informationen / Literatur: Aktuelle Literatur wird in der Vorlesung benannt

WORKSHOP BWL II: VISUALISIERUNG UND PRÄSENTATION VON INFORMATIONEN					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	6	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Anna Rosinus					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Workshop BWL II: Visualisierung und Präsentation von Informationen	45 h	80 h	40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden haben einen Überblick über die verschiedenen Arten der Visualisierung und Präsentation von Informationen erlangt und kennen die Grundlagen der Gestaltung. Sie verstehen die Unterschiede zwischen verschiedenen Instrumenten der Visualisierung sowie verschiedenen Formen der Präsentation. Sie erkennen schlechte Visualisierungen und Präsentationen und können die Fehler und Schwachstellen identifizieren. Die Studierenden haben gelernt wie sie für eine bestimmte Fragestellung Daten beschaffen, aufbereiten und analysieren.</p> <p>Am Beispiel klassischer Managementtools lernen die Studierenden die erlernten Techniken und Instrumente auf konkrete Inhalte und Fragestellungen anzuwenden. Hierbei experimentieren sie mit verschiedenen Präsentations- und Visualisierungsformen und testen, welche Inhalte sich wie am besten darstellen lassen. Die Studierenden sind in der Lage, eine gegebene Fragestellung anhand geeigneten Datenmaterials zu bearbeiten.</p> <p>Durch das Thematisieren der klassischen Managementtools vertiefen die Studierenden ihre bisher erlangten Kenntnisse des Fachs Betriebswirtschaftslehre. Durch die Anwendung der Tools auf konkrete Beispiele erhalten die Studierenden tiefgehende Kompetenzen in grundlegenden betriebswirtschaftlichen Methoden.</p> <p>Die Studierenden schulen durch die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltungen ihr Selbstmanagement. Durch die Gruppenarbeit entwickeln Sie Team-, Konflikt- und Entscheidungsfähigkeit. Durch die verschiedenen Vorträge werden die Präsentationsfähigkeiten verbessert.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung Präsentation & Visualisierung • Instrumente/Technische Hilfsmittel • Grundregeln der Gestaltung • Datenanalyse • Symbolik, Diagramme und Daten • Aufbau eines Vortrags/Storytelling • Presentation Skills • Arten der Visualisierung 				

4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>/</p>
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>2 Assignments: Gruppenpräsentation (40%) und Hausarbeit im Stil einer Mappe (60%)</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5 von 150 Credits</p>
11	<p>Sonstige Informationen/Literatur:</p> <p>Duarte, N. (2009) Slide:ology, O Reilly.</p> <p>Yau, N. (2011) Visualize This: The Flowing Data Guide to Design, Visualization, and Statistics, John Wiley & Sons.</p> <p>Hackenberg, W./Leminsky, C. (2011) Key Message. Delivered, Haufe.</p> <p>Roam, D. (2009) Auf der Serviette erklärt, Redline.</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>

DIGITALE WIRTSCHAFT					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	6	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Bernhard Ostheimer					
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße	
	Digitale Wirtschaft	45 h	80 h	40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Die Studierenden kennen und erkennen grundlegende Konzepte von Geschäftsmodelle. Ideen, wie eine computerbasierte Vernetzung genutzt werden kann, um Kommunikation, Interaktion und Transaktion in einem globalen Umfeld zu ermöglichen, sind bekannt und können angewendet werden. Sie kennen Anwendungsgebiete von Geschäftsmodellen und können sie adäquat differenzieren. Sie können den Nutzen elektronischer Geschäftsbeziehungen für Unternehmen bewerten sowie entsprechende betriebliche Problemstellungen kompetent beurteilen. Sie kennen Veränderungen und Veränderungsprozesse durch Informationstechnologie und können Konzepte und Modelle auf konkrete Unternehmensbeispiele anwenden können</p> <p>Die Studierenden erkennen die Bedeutung betrieblicher Geschäftsprozesse. Sie kennen Ansätze zur Modellierung von Geschäftsprozessen und können diese anwenden. Sie verstehen den Zusammenhang von Geschäftsprozessen und betrieblichen Anwendungssystemen. Die Studierenden modellieren in kleinen Teams für ein exemplarisches Unternehmen Geschäftsprozesse und lernen, adäquat mit den verschiedenen, teils rechnerbasierten Modellierungsansätzen umzugehen.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden schulen durch die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltungen ihr Selbstmanagement. Die Studierenden diskutieren kritisch in Kleingruppen, müssen zu einem Ergebnis oder einer Lösung kommen und diese geeignet präsentieren. Anhand aktueller Case Studies erfahren die Studierenden Notwendigkeit und Potenziale IT basierter Geschäftsmodelle. Sie wenden Entscheidungskompetenz auf Probleme der digitalen Ökonomie an und können differenzieren sowie ihre Konfliktfähigkeit durch Entwickeln und Anwenden von Optimierungsmöglichkeiten erhöhen. Die Modellierung zugehöriger Geschäftsprozesse verstärkt den Anwendungsbezug und lässt die Studierenden Optimierungspotenziale erkennen und verstehen.</p>				

3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Begriffe und Ansätze zu Geschäftsmodellen • Internetbasierte Geschäftsmodelle • Einsatzbereiche (nach Funktionen) • Ausgewählte Fallstudien (aus unterschiedlichen Bereichen) • Entwicklungstendenzen (z. B. Mobile Business) • Grundlagen der Geschäftsprozessmodellierung • EPKs und BPMN als Methoden der Geschäftsprozessmodellierung • Beispiele zur Geschäftsprozessmodellierung • Management von Geschäftsprozessen • Nutzung und Einsatz von Anwendungssoftware mit Fokus Geschäftsprozessabbildung
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung / Übung im seminaristischen Stil.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>/</p>
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Klausur (90 Minuten, 60%) und ein Assignment (40%, z. B. Modellierung eines Geschäftsprozesses, Beschreibung eines internetbasierten Geschäftsmodells).</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5 von 150 Credits</p>
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Clement, R., Schreiber, D.: Internetökonomie – Grundlagen und Fallbeispiel der vernetzten Wirtschaft, Springer. Schmelzer H., Sesselmann W.: Geschäftsprozessmanagement in der Praxis, Hanser Gadatsch A.: Grundkurs Geschäftsprozessmanagement, Vieweg Kollmann, T.: e-Business, Springer. Wirtz, B. W.: Electronic Business, Springer.</p> <p>Jeweils neueste Auflage. Sowie aktuelle Literatur.</p>

OPTION II					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	150 h	5	6	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Andrea Beyer					
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße	
	Option II	60 h	90 h	40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Die Studierenden haben je nach Interessensprofil ein Modul (Option II) aus einem vielfältigen Angebot betriebswirtschaftlicher und volkswirtschaftlicher Aufgabenbereiche gewählt. Sie haben somit die Gelegenheit genutzt, sich je nach Berufsorientierung individuell zu orientieren oder maßvoll zu spezialisieren.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Das breite Spektrum an Wahlmöglichkeiten fordert von den Studierenden ein gewisses Maß an Entscheidungskompetenz. Analysieren persönlicher Fertigkeiten und Vorstellungen, Zielgerichtetes Handeln und konsequentes Umsetzen der eigenen Entscheidungen werden so entwickelt bzw. gefördert.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Den Studierenden stehen Angebote aus folgenden Optionsbereichen zur Verfügung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bank- und Finanzwirtschaft • Controlling und Finanzen • Human Resource Management • Management sozialer Einrichtungen • Management und Unternehmensführung • Marketing und Unternehmenskommunikation • Ökonomie und Volkswirtschaftslehre • Steuern und Wirtschaftsprüfung • Wirtschaftsinformatik 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltungen im seminaristischen Stil.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Siehe hierzu individuelle Modulbeschreibungen im Modulhandbuch Optionen.</p>				
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>Siehe hierzu individuelle Modulbeschreibungen im Modulhandbuch Optionen.</p>				

7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Abhängig von gewählter Option. Siehe hierzu individuelle Modulbeschreibungen im "Modulhandbuch Optionen".</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>B.Sc. Betriebswirtschaftslehre</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5 von 150 Credits</p>
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Siehe hierzu individuelle Modulbeschreibungen im Modulhandbuch Optionen.</p>

PRAXISMODUL II ZUR UNTERNEHMENSFÜHRUNG					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	250 h	10	6	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Anna Rosinus					
1	Lehrveranstaltungen Praxismodul II zur Unternehmensführung	Kontaktzeit 15 h	Selbststudium 235 h	geplante Gruppengröße 10 Studierende	
2	Lernergebnisse / Kompetenzen Die Studierenden können Beschreibungen und Daten einer Unternehmenssituation analysieren. Sie erkennen Problemlagen und können angemessene Ziele definieren. Sie entwickeln Lösungsoptionen unter Rückgriff auf die theoretischen Grundlagen entwickeln und können diese bewerten. Sie können die ausgewählte Lösung überzeugend begründen und präsentieren.				
3	Inhalte Die Studierenden erhalten eine allgemeine Einführung in die Technik der Fallbearbeitung. Je nach gewählter Problemstellung werden von den Dozenten zusätzliche vertiefende inhaltliche Inputs gegeben. Im Mittelpunkt steht der Transfer der Lehr- und Lerninhalte zur Unternehmensführung. Die Studierenden bearbeiten und präsentieren praktische Fälle oder es werden Beratungsaufträge für konkrete Probleme von Unternehmen angenommen.				
4	Lehrformen Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil.				
5	Teilnahmevoraussetzungen Vorkenntnisse in Unternehmensführung/Management				
6	Regelungen zur Präsenz /				
7	Prüfungsart und -umfang Praxisbericht (Projektarbeit) einschließlich Präsentation				
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung				
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) /				
10	Stellenwert der Note für die Endnote 0 von 150 Credits (Studienleistung)				

11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Blom, H., Meier, H.: Interkulturelles Management, Herne/Berlin (NWB Verlag)</p> <p>Daniels, J.D., Radebaugh, L.H. International Business, London et al.</p> <p>Grant, R.M., Contemporary Strategy Analysis., Malden (Mass.), New York (John Wiley & Sons)</p> <p>Jahrmann, F.-U., Außenhandel, Ludwigshafen (Kiehl Verlag)</p> <p>Kutschker, M., Schmid, S., Internationales Management, München (Oldenbourg Verlag)</p> <p>Perlitz, M., Internationales Management, Paderborn, München (UTB)</p> <p>Segal-Horn, S., Faulkner, D., The Dynamics of International Strategy, London (International Thomson Business) et al.</p> <p>Welge, M., Internationales Management, Stuttgart (Schaeffer-Poeschel)</p> <p>Paul, R., Yip, G.S., Total Global Strategy, Englewood Cliffs</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>
----	--

SEMESTER 7

BUSINESS PLANNING					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	7	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Lothar Steiger					
1	Lehrveranstaltung Business Planning	Kontaktzeit 45 h	Selbststudium 80 h	Geplante Gruppengröße 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Die Studierenden konzipieren in Teams anhand eines durch die Hochschule entwickelten Systems („Reality Planning“) in fünf unternehmerischen Entscheidungsphasen ein eigenes unternehmerisches Vorhaben, prüfen dieses auf Marktfähigkeit, reflektieren ihre Entscheidungen und überführen es abschließend in einen bankfähigen Geschäftsplan (Businessplan). Sie sind dadurch in der Lage, unternehmerisch zu Denken und Handeln. Die Studierenden vertiefen im Rahmen dieser Veranstaltung zudem ihre Kenntnisse über Grundstruktur und Ablauf der integrierten Erfolgs- und Finanzplanung, auch als zentrales unternehmerisches Planungsinstrument für Ergebnis und Liquidität. Sie sind in der Lage, dieses Wissen selbstständig auf die konkrete Problemstellung eines Business Plans zu übertragen.</p> <p>Durch die Aufgabenstellung werden den Studierenden betriebswirtschaftliche Zusammenhänge und Wechselwirkungen zwischen den betriebswirtschaftlichen Teildisziplinen verdeutlicht. An einem konkreten Praxisbeispiel vertiefen sie diese Kenntnisse praxisorientiert. Bei Bedarf findet ein individuelles Coaching durch die Lehrenden und andere Sachverständige statt.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Durch die Bearbeitung ihres eigenen Projektes werden bei den Studierenden verschiedene Kompetenzen geweckt und gefördert, die Verbindung unterschiedlicher Perspektiven gefordert, kollektive Intelligenz aktiviert, nachhaltiger Wissenstransfer untereinander, mit den Coaches und den Referenten forciert.</p> <p>Die Studierenden lernen, sich arbeitsteilig im Team zu organisieren, Konzepte und Rahmenbedingungen zu analysieren, zu strukturieren und zielgerechte Lösungswege zu erarbeiten. Die Studierenden erfahren hierbei auch die Vorteile und Grenzen einer Zusammenarbeit in Teams, auch unter Zeitdruck. Die intensive Diskussion der Lösungen mit den Kommilitonen sowie im Plenum und die Rückmeldungen der Coaches unterstützen die Studierenden dabei, ein komplexes Projekt zu systematisieren und zielorientiert zu bewältigen. Am Ende steht die gemeinsame Erstellung eines Geschäftsplans sowie dessen Präsentation und Verteidigung vor einer sachkundigen Jury.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unternehmenskonzeption (Zielsetzung, Leitbild, Vision, Meilensteinplanung, Strategie, Nutzen/Vorteile, Preisstellung, Marktforschung, Markt- und Branchenanalyse, Zielgruppenanalyse, Konkurrenzanalyse, Standortanalyse, Vertrieb, Organisation, Kommunikation, SWOT-Analyse, Operative Planung, Kunden-, Absatz-, Umsatz-, Kostenplanung, Investitionsplanung, Rentabilitätsvorschau, Liquiditätsplanung, Kennzahlen und Plausibilitätsprüfung, Finanzierung, Reflexion, Geschäftsplan) • Unternehmerische Entscheidung / Entscheidungspräsentation / Vorbereitung und Umsetzung 				

4	<p>Lehrformen</p> <p>Impulspräsentation durch die Lehrenden, Impulsreferate, Coaching, Dialog, Diskussion, Brainstorming, Vortrag, Präsentation, Lehrgespräch, Gruppenarbeit, Planspiel, Fallbeispiele</p> <p>Den Modulen der einzelnen konzeptionellen Entwicklungsschritte sind themenbezogenen Vorträge durch externe Referenten zugeordnet und ermöglichen so eine zusätzliche Praxisorientierung und -vertiefung.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Besuch der Module Einführung in die BWL, Projektmanagement, Marketing, Investition & Finanzierung, Jahresabschluss, Kosten- und Leistungsrechnung, Steuern.</p>
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Projektbericht (Business Plan, schriftlich, 60 %), einschließlich Präsentation (mündlich 40%).</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5 von 150 Credits</p>
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Reiß, M.: Conceptem, Mainz.</p> <p>Kotler, C.E.: Marketing-Management, Poeschl Verlag.</p> <p>Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hrsg.): Starthilfe. Der erfolgreiche Weg in die Selbständigkeit, Berlin</p> <p>McKinsey & Company: Planen, gründen, wachsen. Mit dem professionellen Businessplan zum Erfolg, Redline Wirtschaft.</p> <p>Nagl, A.: Der Businessplan, Gabler Verlag.</p> <p>Paxmann, S. A., Fuchs, G.: Der unternehmensinterne Businessplan, Campus Verlag.</p> <p>www.existenzgruender.de</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>

INTERNATIONALES MANAGEMENT					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	7	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Randolph Schrank					
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße	
	Internationales Management	45 h	80 h	40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls können die Studierenden Grundbegriffe der internationalen Unternehmenstätigkeit wie Globalisierung, Außenhandel oder internationaler Wettbewerb erläutern und erklären. Sie sind in der Lage, die wichtigsten Theorien der Internationalisierung aufzulisten und deren Konzepte in eigenen Worten beschreiben.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, die strategische Ausrichtung multinationaler Unternehmens zu analysieren und deren strategische Ausrichtung anhand von Konzepten wie bspw. transnationaler oder globaler sowie ethnozentrischer oder geozentrischer Ausrichtung einzuordnen. Sie sind fähig, komplexe Entscheidungen der internationalen Strategie vor dem Hintergrund der genannten Konzepte zu bewerten.</p> <p>Der Kurs wird die Teilnehmer und Teilnehmerinnen befähigen, Markteintrittsstrategien wie Export, Direktinvestition oder Lizenzierung aktiv zu implementieren. Des weiteren werden Studierende befähigt, Instrumente und Methoden der Datenanalyse aktiv anzuwenden, um internationale Märkte zu charakterisieren.</p> <p>Die Vorlesung folgt grundsätzlich einem „General-Management“-Ansatz, das heißt, die Erfassung internationaler Probleme im Gesamtzusammenhang und in voller Breite steht gegenüber der Behandlung von Detailproblemen im Vordergrund. Durch die Anwendung des Erlernten in Fallstudien und Praxisrecherchen wird das Wissen jedoch anhand spezifischer Fallanwendungen parallel vertieft.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Lernziele im Bereich der Schlüsselkompetenzen beziehen sich auf das Selbstmanagement im Zuge der Vor- und Nachbearbeitung des Vorlesungsmaterials sowie die Kritikfähigkeit und Entscheidungskompetenz im Rahmen des seminaristischen Lehrstils während der Lehrveranstaltungen. Mit der Bearbeitung von Fallstudien in Kleingruppen werden zusätzlich die Team- und Konfliktfähigkeit sowie Präsentationsfähigkeiten der Studierenden trainiert.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen: Internationalisierung und Globalisierung - Antriebskräfte, regionale Integration, Konsequenzen und Theorien der Internationalisierung • Strategisches Management in internationalen Unternehmen, Internationalisierungsstrategien und Strategiealternativen (Markteintrittsstrategien) • Internationale und globale Organisationsstrukturen, integrierte Netzwerke; Zusammenhänge zwischen internationalen Strategien und Strukturen • Interkulturelles Management, interkulturelles Führungsverhalten, Werte im interkulturellen Vergleich, Management als internationaler Wettbewerbsfaktor sowie Personalmanagement in internationalen Unternehmen • Funktionsbereiche im internationalen Unternehmen und deren Spezifikationen 				

4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Bestandene Modulprüfung in Unternehmensführung.</p>
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (90 min).</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5 von 150 Credits</p>
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Deutsche Literatur</p> <p>Bom, H., Meier, H.: Interkulturelles Management, Herne/Berlin (NWB Verlag)</p> <p>Kutschker, M., Schmid, S.: Internationales Management, München (Oldenbourg Verlag)</p> <p>Perlitz, M.: Internationales Management, München (UTB)</p> <p>Welge, M./Holtbrügge, K.: Internationales Management, Stuttgart (Schaeffer-Poeschel)</p> <p>Englische Literatur</p> <p>Cavusgil, S. T./Knight, G./Riesenberger, J.R.: International Business: Strategy, Management and the New Realities, New Jersey (Pearson Prentice Hal)</p> <p>Hill, C.W.L.: International Business: Competing in the Global Market Place, London (Tata Mc Graw Hill)</p> <p>Deresky, H.K.: International Management: Managing Across Borders and Cultures, München (Pearson)</p> <p>Jeweils neuste Auflage. Sowie aktuelle Cases.</p>

BACHELORARBEIT					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	250 h	10	7	Beliebig	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Andrea Beyer					
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße	
	Bachelorarbeit	30 h	220 h	5 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Die Studierenden bearbeiten ein studienspezifisches Problem der Wirtschaftswissenschaften. Sie wenden dazu die bisher gewonnenen Erfahrungen und Kenntnisse an, um eigenständig eine größere Arbeit anzufertigen oder ein Projekt durchzuführen und zu dokumentieren. Sie analysieren, vergleichen, kategorisieren und beurteilen den jeweiligen Sachverhalt, um die Leitfrage der Thematik beantworten zu können.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Die im Studium erworbenen Fach- und Methodenkompetenzen wenden die Studierenden in der Bachelor-Arbeit an. Auch das bisher erlernte Zeitmanagement ist beim Verfassen der Abschlussarbeit von zentraler Bedeutung.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Sowohl reale Probleme eines Unternehmens im Bereich der Wirtschaftswissenschaften als auch theoretische Fragestellungen können bearbeitet werden. Erstellung der Abschlussarbeit.</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Seminar / Betreuung</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Bestandene Modulprüfungen der ersten vier Semester.</p>				
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>				
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Bachelorarbeit</p>				
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>				
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>				
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>10 von 150 Credits</p>				

11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Leitfaden zur Anfertigung von Hausarbeiten, Praxisberichten und Bachelorarbeit Koeder: Wissenschaftliches Arbeiten Scheld, R.: Anleitung zur Anfertigung von Praktikums-, Seminar- und Diplomarbeiten. Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten, München</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>
----	---

PRAXISMODUL III					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	7	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Sven Fischbach					
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße	
	Praxismodul III	15 h	110 h	10 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Die Studierenden strukturieren ein studienspezifisches Problem der Wirtschaftswissenschaften. Sie wenden dazu die bisher gewonnenen Erfahrungen und Kenntnisse an, um eine Zielsetzung für eine wirtschaftswissenschaftliche Problemstellung zu entwickeln, identifizieren grundlegende Quellen zu der Thematik und legen dar, wie die Zielsetzung erreicht werden kann.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Die im Studium erworbenen Fach- und Methodenkompetenzen wenden die Studierenden zur Strukturierung einer wirtschaftswissenschaftlichen Arbeit an. Auch das bisher erlernte Zeitmanagement ist beim Verfassen der Abschlussarbeit von zentraler Bedeutung.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Erstellung und Präsentation eines Exposés.</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Seminar/Betreuung</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Bestandene Modulprüfungen der ersten vier Semester.</p>				
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>				
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>2 Assignments: Schriftliches Exposé (ca. 5 Seiten) und mündliche Präsentation.</p>				
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>				
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>				
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>0 von 150 Credits (Studienleistung)</p>				

11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Leitfaden zur Anfertigung von Hausarbeiten, Praxisberichten und Bachelor- und Masterarbeiten. Koeder, K.: Wissenschaftliches Arbeiten Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten, München</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>
----	--

STUDIUM INTEGRALE					
VERHANDLUNGSFÜHRUNG (STUDIUM INTEGRALE)					
	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	75 h	3	1 oder 2	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Sven Fischbach/Dr. Elke Lassahn					
1	Lehrveranstaltungen Verhandlungsführung (Studium Integrale)	Kontaktzeit 30 h	Selbststudium 45 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse / Kompetenzen <p>Die Studierenden kennen wichtige Verhandlungsstrategien und können diese anwenden. Sie verstehen, wie die Harvard Methode korrekt angewendet. Sie analysieren praxisorientierte Fallstudien können passende Lösungsansätze ermitteln. Sie erkennen schwierige Verhandlungen und erkennen, welche Vorgehensweise bei komplizierten Verhandlungen ist die richtige ist.</p> <p>Nach dieser Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage, die Grundlagen der Verhandlungsführung in realen Verhandlungen in der Arbeitswelt sachgerecht anzuwenden.</p>				
3	Inhalte <p>Die Harvard Methode: kooperatives und kompetitives Verhandeln</p> <p>Strategien und Taktiken; Psychologie des Verhandeln</p> <p>Schwierige Verhandlungen: Konfliktlösung; internationale Verhandlungen</p>				
4	Lehrformen <p>Seminaristischer Lehrstil, Fallstudien und Rollenspiele</p>				
5	Teilnahmevoraussetzungen <p>Keine, aber Bereitschaft, aktiv mitzuwirken und sich auf Verhandlungen außerhalb der Kontaktzeiten vorzubereiten.</p>				
6	Regelungen zur Präsenz <p>/</p>				
7	Prüfungsart und -umfang <p>Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (90 min): Analyse einer Fallstudie</p>				
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten <p>Bestandene Modulprüfung</p>				
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) <p>/</p>				
10	Stellenwert der Note für die Endnote <p>3 von 150 Credits</p>				

11	<p>Sonstige Informationen / Literatur:</p> <p>Portner, Jutta: Besser verhandeln. Das Trainingsbuch, Offenbach (Gabal Verlag)</p> <p>Fisher, Roger; Ury, William; Patton, Bruce; Egger, Ulrich; Raith, Werner; Hof, Wilfried; Neubauer, Jürgen: Das Harvard-Konzept: Der Klassiker der Verhandlungstechnik</p> <p>Schranner, Matthias: Der Verhandlungsführer: Strategien und Taktiken, die zum Erfolg führen, Frankfurt am Main (Campus Verlag)</p> <p>Schranner, Matthias: Teure Fehler: Die 7 größten Irrtümer in schwierigen Verhandlungen, Berlin (Ullstein eBooks)</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>
----	--

JOURNALISTISCHE GRUNDLAGEN (STUDIUM INTEGRALE)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	75h	3	1 oder 2	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Sven Fischbach/Axel Zimmermann/Prof. Dr. Sven Pagel					
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße	
	Journalistische Grundlagen (Studium Integrale)	30 h	45 h	25 Studierende	
2	Lernergebnisse / Kompetenzen				
	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • verstehen die journalistischen Darstellungsformen und Arbeitstechniken am Beispiel von aktueller Berichterstattung • kennen die unterschiedlichen informierenden und Meinung transportierenden journalistischen Darstellungsformen und deren Funktion unabhängig vom Medium • sind mit den Grundlagen der Wahrnehmungslehre vertraut und erkennen, warum für Lesemedien anders getextet werden muss als für audio-visuelle Medien • kennen das Prinzip der redaktionellen Planung und die den Journalisten zur Verfügung stehenden Quellen • kennen die Grundlagen der Nachrichtentheorie als Basis der redaktionellen Themenauswahl • verstehen die Veränderung der Medienlandschaft durch voll rückkanalfähige Medien (Onlinemedien / Social Media) • erfügen über erste journalistische Schreibkompetenzen und setzen sich kritisch mit journalistischen Artikeln auseinander • können Recherchetechniken, Recherchepläne und Gesprächsführung anwenden und kennen die Konzeption und Formulierung von journalistischen Texten 				
3	Inhalte				
	<p>Der Journalismus ist ein weites Feld – von knochenharter Informationsvermittlung über bunte Unterhaltung bis zur hochemotionalem Meinungsmache reicht das Spektrum. Das alles kann in ein paar Sitzungen eines Semesters nicht behandelt werden. Aber Einblicke können verschafft werden. Am Beispiel der aktuellen (Nachrichten-) Berichterstattung kann ein Bild davon gewonnen werden, wie Journalismus eigentlich „tickt“. Dabei greifen die Studierenden auch selbst zum Stift bzw. in die Tasten um die Werkzeuge der Journalisten ein wenig auszuprobieren.</p> <p>Behandelt werden</p> <ul style="list-style-type: none"> • Journalistischen Darstellungsformen und Arbeitstechniken • Grundlagen der Wahrnehmungslehre • Grundzüge der redaktionellen Planung und Quellen von Journalisten • Grundlagen der Nachrichtentheorie als Basis der redaktionellen Themenauswahl • Veränderung der Medienlandschaft durch voll rückkanalfähige Medien (Onlinemedien / Social Media) 				

4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>/</p>
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (90 Minuten).</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>3 von 150 Credits</p>
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Noelle-Neumann, Elisabeth; Schulz, Winfried; Wilke, Jürgen (Hrsg.): Fischer Lexikon. Publizistik/Massenkommunikation. Frankfurt a.M. (Fischer Taschenbuch)</p> <p>Schneider, Wolf: Deutsch für Profis. Handbuch der Journalistensprache – wie sie ist und wie sie sein könnte, Hamburg (Gruner + Jahr)</p> <p>Schneider, Wolf, Raue, Paul-Josef: Handbuch des Journalismus, London (Rowohlt)</p> <p>Schult, Gerhard; Buchholz, Axel: Fernseh-Journalismus: Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis, Wiesbaden (Springer Fachmedien)</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>

ORGANISATIONSPSYCHOLOGIE (STUDIUM INTEGRALE)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	75 h	3	1 oder 2	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Sven Fischbach/Gundolf Dörnfeld					
1	Lehrveranstaltungen Organisationspsychologie (Studium Integrale)	Kontaktzeit 30 h	Selbststudium 45 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse / Kompetenzen Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • verstehen das Selbstverständnis des Fachgebietes Psychologie als empirische Wissenschaft • haben einen Überblick über das Gesamtgebiet sowie Kenntnis von typischen Fragestellungen der Organisationspsychologie als Teil-Fach der Angewandten Psychologie • kennen die „4 Menschenbilder“, die die Entwicklung der Organisationspsychologie von ca. 1900 bis heute geprägt haben und entwickeln ein Verständnis für den Einfluss dieser (und anderer möglicher) Menschenbilder auf Organisationsstrukturen und Gesetzmäßigkeiten in ihrer aktuellen Arbeitsumwelt • kennen wichtiger psychologischer Theorien und deren Denk- und Vorgehensweisen • können mit der jeweiligen Theorie Alltagssituationen abbilden und dabei die unterschiedliche Eignung der Modelle für die jeweilige Anwendung erleben • verstehen die konstruktivistische Sichtweise der Systemtheorie • besitzen die Fähigkeit, Organisationen durch die „psychologische Brille“ zu betrachten, schwerpunktmäßig in der systemischen Sichtweise • verstehen es, die psychologische Sichtweise des Zielsystems einer Organisation einzunehmen, auch auf Basis erprobter neuer Möglichkeiten der Konfliktbeschreibung und des Konfliktmanagements • können Möglichkeiten und Grenzen der psychologisch verstandenen Organisationsentwicklung einschätzen und von Gesetzmäßigkeiten unternehmensberaterischer Umstrukturierungs- und Rationalisierungsmaßnahmen unterscheiden 				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Die Veranstaltung ist in 4 Teile gegliedert. • Im ersten Teil wird die Psychologie als Wissenschaft vorgestellt mit ihrem Selbstverständnis, ihren Teilgebieten sowie der Einordnung der Organisationspsychologie im Gesamtsystem. • Der zweite Teil beleuchtet die Entwicklung des Teilgebietes Organisationspsychologie mit seinen Menschenbildern und deren Auswirkungen auf z.B. das Organisationsverständnis, Erfolgs- bzw. Bewertungskriterien • Mit den wichtigsten psychologischen Theorien vom Erleben und Verhalten des Menschen beschäftigt sich der 3. Teil, insbesondere mit der Systemtheorie • Im 4. Teil stehen die psychologischen Aspekte der Organisation im Focus. Themen: Zielsystem, Konflikt und –Management, Organisationskultur und vor allem Organisationsentwicklung. 				

4	Lehrformen Vorlesung mit Dialogangebot
5	Teilnahmevoraussetzungen /
6	Regelungen zur Präsenz /
7	Prüfungsart und -umfang Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (90 Minuten).
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) /
10	Stellenwert der Note für die Endnote 3 von 150 Credits
11	Sonstige Informationen / Literatur Literatur, nicht Pflicht, sondern nur, falls weitergehendes Interesse besteht: Von Rosenstiel, Lutz & Nerdinger, Friedemann W.: Grundlagen der Organisationspsychologie, Stuttgart, (Schäffer-Poeschel) Schuler, H.: Lehrbuch Organisationspsychologie, Bern (Huber) Jeweils neueste Auflage.

INDUSTRIE- UND BETRIEBSSOZIOLOGIE (STUDIUM INTEGRALE)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	75 h	3	1 oder 2	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Sven Fischbach/Heinrich Berg					
1	Lehrveranstaltungen Industrie- und Betriebssoziologie (Studium Integrale)	Kontaktzeit 30 h	Selbststudium 45 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden kennen Grundzüge der Soziologie. Sie können soziologisch relevante Sachverhalte in Betrieben analysieren, Problemlagen erkennen und Lösungsvorschläge entwickeln, insbesondere</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen sie unterschiedliche Formen der Arbeitsverteilung und können diese vergleichen • können sie Formen des entlohnten Arbeitssektors vom einkommenslosen Sektor unterscheiden, auch unter Berücksichtigung geschlechtsspezifischer Unterschiede, und fundiert diskutieren • kennen Konzepte und Hilfestellungen für den Arbeitsalltag, insbesondere bei „Mobbing“ und Fragen der „Gleichstellung“ • können Ansätze zur Organisation des Arbeitsalltag beurteilen, insbesondere zur Vermeidung von „Mobbing“ und zur besseren Integration von Frauen in den Arbeitsmarkt • können Interessenkonflikte in den Bereichen Mitbestimmung und Demokratie auf Betriebsebene einordnen und die Besonderheit des dualen Vertretungssystems in Deutschland würdigen • kennen Grundzüge der Wirtschaftsethik. • können sie diskutierte bzw. entwickelte Lösungsansätze überzeugend begründen und präsentieren. 				
3	<p>Inhalte</p> <p>Nach einer kurzen Einführung in die Soziologie wird im zweiten Teil „Arbeit in der Industriegesellschaft“ auf die unterschiedliche Arbeitsverteilung vergleichbarer hoch entwickelter Gesellschaften eingegangen. Dabei kann grob unterschieden werden zwischen einem entlohnten, mehr oder weniger existenzsichernden Arbeitssektor und einem einkommenslosen Sektor. Auffallend ist, dass in Deutschland noch viele Arbeiten im „unbezahlten“ Sektor anfallen, während dieselben Arbeiten in anderen Ländern bereits im „bezahlten“ Sektor stattfinden. Auffallend ist weiterhin die ungleiche Verteilung „bezahlter“ und „unbezahlter“ Arbeiten zwischen den Geschlechtern.</p> <p>Die Diskussion soll vor allem Fragen aufwerfen, die im Abschnitt „Chancengleichheit am Arbeitsplatz“ nochmals aufgegriffen und vertieft werden.</p> <p>Der dritte Teil „Soziale Prozesse am Arbeitsplatz“ konzentriert sich auf „Mobbing“ und „Gleichstellung“. Dabei geht es insbesondere um die Erarbeitung von Konzepten und Hilfestellungen für den Arbeitsalltag: Wie muss der Arbeitsalltag organisiert werden, damit „Mobbing“ möglichst nicht stattfindet und Konflikte auf der sachlichen Ebene ausgetragen werden? Wie sollen Vorgesetzte oder Kollegen auf „Mobbing“ reagieren? Welche Handlungsmöglichkeiten hat das „Opfer“?</p>				

	<p>Warum nutzen Unternehmen zu wenig das Qualifikationspotential von Frauen? Welche gesellschaftlichen und betrieblichen Rahmenbedingungen müssen geschaffen bzw. verändert werden, um Frauen besser in den Arbeitsmarkt zu integrieren? Womit lassen sich die Aufstiegsmöglichkeiten von Frauen verbessern?</p> <p>Im letzten Abschnitt „Interessenkonflikte“ werden Fragen diskutiert, wie und in welchen Bereichen Mitbestimmung und Demokratie auf Betriebsebene wirken sollen? Dabei wird auch auf die Besonderheit des dualen Vertretungssystems in Deutschland eingegangen sowie auf Fragen der Wirtschaftsethik.</p> <p>I. Einführung in die Soziologie</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Die Rolle der Soziologie in der modernen Industriegesellschaft 2. Wie „funktioniert“ Macht? <p>II. Arbeit in der Industrie- und Dienstleistungsgesellschaft</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Wie, warum und wozu arbeiten wir? 4. Materielle und ideelle Voraussetzungen der Industrialisierung 5. Das Ende des Taylorismus und die Flexibilisierung des Arbeitsmarktes <p>III. Soziale Prozesse am Arbeitsplatz</p> <ol style="list-style-type: none"> 6. Informelle Beziehungen und formale Organisation 7. Mobbing <ol style="list-style-type: none"> 7.1 Ursachen und Wirkungen 7.2 Wege aus der „Mobbingfalle“ 8. Chancengleichheit am Arbeitsplatz <ol style="list-style-type: none"> 8.1 Ursachen und Wirkungen geschlechtsbezogener Benachteiligungen 8.2 Maßnahmen zur Herstellung von mehr Chancengleichheit <p>IV. Interessenkonflikte</p> <ol style="list-style-type: none"> 9. Über Ursachen und Formen betrieblicher Konflikte <ol style="list-style-type: none"> 9.1 Organisation und Institutionalisierung von Konflikten 9.2 Wozu noch Gewerkschaften? 9.3 Betriebsverfassungsgesetz und Betrieb
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>/</p>
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (90 Minuten).</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>/</p>

9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>3 von 150 Creditis</p>
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Als Prüfungsleistung ist eine Klausur vorgesehen. Das Klausurthema wird von den Studenten per Mehrheitsbeschluss aus einer Auswahl von 6-8 Themenvorschlägen ausgewählt. Vorschläge der Studenten werden dabei berücksichtigt. Eine intensive Vorbereitung auf das Klausurthema erfolgt dann durch Textlektüre und Textanalyse im Unterricht.</p> <p>Buss, Eugen: Managementsoziologie: Grundlagen, Praxiskonzepte, Fallstudien, München (De Gruyter-Oldenbourg)</p> <p>Minssen, Heiner: Arbeits- und Industriesoziologie, Frankfurt/Main (Campus)</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p> <p>Weitere Quellen werden in der Veranstaltung benannt.</p>

GRUNDLAGEN DER MEDIENTECHNIK (STUDIUM INTEGRALE)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	75 h	3	1 oder 2	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Sven Fischbach/Simon Rauh (Dipl. Medien Designer, M.A. Media Direction)					
1	Lehrveranstaltungen Grundlagen der Medientechnik (Studium Integrale)	Kontaktzeit 30 h	Selbststudium 45 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse / Kompetenzen Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • verstehen grundlegende Zusammenhänge aus dem Bereich digitale Medien/AV-Medien. • kennen die theoretischen und praktischen Grundlagen zur Erstellung von Filmen (Kamera/Licht/Ton, Schnitt und Grundlagen der audiovisuellen nonlinearen Postproduktionskette) • erstellen im Rahmen einer Gruppenarbeit einen kurzen Filmbeitrag • erleben gemeinsam einen kreativen Prozess, in dem die Elemente Recherche, Konzeption, Produktion und Postproduktion auf einander aufbauend strukturiert sind • erwerben in einem technisch-kreativen Produktionsprozess Medienkompetenz • sind in der Lage, projektbezogene, angewandte Medienproduktionen realistisch einzuschätzen, qualitativ zu bewerten und selber bis zu einem gewissen Grad durch zu führen • erleben durch die Gruppenarbeit gemeinsam die verschiedenen Phasen eines Filmprojekts, wodurch sowohl die medientechnische Fachkompetenz unterstützt und weiter entwickelt wird, als auch die Fähigkeit zur Gruppenarbeit, Kommunikationsfähigkeit gestärkt wird. 				
3	Inhalte Grundlagen audiovisueller Gestaltung am angewandten Beispiel Film. Erste Erkenntnisse und Vertiefung durch die Analyse ausgewählter Arbeitsbeispiele. Vermittlung von Grundlagen Medientechnik (Audio/Video), Workshop. Vermittlung von Grundlagen der Postproduktion (Video-Schnitt, Tonbearbeitung und Mastering), Workshop. Projektarbeit in Gruppen: Recherche und Konzeption, Vorproduktion/Kalkulation, Produktion, Postproduktion Projektbesprechungen, Betreuung und Coaching während des gesamten Produktionsprozesses. Präsentation der Filme und der schriftlichen Präsentation.				
4	Lehrformen Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil.				

5	Teilnahmevoraussetzungen /
6	Regelungen zur Präsenz /
7	Prüfungsart und -umfang Bewertet werden pro Gruppe zwei Gruppenarbeiten: 2 Assignments: Der entstandene Film sowie eine den Projektprozess begleitende schriftliche Dokumentation.
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) /
10	Stellenwert der Note für die Endnote 3 von 150 Credits
11	Sonstige Informationen / Literatur Becher, Frank: Kurzfilmproduktion, Konstanz (UVK) Dunker, Achim: Die chinesische Sonne scheint immer von unten: Licht- und Schattengestaltung, Konstanz (UVK) Wending, Eckhard: Filmproduktion. Eine Einführung in die Produktionsleitung Konstanz (UVK) Pricken, Mario; Klell, Christine: Kribbeln im Kopf, Mainz (Schmidt Hermann Verlag) Flückiger, Barbara: Sound Design: Die virtuelle Klangwelt des Films, Marburg (Schüren Verlag) Jeweils neueste Auflage.

Querdenken					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
000-666	90 h	3	1 oder 2	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Anett Mehler-Bicher/Prof. Dr. Andrea Beyer					
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße	
	Querdenken	60 h	30 h	40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Die Studierenden können neue Bereiche und Themen außerhalb ihres Faches skizzieren und darstellen. Sie analysieren, diskutieren und hinterfragen diese Themen auf ihre eigenen Lebensumstände, erkennen, dass ein Grundsatz an Allgemeinbildung notwendig für die gesellschaftliche und die berufliche Positionierung ist und lernen, sich in neue Gebiete einzuarbeiten und andere Perspektiven einzunehmen.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden schulen durch die Auseinandersetzung mit den vielfältigen Themen ihr analytisches Denken, durch die Beschäftigung mit unterschiedlichen Ländern und deren Besonderheiten fördern und entwickeln sie ihre interkulturelle Kompetenz. Durch die Breite der Themen wird letztlich ihre Empathie für andersartige Probleme sowie ihre Entscheidungskompetenz gefördert.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Die Veranstaltung setzt sich aus einzelnen voneinander unabhängigen Themenblöcken zusammen, die von internen und externen Fachvertretern vorgestellt werden. Sie geben einen grundsätzlichen Einblick in das jeweilige Themengebiet:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kunst • Politik • Literatur • Geschichte • Astronomie • Musik • Design • Verhaltensformen und Etikette im Geschäftsalltag • Fremde Länder und deren Kultur • Technik 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Fachvorträge, Lesungen, Museumsbesuche, Benimm-Essen</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>/</p>				

6	Regelung zur Präsenz Anwesenheitspflicht
7	Prüfungsart und -umfang 2 Assignments in Form einer Buchbesprechung und einer Zusammenfassung einer der Fachvorträge oder eines Themenaspektes daraus
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Betriebswirtschaftslehre B.Sc. dual
10	Stellenwert der Note für die Endnote 3 von 155 Credits
11	Sonstige Informationen / Literatur Artikel und relevante Zeitungs-, Zeitschriftenartikel werden in der Veranstaltung bekannt gegeben bzw. verteilt.

ECDL (STUDIUM INTEGRALE)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	75 h	3	1 oder 2	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Sven Fischbach/Lothar Steiger					
1	Lehrveranstaltungen ECDL (Studium Integrale)	Kontaktzeit 30 h	Selbststudium 45 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse / Kompetenzen Die Studierenden kennen Grundlagen der Informationstechnologie. Sie beherrschen ein Betriebssystem und können mit Office Tools sicher arbeiten. Die Studierenden kennen die wichtigsten Sicherheitsaspekte und mögliche Gefahren in der Informationstechnologie, wie sie z.B. durch Viren, Trojaner und andere Schadprogramme auftreten können. Darüber hinaus kennen die Studierenden die Problematik des Datenschutzes und die organisatorischen Konsequenzen zur Gewährleistung des Bundesdatenschutzgesetzes. Die Studierenden kennen die wichtigsten Aspekte der Online-Zusammenarbeit, d.h. die softwaretechnischen und organisatorischen Voraussetzungen des Arbeitens in Online-Arbeitsgruppen. Da die Erarbeitung der Stoffinhalte in Eigenarbeit – unterstützt durch ein e-Learning-System und begleitenden Webinare – erfolgt, erfordert diese Lerneinheit ein hohes Maß an Selbstmanagement.				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Informationstechnologie (IT) • Betriebssystem • Textverarbeitung (Word) • Tabellenkalkulation (Excel) • Datenbank (Access) • Präsentation (PowerPoint) • Internet & Kommunikation • IT-Sicherheit • Online-Zusammenarbeit 				
4	Lehrformen Angeleitetes Selbststudium (Lernsoftware, Bücher, Internetseiten), Tutorium, Webinar (e-Learning)				
5	Teilnahmevoraussetzungen /				
6	Regelungen zur Präsenz /				
7	Prüfungsart und -umfang Webbasierte E-Prüfungen (je 25 Minuten; Vorgabe der DLGI) unter Aufsicht				

8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Einzelne Prüfungen über die sieben Teilmodule (verteilt über das Semester)</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>B.Sc. Betriebswirtschaftslehre</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>3 von 150 Credits</p>
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Die Veranstaltung ist mit Kosten verbunden, die in voller Höhe an die Zertifizierungsagentur weitergeleitet werden. Die aktuellen Preise können auf der Homepage der Hochschule Mainz eingesehen werden.</p> <p>Herdt-Verlag (Hrsg.): ECDL 2007 – Komplettpaket (mit Windows Vista, Office 2007 und Internet Explorer 7.0) gemäß Syllabus 5.0 (zertifiziert für Deutschland), Herdt.</p> <p>Holden, P./Munelly, B./Boventer, A.: ECDL – Das komplette Kursbuch für Office 2007: Zertifiziert nach Syllabus 5.0, Markt und Technik.</p> <p>RRZN Handbücher zu den Modulen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Windows Grundlagen • Word Grundlagen • Excel Grundlagen • Access Grundlagen • PowerPoint Grundlagen • Outlook Grundlagen <p>Jeweils neueste Auflage.</p>

SPANISCH I - A1.1 (STUDIUM INTEGRALE)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	75 h	3	1	Immer im WS	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Sven Fischbach/Estefanía Guzmán Calderón					
1	Lehrveranstaltungen Spanisch I – A1.1 (Studium Integrale)	Kontaktzeit 30 h	Selbststudium 45 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse / Kompetenzen Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • werden mit der spanischen Sprache vertraut • erlernen die Basis für die Aussprache und Intonation des Spanischen • kennen Besonderheiten der Geschäftssprache Spanisch • entwickeln eine grundlegende Sprachkompetenz im Berufsleben sowie in Alltagssituationen • können alltägliche Ausdrücke und ganz einfache Sätze verstehen und verwenden, die auf die Befriedigung konkreter Bedürfnisse zielen • können sich und andere vorstellen und anderen Leuten Fragen zu ihrer Person stellen und diese auch antworten • können sich auf einfache Art verständigen, wenn die Gesprächspartnerinnen oder Gesprächspartner langsam und deutlich sprechen und bereit sind zu helfen. 				
3	Inhalte Im Rahmen des BIS-Studiengangs haben die Studierenden die Möglichkeit die spanische Sprache in den ersten zwei Semestern zu erlernen. Der Kurs „Spanisch I – A1.1“ bietet Anfängern die Möglichkeit die spanische Sprache in einem allgemeinen und fachbezogenen Wirtschaftskontext zu erlernen. Themen (Begrüßung, Verabschiedung, nach dem Beruf, Nationalität, Telefonnummer fragen, sich und jemanden vorstellen, nach dem Befinden fragen, Getränke und Tapas bestellen, Wegbeschreibung, Die Abteilungen einer Firma) Grundgrammatik (Personalpronomen, Verneinung, Verben ser/estar, llamarse, die Substantive im Singular und Plural, der bestimmte und der unbestimmte Artikel, die regelmäßigen Verben auf –ar und –er.) Grundwortschatz: (Personalien, Familie, Länder, Städte, Essen, Im Restaurant, Berufe, Unternehmensabteilungen, Büro, Zahlen.) Erste Kontakte mit der Landeskunde der spanischsprachigen Welt Erste Wirtschaftsinhalte in stark vereinfachter Form				
4	Lehrformen Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil.				

5	Teilnahmevoraussetzungen /
6	Regelungen zur Präsenz /
7	Prüfungsart und -umfang Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (90 Minuten).
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) /
10	Stellenwert der Note für die Endnote 3 von 150 Credits
11	Sonstige Informationen / Literatur Das Material wird zur Verfügung gestellt.

SPANISCH II: ALLGEMEIN- UND WIRTSCHAFTSSPRACHE (STUDIUM INTEGRALE)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	75 h	3	2	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Sven Fischbach/Concepción Rico Albert					
1	Lehrveranstaltungen Spanisch II: Allgemein- und Wirtschaftssprache (Studium Integrale)	Kontaktzeit 30 h	Selbststudium 45 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse / Kompetenzen Die Studierenden verbessern ihre Kommunikationsfertigkeit im Alltag weiter. Rezeptive (Lesen und Hören) und produktive (Schreiben und Sprechen) Sprachfertigkeiten vertiefen sie und eignen sich allgemeine und fachsprachliche Lexik weiter an.				
3	Inhalte Ausbau der bisher gelernten grammatikalischen Strukturen sowie neue (Perfekt, Häufigkeitsangaben, Verbalperiphrasen, Imperativ, ser und estar, Präpositionen, Personal- und Possessivpronomina, einfache Vergangenheit, u.a.) Allgemeiner Wortschatz: Urlaub und Reisen, Freizeit, Biographisches (Vergangenheit), Gesundheit und Krankheit, u.a. Weitere Vertiefung landeskundlicher und interkultureller Inhalte: Tourismus, Gestik und Mimik, Sprachen in Lateinamerika, Geschenke, u.a. Wirtschaftsinhalte: Themenbezogene Wirtschaftstexte, Vorstellung eines Unternehmens, Unternehmenskultur in Spanien und Lateinamerika u.a.				
4	Lehrformen Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil				
5	Teilnahmevoraussetzungen Spanisch I				
6	Regelungen zur Präsenz /				
7	Prüfungsart und -umfang Schriftliche Prüfung in Form von kleineren studienbegleitenden Teamarbeiten und einer Klausur (90 min) sowie aktive Mitarbeit				
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung				
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) /				

10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>3 von 150 Credits</p>
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Salgado, Cristóbal González: EÑE A1. Der Spanischkurs. Kursbuch + Arbeitsbuch + 2 Audio-CDs, Ismaning (Hueber Verlag)</p> <p>Salgado, Cristóbal González; Oberberger, Carlos Sanz: EÑE A2. Der Spanischkurs. Kursbuch + Arbeitsbuch + 2 Audio-CDs. Ismaning (Hueber Verlag)</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p> <p>Aktuelle Texte aus verschiedenen Medien mit wirtschaftssprachlichem Schwerpunkt</p>

SOZIALKOMPETENZ I: SELBSTMANAGEMENT (STUDIUM INTEGRALE)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	75 h	3	1 oder 2	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Sven Fischbach/Prof. Dr. Ulrich Kroppenberg					
1	Lehrveranstaltungen Sozialkompetenz I: Selbstmanagement (Studium Integrale)	Kontaktzeit 30 h	Selbststudium 45 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden können begründen, dass das Erklären menschlichen Verhaltens nur auf der Basis von Modellen möglich ist. Sie können erläutern, weshalb mentale Prozesse die Basis jeglicher sozialer Interaktion sind. Sie verstehen, wieso das Beherrschen von Selbstmanagementtechniken die eigene Arbeitsqualität verbessert und die Lebensqualität steigert. Sie kennen ausgewählte Selbstmanagementtechniken und können diese praktisch anwenden.</p> <p>Im Rahmen des Selbstmanagements können sie aus kognitiver, emotionaler und motivationaler Perspektive das eigene Erleben und Verhalten reflektieren. Im Rahmen eines Projekts entwerfen sie Trainingsprogramme zu ausgewählten Selbstmanagementtechniken für eine spezielle Zielgruppe und führen diese durch. Durch die Vermittlung theoretischer Grundlagen und den Erwerb von Erfahrungen in der Anwendung von Selbstmanagementtechniken gewinnen sie soziale Kompetenzen.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Von Platon zu den Neurowissenschaften: Wie die Dreiteilung des Seelischen (Kognition, Emotion, Motivation) unser Erleben und Verhalten prägt und beeinflusst</p> <p>Konzeption und Training ausgewählter Selbstmanagementtechniken, z. B. zu den Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufmerksamkeit und Wahrnehmung • Klassisches und kreative Problemlösungen • Gedächtnistätigkeit (Lernen, Behalten/Vergessen, Erinnern) • Sprache und Körpersprache • Arbeitstechniken (Zielbildung, Gliederung und Priorisierung von Aktivitäten, Zeitmanagement) • Motivation (Selbst- und Fremdmotivation) • Emotionales Erleben/Emotionale Intelligenz im Rahmen der Beeinflussung mentaler und sozialer/führungsbezogener Prozesse • Selbstvertrauen und Selbstwertgefühl • Entspannung und Stressbewältigung <p>Die Auswahl der jeweiligen Themen im Semester richtet sich projektbezogen nach den Bedürfnissen und Anforderungen der Zielgruppe im jeweiligen Semester</p>				

4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil mit Workshop-Charakter.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>/</p>
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Präsentation (20 min.)</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>3 von 150 Credits</p>
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Bischof, A., Bischof, K.: Selbstmanagement: effektiv und effizient, Planegg, München (Haufe-Lexware)</p> <p>Jäger, R.: Selbstmanagement und persönliche Arbeitstechniken, Wettenberg (Verlag Goetz Schmidt)</p> <p>Kroppenberg, U.: Lehrbrief Emotion und Motivation, Kurseinheit 10 im ZFH-Verbundstudiengang Sozialkompetenz; Koblenz (ZFH)</p> <p>Wellhöfer, P. R.: Schlüsselqualifikation Sozialkompetenz. Theorie und Trainingsbeispiele. Stuttgart (UTB)</p> <p>Watzlawick, P.: Menschliche Kommunikation. Formen, Störungen, Paradoxien. Bern (Huber)</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p> <p>Je nach spezifischer Themenstellung in den Workshops, weitere Literaturquellen</p>