HOCHSCHULE
MAINZ

Modulhandbuch Optionen

Bachelorstudiengänge
Fachbereich Wirtschaft

HOCHSCHULE
MAINZ

Inhalt

Einführung und allgemeine Informationen 4
Übersicht der wählbaren Optionen und Anforderungen an Vertiefungen 5

Optionsbereich Human Resource Management
Personalentwicklung & Organisationspsychologie 9
Personnel Psychology & People Analytics 12
Projektstudie Personalmanagement 14

Optionsbereich Management und Unternehmensführung
Entrepreneurship 18
Innovationsmanagement in Pharma & Biotech . . 20
Sustainability Leadership: Innovative Strategien in multinationalen Unternehmen 23

Optionsbereich Marketing und Medien
Creating Shared Value 27
Digital Marketing 31
Konsumentenpsychologie & -verhalten 34
Marketing Analytics 37
Verkaufen statt Verhandeln – Sales Excellence . 40

Optionsbereich Materialwirtschaft, Produktion & Logistik
Logistics & Supply Chain Management 44
Logistiksysteme & -technologien 47
Purchasing & Supply Management 51
Sustainable Global Value Chains 54

Optionsbereich Rechnungswesen, Controlling & Finanzen
Aktuelle Trends im Controlling 58
Bank- & Finanzmanagement 62
Controlling Essentials 65
Investment- & Risikomanagement 68
Sozial- & Gesundheitswirtschaft 71
Unternehmensfinanzierung 74

Optionsbereich Steuern und Wirtschaftsprüfung
Internationale Rechnungslegung 78
Steuerbilanz und IT 81
Sustainability Reporting 83
Unternehmenssteuern 86
Wirtschaftsprüfung 88

Optionsbereich Volkswirtschaftslehre
Aktuelle Fragen der Wirtschaftspolitik 91
Internationale Klima- & Umweltpolitik 93
Principles of Behavioral Economics 95

Optionsbereich Arbeitsrecht und Personalmanagement
Verträge & Muster in der arbeitsrechtlichen Unternehmenspraxis 98

Optionsbereich Compliance und Wirtschaftsstrafrecht
Compliance-Organisation in der Unternehmenspraxis 101
Datenschutzrecht & IT-Sicherheit 104
Wirtschaftsstrafrecht & Criminal Compliance in der Unternehmenspraxis 107

Optionsbereich Steuerrecht
Internationales Steuerrecht 111

Optionsbereich Wirtschaftsrecht - Weitere Optionen
Bootcamp Verhandlungsführung/Kommunikation/ Präsentation 114
Global & International Business – Exploring Innovation 116
Mergers & Acquisitions 118
Recht der digitalen Welt – Digitalisierung, Künstliche Intelligenz & Co. in der Rechtsordnung . . . 121

Optionsbereich Angewandte Informatik
Angewandte Robotik 125
Ethical Hacking 128
Maschinelles Lernen mit Python 130

Optionsbereich Digital Media
Datenjournalismus & -visualisierung 133
Digitale Bildbearbeitung 135
Game Development 137
Innovative Geschäftsmodelle und Technologien in digitalen Medien 140
Interdisziplinäres Innovationsprojekt: Digitale Erlebnis- und Interaktionssysteme
Anwendungsfall: Hochschule Mainz beim Rosenmontagsumzug 143

Optionsbereich Wirtschaftsinformatik (BWL)

Anwendungssysteme im Unternehmen. 152
Data Science für BWL 155
Low Code/No Code Software Development 157
Usability & User Experience 160

Optionsbereich Wirtschaftsinformatik (WI dual)

Ausgewählte Aspekte der IT-Security 163
Business Process Technology. 165
Machine Learning & Deep Learning 167
Verteilte Systeme & Cloud Computing 169

Einführung und allgemeine Informationen

Liebe Bachelor-Studierenden,

folgend finden Sie das Modulhandbuch Optionen für die Bachelorstudiengänge der Bereiche:

- Betriebswirtschaftslehre
- Wirtschaftsrecht
- Wirtschaftsinformatik/Angewandte Informatik/Digital Media

Grundsätzlich können alle Optionen von Studierenden aller genannten Studiengänge gewählt werden. Bitte beachten Sie dabei jedoch die einzelnen Voraussetzungen, welche in den Modulbeschreibungen ersichtlich sind. Das Modulhandbuch Optionen ist eine Übersicht des allgemeinen Angebots, das konkrete Angebot pro Semester entnehmen Sie bitte CIM. Wir bitten Sie um Verständnis dafür, dass es zu kurzfristigen Änderungen kommen kann.

Wir wünschen Ihnen eine schöne, lehrreiche und erfolgreiche Studienzeit.

Übersicht der wählbaren Optionen und Anforderungen an Vertiefungen

§ 3 Abs. 4 FPO 2024 BWL B.Sc. und § 4 Abs. 4 FPO 2024 BWL (ÖD) dual B.Sc.

Die Studierenden können sich im Zeugnis einen Vertiefungsschwerpunkt ausweisen lassen, wenn sie im Schwerpunktbereich sowohl drei Optionen als auch die Bachelorarbeit erfolgreich absolviert haben. Als Vertiefungsschwerpunkte werden „Accounting, Auditing & Taxation", „Controlling & Finance", „Digital Business", „Logistik & Supply Chain Management", „Marketing", „Personalmanagement und -psychologie" und „Global Sustainability" angeboten. Die für die Ausweisung des Schwerpunktbereichs zu belegenden Optionen werden durch den Prüfungsausschuss festgelegt.

§ 4 Abs. 4 FPO 2024 BWL dual B.Sc.

Die Studierenden können sich im Zeugnis einen Vertiefungsschwerpunkt ausweisen lassen, wenn sie im Schwerpunktbereich sowohl drei Optionen als auch die Bachelorarbeit erfolgreich absolviert haben. In begründeten Ausnahmefällen kann anstelle der dritten Option mit Genehmigung der Studiengangleitung ein einschlägiges Thema im Rahmen des Praxismoduls bearbeitet werden. Als Vertiefungsschwerpunkte werden „Accounting, Auditing & Taxation", „Controlling & Finance", „Digital Business", „Global Sustainability", „Logistik & Supply Chain Management", „Marketing", „Personalmanagement und -psychologie" angeboten. Die für die Ausweisung des Schwerpunktbereichs zu belegenden Optionen werden durch den Prüfungsausschuss festgelegt.

Vertiefung	**Optionen**		**Anmerkungen**
Accounting, Auditing & Taxation	Sustainability Reporting (Rechnungslegung)	WS	3 Optionen aus Vertiefung gemäß Katalog in Modulhandbuch Optionen, davon muss mindestens • eine Rechnungslegungs- und • eine Steuern-Option belegt und bestanden sein.
	Wirtschaftsprüfung	WS	
	Steuerbilanz & IT (Steuern)	WS	
	Internationale Rechnungslegung (Rechnungslegung)	SS	
	Unternehmenssteuern (Steuern)	SS	
	Aktuelle Fragen der Wirtschaftspolitik	SS	

Vertiefung	Optionen		Anmerkungen
Controlling & Finance	Aktuelle Trends im Controlling (Controlling)	WS	3 Optionen aus Vertiefung gemäß Katalog in Modulhandbuch Optionen, davon muss mindestens • eine Controlling- und • eine Finance-Option belegt und bestanden sein.
	Bank- & Finanzmanagement (Finance)	WS	
	Investment- & Risikomanagement	WS	
	Aktuelle Fragen der Wirtschaftspolitik	SS	
	Controlling Essentials (Controlling)	SS	
	Unternehmensfinanzierung (Finance)	SS	
Digital Business	Anwendungssysteme im Unternehmen	WS	3 Optionen aus Vertiefung gemäß Katalog in Modulhandbuch Optionen
	Data Science für BWL	WS	
	Low Code/No Code Software Development	SS	
	Usability & User Experience	SS	
Global Sustainability	Internationale Klima- & Umweltpolitik	WS	3 Optionen aus Vertiefung gemäß Katalog in Modulhandbuch Optionen
	Sustainability Reporting	WS	
	Creating Shared Value	SS	
	Sustainable Global Value Chains	SS	
	Sustainability Leadership: Innovative Strategien in multinationalen Unternehmen	SS	

Vertiefung	Optionen		Anmerkungen
Logistik & Supply Chain Management	Logistics & Supply Chain Management	WS	3 Optionen aus Vertiefung gemäß Katalog in Modulhandbuch Optionen
	Purchasing & Supply Management	WS	
	Logistiksysteme & -technologien	SS	
	Sustainable Global Value Chains	SS	
Marketing	Digital Marketing	WS	3 Optionen aus Vertiefung gemäß Katalog in Modulhandbuch Optionen
	Konsumentenpsychologie & -verhalten	WS	
	Principles of Behavioral Economics	WS	
	Creating Shared Value	SS	
	Marketing Analytics	SS	
	Verkaufen statt Verhandeln – Sales Excellence	SS	
Personalmanagement & -psychologie	Personnel Psychology & People Analytics	SS	3 Optionen aus Vertiefung gemäß Katalog in Modulhandbuch Optionen
	Personalentwicklung & Organisationspsychologie	SS	
	Projektstudie Personalmanagement	SS	

Optionsbereich Human Resource Management

Personalentwicklung & Organisationspsychologie				
Kennnummer 23056	**ECTS-Leistungs-punkte** 5	**Dauer des Moduls** 1 Semester	**Vorgesehenes Studiensemester** Je nach Studiengang	**Häufigkeit des Angebots** Jeweils im SoSe
Arbeitsaufwand (gesamt) (h) 150 h		**Kontaktzeit (h)** 60 h		**Selbststudium (h)** 90 h
Sprache Deutsch		**Geplante Gruppengröße** 40 Studierende		**Verbindlichkeit** Wahlpflichtmodul (Optionen)
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Susanne Rank		**Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)** Personalentwicklung & Organisationspsychologie (Teil der Vertiefung Personalmanagement & -psychologie)		

1 Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Personalentwicklung und Organisationspsychologie sind die Studierenden in der Lage:

- die grundlegenden Begriffe und Konzepte der Personal- und Organisationsentwicklung zu definieren.
- relevante Instrumente und Methoden der Personal- und Organisationsentwicklung zu erklären und in Fallbeispielen anzuwenden.
- ausgewählte, grundlegende Konzepte der Organisations- und Personalpsychologie zu verstehen.
- relevante Forschungsergebnisse und Modellen der Sozial- undOrganisationspsychologie zu erklären, welche die psychologischen Hintergründe des menschlichen Verhaltens und Erlebens als Grundlage für die Personalmanagement bilden.
- die Probleme der vorgestellten Fälle zu analysieren und Lösungskonzepte zu den Fragestellungen der Personalentwicklung und Organisationpsychologie zu definieren.
- grundlegende Führungsmodelle zu verstehen und diese in Gesprächsübungen anzuwenden.
- die Erkenntnisse aus der Personal- und Organisationspsychologie mit den Best Practices Ansätzen aus Unternehmen zu vergleichen und anzuwenden.
- den Umgang mit Konflikten kooperativ als Team zu lösen, im Team effektiv durch Teamregeln zusammenzuarbeiten, ihre Teamergebnisse als Präsentation unter Verwendung von Medien überzeugend zu präsentieren.

2	**Inhalte** • Einführung in die Personalentwicklung • Methoden und Instrumente der Personalentwicklung (z. B. Mitarbeitergespräche, Talent Management, Nachfolgeplanung) • Arbeitsmotivation- und Mitarbeiterbindung-Modelle • Führungsverhalten und Führungskräfteentwicklung (z. B. psychologische Eignungsdiagnostik) • Internationale Personalentwicklung, wie Auslandsentsendung • Fallstudien zur Personalentwicklung und -psychologie • Einführung in die Organisationspsychologie mit ausgewählten Konzepten (z.B. zur Arbeitszufriedenheit/Work Engagement/Org. Commitment, Teamdiagnostik und -entwicklung, psychologisches Wohlbefinden im Kontext des betrieblichen Gesundheitsmanagement, Organisationskultur) • Einführung in die Sozialpsychologie mit ausgewählten Konzepten (z. B. Dissonanztheorie, Verzerrungen und Fehler bei der Entscheidungsfindung,Gruppenprozesse und soziale Identi tät, Konformitätsprozesse bei sozialem Einfluss) • Methoden der Organisationspsychologie und -Entwicklung, wie Survey-Feedback-Ansatz über Mitarbeiterbefragung, Interventionen durch Beratung)
3	**Lehrformen** Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt. Durch das blended learning-Format mit mehreren abgestimmten Lehrelementen wie Präsenzübungen, Online Sessions, virtueller Teamarbeit und Teamberatung sowie Lehrvideos wird der Rahmen für digitales vs. hybrides Personalentwicklung in der betrieblichen Praxis und digitale kollaborativen Arbeitsweise geschaffen.
4	**Teilnahmevoraussetzungen** Vorlesung Personal & Organisation
5	**Regelungen zur Präsenz** /
6	**Prüfungsart und -umfang** Teampräsentationen (45 %) und Hausarbeit zu einer Case Study (55 %) **Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung** /
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung Personalentwicklung & Organisationspsychologie
8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang

10	**Literaturhinweise** Becker, M.: Personalentwicklung. Schäffer-Poeschel. Becker, M.: Systematische Personalentwicklung. Schäffer-Poeschel. Holtbügge, D.: Personalmanagement. Springer Verlag. Fischer, P., Asal, K., Krüger, J.I.: Sozialpsychologie, Wiesbaden, Springer Gabler. Kauffeld, S.: Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie. Wiesbaden, Springer Gabler. Rosenstiel, v. L., Nerdinger, F.: Grundlagen der Organisationspsychologie. Schäffer-Poeschel. Rosenstiel, v. L.; Regnet, E., & Domesch, M (Hrsg): Führung von Mitarbeitern. Schäffer-Poeschel. Schuler, H., Kanning, U.P.: Lehrbuch Personalpsychologie, Göttingen, Hogrefe Verlag Werkmann-Karcher, B., Rietiker, J.: Angewandte Psychologie für das Human Resource Management, Springer Gabler. Zimbardo, P.G.,Gerring, R.: Psychologie. Eine Einführung. Pearson Verlag. Jeweils aktuelle Auflage.
11	**Sonstige Informationen** /
12	**Zuletzt bearbeitet** 16.04.2026

Personnel Psychology & People Analytics

Module code	ECTS-Credits	Duration of the module	Planned semester of study	Module frequency
23059	5	1 Semester	Depending on degree program	Each SoSe

Workload (total) (h)	Class contact time (h)	Self study workload (h)
150 h	60 h	90 h

Language	Planned group size	Compulsory or optional module
English	40 students	Optional module

Module owner(s)	Course
Prof. Dr. Maria Strobel	Personnel Psychology & People Analytics (Part of major Personalmanagement & -psychologie)

1 Learning outcomes/competences

After successful completion of this module, students will be able to:

- explain selected psychological concepts and processes relevant for people management and analytics (e.g., motivation, learning, personality, creativity, stress) and apply them to work situations
- describe key principles, potentials, and pitfalls of people analytics and using data and evidence for making decisions in people management
- critically discuss applications of personnel psychology and people analytics in different functions of people management (e.g., recruitment, personnel selection, work design, learning & development, performance management, retention)
- recommend best practices for collecting, managing and using people data in organizations, considering data quality, data protection, psychological effects, and potential sources of bias

2 Contents

1. Selected psychological concepts and processes relevant for people management and analytics
2. People analytics and evidence-based decisions in people management
3. Ethical and legal aspects of data usage in people management
4. Case examples from different functions of people management and personnel psychology

3 Teaching methods

Blended learning (face-to-face class meetings combined with virtual teamwork and coaching); problem-based learning

4 Requirements for participation

Ability and willingness to communicate in English

5 Rules of attendance

/

6	**Form and scope of assessment/examination** 2 assignments including presentation (assignment 1: 45 % of final grade, assignment 2: 55 % of final grade) **Study achievements as a prerequisite for participation in the assessment examination** /
7	**Requirements for receiving credits (ECTS)** Both assignments need to be passed
8	**Useability of module in other study programs** Bachelor degree programs of Business Administration, Business Law and Information Systems/ Applied Informatics
9	**Relative weight of the module for final grade** Depending on degree program
10	**Literature** Bauer, T., Erdogan, B., Caughlin,D., & Truxillo,D. (2018).Human resource management: People, data, and analytics. Sage. Cascio, W. F., & Aguinis, H. (2018). Applied psychologyin talent management. Sage. Edwards, M. R., & Edwards, K. (2019). Predictive HR analytics: Mastering the HR metric. Kogan Page Publishers. Guenole, N., Ferrar, J., & Feinzig, S. (2017). The power of people: Learn how successful organizations use workforce analytics to improve business performance. FT Press. Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2023). Organizational behavior (global edition). Pearson Education. Thite, M. (Ed.). (2019). E-HRM: Digital approaches, directions & applications. Routledge. Waters, S. D., Streets, V. N., McFarlane, L. A., & Johnson-Murray, R. (2018). The Practical Guide to HR Analytics: Using Data to Inform, Transform, and Empower HR Decisions. Society for Human Resource Management. Further literature to be announced in class.
11	**Further information** /
12	**Last modified** 16.04.2026

Projektstudie Personalmanagement				
Kennnummer 23054	**ECTS-Leistungs-punkte** 5	**Dauer des Moduls** 1 Semester	**Vorgesehenes Studiensemester** Je nach Studiengang	**Häufigkeit des Angebots** Jeweils im SoSe
Arbeitsaufwand (gesamt) (h) 150 h		**Kontaktzeit (h)** 60 h		**Selbststudium (h)** 90 h
Sprache Deutsch		**Geplante Gruppengröße** 40 Studierende		**Verbindlichkeit** Wahlpflichtmodul (Optionen)
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Norbert Rohleder		**Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)** Projektstudie Personalmanagement (Teil der Vertiefung Personalmanagement & -psychologie)		

1 Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Projektstudie Personalmanagement können die Studierenden:

- die aktuellen unternehmerischen Herausforderungen im Personalmanagement erkennen.
- Instrumente, Funktionen und Konzeptionen im Kontext des Human Resource Managements einschätzen und kritisch diskutieren.
- einschlägige auch internationale wissenschaftliche Studien im Personalmanagement recherchieren, beschaffen und vergleichen.
- eine konkrete unternehmenspraxisbezogene Aufgabenstellung analysieren und beurteilen.
- sich in Kleingruppen eigenverantwortlich organisieren und Problemlösungsstrategien für unternehmerische Aufgabenstellungen entwickeln.
- eine lösungsorientierte Forschungsmethodik anwenden.
- theoretische Erkenntnisse mit praxisbezogenen Anforderungen verknüpfen.
- eine überzeugende Präsentation als Team entwickeln, vortragen und die Ergebnisse mit Zuhörenden kritisch diskutieren.
- konkrete Handlungsempfehlungen für die Fragestellung ausgewählter Unternehmen erarbeiten.
- erarbeitete Ergebnisse nach wissenschaftlichen Anforderungen verschriftlichen.
- zukünftige HR-Fragestellungen kritisch reflektieren, bearbeiten und zielgerichtet gestalten.

2	**Inhalte** • Aktuelle unternehmerische Herausforderungen im Personalmanagement • Literatur- und Studienrecherchen • Zusammenarbeit mit ausgewählten Unternehmen • Projektarchitektur • Anwendung von qualitativer oder quantitativer Forschung • Gruppenarbeiten und Teampräsentationen • Schreiben einer wissenschaftlichen Hausarbeit
3	**Lehrformen** Seminaristische Lehrveranstaltung mit Kleingruppenarbeiten, Diskussions- und Präsentationselemente.
4	**Teilnahmevoraussetzungen** Bestandene Modulprüfung Personalmanagement & Organisation
5	**Regelungen zur Präsenz** /
6	**Prüfungsart und -umfang** Teampräsentationen (60 %) und Hausarbeit (40 %) **Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung** /
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung Projektstudie Personalmanagement
8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang
10	**Literaturhinweise** Berthel, J.; Becker, F.: Personal-Management: Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit Bartscher, Th.; Nissen, R.: Personalmanagement: Grundlagen, Handlungsfelder, Praxis, Pearson Lebrenz, Ch.: Strategie und Personalmanagement. Konzepte und Instrumente zur Umsetzung in Unternehmen, Springer-Gabler Stock-Homburg, R.; Groß, M.: Personalmanagement. Theorien, Konzepte, Instrumente, Springer-Gabler Wagner, D.: Praxishandbuch Personalmanagement, Haufe Jeweils aktuelle Auflage.

11	**Sonstige Informationen** /
12	**Zuletzt bearbeitet** 16.04.2026

Optionsbereich Management und Unternehmensführung

Entrepreneurship

Kennnummer	ECTS-Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
13017	5	1 Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im WiSe

Arbeitsaufwand (gesamt) (h)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
150 h	60 h	90 h

Sprache	Geplante Gruppengröße	Verbindlichkeit
Deutsch	40 Studierende	Wahlpflichtmodul (Optionen)

Modulverantwortliche/r	Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)
Prof. Dr. Elmar Konrad	Entrepreneurship

1 Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:

- die notwendigen theoretischen und praktischen Grundlagen im Kontext von Unternehmertum und des erfolgreichen Gründungsprozesses in ihrer Gesamtheit überschauen.
- wie Dritte Geschäftspläne und Gründungsvorhaben beurteilen.
- die Zusammenhänge und Wechselwirkungen zwischen den betriebswirtschaftlichen Teildisziplinen nachzuvollziehen, um dies an konkreten Fallbeispielen widerzuspiegeln und zu vertiefen.
- die Vorteile und Grenzen unternehmerischen Handelns auch in verschiedenen Konstellationen und Zusammenhängen zu erfahren und zu beurteilen.
- sich Schlüsselkompetenzen hinsichtlich unternehmerischen Denkens und Handelns anzueignen.
- den aktuellen Stand der Entrepreneurship-Forschung und seiner Teildisziplinen zu bewerten.

2 Inhalte

Kurzbeschreibung: „Entrepreneurship“ – Vermittlung von Unternehmerischem Denken und Handeln sowie praxisorientiertem Gründungsmanagement anhand von Modellen, Befunden und Umsetzungsfallstudien sowie konkreten Praxisbeispielen.

Zuerst wird auf das Thema eingestimmt, eine intensive Einführung in Modelle, Umsetzung und Perspektiven des Unternehmertums gegeben, die praktische und inhaltliche Vorgehensweise, Ablauf und Organisation während der Lehrveranstaltung erklärt. Ebenso sind didaktisch geführte Diskussionen bei den Vorschlägen und den Fallbeispielen und Expertengesprächen vorgesehen.

A. Grundmodelle von Entrepreneurship

B. Wege zum Entrepreneurship

C. Umsetzung der Pläne in die Tat

D. Entrepreneurship im erweiterten Kontext

3 Lehrformen

Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil mit Expertenvorträgen (+ Exkursionsterminen bei Bedarf).

4	**Teilnahmevoraussetzungen** /
5	**Regelungen zur Präsenz** /
6	**Prüfungsart und -umfang** Hausarbeit einschließlich Präsentation (im Team) + mündliche Prüfung (individuell) **Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung** Keine
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung Entrepreneurship
8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang
10	**Literaturhinweise** Fueglistaller, U., Müller, C. & Volery, T. (2008): Entrepreneurship. Modelle – Umsetzung – Perspektiven. Wiesbaden: Gabler. Konrad, Elmar (2010): Kulturmanagement und Unternehmertum. Stuttgart: Kohlhammer. Nathusius, Klaus (2001): Grundlagen der Gründungsfinanzierung. Instrumente - Prozesse – Beispiele. Wiesbaden: Gabler. Volkmann, C. & Tokarski; K. O. (2006): Entrepreneurship: Gründung und Wachstum von Jungen Unternehmen. Stuttgart: Lucius&Lucius. Weitere Literaturhinweise und Angaben zum Lehrmaterial werden im Syllabus bekanntgegeben. Aktuelle wissenschaftliche Journalartikel werden in der Veranstaltung als Kopien ausgegeben.
11	**Sonstige Informationen** /
12	**Zuletzt bearbeitet** 07.05.2026

Innovationsmanagement in Pharma & Biotech

Kennnummer	ECTS-Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
30000	5	1 Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im WiSe

Arbeitsaufwand (gesamt) (h)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
150 h	60 h	90 h

Sprache	Geplante Gruppengröße	Verbindlichkeit
Deutsch	40 Studierende	Wahlpflichtmodul (Optionen)

Modulverantwortliche/r	Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)
Prof. Dr. Christian Schäfer	Innovationsmanagement in Pharma & Biotech

1 Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:

- Geschäftsmodelle der pharmazeutischen Industrie von der Wirkstoffentwicklung bis zur Marktzulassung und Vermarktung zu analysieren.
- Unterschiede zwischen Biotech-Unternehmen und Big Pharma hinsichtlich Chancen und Herausforderungen zu bewerten.
- Kenntnisse in Marktforschung, ethischen Fragestellungen, Datenquellen, Vermarktung und Life Cycle Management von Arzneimitteln anzuwenden.
- Strategische Entscheidungen im Pipeline-Management und in Investitionsprozessen der pharmazeutischen Forschung zu bewerten.
- Den Wert pharmazeutischer und biotechnologiescher Projekte zu beurteilen und aktuelle Branchenthemen kritisch einzuordnen.
- Theoretisches Wissen in einem Fallbeispiel anzuwenden, fundierte Teamentscheidungen zu treffen und diese argumentativ zu vertreten.

2 Inhalte

1. Das Pharma- und Biotech Geschäftsmodell: Von F&E bis zur Zulassung
2. Marktforschung in der Biopharmazeutischen Industrie
3. Vermarktung von innovativen Wirkstoffen und Management des Produkt-Lebenszyklus
4. Pipeline Strategie, Portfoliomanagement, Budgetplanung und Prognostik der Marktdurchdringung innovativer Produkte

Die grundlegenden Inhalte der Vorlesung werden durch aktuelle, branchenspezifische Themen ergänzt, die Pharma- und Biotech-Unternehmen zum jeweiligen Zeitpunkt beschäftigen. Im zweiten Teil des Semesters übernehmen die Studierenden im Rahmen eines fallbezogenen Pharma- und Biotech-Workshops Entscheidungsverantwortung in Teams. Dabei treffen sie bspw. Entscheidungen zu Budgetverteilung, F&E-Investitionen, Produktlaunches, Patentabläufen (LoE), kompetitiven Szenarien oder zur operativen Planung von Vertrieb, Preisgestaltung und Lieferfähigkeit. Die Berücksichtigung von Unsicherheiten im Wettbewerbsumfeld und bei dem Management von F&E-Projekten, spielen hierbei eine zentrale Rolle.

3	**Lehrformen** 1. Theoretische Grundlagen im Rahmen der Vorlesung, z.T. ergänzt durch Praxisbeiträge 2. Studierendenpräsentation und fallbezogener Pharma- und Biotech-Workshop, (+ Exkursions-termin bei Bedarf)
4	**Teilnahmevoraussetzungen** Ausgeprägtes Interesse an aktiver Teilnahme, der kritischen Auseinandersetzung und Diskussion auch ethischer Fragestellungen beim Management pharmazeutischer Produkte wird erwartet.
5	**Regelungen zur Präsenz** Anwesenheitspflicht bei prüfungsrelevanten Präsentationen, sowie der Durchführung des Workshops.
6	**Prüfungsart und -umfang** Zwei Assignments mit Präsentation, jeweils als 2er-Gruppenarbeit, Gewichtung jeweils 50%. 1. Assignment: Fallbezogene Ausarbeitung (Assignment in PowerPoint zu erstellen) eines aktuellen Branchen-Themas. Das Thema kann von den Studierenden vorgeschlagen werden. 2. Assignment: Jedes Studierendenteam erarbeitet in einer Case-Study eine Lösung zu einer Managemententscheidung (Assignment in PowerPoint zu erstellen) und präsentiert diese. **Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung** Keine
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung
8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang
10	**Literaturhinweise** • From Breakthrough to Blockbuster: The Business of Biotechnology; D. Drakeman, L. Drakeman, N. Oraiopoulos; Oxford University Press, 2022 • Erfolgreich im Pharma-Marketing; G. Umbach; Springer-Gabler; 4. Auflage, 2022 • Valuation in Life Sciences: A Practical Guide, B. Bogdan, R. Villinger, Springer, 2014
11	**Sonstige Informationen** Kurssprache: Deutsch, Gastvorträge in deutscher und englischer Sprache Zusatzqualifikation: Die Hochschule Mainz wurde vom Interternational Institute of Forecasters (IIF) zertifiziert, das **Certificate in Strategic Forecasting Practice in Pharma (CFP)** als Zusatzqualifikation anbieten zu dürfen. Das CFP-Programm wird von biomindz© gesponsert. Die sonst üblichen IIF-Programmgebühren fallen daher für Studierende der Hochschule Mainz nicht an. Die Belegung des Optionsmoduls Innovationsmanagement in Pharma und Biotech ist wesentlicher Bestandteil, um das CFP verliehen zu bekommen. Nachdem des Optionsmodul erfolgreich abgeschlossen ist, können die Studierenden entscheiden, ob Sie auf freiwilliger Basis das CFP im darauffolgenden SS belegen und abschließen möchten. Weitere Informationen unter nachstehendem Link: CFP

12	**Zuletzt bearbeitet** 07.05.2026

Sustainability Leadership: Innovative Strategien in multinationalen Unternehmen

Kennnummer	ECTS-Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
00-000-11-263-05	5	1 Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im SoSe

Arbeitsaufwand (gesamt) (h)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
150 h	60 h	90 h

Sprache	Geplante Gruppengröße	Verbindlichkeit
Deutsch	40 Studierende	Wahlpflichtmodul (Optionen)

Modulverantwortliche/r	Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)
Prof. Dr. Kira Weyer	Sustainability Leadership: Innovative Strategien in multinationalen Unternehmen (Teil der Vertiefung Global Sustainability)

1 Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse

Die Studierenden erwerben Kenntnisse über die Rolle des strategischen Nachhaltigkeitsmanagements in multinationalen Unternehmen (MNEs). Sie entwickeln Kompetenzen in der strategischen Integration von Nachhaltigkeit in global agierenden Unternehmen und sind in der Lage, nachhaltige Transformationspro- zesse zu initiieren und zu leiten. Sie lernen, bestehende Nachhaltigkeitsstrategien kritisch zu hinterfragen, zu bewerten und konkrete Handlungsempfehlungen abzuleiten. Sie entwickeln Kompetenzen zur Analyse und Gestaltung von Ansätzen zur Organisation von Nachhaltigkeit innerhalb der Unternehmensstrukturen.

Die Studierenden erkennen Nachhaltigkeit als strategischen Wettbewerbsvorteil und können den Bezug zur langfristigen Wertschöpfung herstellen. Sie lernen, Kreativitätstechniken wie Design-Thinking anzuwen- den, um innovative Lösungen für Nachhaltigkeitsherausforderungen zu entwickeln, und erweitern ihr Ver- ständnis für die Herausforderungen der Umsetzung globaler Nachhaltigkeitsstrategien in unterschiedlichen regionalen Kontexten.

Darüber hinaus erwerben die Studierenden die Fähigkeit, theoretische Grundlagen des Nachhaltigkeitsma- nagements mit praxisrelevanten Themen zu verknüpfen. Sie fördern ihre Kompetenzen zur eigenverant- wortlichen Arbeit im Team, zur kritischen Reflexion von Fallstudien und zur Präsentation innovativer Lö- sungen. Die Studierenden werden für die Auswirkungen von Nachhaltigkeit auf ihr zukünftiges Arbeitsum- feld sensibilisiert und auf die Anforderungen in global agierenden Unternehmen vorbereitet.

2	**Inhalte** Das Modul vermittelt eine praxisorientierte Einführung in das Nachhaltigkeitsmanagement von MNEs und fokussiert die strategische Integration von Nachhaltigkeit im Unternehmen, um ökologische und soziale Verantwortung mit wirtschaftlichem Erfolg zu verbinden. **Kerninhalte** • **Strategisches Nachhaltigkeitsmanagement** Konzepte zur Integration von Nachhaltigkeit in die Unternehmensstrategie unter Berücksichtigung der doppelten Wesentlichkeit – sowohl der Auswirkungen auf das Unternehmen als auch der unternehmerischen Einflüsse auf Umwelt und Gesellschaft. • **Internationale Richtlinien und Standards im Nachhaltigkeitskontext** Umgang mit internationalen Standards wie den UN Sustainable Development Goals (SDGs), den UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte und dem Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol) oder den ILO-Kernarbeitsnormen insbesondere als Impuls zur Entwicklung einer/Adaption der Nachhaltigkeitsstrategie. • **Globale Nachhaltigkeitsstrategien und lokale Anpassung („Global-lokale Balance“)** Anpassung globaler Nachhaltigkeitsstrategien an regionale Marktbedingungen, regulatorische Anforderungen und kulturelle Besonderheiten. • **Change Management im Kontext von Nachhaltigkeitstransformationen** Ansätze zur Umsetzung nachhaltigkeitsbezogener Transformationsprozesse in global agierenden Unternehmen unter Berücksichtigung von Akzeptanz- und Widerstandsmanagement zur langfristigen Verankerung nachhaltiger Praktiken. • **Organisationstrukturen für Nachhaltigkeit** Analyse von Rollen und Funktionen wie dem Chief Sustainability Officer (CSO) sowie interdisziplinären Teams, die Nachhaltigkeit vorantreiben. Schaffung von Mechanismen zur Berücksichtigung von Stakeholder-Interessen in Entscheidungs- und Managementstrukturen. • **Nachhaltigkeit als Wettbewerbsvorteil und Innovationstreiber** Strategien zur Differenzierung und Positionierung durch nachhaltige Geschäftsmodelle und Innovationen. Nutzung von Kreativitätstechniken wie Design-Thinking zur Entwicklung innovativer Lösungen im Hinblick auf Produkte, Dienstleistungen, Technologien und Geschäftsmodelle.
3	**Lehrformen** Kombination aus Vorlesung, Kleingruppenarbeiten, Diskussions- und Präsentationselementen.
4	**Teilnahmevoraussetzungen** Grundlegende Kenntnisse im strategischen Management sind hilfreich.
5	**Regelungen zur Präsenz** Aktive Teilnahme an Gruppenarbeiten und Präsentationen wird erwartet.
6	**Prüfungsart und -umfang** Projektbericht einschließlich Präsentation als Gruppenarbeit
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung Sustainability Leadership: Innovative Strategien in multinationalen Unternehmen

8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, An- gewandte Informatik sowie Digital Media
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang
10	**Literaturhinweise** • Mauroner, O. (2021). Kreativitäts- und Innovationsmanagement. Kohlhammer. • Mayer, K. (2020). Nachhaltigkeit: 125 Fragen und Antworten. Wegweiser für die Wirtschaft der Zukunft (2., erw. und aktualisierte Aufl.). Springer Gabler. • Preveden, V. (2024). Nachhaltigkeit als strategischer Wettbewerbsvorteil. Springer Nature. • Speth, H., & Kern, A. (2023). Strategische Nachhaltigkeit für Unternehmen in Theorie und Praxis.Kohlhammer. • Wunder T. (2024). Toolbox Strategie und Nachhaltigkeit. Wirksame Methoden für neue Geschäftsmo- delle und die Transformation. Schäffer Poeschel.
11	**Sonstige Informationen** Einzelheiten zu Gastrednern werden zu Beginn des Semesters bekannt gegeben.
12	**Zuletzt bearbeitet** 07.05.2026

Optionsbereich Marketing und Medien

Creating Shared Value				
Module code 11062	**ECTS-Credits** 5	**Duration of the module** 1 Semester	**Planned semester of study** Depending on degree program	**Module frequency** Each SoSe
Workload (total) (h) 150 h		**Class contact time (h)** 60 h		**Self study workload (h)** 90 h
Language English		**Planned group size** 40 students		**Compulsory or optional module** Optional module
Module owner(s) Prof. Dr. Claudia Hensel		**Course** Creating Shared Value (Part of major Global Sustainability; part of major Marketing)		

1	**Learning outcomes/competences** Upon successful completion of the module, participants will be able to: • understand the specific global challenges businesses and societies are facing • can consider the implications of competing in an international marketplace • are able to identify issues arising from the volatile and complex external environment • know the SDGs and the effect activities of businesses and societies will have • are equipped with methods and tools to analyze and interpret secondary research • are capable of critical and independent thinking • recognize the relevance and importance of innovation in a range of contexts • can reflect on key behaviors and attitudes relevant for innovation • are able to consider human factors that can influence ethical decision making • create a business innovation which is buying into the SDGs • can write an evidence-based marketing plan
2	**Contents** • Working in Intercultural Teams • International Marketing • Management Ethics and Corporate Social Responsibility • Managing Innovation • Cross Boundary Management • Concepts of Social Responsibility and Ethics in Business • Social Business • Shared Value & Circular Economy

3	**Teaching methods** Blended Learning, hybrid Lectures online and face-to-face, Group work
4	**Requirements for participation** • Willingness to communicate in English • Interest in global complexity • Social competence & ethical values
5	**Rules of attendance** None, but a minimum of 80 % attendance of classes is strongly advised.
6	**Form and scope of assessment/ examination** Individual reflective report on Project Work (5 Pages) 20 % Group Presentation (10 minutes) 30 % Group Marketing Plan (20 pages) 50 % **Study achievements as a prerequisite for participation in the assessment examination** /
7	**Requirements for receiving credits (ECTS)** Passed module Creating Shared Value
8	**Useability of module in other study programs** Bachelor degree programs of Business Administration, Business Law and Information Systems/ Applied Informatics and Digital Media
9	**Relative weight of the module for final grade** Depending on degree program

10 Literature

Books

Baines, P. (2014). Doing good by doing good: Why creating shared value is the key to powering business growth and innovation. Wiley.

Harvey, E.S. (2020). Developing an integrated marketing plan. Cognella.

Michelini, L. (2012). Social Innovation and New Business Models: Creating Shared Value in LowIncome Markets. Springer.

Ricci, P., O'Sullivan P. & Fusc, F. (2023). The Meaning of Shared Value: New Perspective on Cretaing Shared Value. Routlegde.

Wieland, J. (2018). Creating Shared Value- Concepts, experience, criticism. Springer.

Homburg, C. , Klarmann, M. & Vomberg, A. (eds.) (2022).Handbook of market research. Springer

Websites

- Chartered Institute of Marketing

  The CIM sets the standards for sales and marketing professional development nationwide. Their site contains general marketing information, case studies and useful links.

  http://www.cim.co.uk/Home.aspx
- Emerging Markets Companion

  Financial information and news on emerging markets for global investors. Contains information on assests, research, market opinions, background information and links to related financial websites.

  http://www.emgmkts.com/
- World Bank Group: Data and Statistics: Data by Country

  Contains statistics formulated into data profile tables drawn from the World Development Indicators database. Statistics include ICT, social and economic trends, education, gender, health, nutrition and population. Links to related sources.

  http://data.worldbank.org/data-catalog
- World Factbook (CIA)

  Collection of 150 country profiles, facts and data maintained by the US Central Intelligence Agency (CIA). Sections include: geography; people; government; global market intelligence; economy; communications; transportation and military and Reference maps (pdf/jpeg).

  https://www.cia.gov/theworld-factbook/
- United Nations

  The Sustainable Development Goals are the blueprint to achieve a better and more sustainable future for all. They address the global challenges we face, including those related to poverty, in equality, climate change, environmental degradation, peace and justice.

  https://sdgs.un.org/goals

11	**Further information** /
12	**Last modified** 07.05.2026

Digital Marketing

Module code	ECTS-Credits	Duration of the module	Planned semester of study	Module frequency
12042	5	1 Semester	Depending on degree program	Each WiSe

Workload (total) (h)	Class contact time (h)	Self study workload (h)
150 h	60 h	90 h

Language	Planned group size	Compulsory or optional module
English	40 students	Optional module

Module owner(s)	Course
Prof. Dr. Isabelle Hillebrandt	Digital Marketing (Part of major Marketing)

1 Learning outcomes/competences

Theory and practice will be combined based on cases, examples, and applications of acquired knowledge. After a successful completion of the module Digital Marketing, students will be able to:

- understand the specific roles of online, mobile, and social media marketing.
- explain the different digital marketing instruments regarding owned, paid, and earned media.
- apply the knowledge about the roles of online, mobile, and social media marketing as well as about
- digital marketing instruments to new use cases.
- analyze and evaluate different digital and social media marketing approaches in practice.
- discuss implications for businesses and reflect on legal and ethical considerations.
- establish a thorough digital and social media marketing strategy as a core element of contemporary business.

2 Contents

- Introduction to Digital Marketing
- Digital Marketing Strategy
- Search Engines and Search Engine Optimization (SEO)
- Online Advertising and Search Engine Advertising (SEA)
- Owned, paid, and earned Media
- Content Marketing
- Digital Marketing and Social Media Analytics
- Legal and Ethical Implications

3 Teaching methods

Preparatory Readings & Interactive lectures and Problem-based learning with Case Studies and Simulations

4	**Requirements for participation** Mandatory: English language skills Highly recommended: Introductory class on Marketing
5	**Rules of attendance** None, but regular attendance and active participation in class meetings is expected.
6	**Form and scope of assessment/ examination** Group case presentation (60 %); individual or group simulations or term paper (40 %) **Study achievements as a prerequisite for participation in the assessment examination** /
7	**Requirements for receiving credits (ECTS)** Passed module Digital Marketing
8	**Useability of module in other study programs** Bachelor degree programs of Business Administration, Business Law and Information Systems/ Applied Informatics and Digital Media
9	**Relative weight of the module for final grade** Depending on degree program
10	**Literature** Hanlon, Annmarie, Digital Marketing: Strategic Planning & Integration, Sage Publications. Kingsnorth, Simon, Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing, Kogan Page. Kotler, Philip, Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. Wiley. Tuten, Tracy L., & Solomon, Michael R. Social Media Marketing. Sage Publications. Please consider the newest editions. Further literature will be shared in class.
11	**Further information** /
12	**Last modified** 07.05.2026

Konsumentenpsychologie & -verhalten				
Kennnummer 18021	**ECTS-Leistungs-punkte** 5	**Dauer des Moduls** 1 Semester	**Vorgesehenes Studiensemester** Je nach Studiengang	**Häufigkeit des Angebots** Jeweils im WiSe
Arbeitsaufwand (gesamt) (h) 150 h		**Kontaktzeit (h)** 60 h		**Selbststudium (h)** 90 h
Sprache Deutsch		**Geplante Gruppengröße** 40 Studierende		**Verbindlichkeit** Wahlpflichtmodul (Optionen)
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Jörn Redler		**Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)** Konsumentenpsychologie (Teil der Vertiefung Marketing)		

1	**Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse** Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Konsumentenpsychologie sind die Studierenden in der Lage: • die Bedeutung, Themen und Anwendungsfelder der wichtigsten Bereiche der Konsumentenpsychologie und des Käuferverhaltens zu erläutern, • wichtige Theorien, Modelle und Studien in diesen Feldern aufzuzeigen und einzuordnen, • ausgewählte Theorien, Modelle und Methoden aus den Bereichen Wahrnehmung, Gedächtnis, Lernen, Motivation, Emotion, Einstellung, Urteilsbildung und Entscheidung sowie sozialer und räumlicher Umwelt zu erläutern und mit praktischen betrieblichen Fragestellungen in Verbindung zu bringen, • Möglichkeiten zur Nutzung dieser Theorien, Modelle und Studienergebnisse für Strategien, betriebliche Entscheidungen oder die Entscheidungsvorbereitung zu diskutieren, • Marketing-Strategien und -aktivitäten aus Sicht der Konsumentenpsychologie fachsprachlich zu beschreiben, auf Basis theoretischer und empirischer Erkenntnisse der Psychologie einzu ordnen sowie kritisch zu bewerten, • auf Basis der Forschungsmethoden der Psychologie Ableitungen für methodisch angemessene Vorgehensweisen in der Marktforschung zu entwickeln.

2	**Inhalte** • Bedeutung und Richtungen der Konsumentenpsychologie • Konsumentenpsychologie und Käuferverhaltensforschung • Wahrnehmung und Aufmerksamkeit • Gedächtnis und Lernen • Involvement und Motivation • Emotionen • Einstellungen, Einstellungsbildung und -änderung • Urteilsbildung und Kaufentscheidung • Konsistenz und Reaktanz • Soziale Gruppen und Interaktionen • Räumliche und mediale Umwelt • Jeweils Anwendungen im Marketing
3	**Lehrformen** Kombination aus Seminar, Vorlesung und Übung. Die Lehrveranstaltung setzt die regelmäßige Teilnehme und aktive Auseinandersetzung mit der bereitgestellten Literatur voraus.
4	**Teilnahmevoraussetzungen** Modul Marketing
5	**Regelungen zur Präsenz** /
6	**Prüfungsart und -umfang** Drei Assignments (je 33,33 %) **Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung** /
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung Konsumentenpsychologie
8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang

10	**Literaturhinweise** Aronson, E., Wilson, T. D., Akert, R. M., Social Psychology. Prentice Hall. Felser, G., Werbe-und Konsumentenpsychologie, Springer. Kroeber-Riel, W., Gröppel-Klein, A., Konsumentenverhalten. Vahlen. Solomon, M., Russell-Bennett, R., Previte, J., Consumer Behaviour. Pearson. Jeweils aktuelle Auflage.
11	**Sonstige Informationen** /
12	**Zuletzt bearbeitet** 07.05.2026

Marketing Analytics				
Kennnnummer 20068	**ECTS-Leistungs-punkte** 5	**Dauer des Moduls** 1 Semester	**Vorgesehenes Studiensemester** Je nach Studiengang	**Häufigkeit des Angebots** Jeweils im SoSe
Arbeitsaufwand (gesamt) (h) 150 h		**Kontaktzeit (h)** 60 h		**Selbststudium (h)** 90 h
Sprache Deutsch		**Geplante Gruppengröße** 40 Studierende		**Verbindlichkeit** Wahlpflichtmodul (Optionen)
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Isabelle Hillebrand		**Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)** Marketing Analytics (Teil der Vertiefung Marketing)		

1	**Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse** Nach Abschluss des Moduls Marketing Analytics sind die Studierenden in der Lage: • die Rolle und Bedeutung von Marketing Analytics für die Unternehmensführung und betriebliche Entscheidungen zu erläutern, • Bezüge zu den Grundlagen der quantitativen Methoden herzustellen, • Fragestellungen und Forschungsdesigns aufeinander abzustimmen, • mit ausgewählten Analytics- und Visualisierungstools oberflächlich umzugehen, um Daten zu strukturieren und zu analysieren • Datenstrategien sowie zugehörige Governance-Ansätze zu bewerten, • ethische Fragen und Kompetenzen im Bereich Marketing Analytics zu bewerten, • mittels adäquater Datenerhebungs- und Auswertungsmethoden Customer Insights und/oder • Entscheidungsempfehlungen für ausgewählte Fragestellungen des Marketings zu liefern.

2	**Inhalte** • Ziele und Perspektiven des datengetriebenen Marketings • Rolle des Kundenverhaltens und der Marketingstrategie • Von Analyseergebnissen zu Customer Insights • Datenstrategie, Datenstruktur, Datenqualität, Datenmanagement, Daten-Governance • Datenkompetenz • Rückgriff auf relevante Grundlagen quantitativer Verfahren, bspw. Regression, Clusteranalyse, • Prognoseverfahren, neuronale Netze, Conjoint-Verfahren, Faktorenanalyse, ANOVA • Spezielle Datenerhebungsdesigns im Rahmen der Marktforschung • Technologien und Tools im Bereich Marketing Analytics • Visualisierung und Entscheidungsunterstützung • Typische Anwendungsfelder, bspw. im Vertrieb, im E-Commerce, im Pricing bei der Customer-Journey, der Marktforschung oder beim Customer-Lifetime-Value • Ethische Aspekte der Marketing Analytics
3	**Lehrformen** Vorlesung, Übung, Projektarbeit
4	**Teilnahmevoraussetzungen** Grundlagen Marketing, Statistik
5	**Regelungen zur Präsenz** /
6	**Prüfungsart und -umfang** 3 Assignments = individuelle Analyseaufgaben in Einzelarbeit zu Hause (jeweils 10 % = 30 %) 1 Projektbericht + Präsentation = Erhebung und Auswertung von Primärdaten in Kleingruppe + Präsentation des methodischen Vorgehens & der gewonnenen Erkenntnisse (Projektbericht 50 %, Präsentation 20 %) **Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung** /
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung Marketing Analytics
8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang

10	**Literaturhinweise** Field, A., Discovering statistics using IBM SPSS statistics, SAGE edge. Grigsby, M., Marketing Analytics: A Practical Guide to Improving Consumer Insights Using Data Techniques, Kogan Page. Halfmann, M. & Schüller, K. (Hrsg.), Marketing Analytics, Springer Gabler. Palmatier, R. W., Petersem, J. A. & German F., Marketing Analytics: Based on First Principles, Bloomsbury. Jeweils aktuelle Auflage
11	**Sonstige Informationen** /
12	**Zuletzt bearbeitet** 07.05.2026

Verkaufen statt Verhandeln - Sales Excellence

Kennnnummer	ECTS-Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
27035	5	1 Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im SoSe

Arbeitsaufwand (gesamt) (h)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
150 h	60 h	90 h

Sprache	Geplante Gruppengröße	Verbindlichkeit
Deutsch	40 Studierende	Wahlpflichtmodul (Optionen)

Modulverantwortliche/r	Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)
Prof. Dr. Oliver Kaul	Verkaufen statt Verhandeln – Sales Excellence (Teil der Vertiefung Marketing)

1 Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Verkaufen statt Verhandeln - Sales Excellence sind die Studierenden in der Lage:

- Kommunikationsregeln für zielgerichteten Verkauf am Markt anzuwenden.
- Marktpotenziale zu erkennen und Entscheidungsstrukturen von Käufern und Verkäufern zu verstehen.
- Verhalten von Kunden richtig einzuschätzen und Widerstände zu antizipieren.
- Typische Entscheidungskriterien verschiedener Kundentypen zu differenzieren
- Vertriebsstrategien kundenspezifisch anzupassen, um langfristige Beziehungen aufzubauen.
- Vertriebsstrategien für alternative Produkt-Marktkombinationen zu konzipieren und zu exekutieren.

2 Inhalte

- Prospecting: Der „1 Mio $ Kunde“
- Neue Kunden: Klasse statt Masse
- Provokativ kommunizieren!
- Goldene Regeln bei der Erstellung von Angeboten
- Gewinnen statt Verhandeln
- MiniMax Prinzip: Maximaler Erfolg bei minimalem Zeitaufwand
- Angebotsmanagement: OMG – Kunde droht mit Auftrag
- Handschellenprinzip: Kunden finden – Kunden binden.

3 Lehrformen

Jeweils zu einem Drittel: Theoretische Grundlagen im Rahmen der Vorlesung, Praxisbeiträge von Vertriebsspezialisten und Vertriebstrainern, Praxisprojekte.

4	**Teilnahmevoraussetzungen** Interesse am Umgang mit Produkten und Menschen, lösungsorientierte Denkweise, Persönlichkeit und hohe Leistungsbereitschaft.
5	**Regelungen zur Präsenz** Keine, eine regelmäßige Teilnahme an den Veranstaltungen und Gruppenarbeit wird jedoch erwartet.
6	**Prüfungsart und -umfang** Schriftliche Ausarbeitung (Hausarbeit) eines Praxisprojektes **Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung** /
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung Verkaufen statt Verhandeln – Sales Excellence
8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang
10	**Literaturhinweise** Horn, Sam (2006): Pop! Create the Perfect Pitch, Title, and Tagline for Anything. Penguin Group. New York. Konrath, Jill (2006): Selling to Big Companies. Dearborn Trade Publishing. Chicago. Schultz, Mike/Doerr, John E. (2011): Rainmaking Conversations. Influence, Persuade, and Sell in any Situation. John Wiley&Sons, Inc. New Jersey. Weiss, Alan (2002): How to Acquire Clients. Powerful Techniques for the Successful Practitioner. JosseyBass/Pfeiffer. San Francisco. Weiss, Alan (2012): Million Dollar Consulting Proposals. How to Write a Proposal that's Accepted Every Time. John Wiley&Sons, Inc. New Jersey. Jeweils aktuelle Auflage.
11	**Sonstige Informationen** /
12	**Zuletzt bearbeitet** 07.05.2026

Optionsbereich Materialwirtschaft, Produktion & Logistik

Logistics & Supply Chain Management				
Module code 19016	**ECTS-Credits** 5	**Duration of the module** 1 Semester	**Planned semester of study** Depending on degree program	**Module frequency** Each WiSe
Workload (total) (h) 150 h		**Class contact time (h)** 60 h		**Self study workload (h)** 90 h
Language English		**Planned group size** 40 students		**Compulsory or optional module** Optional module
Module owner(s) Prof. Dr. Ulrich Berbner		**Course** Logistics & Supply Chain Management (Part of major Logistics & SCM)		

1	**Learning outcomes/competences** Upon successful completion of the module, participants will be able to: • describe the objectives and principles of logistics management, • explain the role of logistics strategy and the process of strategy design, • interpret the interrelations between a firm's logistics strategy and its logistics network setup as well as its production strategies, • apply common optimization methods and heuristics to solve decision problems in logistics management, • describe the distinct challenges of global logistics, • explain the reasons for and variants of logistics outsourcing, • analyze and evaluate a company's logistics strategy, • develop solutions for logistical problems based on real life case studies

2	**Contents** Part 1: Introduction to Logistics Management • Origin and history of logistics • Logistics' role in the economy and the organisation • Value added aspects of logistics • Basic principles of logistics management • Status quo and development perspectives of logistics management Part 2: Logistics strategy & Supply Chain Management • Analysis and development of logistics strategies • Logistics controlling and logistics KPIs • Supply chain management • Production strategies • Logistics networks & global logistics • Sustainable / circular supply chain management • Supply chain resilience Part 3: Logistics Optimization • Inventory management and optimization • Network optimization and facility location • Transport management & optimization Part 4: Logistics Services & Logistics Outsourcing • Differentiation of logistics service providers • Logistics outsourcing – decision, process, alternatives
3	**Teaching methods** Lecture, work on and discussion of case studies, presentations, exercises
4	**Requirements for participation** /
5	**Rules of attendance** /
6	**Form and scope of assessment/ examination** Group case written report (70 %) Group case presentation (30 %) **Study achievements as a prerequisite for participation in the assessment examination** /
7	**Requirements for receiving credits (ECTS)** Passed module Logistics & Supply Chain Management

8	**Useability of module in other study programs** Bachelor degree programs of Business Administration, Business Law and Information Systems/ Applied Informatics and Digital Media
9	**Relative weight of the module for final grade** Depending on degree program
10	**Literature** Chopra, S. (2019). Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation, Global Edition (7. Aufl.). Pearson. Christopher, M. (2022). Logistics and Supply Chain Management (6. Aufl.). FT Publishing International. Harrison, A. (2019). Logistics Management and Strategy: Competing through the Supply Chain (6. Aufl.). Pearson. Ghiani, G., Laporte, G., & Musmanno, R. (2013). Introduction to Logistics Systems Management (2. Aufl.). Wiley. Gleissner, H., & Femerling, J. C. (2013). Logistics: Basics — Exercises — Case Studies. Springer International Publishing. Pfohl, H.-C. (2023). Logistics Management: Conception and Functions. Springer. Rushton, A., Croucher, P., & Baker, P. (2022). The Handbook of Logistics and Distribution Management: Understanding the Supply Chain (7. Aufl.). Kogan Page.
11	**Further information** /
12	**Last modified** 07.05.2026

Logistiksysteme & -technologien

Kennnnummer	ECTS-Leistungs-punkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
19015	5	1 Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im SoSe

Arbeitsaufwand (gesamt) (h)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
150 h	60 h	90 h

Sprache	Geplante Gruppengröße	Verbindlichkeit
Deutsch	40 Studierende	Wahlpflichtmodul (Optionen)

Modulverantwortliche/r	Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)
Prof. Dr. Ulrich Berbner	Logistiksysteme und -technologien (Teil der Vertiefung Logistik & SCM)

1 Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Logistiksysteme und -technologien sind die Studierenden in der Lage:

- die verschiedenen Aufgabenbereiche der Logistik im Unternehmen darzustellen,
- unterschiedliche Lagertechniken einzuordnen und die Geeignetheit von Lagertechniken je nach Anwendungsfall qualitativ zu bewerten,
- verschiedene Kommissionier- und Lagerprinzipien zu unterscheiden,
- Vor- und Nachteile von Transportmitteln zu benennen und Transportsysteme aufzubauen,
- je nach Phase des Güterflusses spezifische Anforderungen an die Logistik zu benennen,
- relevante IT-Systeme der Logistik und deren Funktionen zu beschreiben,
- im Rahmen von anwendungsnahen Case Studies logistische Anforderungen zu analysieren und Logistikbereiche sowie -prozesse selbstständig zu planen und zu dokumentieren,
- im Rahmen von anwendungsnahen Case Studies die Potentiale unterschiedlicher Technologien und Geschäftsmodelle im Kontext der Digitalisierung zu analysieren und qualitativ zu bewerten.

2	**Inhalte** Lerneinheit 1: Einführung Logistiksysteme • Grundstrukturen von Logistiksystemen • Logistische Aufgabenbereiche Lerneinheit 2: Logistiksysteme nach Funktion • Lagerhaus: Lagertechnik, Fördertechnik, Lagerprinzipien, Kommissioniersysteme, Lagerkennzahlen • Transport & Verpackung: Verkehrsträger & Transportmodi, Transportsysteme, Transportkennzahlen, Transportemissionen, Ladeeinheiten, Ladehilfsmittel, Verpackung inkl. Nachhaltigkeitsaspekten Lerneinheit 3: Logistiksysteme nach Phasen • Behandlung spezifischer Aufgaben, Prozesse, Methoden und Kennzahlen der unterschiedlichen Logistiksysteme: Beschaffungslogistik, Produktionslogistik, Distributionslogistik, Entsorgungslogistik & Closed Loop Supply Chain, Ersatzteillogistik Lerneinheit 4: Planung von schlanken Logistiksystemen • Grundlagen Lean Management und Lean Logistics • Prozess- und Wertstromdarstellung • Planungsmodelle und -prozesse in der Logistik • Planung der Lagerlogistik am Beispiel des Lebensmittelhandels • Planung der Produktionslogistik am Beispiel der Automobilindustrie Lerneinheit 5: Logistik 4.0 – IT-Systeme und Digitalisierung • IT-Systeme in der Logistik • IT-Bebauungsplan im Kontext von Logistik und Supply-Chain-Management • Identifikationssysteme in der Logistik • Kommunikationsstandards in der Supply Chain • Digitalisierung und Industrie 4.0: Neue Technologien und Geschäftsmodelle für Logistik und SCM
3	**Lehrformen** Seminaristischer Vorlesungsstil (Vorlesung, Übungen, Projektarbeit in der Gruppe)
4	**Teilnahmevoraussetzungen** /
5	**Regelungen zur Präsenz** /

6	**Prüfungsart und -umfang** Zwischenergebnisse Projekt Logistikplanung (25 %), Ergebnisse & Abschlussbericht Projekt Logistikplanung (50 %), Präsentation der Projektergebnisse (25 %) **Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung** /
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung Logistiksysteme & -technologien
8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang

10	**Literaturhinweise** Burgdorf, J., Destradi, M., Kiss, M., & Schubert, M. (2017). Logistik mit SAP S/4HANA: Die neuen Funktionen für Einkauf, Vertrieb, Retail, Produktion und Lager – Ausgabe 2017 (1. Aufl.). SAP PRESS. Hänggi, R., Fimpel, A., & Siegenthaler, R. (2021). LEAN Production – einfach und umfassend: Ein praxisorientierter Leitfaden zu schlanken Prozessen mit Bildern erklärt (1. Aufl. 2021 Edition). Springer Vieweg. Koether, R. (2018). Distributionslogistik: Effiziente Absicherung der Lieferfähigkeit. Springer Fachmedien. Martin, H. (2014). Transport- und Lagerlogistik: Planung, Struktur, Steuerung und Kosten von Systemen der Intralogistik. Springer Fachmedien. Pfohl, H.-C. (2018). Logistiksysteme: Betriebswirtschaftliche Grundlagen (9. Aufl. 2018 Edition). Springer Vieweg. Rohrhofer, C., & Graf, H.-C. (2018). Intralogistik und Logistiktechnologie: Weißbuch für den Technologieeinsatz in der Logistik (korrigierte Edition). Shaker. Tempelmeier, H. (Hrsg.). (2018). Begriff der Logistik, logistische Systeme und Prozesse. Springer. ten Hompel, M., Sadowsky, V., & Beck, M. (2011). Kommissionierung: Materialflusssysteme 2 - Planung und Berechnung der Kommissionierung in der Logistik. Springer. ten Hompel, M., Schmidt, T., & Dregger, J. (2018). Materialflusssysteme: Förder- und Lagertechnik (4. Aufl. 2018 Edition). Springer Vieweg. Wagner, K. W., & Lindner, A. (2022). WPM - Wertstromorientiertes Prozessmanagement: - Effizienz steigern - Verschwendung reduzieren - Abläufe optimieren (3., überarbeitete Edition). Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG. Wurst, C., & Graf, L. (Hrsg.). (2021). Disrupting Logistics: Startups, Technologies, and Investors Building Future Supply Chains. Springer International Publishing
11	**Sonstige Informationen** /
12	**Zuletzt bearbeitet** 07.05.2026

Purchasing & Supply Management				
Module code 23057	**ECTS-Credits** 5	**Duration of the module** 1 Semester	**Planned semester of study** Depending on degree program	**Module frequency** Each WiSe
Workload (total) (h) 150 h		**Class contact time (h)** 60 h		**Self study workload (h)** 90 h
Language English		**Planned group size** 40 students		**Compulsory or optional module** Optional module
Module owner(s) Prof. Dr. Lydia Bals		**Course** Purchasing & Supply Management (Part of major Logistics & SCM)		

1 Learning outcomes/competences

Upon successful completion of the module, participants are able to:

- Explain the importance of procurement for achieving corporate success.
- Explain how a procurement strategy relates to corporate strategy.
- Differentiate the strategic source-to-contract (S2C) and transactional purchase-to-pay (P2P) processes.
- Explain how sustainability affects the S2C processes and name current tools.
- Perform a basic category analysis.
- Explain the differences of and apply a structured approach for outsourcing, insourcing, offshoring and reshoring.
- Perform a basic supplier evaluation.
- Make decisions in teams.
- Analyze, justify and present their decisions in case study discussions.

2	**Contents** • What is Purchasing and Supply Management • Selecting and calculating economic, environmental and social KPIs in procurement • The Purchasing Process: Strategic & Transactional Issues • Structuring to Meet Customer and Competitive Needs • Socially Responsible Sourcing in light of changing legal requirements (e.g. German Supply Chain • Due Diligence Act) • Sourcing Risk Management and Mitigation in light of supply disruptions (e.g. COVID-19) and contemporary supply risk/sustainability analysis tools (e.g. Risk Methods, Prewave, HGS Research) • Make or buy and international (supply) location decisions: Outsourcing and Insourcing, Offshoring and Reshoring • Supplier Evaluation and Selection • Purchasing & Supply Organization • In all of these topics: Coverage of sustainability, digitalization and risk management aspects
3	**Teaching methods** Lecture, work on and discussion of case studies, presentations, exercises
4	**Requirements for participation** /
5	**Rules of attendance** /
6	**Form and scope of assessment/ examination** Group case presentation (40 %); group case written report (40 %); individual summary of learnings/reflections (20 %) **Study achievements as a prerequisite for participation in the assessment examination** /
7	**Requirements for receiving credits (ECTS)** Passed modul Purchasing & Supply Management
8	**Useability of module in other study programs** Bachelor degree programs of Business Administration, Business Law and Information Systems/ Applied Informatics and Digital Media
9	**Relative weight of the module for final grade** Depending on degree program

10	**Literature** Bals, L., Schulze, H., Kelly, S. & Stek, K. (2019): Purchasing and supply management (PSM) competencies: Current and future requirements. Journal of Purchasing and Supply Management, 25(5), 100572. Bals, L., & Turkulainen, V. (2017). Achieving efficiency and effectiveness in Purchasing and Supply Management: Organization design and outsourcing. Journal of Purchasing and Supply Manage ment, 23(4), 256-267. Guida, M., Caniato, F., Moretto, A., & Ronchi, S. (2023): The role of artificial intelligence in the procurement process: State of the art and research agenda. Journal of Purchasing and Supply Management, 100823. Johnsen, T.E., Howard, M. & Miemczyk, J. (2018): Purchasing and supply chain management: A sustainability perspective, 2nd edition, London & New York: Routledge. Monczka, R., Handfield, R.M., Giunipero, L.C. & Patterson, J.L. (2020): Purchasing and Supply Chain Management, Cengage Learning. Schulze, H., Bals, L., & Warwick, J. (2022): A sustainable sourcing competence model for purchasing and supply management professionals. Operations Management Research, 15(3-4), 1418-1444. Schupp,F. & Wöhner, H. (2018): Digitalisierung im Einkauf. Wiesbaden, Springer Fachmedien. Van Weele, A. & Rozemeijer, F. (2022): Procurement and Supply Chain Management, Cengage Learning.
11	**Further information** /
12	**Last modified** 07.05.2026

Sustainable Global Value Chains

Module code	ECTS-Credits	Duration of the module	Planned semester of study	Module frequency
25068	5	One Semester	Depending on degree program	Each SoSe

Workload (total) (h)	Class contact time (h)	Self study workload (h)
150 h	60 h	90 h

Language	Planned group size	Compulsory or optional module
English	40 students	Optional module

Module owner(s)	Course
Prof. Dr. Lydia Bals	Sustainable Global Value Chains (Part of major Global Sustainability; part of major Logistics & SCM)

1 Learning outcomes/competences

Upon successful completion of the module, participants will be able to:

- Explain the importance and provide examples for the role of sustainability in global value and supply chains.
- Summarize key governance mechanisms in global value chains.
- Illustrate different supply chain designs geared toward creating shared value.
- Characterize certain key capabilities for creating shared value.
- Discuss differences and similarities between the global value chain and global supply chain literature.
- Make decisions in teams.
- Analyze, justify and present their decisions in case study discussions.

2 Contents

- Sustainability and resilience in a global economy in light of supply disruptions (e.g. COVID-19) and changing legal & reporting requirements (e.g. German Supply Chain Due Diligence Act; Global Reporting Initiative)
- Global value chains (in the field of international business) versus global supply chains (in the field of supply chain management)
- Global value chain configuration and governance (for economic, social and environmental upgrading)
- Sustainable Supply Chain Design (SSCD) and related capabilities for creating shared value
- The role of (social) intermediaries for creating shared value
- Moving toward a circular economy: From chains to systems
- Circular Supply Chain Design (CSCD) and related capabilities

3	**Teaching methods** Lecture, work on and discussion of case studies, presentations, exercises
4	**Requirements for participation** **/**
5	**Rules of attendance** /
6	**Form and scope of assessment/ examination** Group case presentation (40 %); group case written report (40 %); individual summary of learnings/reflections (20 %) **Study achievements as a prerequisite for participation in the assessment examination** /
7	**Requirements for receiving credits (ECTS)** Passed modul Sustainable Global Value Chains
8	**Useability of module in other study programs** Bachelor degree programs of Business Administration, Business Law and Information Systems/ Applied Informatics and Digital Media
9	**Relative weight of the module for final grade** Depending on degree program

10	**Literature** Bals, L., Tate, W. L. & Ellram, L. M. (Eds.) (2022): Circular Economy Supply Chains: From Chains to Systems. Emerald Group Publishing. Bals, L., & Tate, W. L. (2018). Sustainable supply chain design in social businesses: advancing the theory of supply chain. Journal of Business Logistics, 39(1), 57-79. Gereffi, G., Lim, H. C., & Lee, J. (2021). Trade policies, firm strategies, and adaptive reconfigurati ons of global value chains. Journal of International Business Policy, 1-17. Gereffi, G., & Lee, J. (2016). Economic and social upgrading in global value chains and industrial clusters: Why governance matters. Journal of Business Ethics, 133(1), 25-38. Gereffi, G., & Lee, J. (2012). Why the world suddenly cares about global supply chains. Journal of Supply Chain Management, 48(3), 24-32. Gereffi, G., Humphrey, J., & Sturgeon, T. (2005). The governance of global value chains. Review of International Political Economy, 12(1), 78-104. Golini, R., De Marchi, V., Boffelli, A., & Kalchschmidt, M. (2018). Which governance structures drive economic, environmental, and social upgrading? A quantitative analysis in the assembly industries. International Journal of Production Economics, 203, 13-23. Hernández, V., & Pedersen, T. (2017). Global value chain configuration: A review and research agenda. BRQ Business Research Quarterly, 20(2), 137-15 Kano, L. (2018). Global value chain governance: A relational perspective. Journal of International Business Studies, 49, 684-705. Rosca, E., Tate, W. L., Bals, L., Huang, F., & Ciulli, F. (2022). Coordinating multi-level collective action: how intermediaries and digital governance can help supply chains tackle grand challenges. International Journal of Operations & Production Management, 42(12), 1937-1968. Tate, W. L., & Bals, L. (2018). Achieving shared triple bottom line (TBL) value creation: toward a social resource-based view (SRBV) of the firm. Journal of Business Ethics, 152, 803-826. Tate, W. L., Bals, L., & Marshall, D. (2019). Supply chain management at the base of the pyramid. International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, 49(5), 438-450.
11	**Further information** /
12	**Last modified** 07.05.2026

Optionsbereich Rechnungswesen, Controlling & Finanzen

Aktuelle Trends im Controlling

Kennnummer	ECTS-Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
10043	5	1 Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im WiSe

Arbeitsaufwand (gesamt) (h)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
150 h	60 h	90 h

Sprache	Geplante Gruppengröße	Verbindlichkeit
Deutsch	40 Studierende	Wahlpflichtmodul (Optionen)

Modulverantwortliche/r	Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)
Prof. Dr. Britta Rathje	Aktuelle Trends im Controlling (Teil der Vertiefung Controlling & Finance)

1 Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Aktuelle Trends im Controlling sind die Studierenden in der Lage:

- die aktuellen Entwicklungen im Bereich des Controllings zu verstehen und kritisch zu analysieren.
- verschiedene Technologien, wie Künstliche Intelligenz, Big Data-Analysen oder Business-Intelligence-Tools zu beurteilen, um diese im Controlling einzusetzen.
- Daten zu strukturieren, analysieren, zu interpretieren und daraus fundierten Geschäftsentscheidungen abzuleiten.
- Unternehmensverantwortung im Controlling zu übernehmen und eine nachhaltige Strategie umzusetzen.
- das menschliche Verhalten besser zu verstehen und dieses Wissen nutzen, um das Controling effektiver zu gestalten.
- unternehmerische Entscheidungen ganzheitlich unter Berücksichtigung ökonomischer, ökologischer und sozialer Aspekte zu fundieren.
- Risiken zu erkennen und zu bewerten sowie entsprechende Maßnahmen vorzuschlagen.
- theoretische Konzepte auf reale Fallstudien anzuwenden und praktische Lösungen für Controlling-Herausforderungen zu entwickeln.
- (die Herausforderungen und Besonderheiten des Controllings in multinationalen Unternehmen und globalen Märkten einzuschätzen und zu analysieren)

Durch den Erwerb dieser Kompetenzen sollten die Studierenden nach Abschluss des Moduls Aktuelle Trends im Controlling gut gerüstet sein, um im Controllingbereich von Unternehmen auf die dynamischen Anforderungen der Geschäftswelt reagieren zu können.

2	**Inhalte** **Einführung** • Kurzer Überblick über das Controlling **Digitalisierung** • Integration von Technologien in das Controlling • Datenaufbereitung und Analyse • Verändertes Rollenbild des Controllers **Soft Skills / Behavioral Controlling** • Kompetenzanforderungen an Controller • Verhaltensökonomische Ansätze im Controlling **Nachhaltiges Controlling** • Nachhaltigkeit und Unternehmenserfolg • Ausgewählte Instrumente des Nachhaltigkeitscontrolling • Nachhaltigkeitsberichterstattung **Risikoorientiertes Controlling** • Risikomanagement • Planungs(un)sicherheit Ggf. weitere aktuelle Entwicklungen/Trends
3	**Lehrformen** Vorlesung und Übung im seminaristischen Stil
4	**Teilnahmevoraussetzungen** /
5	**Regelungen zur Präsenz** /
6	**Prüfungsart und -umfang** Hausarbeit einschließlich Präsentation **Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung** /
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung Aktuelle Trends im Controlling
8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang

10	**Literaturhinweise** Britzelmaier, Bernd: Controlling – Grundlagen, Praxis, Handlungsfelder Diederichs, Marc: Risikomanagement und Risikocontrolling Sailer, Ulrich: Digitalisierung im Controlling Sailer, Ulrich: Nachhaltigkeitscontrolling Vanini, Ute; Krolak, Thomas; Langguth, Heike: Controlling: Grundlage einer entscheidungsorientierten Unternehmensführung Weber, Jürgen; Schäffer, Utz: Einführung in das Controlling Jeweils aktuelle Auflage
11	**Sonstige Informationen** /
12	**Zuletzt bearbeitet** 07.05.2026



Bank- & Finanzmanagement				
Kennnummer 11030	**ECTS-Leistungs-punkte** 5	**Dauer des Moduls** 1 Semester	**Vorgesehenes Studiensemester** Je nach Studiengang	**Häufigkeit des Angebots** Jeweils im WiSe
Arbeitsaufwand (gesamt) (h) 150 h		**Kontaktzeit (h)** 60 h		**Selbststudium (h)** 90 h
Sprache Deutsch		**Geplante Gruppengröße** 40 Studierende		**Verbindlichkeit** Wahlpflichtmodul (Optionen)
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Anja Wittstock		**Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)** Bank- & Finanzmanagement (Teil der Vertiefung Controlling & Finance)		

1 Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Bank- und Finanzmanagement sind die Studierenden in der Lage:

- die Funktionen von Banken und die für das Betreiben von Bankgeschäften wesentlichen Vorschriften zu erläutern.
- die Strukturen des Bankensystems und die Strukturen der Finanzaufsicht sowohl auf nationaler als auch auf europäischer Ebene zu erklären.
- die aus den Bankgeschäften resultierenden Risiken zu quantifizieren und zu steuern.
- Probleme auf dem Bankenmarkt zu erkennen, diese zu analysieren, zu beurteilen und Vorschläge zur Lösung zu formulieren.
- das vernetzte Zusammenwirken betriebswirtschaftlicher, volkswirtschaftlicher, rechtlicher und mathematischer Problemstellungen im Bankenkontext zu beurteilen.
- Finanzinstrumente erläutern und deren Funktionsweise erklären

2	**Inhalte** • Gesamtwirtschaftliche Bedeutung und Funktionen von Kreditinstituten • Bankenstruktur • Finanzmärkte o Zinsstrukturkurve o Anleihenbewertung • Bankbetriebliche Risiken und deren Begrenzung o SWAP o Forward Rate Agreements • Finanzinstrumente • Derivate o Optionen o Optionssensitivitätskennzahlen o Futures o Hedgestrategien zur Sicherung von Marktpreisrisiken • Value at Risk • Asset Management o Fondsmanagement o Unternehmensbewertung vs. Aktienkurs
3	**Lehrformen** Lehrveranstaltung im seminaristischen Stil mit Vortrag, Diskussion und Bearbeitung von Fallstudien.
4	**Teilnahmevoraussetzungen** Der erfolgreiche Abschluss der Module Statistik, Mathematik, Investition und Finanzierung und Jahresabschluss wird empfohlen.
5	**Regelungen zur Präsenz** /
6	**Prüfungsart und -umfang** Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (90 Minuten; 75 %) und Gruppenpräsentation (25 %) **Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung** /
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung Bank- & Finanzmanagement
8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang

10	**Literaturhinweise** Deutsch, H.-P.: Derivate und Interne Modelle, Schäffer-Poeschel-Verlag, Stuttgart Ettmann, B./Wolff, K./Wurm, G: Kompaktwissen Bankbetriebslehre, Troisdorf, Bildungsverlag EINS Hull, J.: Risikomanagement – Banken, Versicherungen und andere Finanzinstitutionen, Pearson Deutschland, München Obst, G./Hintner, O.: Geld-, Bank-, und Börsenwesen, Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart Peppmeier, A./Kurz, G.: Bankbetriebslehre, NWB Verlag, Herne Peppmeier, A.: Einführung in Kreditderivate, Shaker-Verlag, Aachen Schierenbeck, Henner: Ertragsorientiertes Bankmanagement, Band 1 und Band 2, Gabler-Verlag, Wiesbaden Steiner, M., Bruns, C., Stöckl, S.: Wertpapiermanagement, Schaeffer-Poeschel-Verlag, Stuttgart Thamm, S.: Aktives Kreditrisikomanagement: Einsatz moderner Kreditrisikotransferinstrumente. Chancen und Risiken unter Berücksichtigung
11	**Sonstige Informationen** /
12	**Zuletzt bearbeitet** 07.05.2026

Controlling Essentials				
Kennnnummer 11026	**ECTS-Leistungs-punkte** 5	**Dauer des Moduls** 1 Semester	**Vorgesehenes Studiensemester** Je nach Studiengang	**Häufigkeit des Angebots** Jeweils im SoSe
Arbeitsaufwand (gesamt) (h) 150 h		**Kontaktzeit (h)** 60 h		**Selbststudium (h)** 90 h
Sprache Deutsch		**Geplante Gruppengröße** 40 Studierende		**Verbindlichkeit** Wahlpflichtmodul (Optionen)
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Sven Fischbach		**Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)** Controlling Essentials (Teil der Vertiefung Controlling & Finance)		

1	**Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse** Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Controlling Essentials sind die Studierenden in der Lage: • Relevanz, Aufgaben und Führungsgrößen des Controllings zu erläutern • die relevanten Methoden und Instrumente des operativen und strategischen Controllings zu charakterisieren, in praxisorientierten Fallstudien anzuwenden sowie hinsichtlich ihrer Übertragbarkeit auf andere Planungs- und Kontrollentscheidungen zu beurteilen • den Ablauf der operativen Planung und Kontrolle zu erläutern und kritisch zu hinterfragen, Budget-pläne eigenständig aufzustellen, Abweichungen zu berechnen sowie die Ergebnisse betriebswirtschaftlich zu bewerten • Ansatzpunkte und Instrumente des Kostenmanagements zu erläutern und hinsichtlich möglicher Einsatzmöglichkeiten zu differenzieren • empfängerorientierte Berichte zu konfigurieren und in geeigneter Form zu kommunizieren, • die relevanten theoretischen Konzepte in praxisorientierten Fallstudien anzuwenden und die ermittelten Ergebnisse zu bewerten.

2	**Inhalte** 1. **Einführung in das Controlling** 2. **Steuerung der Erfolgspotenziale: Ausrichtung an den langfristigen Zielen und Herausforderungen** 2.1 Strategisches vs. Operatives Controlling 2.2 Investitions- und Projektcontrolling 3. **Steuerung des Erfolgs: Kosten- und Erlöse planen und managen** 3.1 Kosten- und Erlösrechnungen als Basis für das Controlling 3.2 Operative Planung und Budgetierung 3.3 Kostenmanagement 4. **Steuerung der Liquidität: Finanzplanung und -management zur Sicherung der Zahlungsfähigkeit** 5. **Steuerung mit Kennzahlen und Kennzahlensystemen** 5.1 Kennzahlen 5.2 Kennzahlen- und Managementsysteme 6. **Management Reporting: Steuerungsrelevantes empfängerorientiert berichten** 7. **Controlling umsetzen**
3	**Lehrformen** Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung / Übung im seminaristischen Stil.
4	**Teilnahmevoraussetzungen** /
5	**Regelungen zur Präsenz** /
6	**Prüfungsart und -umfang** Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (120 Minuten) **Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung** /
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung Controlling Essentials
8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang

10	**Literaturhinweise** Deyhle, A. / Eiselmayer, K. / Kleinhietpaß, G.: Controller Praxis, Freiburg / Wörthsee (Verlag für Controlling Wissen) Horváth, P. / Gleich, R. / Seiter, M.: Controlling, München (Vahlen) Horváth & Partners: Das Controllingkonzept, München (dtv / Beck Wirtschaftsberater) Müller, S. / Müller, S.: Unternehmenscontrolling, Wiesbaden (SpringerGabler) Weber, J. / Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, Stuttgart (Schäffer-Poeschel) Wiltinger, K. / Heupel, T. / Deimel, K.: Controlling, München (Vahlen) Jeweils in der neuesten Auflage
11	**Sonstige Informationen** /
12	**Zuletzt bearbeitet** 19.08.2025

Investment- & Risikomanagement

Kennnummer	ECTS-Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
17088	5	1 Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im WiSe

Arbeitsaufwand (gesamt) (h)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
150 h	60 h	90 h

Sprache	Geplante Gruppengröße	Verbindlichkeit
Deutsch	40 Studierende	Wahlpflichtmodul (Optionen)

Modulverantwortliche/r	Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)
Prof. Dr. Sebastian Schlütter Prof. Dr. Susanne Griebsch	Investment- und Risikomanagement (Teil der Vertiefung Controlling & Finance)

1 Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Investment- und Risikomanagement sind die Studierenden in der Lage:

- über die Eigenschaften und Risiken von Anleihen zu berichten und die Bewertung von verschiedenen Typen von Anleihen durchzuführen.
- die Zinsänderungsrisiken von Anleihen mithilfe von Sensitivitätsmaßen zu analysieren.
- die grundlegende Idee der Verbriefung zu erläutern und die Zahlungsströme von einfachen strukturierten Verbriefungen zu berechnen.
- die Annahmen und Anwendungsmöglichkeiten der modernen Portfoliotheorie und des Capital Asset Pricing Models (CAPM) zu erklären und Modellergebnisse zu interpretieren.
- Grundprinzipien der Risikomessung finanzieller Risiken sowie Rahmenbedingungen aus
- Regulierungssystemen für Banken und Versicherungsunternehmen zu erläutern.
- Die Vorgehensweise der Risikomessung anhand von Monte-Carlo-Simulationen zu erläutern und Simulationsmodelle zu entwerfen, umzusetzen bzw. zu überprüfen.
- Aspekte der Nachhaltigkeit bei Portfolioselektion und Risikomessung zu diskutieren.
- Die Merkmale und die Gewinn-Verlust-Profile von Call- und Put-Optionen zu beschreiben und die Optionsbewertung anhand des Black-Scholes-Modells vorzunehmen.

2	**Inhalte** • Anleihetypologien, Anleihebewertung und Analyse der Risikofaktoren von Anleihen anhand von Duration und Konvexität • Verbriefte und strukturierte Wertpapiere: Mortgage-Backed Securities, Covered Bonds, und-Collateralized Mortgage Obligations • Grundlagen und Anwendungen der Portfoliotheorie nach Markowitz, einschließlich Modifikationen der Theorie um Nachhaltigkeitsaspekte • Grundlagen und Anwendungen des Capital Asset Pricing Models (CAPM) • Messung finanzieller Risiken: Ziele und regulatorische Anforderungen aus Basel III und Solvency 2; Risikokategorien; Risikomaße; Überblick über Methoden und Modelle; Nachhhaltigkeitsrisiken • Monte-Carlo-Simulation: Mathematische Grundlagen; Anwendungsmöglichkeiten; Gestaltung, Umsetzung und Prüfung von Modellen • Grundlagen von Optionen und Optionsbewertung
3	**Lehrformen** Lehrveranstaltung im seminaristischen Stil mit Vortrag, Diskussion und Bearbeitung von Fallstudien in Gruppenarbeit.
4	**Teilnahmevoraussetzungen** Der erfolgreiche Abschluss der Module Mathematik, Statistik, Jahresabschluss und Investition sowie Finanzierung wird empfohlen.
5	**Regelungen zur Präsenz** /
6	**Prüfungsart und -umfang** Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (120 Minuten). **Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung** /
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung Investment- und Risikomanagement
8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang
10	**Literaturhinweise** Albrecht, P., & Maurer, R. (2016). Investment- und Risikomanagement: Modelle, Methoden, Anwendungen, 4. Auflage, Schäffer-Poeschel. Fabozzi, F. J. (2007). Fixed Income Analysis, 2. Auflage, John Wiley & Sons. Fabozzi, F. J. (2012). Bond Markets, Analysis and Strategies, 8. Auflage, Pearson. Glasserman, P. (2003). Monte Carlo Methods in Financial Engineering. Springer. Hull, J. (2023). Optionen, Futures und andere Derivate, 11. Auflage, Pearson.

11	**Sonstige Informationen** /
12	**Zuletzt bearbeitet** 07.05.2026

Sozial- & Gesundheitswirtschaft

Kennnummer	ECTS-Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
25041	5	1 Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im Sommersemester

Arbeitsaufwand (gesamt) (h)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
150 h	60 h	90 h

Sprache	Geplante Gruppengröße	Verbindlichkeit
Deutsch	40 Studierende	Wahlpflichtmodul (Optionen)

Modulverantwortliche/r	Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)
Prof. Dr. Hans-Christoph Reiss	Sozial- & Gesundheitswirtschaft

1 Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:

- über Kenntnisse der marktlichen Prozesse und Strukturen der Sozial- und Gesundheitsökonomie zu verfügen.
- Begriffe und Bedeutung von Nonprofit-Unternehmungen, der Sozialwirtschaft und erwerbswirt-schaftlich organisierten Sozialunternehmen einzuordnen und zu unterscheiden.
- die Besonderheiten des Managements in der Sozialwirtschaft und im Krankenhauswesen, ins-besondere bezogen auf Controlling, Finanzierung und Rechnungslegung, aber auch des Marke-tings (insbesondere des Sponsorings u.a. Methoden des Fundraisings) zu kennen.
- gemeinnützigkeitsrechtliche und umsatzsteuerliche Grundlagen zu definieren.
- mit Besonderheiten der Finanzierung in der Sozialwirtschaft und in Krankenhausbetrieben umzgehen.
- sich mit den Grundlagen des Gesundheitswesens, speziell des Krankenhauswesens, wie z.B. Geschichte, Struktur und Gesetzeslage, dem (jeweils aktuellen) Budgetierungssystem, dem Quali-tätsmanagement und den aktuellen Trends des Krankenhausmarktes auseinander zu setzen.

- Die Studierenden verfügen über Fachwissen in der Sozial- und Gesundheitswirtschaft.
- Sie lernen ein breites Spektrum an Methoden zur Steuerung, Qualitätssicherung und Kontrolle sozi-aler Dienstleistungen kennen und …
- sind in der Lage, neue Lösungsansätze zu erarbeiten.
- Gefördert werden im Rahmen der Veranstaltungen Problemlösungskompetenzen, divergentes Denken und Handeln sowie die Fähigkeit, Theorie mit Praxis zu kombinieren.

2	**Inhalte** • Nonprofitmanagement, Sozialunternehmertum und Gesundheitsmanagement • Begriffe, Träger und Geschichte der Sozialwirtschaft, der Wohlfahrtsverbände und des Krankenhauswesens • Sozialrechtliche Grundlagen und Sozialversicherung • Organisations- und Rechtsformen für NPOs/Organisations- und Rechtsformen für NPOs – Kooperationsmöglichkeiten in der Sozialwirtschaft • Finanzierung von Sozialunternehmen und Krankenhausbetrieben • Leistungserfassungs- und Fallkostenmanagement im DRG-System • Rechnungslegung und Controlling in Krankenhaus und der Sozialwirtschaft • Qualitätsmanagement, -sicherung und Zertifizierungssysteme im Krankenhausbereich • Kernelemente und Methoden der Corporate Governance und des Risikomanagements • IT als Dienstleistung für Dienstleister • Marketing und Nutzen von Social Media • Kurzdarstellung von Sozialmärkten • In Praxis: Seminaristische Kontakte mit Persönlichkeiten aus Einrichtungen und Unternehmen der Märkte
3	**Lehrformen** Die Lehrveranstaltungen beginnen mit einem Vorlesungsteil, werden schließlich im seminaristischen Stil durchgeführt. Einige Veranstaltungen des Semesters dienen dem unmittelbaren Praxiskontakt mit Per-sönlichkeiten aus Pflege- und Betreuungsunternehmungen, Klinik- und Krankenhausbetrieben sowie deren Dienstleistern (und öffentlichen Institutionen, wie z.B. Behörden und Ministerien).
4	**Teilnahmevoraussetzungen** /
5	**Regelungen zur Präsenz** Präsenzveranstaltungen und mögliche Online-Veranstaltungen bei Bedarf
6	**Prüfungsart und -umfang** Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (120 Minuten) oder fakultativ eine Mündliche Prüfung im Umfang von ca. 30 Minuten **Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung** /
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung Sozial- & Gesundheitswirtschaft
8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media (alle grundständigen Studienangebote des Fachbereichs Wirtschaft)

9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang
10	**Literaturhinweise** Reiss, Hans-Christoph: Steuerung von Sozial- und Gesundheitsunternehmen, Baden-Baden 2010 Wöhrle, Armin: Grundlagen des Managements in der Sozialwirtschaft, Baden-Baden 2003 Schick, Stefan: Rechtliche und steuerliche Grundlagen in der Sozialwirtschaft, Baden-Baden 2012, insbesondere ab S. 101 Kümpel, Thomas/ Schlenkrich, Kay/ Heupel, Thomas (Hrsg.): Controlling & Innovation 2022. Gesundheitswesen, Wiesbaden, 2022 Jens Baas (Hrsg.): Gesundheit im Zeitalter der Plattformökonomie, Berlin, 2022 Birgit Ertl-Wagner: Qualitätsmanagement und Zertifizierung, Heidelberg 2009 Ggfs. werden einzelne Literaturangaben im Veranstaltungsverlauf ergänzt bzw. zugängig gemacht (siehe bei OLAT).
11	**Sonstige Informationen** /
12	**Zuletzt bearbeitet** 07.05.2026

Unternehmensfinanzierung

Kennnummer	ECTS-Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
27002	5	1 Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im SoSe

Arbeitsaufwand (gesamt) (h)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
150 h	60 h	90 h

Sprache	Geplante Gruppengröße	Verbindlichkeit
Deutsch	40 Studierende	Wahlpflichtmodul (Optionen)

Modulverantwortliche/r	Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)
Prof. Dr. Markus Hehn	Unternehmensfinanzierung (Teil der Vertiefung Controlling & Finance)

1 Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Unternehmensfinanzierung sind die Studierenden in der Lage:

- die verschiedenen Finanzierungsformen die jeweiligen Ausprägungen und Unterschiede zuerläutern.
- die Vor- und Nachteile der jeweiligen Finanzierungsalternativen adäquat unterscheiden,

  einschätzen und in konkreten Unternehmenssituationen anwenden.
- Finanzierungsentscheidungen durch Abwägen der Vor- und Nachteile der jeweiligen Alternativen zu treffen.
- die jeweilige Unternehmenssituation einzuschätzen und Konzepte zur Finanzierung zu entwickeln und diese darzustellen.
- Entscheidungskompetenz auf Probleme der Unternehmensfinanzierung anzuwenden und Optimierungsmöglichkeiten auf konkrete Problemstellungen zu entwickeln.

2 Inhalte

Aufgaben und Ziele der Unternehmensfinanzierung sowie Finanzierungsanlässe

- Notwendigkeit der Kapitalbeschaffung
- finanzwirtschaftliche Ziele
- Finanzierung im Unternehmenslebenszyklus
- bilanzielle Auswirkungen der Finanzierung;
- Selbstfinanzierung

Fremdkapital, Eigenkapital und Mischformen

- Fremdkapital: Kreditarten, Anleihen; Eigenkapitel: Börsengang (IPO), Mergers & Acquisitions
- (M&A), Private Equity, Initial Coin Offering (ICO); Mischformen: Mezzanine, Crowdfunding

3	**Lehrformen** Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Diskussion im seminaristischem Stil, Gastvorträge aus der Praxis
4	**Teilnahmevoraussetzungen** /
5	**Regelungen zur Präsenz** /
6	**Prüfungsart und -umfang** Zwei Assignments (jeweils 50 %) **Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung** /
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung Unternehmensfinanzierung
8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang
10	**Literaturhinweise** Becker, H. P./Peppmeier, A.: Investition und Finanzierung Brealey, R.A./Myers, S.C./Allen, F.: Principles of Corporate Finance Eayrs, W.E./Ernst, D./Prexl, S.: Corporate Finance Training Franke, G./Hax, H.: Finanzwirtschaft des Unternehmens am Kapitalmarkt Hehn, S./Hehn, M.: Unternehmensfinanzierung Perridion, L./Steiner. M./Rathgeber, A.: Finanzwirtschaft der Unternehmung Jeweils neueste Auflage.
11	**Sonstige Informationen** /
12	**Zuletzt bearbeitet** 07.05.2026

Optionsbereich Steuern und Wirtschaftsprüfung

Internationale Rechnungslegung

Kennnummer	ECTS-Leistungs-punkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
17051	5	1 Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im SoSe

Arbeitsaufwand (gesamt) (h)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
150 h	60 h	90 h

Sprache	Geplante Gruppengröße	Verbindlichkeit
Deutsch	40 Studierende	Wahlpflichtmodul (Optionen)

Modulverantwortliche/r	Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)
Prof. Dr. Karsten Lorenz	Internationale Rechnungslegung (Teil der Vertiefung Accounting, Auditing & Taxation)

1 Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Internationale Rechnungslegung sind die Studierenden in der Lage:

- Einzel- und Konzernabschlüsse nach internationalen Rechnungslegungsvorschriften (IFRS) unter Beachtung der bilanzpolitischen Ziele zu erstellen.
- Ziele und Instrumente der Jahresabschlussanalyse zu benennen und zu erläutern.
- Fallstudien und deren Lösungen im Plenum oder in Gruppenarbeit zu diskutieren, analysieren und Lösungen zu entwickeln.
- Problemstellungen auf dem Gebiet der Abschlusserstellung zu analysieren und fachspezifische Lösungen zu erarbeiten und zu beurteilen.
- bei der Bearbeitung komplexer Sachverhalte typische bilanzpolitische Konfliktfälle zu analysieren und rechtlich und ethisch vertretbare Lösungen zu entwickeln und zu begründen.
- Änderungen normativer Grundlagen systematisch und schnell zu erfassen.

2	**Inhalte** Grundlagen (Normensystem und Rechnungslegungsphilosophie HGB vs. IFRS) Bestandteile IFRS-Abschluss (Bilanz, Gesamtergebnisrechnung, Kapitalflussrechnung, Eigenkapitalspiegel, Anhang, Segmentberichterstattung) sowie Bilanzierung wesentlicher Bilanz- und GuV-Posten nach IFRS (Sachanlagen, immaterielle Vermögenswerte, Vorräte, Finanzinstru mente, Rückstellungen, Eigenkapital, Umsatzrealisierung) Konzernabschluss nach IFRS (Aufstellungspflicht, Konsolidierungskreis, Vollkonsolidierung, Konsolidierungstechnik, Equity-Methode) Bilanzanalyse eines IFRS-Abschlusses → Ausblick
3	**Lehrformen** Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil
4	**Teilnahmevoraussetzungen** Besuch der Module Grundzüge des Rechnungswesen, Jahresabschluss
5	**Regelungen zur Präsenz** /
6	**Prüfungsart und -umfang** Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (120 Minuten) **Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung** /
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung Internationale Rechnungslegung
8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinforma-tik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang

10	**Literaturhinweise** **Standards** IFRS EU-Fassung; z.B.: International Financial Reporting Standards (IFRS): Deutsch-Englische Textausgabe der von der EU gebilligten Standards. English & German edition of the offcial stan dards approved by the EU, Wiley-VCH Verlag, Weinheim (in der jeweils aktuellen Auflage) **Literatur** Pellens, B. et al., Internationale Rechnungslegung, Schäffer-Poeschel, Stuttgart (in der jeweils aktuellen Auflage) **Vertiefend** Baetge, J./Kirsch, H.-J./Thiele, S., Konzernbilanzen, IDW Verlag, Düsseldorf Coenenberg, A G.: Jahresabschluss- und Jahresabschlussanalyse. Lehr- und Übungsbuch; Schäf fer-Pöschel, Stuttgart (in der jeweils aktuellen Auflage) Einzelne einschlägige aktuelle Aufsätze in den Fachzeitschriften.
11	**Sonstige Informationen** /
12	**Zuletzt bearbeitet** 28.05.2026

Steuerbilanz und IT

Kennnummer	ECTS-Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
25050	5	1 Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im WiSe

Arbeitsaufwand (gesamt) (h)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
150 h	60 h	90 h

Sprache	Geplante Gruppengröße	Verbindlichkeit
Deutsch	40 Studierende	Wahlpflichtmodul (Optionen)

Modulverantwortliche/r	Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)
Prof. Dr. Bardo Kämmerer	Steuerbilanz und IT (Teil der Vertiefung Accounting, Auditing & Taxation)

1 Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse

Nach dem erfolgreichen Abschluss des Moduls Steuerbilanz und IT sind die Studierenden in der Lage:

- die wesentlichen Ansatz- und Bewertungsfragen in der Steuerbilanz zu erkennen und einzuordnen,
- unter Beachtung der bilanzpolitischen Ziele Stellung zu nehmen,
- die Sachverhalte aus handelsrechtlicher und steuerlicher Sicht korrekt zu bewerten und in der Bilanz darzustellen,
- ihre Einschätzung anhand des Gesetzes und der Literatur zu rechtfertigen,
- Problemstellungen arbeitsteilig in einem Team zu bearbeiten,

Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, das Zertifikat „Datev-Führerschein“ zu erwerben.

2 Inhalte

Steuerbilanz:

Grundlagen: Zwecke, Grundsätze, Vorschriften, Buchführung, Gewinnermittlung

Ansatz: Maßgeblichkeit, Wirtschaftsgut, notwendiges/gewillkürtes Betriebs-/Privatvermögen

Bewertung: Bewertungsmaßstäbe, Bewertungsvereinfachungen, Abschreibungen

Postenspezifische Problemstellungen und latente Steuern Steuerbilanzpolitik und Ausblick

IT:

Grundsätze ordnungsmäßiger DV-gestützter Buchführungssysteme und Umgang mit fachspezifischer Software

3 Lehrformen

Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil.

4	**Teilnahmevoraussetzungen** Besuch der Module Grundzüge des Rechnungswesens, Kosten- und Leistungsrechnung, Steuern, Jahresabschluss.
5	**Regelungen zur Präsenz** /
6	**Prüfungsart und -umfang** Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (120 Minuten). **Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung** /
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung Steuerbilanz und IT
8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang
10	**Literaturhinweise** Horschitz, Groß, Fanck: Bilanzsteuerrecht und Buchführung (Blaue Reihe, aktuelle Auflage) Koltermann: Fallsammlung Bilanzsteuerrecht (nwb-Verlag, aktuelle Auflage) Weber – Grellet: Bilanzsteuerrecht, neueste Aufl. Einzelne aktuelle Fachaufsätze (werden in Kopie zur Verfügung gestellt) BMF-Schreiben (werden in Kopie zur Verfügung gestellt)
11	**Sonstige Informationen** /
12	**Zuletzt bearbeitet** 28.05.2026

Sustainability Reporting

Kennnummer	ECTS-Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
25069	5	1 Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im WiSe

Arbeitsaufwand (gesamt) (h)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
150 h	60 h	90 h

Sprache	Geplante Gruppengröße	Verbindlichkeit
Deutsch	40 Studierende	Wahlpflichtmodul (Optionen)

Modulverantwortliche/r	Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)
Prof. Dr. Peter Dittmar	Sustainability Reporting (Teil der Vertiefung Accounting, Auditing & Taxation; Teil der Vertiefung Global Sustainability)

1 Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Sustainability Reporting sind die Studierenden in der Lage:

- die strategische und operative Bedeutung von nichtfinanziellen Unternehmensaspekten für die Unternehmenssteuerung, den Unternehmenserfolg und die Unternehmensberichterstattung zu erläutern.
- die Bereiche „Umwelt“, „Soziales“ und „Unternehmensführung“ sowie „Lieferkettensorgfaltspflichten“, „EU-Taxonomie“, „Corporate Sustainability Compliance“ und „Nachhaltigkeitsrisiken“ zu erläutern und aus Unternehmens- und Adressatensicht zu beurteilen.
- die jeweiligen Leitlinien, Standards sowie regulatorischen Rahmenbedingungen der unterschiedlichen Standardsetter im Kontext der Nachhaltigkeitsberichterstattung anzuwenden und praxisnah zu beurteilen. Die umfasst z. B. die Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI), die European Sustainability Reporting Standards (ESRS) und die IFRS Sustainability Disclosure Standards (IFRS S).
- Den konkreten Aufbau einer Nachhaltigkeitsberichterstattung, deren Kernelemente und Kennzahlen (inkl. Erhebungstechniken) zu erläutern und zu analysieren.
- Die unterschiedlichen Ausgestaltungsmöglichkeiten der Nachhaltigkeitsberichterstattung zuerläutern und die Offenlegungspolitik zu beurteilen.

Die unterschiedlichen Möglichkeiten der externen Bewertung und vor allem Prüfung von Nachhaltigkeitsberichten durch Wirtschaftsprüfer zu erläutern und zu beurteilen.

2	**Inhalte** • Dieses Modul gibt einen grundlegenden Einblick in die Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen und der Prüfung von Nachhaltigkeitsberichten durch Wirtschaftsprüfer. • Diese Inhalte werden mit praxisnahen Aufgaben und Fallstudien vertieft. Ausgehend von der Entwicklung, dass nichtfinanzielle Informationen in den letzten Jahren zunehmend an Bedeutung für die Unternehmen und deren Adressaten gewonnen haben, werden die Vorgaben der unterschiedlichen Standardsetter für eine Nachhaltigkeitsberichterstattung von kapitelmarktorientierten und mittelständischen Unternehmen vorgestellt und gewürdigt. Dies umfasst die Diskussion von Herausforderungen bei der Umsetzung dieser Vorgaben in der Unternehmenspraxis. • Die in den Nachhaltigkeitsberichten offengelegten Information sind aus Adressatensicht dann besonders glaubwürdig, wenn diese extern geprüft werden, z. B. durch einen Wirtschaftsprüfer. Die bestehenden berufsständischen Vorgaben zur Prüfung von Nachhaltigkeitsbericht werden vorgestellt und gewürdigt. **Die Inhalte des Moduls sind wie folgt gegliedert:** 1. Grundlagen der Nachhaltigkeitsberichterstattung 1.1. Bedeutung nichtfinanzieller Unternehmensaspekten für die Unternehmenssteuerung, den Unternehmenserfolg und die Unternehmensberichterstattung 1.2. Abgrenzung der Bereiche „Umwelt“, „Soziales“ und „Unternehmensführung“ 2. Ausgewählte Vorgaben zur Umsetzung der Nachhaltigkeitsberichterstattung 2.1. Global Reporting Initiative (GRI) 2.2. European Sustainability Reporting Standards (ESRS) 2.3. IFRS Sustainability Disclosure Standards (IFRS S) 3. Aufbau und Ausgestaltungsmöglichkeiten der Nachhaltigkeitsberichterstattung in der Praxis 4. Prüfung der Nachhaltigkeitsberichterstattung 4.1. Verpflichtungsgrad (freiwillige Prüfung vs. Pflichtprüfung) 4.2. Grad der Prüfungssicherheit (begrenzte vs. hinreichende Sicherheit) 5. Ausblick auf künftige Entwicklungen
3	**Lehrformen** Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil.
4	**Teilnahmevoraussetzungen** /
5	**Regelungen zur Präsenz** /

6	**Prüfungsart und -umfang** • Projektbericht einschließlich Präsentation als Gruppenarbeit (50 %) • Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (60 Minuten; 50 %) **Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung** /
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung Sustainability Reporting
8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang
10	**Literaturhinweise** Laine/Tregida/Unerman, Sustainability Accounting and Accountability, 3. Auflage 2021. Theis, Nachhaltigkeitsberichterstattung in der Praxis - Anwendung im DAX 30, 2018. Rieth/Schmidt, Kapitel XII: Nachhaltigkeitsberichterstattung, in: Baetge/Wollmert/Kirsch/Oser/Bischof (Hrsg.), Rechnungslegung nach IFRS, 2. Auflage ff., Stand: Juni 2023. Schmidt, Möglichkeiten und Grenzen einer integrierten Finanz- und Nachhaltigkeitsberichterstattung, 2012. Sopp/Baumüller/Scheid, Nachhaltigkeitsberichterstattung: Nichtfinanzielle Berichterstattung nach dem CSR-RUG und Neuerungen durch die CSRD, 3. Auflage 2023.
11	**Sonstige Informationen** /
12	**Zuletzt bearbeitet** 07.05.2026

Unternehmenssteuern

Kennnummer	ECTS-Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
27034	5	1 Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im SoSe

Arbeitsaufwand (gesamt) (h)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
150 h	60 h	90 h

Sprache	Geplante Gruppengröße	Verbindlichkeit
Deutsch	40 Studierende	Wahlpflichtmodul (Optionen)

Modulverantwortliche/r	Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)
Prof. Dr. Bardo Kämmerer	Unternehmenssteuern (Teil der Vertiefung Accounting, Auditing & Taxation)

1 Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Unternehmenssteuern sind die Studierenden in der Lage:

- die Körperschaft- und Gewerbesteuerbelastung von Unternehmen zu berechnen und zu schwierigeren Sachverhalten Stellung nehmen,
- die umsatzsteuerlichen Folgen typischer Geschäfte des Wirtschaftslebens zu klären,
- steuerliche Fragen im System des Umsatzsteuerrechts einzuordnen und zu diesen Problemen profund Stellung zu beziehen,
- anhand des Gesetzes die Rechtsfragen der Unternehmenssteuern sachgerecht zu bearbeiten und zu lösen,
- ihre Auffassung zu begründen und in einer Diskussion Stellung beziehen,
- ihr Wissen auch auf bisher unbekannte Probleme zu transferieren.

2 Inhalte

Die wichtigsten betrieblichen Steuerarten im Berufsleben des Steuerberaters werden in diesem Modul behandelt: Umsatzsteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer.

In einem weiteren Kapitel wird anhand des Austritts/Eintritts eines Gesellschafters in eine Personengesellschaft die Technik der Ergänzungsbilanz vorgestellt und die steuerlichen Wirkungen werden besprochen.

3 Lehrformen

Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil

4 Teilnahmevoraussetzungen

Besuch der Grundlagenveranstaltungen Steuern und Grundzüge des Rechnungswesen

5 Regelungen zur Präsenz

/

6	**Prüfungsart und -umfang** Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (120 Minuten). **Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung** /
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung Unternehmenssteuern
8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang
10	**Literaturhinweise** Alber/Szczesny: Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer, neueste Auflage Meissner/Neeser: Umsatzsteuer, neueste Auflage Darüber hinaus werden aktuelle Aufsätze zu Einzelfragen empfohlen.
11	**Sonstige Informationen** /
12	**Zuletzt bearbeitet** 28.05.2026

Wirtschaftsprüfung

Kennnummer	ECTS-Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
28034	5	1 Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im WiSe

Arbeitsaufwand (gesamt) (h)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
150 h	60 h	90 h

Sprache	Geplante Gruppengröße	Verbindlichkeit
Deutsch	40 Studierende	Wahlpflichtmodul (Optionen)

Modulverantwortliche/r	Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)
Prof. Dr. Caroline Flick	Wirtschaftsprüfung (Teil der Vertiefung Accounting, Auditing & Taxation)

1 Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Abschluss des Modus Wirtschaftsprüfung sind die Studierenden in der Lage:

- Abschlüsse unter Beachtung bilanzpolitischer Vorgaben zu analysieren,
- nachvollziehbar begründete Urteile in der Jahresabschlussprüfung zu treffen,
- eigenständig Überlegungen zu etwaigen abschlusspolitischen Maßnahmen abzuleiten und die Wesentlichkeit von Falschdarstellungen zu identifizieren,
- auf der Grundlage ihrer Risiko- und Systembeurteilungen Prüfungsstrategien für die Jahresabschlussprüfung abzuleiten,
- abgegrenzte Prüfungen zu planen, durchzuführen und zu dokumentieren,
- Entwicklungen und Herausforderungen im Bereich Jahresabschlussprüfung kritisch zu beurteilen.

2 Inhalte

- Grundlagen der Abschlussprüfung und Prüfungsansatz
- Abschlusspolitik und -analyse
- Jahresabschlussprüfung: Überblick, Auftrag und Auftragsannahme, Planung, Risikobeurteilung, Urteilsbildung, Dokumentation der Prüfungsdurchführung und Berichterstattung, Prüfungsabschluss
- Prüfung ausgewählter Prüffelder
- Ausblick

3 Lehrformen

Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil

4 Teilnahmevoraussetzungen

Besuch der Module Grundzüge des Rechnungswesen, Jahresabschluss

5 Regelungen zur Präsenz

/

6	**Prüfungsart und -umfang** Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (120 Minuten). **Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung** **/**
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung Wirtschaftsprüfung
8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang
10	**Literaturhinweise** Almeling, Christopher/Flick, Caroline/Scharr, Christoph: Abschlussprüfung klipp&klar, Wiesbaden Vertiefend: Coenenberg, A. G.: Jahresabschluss- und Jahresabschlussanalyse; Schäffer-Pöschel, Stuttgart Baetge, J./Kirsch, H.-J./Thiele, S.: Die Bilanzanalyse, IDW-Verlag, Düsseldorf Marten, K.-U./Quick, R./ Ruhnke, K.: Wirtschaftsprüfung, Schäffer-Poeschel, Stuttgart IDW: Wirtschaftsprüfer-Handbuch Band I, IDW-Verlag, Düsseldorf International Standards on Auditing und Prüfungsstandards des IDW [über beck-online IDW-Modul] Jeweils neueste Auflage Einzelne einschlägige aktuelle Aufsätze in den Fachzeitschriften
11	**Sonstige Informationen** /
12	**Zuletzt bearbeitet** 28.05.2026

Optionsbereich Volkswirtschaftslehre

Aktuelle Fragen der Wirtschaftspolitik

Kennnummer	ECTS-Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
10042	5	1 Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im SoSe

Arbeitsaufwand (gesamt) (h)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
150 h	60 h	90 h

Sprache	Geplante Gruppengröße	Verbindlichkeit
Deutsch	40 Studierende	Wahlpflichtmodul (Optionen)

Modulverantwortliche/r	Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)
Prof. Dr. Niklas Gadatsch	Aktuelle Fragen der Wirtschaftspolitik (Teil der Vertiefung Accounting, Audting & Taxation; Teil der Vertiefung Controlling & Finance)

1 Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Aktuelle Fragen der Wirtschaftspolitik sind die Studierenden in der Lage:

- aktuell im unternehmerischen Fokus befindliche wirtschaftspolitische Themen zu identifizieren und zu erläutern,,
- identifizierte aktuelle wirtschaftspolitische Probleme mithilfe wirtschaftswissenschaftlicher Modelle zu analysieren,
- die Eignung eingesetzter und/oder geplanter wirtschaftspolitischer Maßnahmen vor dem Hintergrund des formulierten politischen Ziels zu beurteilen,
- Wirtschaftspolitische Handlungsalternativen darzulegen und zu vergleichen und auf dieser Grundlage wirtschaftspolitische Diskussionen zu bewerten.

2 Inhalte

Das Modul greift aktuelle Fragen der Wirtschaftspolitik auf und beleuchtet sie vor dem Hintergrund wirtschaftswissenschaftlicher Modelle. Problemstellungen und Lösungsansätze zu aktuellen wirtschaftspolitischen Fragen stehen im Mittelpunkt und werden diskutiert. Die Themen können von Semester zu Semester variieren und sich z.B. auf die folgenden Teilbereiche der Wirtschaftspolitik fokussieren: Geld- und Währungspolitik, kurzfristige Nachfrage- und Angebotspolitik, makroprudenzielle Politik, mittel- bis langfristige Wachstumspolitik, Finanz- und Steuerpolitik, Arbeitsmarktpolitik sowie Industriepolitik und Handelspolitik.

3 Lehrformen

Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung, Übung und Projektarbeit in der Gruppe im seminaristischen Stil und evtl. Exkursion.

4 Teilnahmevoraussetzungen

Volkswirtschaftliche Grundkenntnisse

5 Regelungen zur Präsenz

/

6	**Prüfungsart und -umfang** Präsentation (75 %) und Assignment (25 %) **Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung** /
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung Aktuelle Fragen der Wirtschaftspolitik
8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang
10	**Literaturhinweise** Da in diesem Modul aktuelle wirtschaftspolitische Themen behandelt werden, wird die Literatur jeweils zu Semesterbeginn vom Lehrenden bekannt gegeben. Naheliegende Literaturquellen sind: Sachverständigenrat zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung: Jahresgutachten, Sondergutachten und Expertisen The Economist: aktuelle Ausgaben Wirtschaftsdienst: aktuelle Ausgaben
11	**Sonstige Informationen** /
12	**Zuletzt bearbeitet** 28.05.2026

Internationale Klima- & Umweltpolitik

Kennnummer	ECTS-Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
17041	5	1 Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im WiSe

Arbeitsaufwand (gesamt) (h)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
150 h	60 h	90 h

Sprache	Geplante Gruppengröße	Verbindlichkeit
Deutsch	40 Studierende	Wahlpflichtmodul (Optionen)

Modulverantwortliche/r	Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)
Prof. Dr. Bernhard Bartels	Internationale Klima- und Umweltpolitik (Teil der Vertiefung Global Sustainability)

1 Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Internationale Klima- und Umweltpolitik sind die Studierenden in der Lage:

- Ursachen und Auswirkungen des Klimawandels zu beschreiben.
- Umweltökonomische Grundlagen anzuwenden.
- Wechselbeziehungen zwischen Privatwirtschaft und globalem Klima- und Umweltschutz darzustellen.
- Merkmale und Ausmaß der wirtschaftlichen Globalisierung aufzuzeigen.
- Zusammenhänge zwischen internationalen Wirtschaftsbeziehungen und dem Schutz der Umwelt herzustellen.
- Herausforderungen der internationalen Umwelt- und Klimaschutzpolitik einzuordnen.
- Ergebnisorientierte Diskussionen zu Maßnahmen der Umwelt- und Klimapolitik zu führen.
- Präsentationen zu interdisziplinären Sachverhalten und Zusammenhängen zu erstellen.

2 Inhalte

- Nachhaltigkeitskonzepte
- Einführung in die Umweltökonomie (externe Effekte, tragedy of the commons, green economics)
- Globale Umweltprobleme
- Grundlagen der Klimaökonomie und der internationalen Klimapolitik
- Umweltökonomische Analyse internationaler Wertschöpfungsketten
- Grundlagen der internationalen Handelspolitik
- Internationaler Handel und Umweltschutz
- Auslandsdirektinvestitionen und Umweltschutz

3 Lehrformen

Kombination aus Vorlesung, Übung und Exkursion

4	**Teilnahmevoraussetzungen** empfohlen werden Grundkenntnisse der Mikro- und Makroökonomie
5	**Regelungen zur Präsenz** /
6	**Prüfungsart und -umfang** Präsentation (50 %) und Assignment (50 %) **Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung** /
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung Internationale Klima- und Umweltpolitik
8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang
10	**Literaturhinweise** Anderson, David, Environmental Economics and Natural Resource Management, neueste Auflage Feess, E., Seeliger, A., Umweltökonomie und Umweltpolitik, neueste Aufl. Kulessa, M., Kurz, C., Sputek, A., Geurtz, I., Nachhaltige Entwicklung als Leitbild der Wirtschaftspolitik, in: Update WS 2015/16, S. 11ff. Ranke U.: Klima- und Umweltpolitik, Springer, neueste Aufl. Copeland, B.R., Shapiro, J.S., Taylor, M.S.: Globalization and the Environment, in: Handbook of International Economics: International Trade, Vol. 5, S. 61-146, Elsevier, 2022 Weitere Literaturhinweise und Angaben zum Lehrmaterial werden in der Veranstaltung bekanntgegeben.
11	**Sonstige Informationen** /
12	**Zuletzt bearbeitet** 28.05.2026

Principles of Behavioral Economics

Module code	ECTS-Credits	Duration of the module	Planned semester of study	Module frequency
23058	5	One Semester	Depending on degree program	Each WiSe

Workload (total) (h)	Class contact time (h)	Self study workload (h)
150 h	60 h	90 h

Language	Planned group size	Compulsory or optional module
English	40 students	Optional module

Module owner(s)	Course
Prof. Dr. Axel Freudenberger	Principles of Behavioral Economics (Part of major Marketing)

1 Learning outcomes/competences

After successfully completing the course or module, students are able to:

- interpret and apply the underlying theories that characterize Behavioral Economics
- distinguish key deviations (pertaining to rational conduct) that have been identified
- classify problem types where such deviations are significant
- implement key findings from Behavioral Economics in order to address successfully problems in both professional and personal spheres
- differentiate between various economic behaviors, isolate key elements, and evaluate their relevance in practical situations
- critique, compare and contrast different economic behaviors, estimate their potential impacts, and assess their relevance
- generally better plan, assess, and make decisions
- analyze, understand, and apply Behavioral Economics to their habitual decision-making process

2	**Contents** As a point of reference the fictional character of Homo Oeconomicus, populating many models in Economics, is discussed. The major tools of rational decision making will be examined. As the theoretical fundament for some of the major findings in Behavioral Economics, Prospect Theory will be discussed. Laboratory experiments as the most important research tool for the empirical findings of Behavioral Economics, will also be discussed. On this basis the most relevant Cognitive Biases and the respective laboratory experiments will be analyzed: • Loss Aversion • Status Quo Bias • Endowment Effect • Anchoring Some cognitive biases which cannot be related directly to Prospect Theory will be discussed, e.g. • Availability Heuristic • Confirmation Bias
3	**Teaching methods** Direct instruction, classroom discussions, problem solving and exercises in supervised teams, short presentations of participants
4	**Requirements for participation** /
5	**Rules of attendance** / (Regular attendance and active participation in class meetings is expected).
6	**Form and scope of assessment/ examination** Team presentation (40 %) and two assignments of short in-class essays (60 %) **Study achievements as a prerequisite for participation in the assessment examination** /
7	**Requirements for receiving credits (ECTS)** Passed module Principles of Behavioral Economics
8	**Useability of module in other study programs** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9	**Relative weight of the module for final grade** Depending on degree program
10	**Literature** Thaler, Richard H., Sunstein, Cass R. (2008). Nudge: improving decisions about health, wealth, and happiness. New Haven : Yale University Press Kahneman, Daniel (2011). Thinking, Fast and Slow. New York: Farrar, Straus and Giroux
11	**Further information** /
12	**Last modified** 28.05.2026

Optionsbereich Arbeitsrecht und Personalmanagement

Verträge & Muster in der arbeitsrechtlichen Unternehmenspraxis

Kennnummer	ECTS-Leistungs-punkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
27053	5	1 Semester	Je nach Studiengang	Jeweils WiSe

Arbeitsaufwand (gesamt) (h)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
150 h	60 h	90 h

Sprache	Geplante Gruppengröße	Verbindlichkeit
Deutsch	25 Studierende	Wahlpflichtmodul (Optionen)

Modulverantwortliche/r	Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)
Prof. Dr. Katharina Dahm Prof. Dr. Manfred Walser	Verträge & Muster in der arbeitsrechtlichen Unternehmenspraxis

1 Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:

- individual- und kollektivrechtliche Fragestellungen der arbeitsrechtlichen Praxis zu analysieren, bewerten und selbstständig zu lösen,
- eigenständig individual- (vor allem Arbeits- und Aufhebungsverträge) sowie kollektivrechtliche Verträge (Betriebsvereinbarungen und tarifliche Bestimmungen) formulieren,
- eigenständig Kündigungsschreiben und Abmahnungen formulieren,
- überzeugend Lösungen zu den o.g. Themenfeldern argumentieren, Kommunikationssituationen analysieren.

2 Inhalte

Individualarbeitsrecht:

- Überblick über die Grundlagen des Arbeitsrechts
- Begründung des Arbeitsverhältnisses (Stellenausschreibung)
- Arbeitsvertrag
- Befristung des Arbeitsverhältnisses
- Muster für Kündigungen, Abmahnungn und die Anhörung des Arbeitnehmers im Kündi gungsverfahren; Aufhebungsverträge

Kollektivarbeitsrecht:

- Betriebsvereinbarungen
- Tarifverträge
- Abwägung der Vor- und Nachteile von kollektiv- und individualvertraglichen Regelungen

3 Lehrformen

Lehrveranstaltung als Kombination aus Vorlesung und Übungen. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt.

4	**Teilnahmevoraussetzungen** Empfohlen: Wirtschaftsprivatrecht I–V, Personalmanagement, Finance & Controlling, Arbeitsrecht (Grundmodul)
5	**Regelungen zur Präsenz** /
6	**Prüfungsart und -umfang** Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (120 Minuten)
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung Verträge und Muster in der arbeitsrechtlichen Unternehmenspraxis
8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik sowie Angewandte Informatik
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang.
10	**Literaturhinweise** **Lehrbücher/E-Books:** Däubler, Arbeitsrecht, Bund Verlag Junker, Grundkurs Arbeitsrecht, C.H.Beck Klocke, Arbeitsrecht. Individualarbeitsrecht, Boorberg Löwisch/Caspers/Klumpp, Arbeitsrecht, Vahlen, Michalski/Westerhoff, Arbeitsrecht, C.F. Müller, Schwind/Hauptmann, BetrVG - leicht gemacht: Das Betriebsverfassungsgesetz verständlich – kurz – praxisorientiert, EvK Schwind/Hasenpflug/Hauptmann, Arbeitsrecht- leicht gemacht: Eine Darstellung mit praktischen Fällen verständlich – kurz – praxisorientiert, EvK Schwind/Hasenpflug/Melchior, Sozialrecht- leicht gemacht: Kranken-, Pflege- und Unfallversicherung, Rente ‚Arbeitslosengeld, „Hartz IV“, Grundsicherung, Sozialhilfe, EvK Jeweils aktuelle Auflage. **Zeitschriften:** Arbeit und Recht, Neue Zeitschrift für Arbeitsrecht (NZA), Personalwirtschaft, Personalführung, Human Resource Manager, Personalmagazin **Materialien der Dozierenden**
11	**Sonstige Informationen** Rechtswissenschaftliche Option des Vertiefungsbereichs: Arbeitsrecht und Personalmanagement
12	**Zuletzt bearbeitet** 28.05.2026

Optionsbereich Compliance und Wirtschaftsstrafrecht

Compliance-Organisation in der Unternehmenspraxis

Kennnummer	ECTS-Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	5	1 Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im SoSe

Arbeitsaufwand (gesamt) (h)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
150 h	60 h	90 h

Sprache	Geplante Gruppengröße	Verbindlichkeit
Deutsch	40 Studierende	Pflichtmodul

Modulverantwortliche/r	Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)
Herr Prof. Dr. Hanno Kämpf	Option Compliance-Management im Unternehmen, Vertiefungsbereich: Compliance & Wirtschaftsstrafrecht

1 Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse

Die Studierenden vertiefen ihre Kenntnisse hinsichtlich der Stellung und Herausforderungen eines wirksamen Compliance Managements und der Kontroll- und Überwachungsinstanzen im Unternehmen. Sie sind mit weiteren branchenspezifischen Compliance-Organisationen vertraut.

Die Studierenden erwerben vertiefte Kenntnisse in der kapitalmarktbezogenen Compliance - sie kennen die verschiedenen internationalen und nationalen Vorgaben und können eine kapitalmarktorientierte Risikoanalyse durchführen. Durch die Erarbeitung von ausgewählten Fallstudien steigern sie ihre Sensibilität zum Thema Compliance im Unternehmen und erhalten so aktuelle praxisrelevante Kenntnisse.

Die Studierenden sind mit den aktuellen Anforderungen aus dem Geldwäschegesetz und den internationalen Anforderungen vertraut. Sie können Konzepte zur Umsetzung der Anforderungen entwickeln um Geldwäsche- und Haftungsrisiken zu minimieren.

2	**Inhalte** • Aufbau/Bestandteile einer Compliance-Funktion (Kreditwesenrecht, Wertpapierrecht, Versicherungsaufsichtsrecht, Kapitalmarktaufsichtsrecht) • Aufsichtsbehörden/ Aufsichtsrecht (Revision, Wirtschaftsprüfung, BAFIN, EBA) • Kapitalmarkt-Compliance (Einführung, Aufbau, Organisation nach § 25a KWG und interne Sicherungsmaßnahmen) • Kapitalmarktorientierte Risikoanalyse und Überwachungshandlungen; Melde- und Publizitätspflichten • Embargos & Sanktionen • Versicherungsaufsichtsrecht • Geldwäschegesetz und Kreditwesengesetz und die Auswirkungen in der Praxis • Aufgabenfelder der Geldwäschebeauftragten und Instrumente der Geldwäscheprävention • Geldwäsche-Monitoring und Geldwäscheprävention • Anforderungen an Mitarbeiter • Verdachtsmeldungen • Internationale Vorgaben der Geldwäschebekämpfung • Best Practice
3	**Lehrformen** Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung. Die Vorlesung findet im seminaristischen Stil statt.
4	**Teilnahmevoraussetzungen** Siehe § 21 Abs. 6 lit. c und d APO Obligatorisch: Compliance & Wirtschaftsstrafrecht BT
5	**Regelungen zur Präsenz** /
6	**Prüfungsart und -umfang** Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (120 Minuten).
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung
8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik und Angewandte Informatik
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang

10	**Literaturhinweise** **Nachstehende Literatur bitte unbedingt bis Vorlesungsbeginn intensiv durcharbeiten:** Moosmayer, Klaus: Compliance - Praxisleitfaden für Unternehmen, C.H. Beck Hippeli, Michael: Kapitalmarktrecht, C.H. Beck **Weitere Literatur:** Bernhard, Gehra / Gittfried, Norbert / Lienke, Georg: Prävention von Geldwäsche und Terrorismus-finanzierung, C.F. Müller Derleder, Peter: Deutsches und europäisches Bank- und Kapitalmarktrecht, Springer Szesny, André-M/Kuthe, Thorsten: Kapitalmarktcompliance, C.F. Müller Jeweils aktuelle Auflage. Weitere Materialien der Dozenten.
11	**Sonstige Informationen** Rechtswissenschaftliche Option des Vertiefungsschwerpunkts: Compliance & Wirtschaftsstrafrecht
12	**Zuletzt bearbeitet** 28.05.2026

Datenschutzrecht & IT-Sicherheit				
Kennnummer	**ECTS-Leistungs-punkte** 5	**Dauer des Moduls** 1 Semester	**Vorgesehenes Studiensemester** Je nach Studiengang	**Häufigkeit des Angebots** Jeweils im WiSe
Arbeitsaufwand (gesamt) (h) 150 h		**Kontaktzeit (h)** 60 h		**Selbststudium (h)** 90 h
Sprache Deutsch		**Geplante Gruppengröße** 40 Studierende		**Verbindlichkeit** Pflichtmodul
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Bianca Baldus Prof. Dr. Nicolai Kuntze		**Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)** Datenschutzrecht und IT-Sicherheit, Vertiefungsbereich: Compliance & Wirtschaftsstrafrecht		

1	**Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse** Das Modul „Datenschutz & IT-Sicherheit“ führt die Teilnehmer in die rechtlichen, organisatorischen und technischen Grundlagen des Schutzes von digitalen Gütern und Systemen ein. Der Block „Datenschutzrecht“ fokussiert sich dabei auf das rechtliche Rahmenwerk und die wichtigsten organisatorischen Rollen, die dabei wahrgenommen werden müssen. Der zweite Block „IT-Sicherheit“ zielt auf die Vermittlung eines technischen Hintergrundwissen ab, welches ein Verstehen, Einordnen und Reagieren auf Vorfälle erlaubt.

2	**Inhalte** **I. Datenschutzrecht** 1. Grundlagen: Entwicklung und Zwecke des Datenschutzrechts, Rechtlicher Rahmen - Aufbau und Anwendungsbereich der Datenschutz-Grundverordnung und des BDSG 2. Rechtmäßigkeit der Datenverarbeitung und Rechte des Betroffenen: Begriff der personenbezogenen Daten und Zulässigkeitstatbestände; Verarbeitung besonderer Kategorien personenbezogener Daten, Einwilligung der betroffenen Person, Verantwortlichkeit und Datenverarbeitung im Auftrag, Rechte der betroffenen Person 3. Dokumentations-, Melde- und Kontrollpflichten des Verantwortlichen: Verzeichnis von Verarbeitungstätigkeiten, Meldepflichten, Datenschutz-Folgenabschätzung 4. Datenschutzkontrolle und Datenschutzaufsicht: Der Datenschutzbeauftragte, Selbstregulierung (Zertifizierung/genehmigte Verhaltensregeln), Organisation der Datenschutzaufsicht, Rechtsfolgen bei Verstößen 5. Besondere Verarbeitungssituationen: Datenschutz im Beschäftigtenkontext, Videoüberwachung, Verbraucherkredite, Scoring- und Bonitätsauskünfte 6. Grenzüberschreitender Datenverkehr: Europäischer Binnenraum, Übermittlung in Drittländer 7. Praxisrelevante Fragestellungen: Datenschutz im Marketing, die datenschutzkonforme Webseite **II. IT-Sicherheit** 1. Informationsgewinnung über Angriffe: Ursachen für Angriffe, Verschiedene Angriffe und Angriffsvektoren, Interne und externe Quellen über Informationen zu Angriffen 2. Verifikation und Evaluation von Angriffsinformationen: Indikatoren die eine Beurteilung der Informationen ermöglichen 3. Risikobeurteilung: Elemente einer Information Security Strategy, IKT Landkarte und Gefahren, Modellierung von Gefahren 4. Gefahrenanalyse und Dokumentation: Tactics, Techniques and Procedures (TTPs), Indicators of Attack (IoA) Indicators of Compromise (IoC), Standards und Modelle zur Beurteilung von Gefahren 5. Vorbereitung und Präsentation von Angriffsinformationen: Interne und externe Interessenvertreter, Kanäle zur Kommunikation, Plattformen und Rahmenwerke zur Informationsverteilung, Datenformate
3	**Lehrformen** Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung. Die Vorlesung findet im seminaristischen Stil statt.
4	**Teilnahmevoraussetzungen** Siehe § 21 Abs. 6 lit. c und APO Empfohlen: Compliance & Wirtschaftsstrafrecht BT
5	**Regelungen zur Präsenz** /
6	**Prüfungsart und -umfang** Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (120 Minuten).

7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung
8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik und Angewandte Informatik
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang
10	**Literaturhinweise** Textsammlung: Datenschutzrecht (Beck-Texte im dtv), jeweils aktuelle Auflage **Lehrbücher:** Kühling/Klar/Sackmann: Datenschutzrecht, Lehrbuch/Studienliteratur, jeweils aktuelle Auflage Tinnefeld/Buchner/Petri: Einführung in das Datenschutzrecht, jeweils aktuelle Auflage Eckert, C: T-Sicherheit: Konzepte - Verfahren – Protokolle, De Gruyter, jeweils aktuelle Auflage **Kommentare (zur Vertiefung):** Bergmann/Möhrle/Herb: Datenschutzrecht, Loseblattwerk, jeweils aktuelle Auflage Däubler/Wedde/Weichert/Sommer: EU-Datenschutz-Grundverordnung und BDSG, jeweils aktuelle Auflage Ehmann/Selmayr: Datenschutz-Grundverordnung: DS-GVO, jeweils aktuelle Auflage Eßer/Kramer/von Lewinski: DSGVO / BDSG, jeweils aktuelle Auflage Gola: Datenschutz-Grundverordnung, jeweils aktuelle Auflage Kühling/Buchner: DS-GVO / BDSG, jeweils aktuelle Auflage Paal/Pauly: Datenschutz-Grundverordnung - Bundesdatenschutzgesetz, jeweils aktuelle Auflage Plath: Kommentar zum BDSG und zur DS-GVO sowie den datenschutzrechtlichen Regelungen des TMG und des TKG, jeweils aktuelle Auflage Schaffland/Holthaus/Schaffland: DS-GVO, Loseblattwerk, jeweils aktuelle Auflage Schwartmann/Jaspers/Thüsing/Kugelmann: Datenschutz-Grundverordnung mit Bundesdatenschutzgesetz, jeweils aktuelle Auflage Simits/Hornung/Spieker: Datenschutzrecht – DSGVO mit BDSG, jeweils aktuelle Auflage Sydow: Europäische Datenschutz-Grundverordnung, jeweils aktuelle Auflage
11	**Sonstige Informationen** Rechtswissenschaftliche Option des Vertiefungsschwerpunkts: Compliance & Wirtschaftsstrafrecht. Im Rahmen der Lehrveranstaltung kann das Zertifikat Datenschutzbeauftragter DSB-TÜV durch eine gesonderte Prüfung erworben werden. Dies gilt nur für Teilnehmer eines anerkannten Kurses mit dem Abschluss „Bachelor of Laws“ (LL.B.) oder „Master of Laws“ (LL.M.) ”
12	**Zuletzt bearbeitet** 28.05.2026

Wirtschaftsstrafrecht & Criminal Compliance in der Unternehmenspraxis

Kennnummer	ECTS-Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
28051	5	1 Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im SoSe

Arbeitsaufwand (gesamt) (h)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
150 h	60 h	90 h

Sprache	Geplante Gruppengröße	Verbindlichkeit
Deutsch	40 Studierende	Wahlpflichtmodul (Optionen)

Modulverantwortliche/r	Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)
Lucas Merschmöller	Wirtschaftsstrafrecht und Criminal Compliance in der Unternehmenspraxis Vertiefungsbereich: Compliance & Wirtschaftsstrafrecht

1 Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:

- die bisher erworbenen Kenntnisse im Wirtschaftsstrafrecht noch vertiefter zu nutzen.
- Kennzahlen der Wirtschaftskriminalität auch im statistischen Kontext einzuordnen.
- das Strafverfahrensrecht in seinen Grundlagen zu verstehen.
- weitere Bereiche des Wirtschaftsstrafrecht (nationales und internationales Korruptionsstrafrecht, Steuerstrafrecht, Bank- und Kapitalmarktstrafrecht, Arbeitsstrafrecht, Insolvenz- und Bilanzstrafrecht) zu prüfen und auf den praktischen Fall anzuwenden.
- die Möglichkeiten und rechtlichen Rahmenbedingungen interner Untersuchungen einzuordnen und praktisch zur Aufdeckung möglicher wirtschaftskrimineller Handlungen anzuwenden.
- das Wissen aus der Vorlesung auch im beruflichen Kontext zu nutzen und auf unterschiedliche praktische Bereiche zu übertragen und Sachverhalte unter Berücksichtigung der erworbenen Kenntnisse zu prüfen.
- die Inhalte der Vorlesung argumentativ zu nutzen und Lösungsvorschläge zu erarbeiten.
- Schlüsselqualifikationen wie überzeugende Argumentation, Analysieren von Kommunikationssituationen, verständliche und überzeugende Vermittlung von Inhalten auszubauen.

2	**Inhalte** • Wirtschaftskriminalität (Zahlen, Daten, Fakten) • Wirtschaftsstrafverfahrensrecht (Grundlagen) • Nationales Korruptionsstrafrecht • Ausländisches/internationales Korruptionsstrafrecht • Antikorruptions-Compliance • Ausgewählte Wirtschaftsstraftatbestände aus den Bereichen Steuerstrafrecht, Bank und Kapitalmarktstrafrecht, Arbeitsstrafrecht, Insolvenz- und Bilanzstrafrecht • Internal Investigations (Ablauf und Anforderungen, internationale Internal Investigations, Vertraulichkeitsschutz) • Ausgewählte Aspekte des Wirtschaftsstrafrechts und der Criminal Compliance
3	**Lehrformen** Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung. Die Vorlesung findet im seminaristischen Stil statt.
4	**Teilnahmevoraussetzungen** Obligatorisch: Compliance & Wirtschaftsstrafrecht BT
5	**Regelungen zur Präsenz** /
6	**Prüfungsart und -umfang** Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (120 Minuten). **Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung** keine
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung Wirtschaftsstrafrecht und Criminal Compliance in der Unternehmenspraxis
8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang

10	**Literaturhinweise** **Nachstehende Literatur bitte unbedingt bis Vorlesungsbeginn intensiv durcharbeiten:** Hemmer/ Wüst/ Berberich: Die Basics Strafrecht, Hemmer / Wüst Verlagsgesellschaft (§§ 1 – einschließlich 9 und § 11) **Literatur** Achenbach, Hans: Handbuch Wirtschaftsstrafrecht, C.F. Müller Busch, Markus / Hoven, Elisa: Antikorruptions-Compliance, C.F. Müller Kudlich, Hans.: Prüfe dein Wissen – Strafrecht Besonderer Teil I, C.H. Beck Kudlich, Hans / Oglakcıoglu , Mustafa T.: Wirtschaftsstrafrecht, C.F. Müller Wieland, Josef (Hrsg.)/Steinmeyer, Roland/Grüninger, Stephan: Handbuch Compliance-Management, ESV Wittig, Petra: Wirtschaftsstrafrecht, C.H. Beck BKA, Wirtschaftskriminalität – Bundeslagebild 20XX PWC´s Global Economic Crime and Fraud Survey 20XX **Jeweils aktuelle Auflage.** CCZ, Corporate Compliance Zeitschrift, C.H. Beck NZWiSt, Neue Zeitschrift für Wirtschafts-, Steuer- und Unternehmensstrafrecht, C.H. Beck **Materialien der Dozenten** Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.
11	**Sonstige Informationen** Rechtswissenschaftliche Option des Vertiefungsschwerpunkts: Compliance & Wirtschaftsstrafrecht
12	**Zuletzt bearbeitet** 28.05.2026

Optionsbereich Steuerrecht

Internationales Steuerrecht

Kennnummer	ECTS-Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
17012	5	1 Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im SoSe

Arbeitsaufwand (gesamt) (h)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
150 h	60 h	90 h

Sprache	Geplante Gruppengröße	Verbindlichkeit
Deutsch	25 Studierende	Wahlpflichtmodul (Optionen)

Modulverantwortliche/r	Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)
Prof. Dr. Jan Grabbe	Internationales Steuerrecht Vertiefungsbereich: Steuerrecht & Bilanzierung

1 Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:

- die Varianten bzw. Alternativen grenzüberschreitender Unternehmensaktivitäten zu differenzieren,
- die Gründe für die konkurrierenden Besteuerungsansprüche mehrerer Staaten zu benennen,
- die Lösungsansätze und verbleibende Probleme aufzuzeigen,
- die Rechtsgrundlagen und -quellen und deren Zusammenwirken darzustellen und
- die erworbenen Kenntnisse auf konkrete Sachverhalte anzuwenden und Fälle zur Besteuerung von Auslands-Aktivitäten deutscher Unternehmen und von Inlands-Aktivitäten ausländischer Unternehmen zu lösen.

2 Inhalte

Das Modul vermittelt die Grundlagen der internationalen Unternehmensbesteuerung, d.h. die Rechtsgrundlagen, die Varianten grenzüberschreitender Aktivitäten, die Probleme und Lösungsansätze und -prinzipien, mit Fokus auf Ertragsteuern.

Im Einzelnen behandelt die Veranstaltung die Besteuerung deutscher Unternehmen, die im Ausland aktiv sind, und umgekehrt ausländischer Unternehmen, die in Deutschland aktiv sind, jeweils für die Varianten bzw. Alternativen der Betriebsstätte und der Tochtergesellschaft in der Form der Kapital- und Personengesellschaft, anhand der innerstaatlichen Rechtsgrundlagen, des EU-Rechts und des Rechts der Doppelbesteuerungsabkommen. Fragen der Ertragsabgrenzung (Verrechnungspreise) werden im Überblick dargestellt.

Spezielle verfahrensrechtliche Aspekte und andere als Ertragsteuern werden nicht behandelt, Fragen der Besteuerung nicht-unternehmerischer Aktivitäten (Arbeitnehmer, Privatanleger) lediglich im Überblick.

3 Lehrformen

Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung. Die Vorlesung findet im seminaristischen Stil statt.

4	**Teilnahmevoraussetzungen** Empfohlen: Steuerrecht I und II
5	**Regelungen zur Präsenz** /
6	**Prüfungsart und -umfang** Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (120 Minuten). **Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung** /
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung Internationales Steuerrecht
8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang
10	**Literaturhinweise** Jacobs, Internationale Unternehmensbesteuerung Wilke, Internationales Steuerrecht Haase, Internationales und europäisches Steuerrecht Cloer, Einführung in das internationale Steuerrecht Rupp, Internationales Steuerrecht Wilke, Fallsammlung internationales Steuerrecht
11	**Sonstige Informationen** Rechtswissenschaftliche Option des Vertiefungsschwerpunkts: Steuerrecht und Bilanzierung
12	**Zuletzt bearbeitet** 18.11.2026

Optionsbereich Wirtschaftsrecht - Weitere Optionen

Bootcamp Verhandlungsführung/Kommunikation/Präsentation				
Kennnummer 66804	**ECTS-Leistungs-punkte** 5	**Dauer des Moduls** 1 Semester	**Vorgesehenes Studiensemester** Je nach Studiengang	**Häufigkeit des Angebots** Jeweils im WiSe
Arbeitsaufwand (gesamt) (h) 150 h		**Kontaktzeit (h)** 60 h		**Selbststudium (h)** 90 h
Sprache Deutsch		**Geplante Gruppengröße** 15 Studierende		**Verbindlichkeit** Wahlpflichtmodul (Optionen)
Modulverantwortliche/r Colin R. Nerenberg		**Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)** Bootcamp Verhandlungsführung/Kommunikation/Präsentation		

1 Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:

- grundlegende Kommunikationsmodelle zu beschreiben und deren Bedeutung in beruflichen Kontexten zu erklären,
- die Phasen professioneller Verhandlungen nach anerkannten Modellen (z. B. Harvard-Konzept) zu benennen und einzuordnen,
- Argumentations- und Gesprächsführungstechniken in Praxisfällen anzuwenden,
- überzeugende Präsentationen zielgruppenorientiert zu konzipieren und durchzuführen,
- zentrale Elemente erfolgreicher Kommunikation in herausfordernden Situationen anzuwenden (z. B. bei Einwänden, Konflikten, Feedbacksituationen),
- Kommunikations- und Verhandlungssituationen systematisch zu analysieren und typische Störungen oder Erfolgsfaktoren zu identifizieren,
- den Einsatz künstlicher Intelligenz in Verhandlungen hinsichtlich Funktion, Potenzial und Risiken zu beurteilen.

2 Inhalte

1. Grundlagen der Verhandlungsführung
2. Verhandlungsvorbereitung
3. Verhandlungssimulationen & Rollenspiele
4. Umgang mit Tricks und Manipulation
5. Verhandlungspsychologie
6. Einsatz von KI in Verhandlungen
7. Kommunikationstechniken
8. Konfliktmanagement
9. Rhetorik und Präsentation
10. Intensives Praxistraining mit Videofeedback

3	**Lehrformen** Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung. Die Vorlesung findet im seminaristischen Stil statt.
4	**Teilnahmevoraussetzungen** /
5	**Regelungen zur Präsenz** Anwesenheitsplicht
6	**Prüfungsart und -umfang** Präsentation und Hausarbeit **Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung** /
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung Bootcamp Verhandlungsführung/Kommunikation/Präsentation
8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang
10	**Literaturhinweise** Duve et al.: Mediation in der Wirtschaft, Verlag C.H. Beck Fisher et al.: Das Harvard Konzept, Deutsche Verlagsanstalt Glasl: Konfliktmanagement, Verlag Freies Geistesleben Heussen/Pischels: Handbuch Vertragsverhandlung und Vertragsmanagement, Verlag Dr. Otto Schmidt Materialien der Dozenten
11	**Sonstige Informationen** Das Modul findet als Blockveranstaltung vor Beginn der regulären Vorlesungszeit statt. Im Wintersemester 25/26 findet die Veranstaltung von Freitag, den 26.09.25 bis Donnerstag, den 02.10.25 sowie am Samstag, den 11.10.25 statt. Die Wahl des Moduls findet direkt über den Dozenten statt.
12	**Zuletzt bearbeitet** 28.05.2026

Global & International Business - Exploring Innovation

Module code	ECTS-Credits	Duration of the module	Planned semester of study	Module frequency
66805	5	1 Semester	Depending on degree program	Each semester

Workload (total) (h)	Class contact time (h)	Self study workload (h)
150 h	60 h	90 h

Language	Planned group size	Compulsory or optional module
English	20 students	Optional Module

Module owner(s)	Course
Aida Čolpa, LL.M. Rabia Yilmaz, LL.B.	Global & International Business-Exploring Innovation Intercultural Perspectives & Global Dynamics: A Comparison of German, European, and International Business and Work Cultures in the Context of Political and Societal Developments

1 Learning outcomes/competences

Upon successful completion of the module, students will be able to:

- classify in-depth knowledge of the target region with regard to economic, political and social conditions.
- legally reflect on the opportunities and risks of international business activities in the context of global and digital developments,
- critically analyse legal issues in the international economic area,
- develop intercultural competences through direct exchange with representatives of companies and institutions on site,
- compare and relate different business law systems and approaches,
- recognize and classify the importance of legal frameworks for international innovation and business processes.

2 Contents

The module includes a study excursion to the country with the following focuses:

- Lectures and guided tours in German, local and international companies
- Visits to relevant institutions such as the German Embassy, the Chamber of Commerce, ministries or universities on site
- Discussions with experts on current challenges of globalised business law with a special focus on digital developments
- Reflection on aspects of commercial law at the international level on the basis of practical case studies
- Seminar-based follow-up of the excursion abroad

3	**Teaching methods** • Study excursion with lectures, company visits, expert talks and discussions • Presentations by the students in the preparation or follow-up framework • Accompanying self-study to deepen the content
4	**Requirements for participation** Students from the third semester onwards that successfully completed at least one module in English (Bachelor degree)
5	**Rules of attendance** Participation in the in-person excursion abroad
6	**Form and scope of assessment/ examination** Term paper (30 %) and presentation (70 %) **Study achievements as a prerequisite for participation in the assessment examination** /
7	**Requirements for receiving credits (ECTS)** Successful completion of the module examination and participation in the sessions held during the semester (in-person and online)
8	**Useability of module in other study programs** Bachelor degree programs of Business Administration, Business Law and Information Systems/ Applied Informatics and Digital Media
9	**Relative weight of the module for final grade** Depending on degree program
10	**Literature** • Country and company-specific literature to prepare for the excursion • Current economic and legal policy sources on the region • Intercultural Management and Innovation Literature • Lecturer materials
11	**Further information** The number of participants is limited. A selection process will take place. Early registration recommended.
12	**Last modified** 09.09.2026

Mergers & Acquisitions

Kennnummer	ECTS-Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	5	1 Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im WiSe

Arbeitsaufwand (gesamt) (h)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
150 h	60 h	90 h

Sprache	Geplante Gruppengröße	Verbindlichkeit
Deutsch	40 Studierende	Wahlpflichtmodul (Optionen)

Modulverantwortliche/r	Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)
Prof. Dr. Markus Hehn	Mergers & Acquisitions

1 Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:

- die wesentlichen wirtschaftlichen und rechtlichen Aspekte des Mergers & Acquisitions-Prozesses zu erläutern und die Instrumente des M&A-Prozesses anzuwenden,
- die theoretischen und methodischen Grundlagen der einzelnen Prozessschritte (strategische Zielsetzung, Auswahl potenzieller Zielunternehmen, Vertraulichkeitserklärung, Due Diligence, vertragliche Ausgestaltung, Abschluss der Transaktion und Post-Merger-Integration) zu benennen,
- die rechtlichen Aspekte, die den M&A-Prozess maßgeblich prägen, wiederzugeben,
- die Relevanz von M&A-Transaktionen im Rahmen der Unternehmensstrategie zu analysieren und rechtlich einzuordnen,
- Unternehmenswerte mithilfe der Discounted-Cashflow-Methode zu berechnen, einfache Kaufpreismodelle zu entwickeln und Transaktionsstrukturen unter wirtschaftlichen und rechtlichen Gesichtspunkten zu bewerten,
- die Ausgestaltung des Unternehmenskaufvertrages und dessen Auswirkungen auf die Transaktion nachzuvollziehen,
- die Rollen und Interessen der verschiedenen Akteure in M&A-Prozessen (z. B. Käufer, Verkäufer, Berater, Behörden) zu verstehen und die damit verbundenen Chancen und Risiken fundiert zu analysieren,
- M&A-Transaktionen sowohl aus wirtschaftlicher als auch aus rechtlicher Perspektive zu unterstützen und wirtschaftliche Zielsetzungen mit juristischen Rahmenbedingungen in Einklang zu bringen.

2	**Inhalte** • Grundlage und Formen von M&A • Strategische Zielsetzung von M&A • Rechtliche Rahmenbedingungen des M&A-Prozesses • Phasen eines M&A-Prozesses • Grundlagen der Unternehmensbewertung und Bewertungsmethodik • Kaufpreismodelle und vertragliche Gestaltung • Grundlagen der Finanzierung (Cash-Flow, Kreditbesicherung, etc.)
3	**Lehrformen** Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt und beinhaltet die Bearbeitung von Case-Studies.
4	**Teilnahmevoraussetzungen** Studierende sollten die Veranstaltung Finance und Controlling besucht haben und über wirtschaftsrechtliches Grundwissen verfügen.
5	**Regelungen zur Präsenz** /
6	**Prüfungsart und -umfang** Hausarbeit einschließlich Präsentation **Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung** /
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung Mergers & Acquisitions
8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang

10	**Literaturhinweise** Hehn, S.; Hehn, M. (2023): Unternehmensfinanzierung: Praxisorientierte Einführung in die Corporate Finance, Erich-Schmidt-Verlag, Berlin. Ballwieser, W.; Hachmeister, D. (2021): Unternehmensbewertung: Prozess, Methoden und Probleme, Schäffer-Poeschel, Stuttgart. Brealey, R.; Myers, S.; Allen, F. (2025): ISE Principles of Corporate Finance, McGraw-Hill Education, New York City. Dreher, M.; Ernst, D. (2021): Mergers & Acquisitions, UKV, München. Engelhardt, C. (2023): Mergers & Acquisitions: Strategien, Abläufe und Prozesse im Unternehmenskauf, Springer-Gabler, Wiesbaden Holzapfel, H.; Pöllath, R.; Berjan, R.; Engelhardt, T. (2025): Unternehmenskauf in Recht und Praxis – Rechtliche und steuerliche Aspekte Koller, T.; Goedhart, M.; Wessels, D. (2025): Valuation: Measuring and Managing the Value of Companies, Wiley & Sons, Hoboken. Schalast, C; Raettig, L. (2019): Grundlagen des M&A-Geschäftes, Springer Fachmedien, Wiesbaden. Schmoz, A. (2021): Die Bedeutung von Vertragsverhältnissen beim Verkauf eines Unternehmens, Verlag Dr. Kovacs, Hamburg. Waltenberg, K. (2021): Praxisleitfaden M&A Compliance, C.F. Müller Verlag, Heidelberg
11	**Sonstige Informationen** /
12	**Zuletzt bearbeitet** 28.05.2026

Recht der digitalen Welt - Digitalisierung, Künstliche Intelligenz & Co. in der Rechtsordnung

Kennnummer	ECTS-Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
66803	5	1 Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im WiSe

Arbeitsaufwand (gesamt) (h)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
150 h	60 h	90 h

Sprache	Geplante Gruppengröße	Verbindlichkeit
Deutsch	40 Studierende	Wahlpflichtmodul (Optionen)

Modulverantwortliche/r	Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)
Prof. Dr. Anke Reich, LL.M.	Recht der digitalen Welt – Digitalisierung, Künstliche Intelligenz & Co. in der Rechtsordnung

1 Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:

- rechtliche Besonderheiten im Kontext der digitalen Transformation zu identifizieren,
- rechtliche Fragestellungen für Unternehmen und Organisationen abzuleiten und zu bearbeiten,
- praxisorientierte Lösungsansätze für rechtliche Herausforderungen der Digitalisierung – insbesondere im Bereich Künstlicher Intelligenz – zu entwickeln,
- Chancen und Risiken digitaler Technologien – insbesondere im Kontext Künstlicher Intelligenz, z. B. Bias, Halluzinationen – zu erkennen und damit bewusst sowie kritisch umzugehen,
- das Zusammenspiel rechtlicher, technischer, ethischer, ökonomischer und ökologischer Aspekte zu reflektieren und einzuordnen,
- das Problembewusstsein und erworbene Wissen im Bereich Digitalisierung und Künstliche Intelligenz auf zukünftige technologische Entwicklungen zu übertragen.

  . die Rolle und Wirkung digitaler Medien in unterschiedlichen Kontexten kritisch zu erkennen, zu analysieren und einzuordnen.

  . kollaborativ mediengestützte Projekte (z. B. Podcast, Video) adressatengerecht zu konzipieren, umzusetzen und zu evaluieren, um dadurch Schlüsselkompetenzen wie Medien- sowie Kommunikations-, Reflexions- und KI-Kompetenz aufzubauen oder zu verstärken.

2	**Inhalte** • Verstehen der Grundlagen und Rahmenbedingungen der digitalen Transformation, einschließlich der Analyse relevanter Entwicklungsstufen • Einordnung zentraler Begriffe: Digitalisierung, Automatisierung, autonome Systeme, Künstliche Intelligenz • Einbeziehung technischer, ethischer, ökonomischer und ökologischer Implikationen • Ableitung und rechtliche Bewertung unternehmensbezogener Fragestellungen im digitalen Kontext • Erkennen rechtlicher Risiken und Entwickeln praxisnaher Lösungsansätze für rechtliche Herausforderungen der Digitalisierung • Weiterentwicklung von Compliance-Anforderungen, Compliance-Strukturen und Compliance-Prozessen im digitalen Umfeld • Thematische Schwerpunkte im Einzelnen: . Datenschutzrecht & Datenwirtschaft (z. B. Erkennen des Spannungsverhältnisses zwischen Datenschutz und wirtschaftlicher Nutzung von Daten; datenschutzrechtliche Anforderungen und betrieblicher Umsetzungsprobleme) . Arbeitsrecht im digitalen Zeitalter (z. B. Rechte und Pflichten im Verhältnis Arbeitgeber – Arbeitnehmer – Betriebsrat bez. KI-Nutzung; Möglichkeiten und Mitbestimmungsrechte bei KI-gestützten Prozessen wie Bewerbung, Arbeitszeiterfassung, Leistungs- und Verhaltenskontrolle, Überwachung) . Urheber-, marken- und wettbewerbsrechtliche Fragestellungen (z. B. rechtliche Grenzen bei der Nutzung von Trainingsdaten; Schutzfähigkeit KI-generierter Inhalte; Werbung und künstliche Intelligenz) . Cybercrime (z. B. Daten- und Identitätsdiebstahl durch Hacking und Phishing; Fake News und Desinformationskampagnen) . Gesellschaftliche Implikationen und Zukunftskompetenzen (z .B. interdisziplinäre und ganzheitliche Sicht auf technische, ethische, ökonomische und ökologische Auswirkungen von Digitalisierung und Künstlicher Intelligenz; Erkennen von Chancen, Risiken und Grenzen; Sensibilisierung für einen kritischen und verantwortungsvollen Umgang mit technologischen Innovationen . Einführung in Bedeutung, Funktionen und Wirkungen digitaler Medien sowie deren Rolle insbesondere in der Wirtschaft und Gesellschaft. . Planung, Umsetzung und Reflexion adressatengerechter Medienprojekte mit digitalen Werkzeugen (z. B. Podcast, Video).
3	**Lehrformen** Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung. Die Vorlesung findet im seminaristischen Stil statt.
4	**Teilnahmevoraussetzungen** /
5	**Regelungen zur Präsenz** /

6	**Prüfungsart und -umfang** Projektarbeit (70 %) und Präsentation (30 %) **Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung** /
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung Recht der digitalen Welt - Digitalisierung, Künstliche Intelligenz & Co. in der Rechtsordnung
8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang
10	**Literaturhinweise** Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.
11	**Sonstige Informationen** /
12	**Zuletzt bearbeitet** 28.05.2026

Optionsbereich Angewandte Informatik

Angewandte Robotik

Kennnummer	ECTS-Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
10034	5	1 Semester	Je nach Studiengang	Semesterweise

Arbeitsaufwand (gesamt) (h)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
125	60	65

Sprache	Geplante Gruppengröße	Verbindlichkeit
Deutsch	40 Studierende	Wahlpflichtmodul (Optionen)

Modulverantwortliche/r	Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)
Prof. Dr. Dirk Schweim	Angewandte Robotik

1 Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:

- grundlegende Konzepte der Robotik in praktischen Anwendungen einzusetzen.
- einfache Algorithmen zur Steuerung und Navigation des Roboters zu implementieren.
- grundlegende Machine Learning Verfahren zu nutzen, um den Roboter zur intelligenten Ausführung von Aktionen zu befähigen.
- die Möglichkeiten und Grenzen von Robotik-Anwendungen im Kontext realer Umgebungen zu beurteilen.
- eigenständig und im Team Lösungen für technische Herausforderungen zu erarbeiten und umzusetzen.
- technische Herausforderungen bei der Entwicklung und Anwendung von Robotik-Systemen zu erläutern.
- relevante Informationsquellen für die Implementierung zu recherchieren, zu bewerten und effektiv für die Lösung technischer Probleme zu nutzen.

2	**Inhalte** • Einführung in die Robotik • Aufbau und Funktionsweise von mobilen Robotersystemen: Sensoren, Aktoren und Steuerungseinheiten • Umsetzung von Umweltinteraktionen durch den Roboter: Implementierung von Algorithmen zur (autonomen) Steuerung und Entscheidungsfindung unter Auswertung der Sensorik • Vernetzung und Kommunikation von Robotern: Schnittstellen, Protokolle und drahtlose Kommunikation • Anwendung von Computer Vision für die Navigation und Objekterkennung durch Roboter • Herausforderungen und Lösungen bei der Verarbeitung von Echtzeit-Daten in Robotersystemen • Teamarbeit und Problemlösung: Entwicklung und Umsetzung von Projekten in Gruppen • Eigenständige Recherche und Bewertung von unterschiedlichen Informationsquellen im Kontext der Robotik und Computer Vision
3	**Lehrformen** Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung. Der praktische Teil soll deutlich überwiegen.
4	**Teilnahmevoraussetzungen** /
5	**Regelungen zur Präsenz** /
6	**Prüfungsart und -umfang** Portfolioprüfung **Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung** /
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung Angewandte Robotik
8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang

10	**Literaturhinweise** Meier, H.; Grundlagen der Robotik; VDE Bartneck, C.; Lütge, C.; Ethik in KI und Robotik; Hanser Haun, M.; Handbuch Robotik: Programmieren und Einsatz intelligenter Roboter (VDI-Buch); Springer-Vieweg Siegert, H.-J.; Robotik: Programmierung Intelligenter Roboter; Springer-Lehrbuch Weber, W.; Industrieroboter: Methoden der Steuerung und Regelung; Hanser Ohly, L.; Ethik der Robotik und der Künstlichen Intelligenz (Theologisch-Philosophische Beiträge zu Gegenwartsfragen, Band 22); Peter Lang Reinhart, G.; Flores, A. M.; Industrieroboter: Planung - Integration – Trends; Vogel Jeweils aktuelle Auflage. Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.
11	**Sonstige Informationen** /
12	**Zuletzt bearbeitet** 28.05.2026

Ethical Hacking

Module code	ECTS-Credits	Duration of the module	Planned semester of study	Module frequency
13047	5	1 semester	Depending on degree program	Each semester

Workload (total) (h)	Class contact time (h)	Self study workload (h)
150 h	60 h	90 h

Language	Planned group size	Compulsory or optional module
English	40 students	Optional module

Module owner(s)	Course
Prof. Dr. Markus Nauroth	Ethical Hacking

1 Learning outcomes/competences

Upon successful completion of the program/module/class, students will be able to:

- describe the threat landscape of hacking and the risk/impact for business
- understand the ethical and legal implications of hacking (both white hat and black hat)
- demonstrate technical proficiency with regard to port scanning, enumeration, vulnerability assessment, and automation through scripting
- analyze vulnerabilities and exploits for the following areas of information technology: servers (file, web, database, and application), operating systems, network appliances (routers, firewalls, wireless access points, and intrusion protection systems), and the Internet of Things (IOT).
- Understand popular encryption standards and cryptographic attacks in use today.
- critically discuss the strategies and operations of red team (offense) vs. blue team (defense) activities
- explain risk mitigation strategies for business based on industry best practices and security frameworks

Competences

Students completing this lecture on ethical hacking will develop a comprehensive understanding of the core competencies required to identify and exploit vulnerabilities in computer systems, networks, and applications from a legal and ethical standpoint. They will gain hands-on experience with penetration testing methodologies, including reconnaissance, scanning, exploitation, and post-exploitation techniques, using industry-standard tools and frameworks. Emphasis will be placed on the responsible disclosure of vulnerabilities and aligning testing practices with legal and regulatory requirements, such as those outlined in the Computer Misuse Act and GDPR.

2 Contents

This course will provide students with an overview of ethical hacking and penetration testing as it applies to today's complex business environment. The student will learn hacking concepts, terminology, and skills as well as how to apply these in real-world business scenarios. The course uses a combination of lecture and skill-building sessions.

3	**Teaching methods** Seminar style
4	**Requirements for participation** /
5	**Rules of attendance** This class is taught as an online class. Students are expected to attend the online sessions. Class participation will be evaluated and contribute to the overall grade.
6	**Form and scope of assessment/ examination** Portfolio assessments **Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung** /
7	**Requirements for receiving credits (ECTS)** Passed module Ethical Hacking
8	**Useability of module in other study programs** Bachelor degree programs of Business Administration, Business Law and Information Systems/ Applied Informatics and Digital Media
9	**Relative weight of the module for final grade** Depending on degree program
10	**Literature** Cengage, Hands-On Ethical Hacking and Network Defense, 4th edition
11	**Further information** We will be using Metasploitable and Kali Linux virtual images or Docker containers to emulate the various scenarios discussed in class. Where applicable, we will also incorporate challenges taken from HackTheBox and HackerOne, among others.
12	**Last modified** 28.05.2026

Maschinelles Lernen mit Python

Kennnummer	ECTS-Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
20070	5	1 Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im SoSe

Arbeitsaufwand (gesamt) (h)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
150 h	60 h	90 h

Sprache	Geplante Gruppengröße	Verbindlichkeit
Deutsch	40 Studierende	Wahlpflichtmodul (Optionen)

Modulverantwortliche/r	Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)
Prof. Dr. Martin Huschens Prof. Dr. Dirk Schweim	Maschinelles Lernen mit Python

1 Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse

Im Rahmen des Moduls erwerben Studierende praktische Kompetenzen und Qualifikationen im Bereich der Data Science und des maschinellen Lernens in der Programmiersprache Python. Die Studierenden sind in der Lage:

- Kompetenzen in der Programmierung mit Python zu entwickeln, insbesondere im Bereich der Datenmanipulation, -visualisierung und -analyse. Dabei nutzen sie moderne Bibliotheken wie NumPy, Pandas, Matplotlib und Scikit-learn.
- Python effizient einzusetzen, um strukturierte und unstrukturierte Daten zu verarbeiten, zu visualisieren, Modelle zu erstellen und die Resultate zu interpretieren.
- Im Rahmen eines semesterlangen Projekts wenden die Studierenden ihr Wissen praktisch an. Sie wählen ein eigenes Datenproblem aus, sammeln und bereiten die Daten auf, entwickeln geeignete maschinelle Lernmodelle und evaluieren deren Leistung. Hierbei liegt der Fokus darauf, datengetriebene Einsichten zu gewinnen und diese nachvollziehbar zu kommunizieren.
- Durch die Arbeit in Gruppenprojekten entwickeln die Studierenden Kompetenzen im Bereich der Teamarbeit und des Projektmanagements. Sie sind in der Lage (Data Science) Projekte zu planen, Aufgaben zu verteilen, den Fortschritt zu dokumentieren und Ergebnisse in schriftlicher und mündlicher Form zu präsentieren.

2 Inhalte

- Vorgehensmodelle im Rahmen von Data Science Projekten, CRISP-Cycle
- Einführung in Python und aktuelle Bibliotheken (z. B. pandas, seaborn, matplotlib, scikitlearn, tensorflow, keras)
- Datenaufbereitung und -visualisierung mit Python
- Implementierung von Verfahren des überwachten Lernens
- Implementierung von Verfahren des unüberwachten Lernens
- Implementierung Künstlicher Neuronale Netze: Aufbau, Deep Learning, Deep Feedforward Netze, aktuelle Deep-Learning Architekturen und Methoden

3	**Lehrformen** Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung / Übung im seminaristischen Stil. Hoher Anteil von praktischen und theoretischen Übungen (ca. 50 %).
4	**Teilnahmevoraussetzungen** Data Science und KI, Statistik, Grundlagen der Programmierung werden vorausgesetzt
5	**Regelungen zur Präsenz** /
6	**Prüfungsart und -umfang** Data Science Projekt: Hausarbeit und Präsentation (100 %) **Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung** /
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung Maschinelles Lernen mit Python
8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang
10	**Literaturhinweise** Russell, S. J.; Norvig, P. (2019): Artificial intelligence a modern approach. Pearson Education Géron, Aurélien (2020): Praxiseinstieg Machine Learning mit Scikit-Learn, Keras und TensorFlow: Konzepte, Tools und Techniken für intelligente Systeme. Aktuell zu TensorFlow 2. O'Reilly Raschka, Sebastian, and Vahid Mirjalili (2021): Machine Learning mit Python und Keras, TensorFlow 2 und Scikit-learn: Das umfassende Praxis-Handbuch für Data Science, Deep Learning und Predictive Analytics. MITP-Verlags GmbH & Co. KG Jeweils aktuelle Auflage.
11	**Sonstige Informationen** /
12	**Zuletzt bearbeitet** 28.05.2026

Optionsbereich Digital Media

Datenjournalismus & -visualisierung

Kennnummer	ECTS-Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
12046	5	1 Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im SoSe

Arbeitsaufwand (gesamt) (h)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
150 h	60 h	90 h

Sprache	Geplante Gruppengröße	Verbindlichkeit
Deutsch	30 Studierende	Wahlpflichtmodul (Optionen)

Modulverantwortliche/r	Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)
Jan Eggers	Datenjournalismus & -visualisierung

1 Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Datenjournalismus & -visualisierung sind die Studierenden in der Lage:

- Geschichten in Daten zu finden,
- passende Daten zu recherchieren und bereinigen,
- eine angemessene Methodik zur Aufarbeitung der Daten anzuwenden,
- starke Visualisierungen zu erstellen,
- journalistische Geschichten zu erzählen,
- im Team an crossmedialen datenjournalistischen Geschichten arbeiten.

2 Inhalte

- Was ist Datenjournalismus? Benötigte Skills, unterschiedliche Perspektiven
- Journalismus I: Relevanzfaktoren, Perspektive, Kontext
- Journalismus II: Qualitätskriterien, journalistische Formen
- Journalismus III: Gut schreiben – gute Daten-Geschichten
- Excel Dojo
- Gruppenarbeit an eigenen Projekten (2 Runden)
- Dataviz I: Visuelles Vokabular
- Dataviz II: Qualitätskriterien, Visualisierungen verbessern
- Wissenschaftliche Methodik, Umgang mit Fehlern und systematischen Schwächen
- Zum Programmier-Crack in 90 Minuten – Coding für Journos

3 Lehrformen

Lehrveranstaltung im seminaristischen Stil; Projektarbeit, Gruppenarbeit, Hausaufgaben.

4 Teilnahmevoraussetzungen

Interesse am Thema, Freude am digitalen Storytelling

5	**Regelungen zur Präsenz** regelmäßige Teilnahme wird vorausgesetzt
6	**Prüfungsart und -umfang** Kombination aus Projektarbeit (mit Präsentation), Live-Test und Assignments **Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung** /
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung Datenjournalismus & -visualisierung
8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang
10	**Literaturhinweise** Cairo, Alberto (2016): The Truthful Art. Data, Charts, and Maps for Communication. New Riders. Elmer/Matzat (Hg.)(2024): Handbuch Daten und KI im Journalismus. Herbert von Halem Verlag. Foell, Jens (2024): Fakten sind auch nur Meinungen. Droemer Knaur Harford, Tim (2020). How To Make The World Add Up. Ten Rules for thinking differently about Numbers. Brigde Street Press. Orlin, Ben (2018): Math with Bad Drawings.. Illuminating the Ideas that shape our Realities. Cabreros, Ireno (2021): „Side-Stepping Safeguards, Data Journalists are Doing Science Now“, https://undark.org/2021/04/22/data-journalists-are-doing-science/
11	**Sonstige Informationen** Praxis ist zentral! Die Lernziele sind nur zu erreichen, wenn man selbst datenjournalistisch arbeitet – deswegen spielen eigene Projekte im Seminar eine große Rolle, deshalb gibt es eine praktische Übung unter Real-Bedingungen, und deshalb gibt es – leider – Hausaufgaben. Den Hintergrund, um die die neuen Möglichkeiten und Methoden theoretisch einzuordnen, liefert das Seminar natürlich auch.
12	**Zuletzt bearbeitet** 28.05.2026

Digitale Bildbearbeitung

Kennnummer	ECTS-Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
12047	5	1 Semester	Je nach Studiengang	Semesterweise

Arbeitsaufwand (gesamt) (h)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
150 h	60 h	90 h

Sprache	Geplante Gruppengröße	Verbindlichkeit
Deutsch	25 Studierende	Wahlpflichtmodul (Optionen)

Modulverantwortliche/r	Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)
Jens Friederich Alexander Rossner	Digitale Bildbearbeitung

1 Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse

Die Studierenden lernen die wichtigsten Kenntnisse und Fähigkeiten der digitalen Fotografie und digitalen Bildbearbeitung kennen. Sie sind vertraut mit den technischen und gestalterischen Aspekten der digitalen Fotografie und Bildbearbeitung. Die im Modul erworbenen Kompetenzen wenden sie in praktischen Übungen an.

Die Studierenden sind in der Lage, grundlegende Einstellungen der Kamera (Blende, Belichtungszeit, ISO) zu verstehen und anzuwenden, die relevanten Werkzeuge und Funktionen der notwendigen Hardware (z.B. Kamera, Licht) und Software (z.B. Adobe Photoshop, Adobe Lightroom) sicher und effektiv einzusetzen, um Bilder professionell zu erstellen und zu bearbeiten, einschließlich Retusche, Komposition, Farbkorrektur und Effekterstellung. Sie werden befähigt, Grafiken und Collagen für verschiedene unternehmensrelevante Zwecke zu erstellen, z.B. für Werbung und Marketing (u.a. für Social Media).

Mit Blick auf diese Learning Outcomes wurde als Prüfungsform eine Projektarbeit in Form eines Medienprodukts (Portfolio inkl. Präsentation) festgelegt, um die technischen, gestalterischen und betriebswirtschaftlichen Anforderungen eines komplexen digitalen Produktes an konkreten Anwendungsbeispielen zu üben.

2 Inhalte

- Einführung und technische Grundlagen
- Landschafts-, Portrait- und Produktfotografie
- Bildbearbeitung und -retusche
- Bildmanipulation, -komposition und -montage
- Bildpräsentation und Portfolioerstellung
- Workflow-Optimierung und Automatisierung
- Künstliche Intelligenz in der Bildbearbeitung

3 Lehrformen

Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt. Anhand von Beispielprojekten werden die gelehrten Inhalte praxisnah erprobt und gefestigt.

4	**Teilnahmevoraussetzungen** /
5	**Regelungen zur Präsenz** Regelmäßige Teilnahme an den Seminarveranstaltungen und den begleitenden Aufgaben; in Ausnahmefällen kann die Veranstaltung remote stattfinden. Bei mehr als drei versäumten Vorlesungsstunden muss eine zusätzliche mündliche unbenotete Prüfung über den Stoff der Vorlesung absolviert werden, die bestanden werden muss.
6	**Prüfungsart und -umfang** Schriftliche Prüfung in Form einer Dokumentation der Ergebnisse (Portfolio/Projektbericht) und einer Präsentation **Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung** /
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung Digitale Bildbearbeitung
8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang
10	**Literaturhinweise** Bisping, B. (Hrsg.). (2014). Professionelle Bildbearbeitung: Bilder gestalten, erfassen und bearbeiten (3., überarb. und aktualisierte Aufl). Verl. Europa-Lehrmittel Nourney, Vollmer. Fraguela, R. (2020). Bildbearbeitung & Design für Social Media: Visuelle Inhalte erstellen und optimieren (1. Auflage). O'Reilly. Maschke, T. (2004). Digitale Bildbearbeitung: Bildbearbeitung, Farbmanagement, Bildausgabe. Springer Berlin Heidelberg. Wäger, M. (2018). Grafik und Gestaltung: Das umfassende Handbuch (3., komplett durchgesehene und korrigierte Auflage, 1., korrigierter Nachdruck). Rheinwerk Design. Westphalen, C. (2015). Die große Fotoschule: Digitale Fotopraxis; [das umfassende Handbuch zur digitalen Fotografie; digitale Technik verständlich erklären; mit zahlreichen Tipps für die fotografische Praxis] (2. aktualisierte und erw. Aufl., 2. korr. Nachdr). Rheinwerk.
11	**Sonstige Informationen** /
12	**Zuletzt bearbeitet** 28.05.2026

Game Development

Kennnummer	ECTS-Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
15023	5	1 Semester	Je nach Studiengang	Semesterweise

Arbeitsaufwand (gesamt) (h)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
150 h	60 h	90 h

Sprache	Geplante Gruppengröße	Verbindlichkeit
Deutsch	25 Studierende	Wahlpflichtmodul (Optionen)

Modulverantwortliche/r	Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)
Prof. Dr. Marcel Hauck	Game Development

1 Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse

Die Veranstaltung vermittelt die gestalterischen, technischen und ökonomischen Grundlagen für die Konzeption und Entwicklung von modernen Computerspielen auf wissenschaftlichem Niveau.

Der gesamte Entwicklungsprozess – vom Game Design über die technische Umsetzung bis hin zur Vermarktung – wird unter Berücksichtigung der dynamischen Entwicklungen der gegenwärtigen Medienlandschaft behandelt.

Ein besonderer Fokus liegt dabei auf der praxisnahen Vermittlung aus der Perspektive unabhängiger Entwickler („Indie-Sicht“). Thematisiert werden zudem die Spezifika unterschiedlicher Plattformen (PC, Konsolenspiel, Mobile u.a.) sowie die verschiedenen Ausprägungen des Marktes (z.B. AAA vs. Indie Labels, Entertainment vs. Serious Gaming).

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:

- Prozesse des Game Design und Game Development nachzuvollziehen und in die Praxis zu übertragen.
- Spielprojekte auf Basis von gestalterischen, technischen und ökonomischen Kenntnissen eigenständig zu konzipieren.
- die spezifischen Anforderungen unterschiedlicher Zielplattformen (z. B. PC, Konsole, Mobile) zu bewerten und zu berücksichtigen.
- den Spielemarkt in seinen verschiedenen Ausprägungen (z. B. AAA vs. Indie, Entertainment vs. Serious Gaming) zu analysieren.
- strategische Entscheidungen für die Positionierung und Vermarktung eines Spiels zu treffen.

2	**Inhalte** 1. Einführung & Game History 2. Game Design & Prototyping 3. Einführung in Unity 4. Softwareentwicklung, Programmierung, Game Engines & Scripting 5. Animation & Navigation 6. Agenten (AI) 7. Game Publishing & Vermarktung 8. Quality Assurance (QA)
3	**Lehrformen** Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil mit Übungsaufgaben und Fallstudien statt.
4	**Teilnahmevoraussetzungen** /
5	**Regelungen zur Präsenz** /
6	**Prüfungsart und -umfang** Projektarbeit **Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung** /
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung Game Development
8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang

10	**Literaturhinweise** Beil, Benjamin, Hensel, Thomas, Rauscher, Andreas (2018): Game Studies. 1. Auflage. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Cannon-Bowers; Bowers, Janis A.; Clint A. (2010): Serious game design and development. 1st edition, IGI Global, Hershley. Freyermuth, Gundolf S. (2015): Games, Game Design, Game Studies: Eine Einführung. 1. Auflage, transcript. Jesse, Schell (2016): Die Kunst des Game Designs: Bessere Games konzipieren und entwickeln. 2. Auflage, mitp. Kramarzewski, Adam; De Nucci, Ennio (2018): Practical Game Design: Learn the art of game design through applicable skills and cutting-edge insights. 1st edition, Packt Publishing. Müller-Lietzkow, Jörg (2015): Game Studies und Medienökonomie. In: Sachs-Hombach, Klaus / Thon, Jan-Noel (Hrsg.): Game Studies. Aktuelle Ansätze der Computerspielforschung. S. 443-473. Köln, Herbert von Halem Verlag. Rehfeld, Gunther (2014): Game Design und Produktion: Grundlagen, Anwendungen und Beispiele. 1. Auflage, Carl Hanser Verlag. Jeweils aktuelle Auflage.
11	**Sonstige Informationen** /
12	**Zuletzt bearbeitet** 28.05.2026

Innovative Geschäftsmodelle und Technologien in digitalen Medien

Kennnummer	ECTS-Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	5	1 Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im SoSe

Arbeitsaufwand (gesamt) (h)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
150 h	60 h	90 h

Sprache	Geplante Gruppengröße	Verbindlichkeit
Deutsch	25 Studierende	Wahlpflichtmodul (Optionen)

Modulverantwortliche/r	Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)
Prof. Dr. Bernhard Ostheimer	Innovative Geschäftsmodelle und Technologien in digitalen Medien

1 Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:

- aktuelle technologische Entwicklungen im Bereich digitaler Medien (insbesondere generative KI, Plattformökonomie, immersive Technologien sowie API- und agentenbasierte Architekturen) zu beschreiben und ihre ökonomische Relevanz für Medienunternehmen einzuordnen.
- etablierte Frameworks der Geschäftsmodellanalyse (Business Model Canvas, Value Proposition Design, Plattform- und Ökosystemmodelle, Building-Block-Logik) auf medienbezogene Anwendungsfälle anzuwenden.
- Wertschöpfungslogiken digitaler Medienunternehmen, einschließlich mehrseitiger Märkte, Netzwerkeffekte, Koordinationsmechanismen sowie datengetriebener Geschäftsmodelle, zu analysieren und kritisch zu vergleichen.
- bestehende Geschäftsmodelle hinsichtlich ihrer Tragfähigkeit, Skalierbarkeit und ethisch-rechtlichen Implikationen (insbesondere EU AI Act, Digital Services Act, Digital Markets Act, Urheberrecht) zu beurteilen.
- innovative Geschäftsmodelle für digitale Medien zu konzipieren und prototypisch (technisch und ökonomisch) umzusetzen.
- ihre Ergebnisse argumentativ vor Fachpublikum zu vertreten, im interdisziplinären Team zu reflektieren und auf Basis kritischer Rückmeldungen weiterzuentwickeln.
- eigenständig Recherche-, Konzeptions- und Validierungsprozesse zu planen, durchzuführen und in geeigneter Form zu dokumentieren.

2	**Inhalte** • Das Modul greift jeweils im Sommersemester aktuelle Entwicklungen der Wirtschaftsinformatik auf und verbindet diese systematisch mit betriebswirtschaftlichen Modellen der Geschäftsmodellinnovation. Die didaktische Anlage orientiert sich an etablierten Curricula vergleichbarer Programme.Themenfelder: • Theoretische Grundlagen: Geschäftsmodelle, Wertschöpfungsarchitekturen, Plattform- und Ökosystemtheorie, mehrseitige Märkte, ein- vs. zweiseitige Netzwerkeffekte, Building-Block-Logik • Methodisches Instrumentarium: Business Model Canvas, Value Proposition Design, Lean Startup, Plattform-Design-Toolkit, Geschäftsmodellmuster, API-Ökonomie • Technologietrends in digitalen Medien: generative KI und Foundation Models, Creator Economy und Plattformökonomie, immersive Technologien (XR, Spatial Computing), agentische Systeme, dezentrale Architekturen • Ökonomische Wirkungsmechanismen: Skalierung, Lock-in, Long-Tail, datengetriebene Monetarisierung, Coordination-as-a-Service, Restrukturierung der Wissensökonomie durch KI • Rechtlich-ethischer Rahmen: EU AI Act (VO 2024/1689), Digital Services Act (VO 2022/2065), Digital Markets Act (VO 2022/1925), Urheberrecht, Datenschutz • Innovationsprozess: Situationsanalyse, Zielbildung, Anforderungsanalyse, Konzeption, prototypische Realisierung, Validierung am Markt • Projektarbeit an einer aktuellen, semesterspezifischen Fragestellung mit prototypischer Umsetzung und Pitch Die konkreten Schwerpunkte werden semesterweise an aktuelle technologische und marktliche Entwicklungen angepasst und zu Beginn der Veranstaltung kommuniziert.
3	**Lehrformen** Lehrveranstaltung im seminaristischen Stil als Kombination aus Vorlesung, Übung und projektbasiertem Arbeiten. Theoretische Grundlagen werden mit Case Studies, Gastvorträgen aus der Medien- und Tech-Praxis sowie strukturierten Peer-Reviews verzahnt. Die Projektarbeit erfolgt in Kleingruppen mit iterativen Coachings.
4	**Teilnahmevoraussetzungen** Grundlagen Medienmanagement, Grundlagen Medieninformatik, Grundlagen Wirtschaftsinformatik, Methodik / Systematik / Präsentation, Projektmanagement
5	**Regelungen zur Präsenz** Regelmäßige Teilnahme und aktive Mitarbeit werden vorausgesetzt.
6	**Prüfungsart und -umfang** Projektarbeit ((Konzept, Prototyp und schriftliche Ausarbeitung) mit abschließender Präsentation und Defense) **Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung** /
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung Innovative Geschäftsmodelle und Technologien in digitalen Medien

8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik, Digital Media sowie Cyber Security Management
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang
10	**Literaturhinweise** Benzell, S., Hersh, J. & Van Alstyne, M. (2024): How APIs Create Growth by Inverting the Firm. Management Science, 70(10), 7120-7141. Choudary, S. P. (2025): Reshuffle: Who Wins When AI Restacks the Knowledge Economy. Penguin (Thinkers50 Strategy Award 2025). Cusumano, M. A., Gawer, A. & Yoffie, D. B. (2019): The Business of Platforms: Strategy in the Age of Digital Competition, Innovation, and Power. Harper Business. Europäische Union (2022a): Verordnung (EU) 2022/1925 über bestreitbare und faire Märkte im digitalen Sektor (Digital Markets Act). Europäische Union (2022b): Verordnung (EU) 2022/2065 über einen Binnenmarkt für digitale Dienste (Digital Services Act). Europäische Union (2024): Verordnung (EU) 2024/1689 zur Festlegung harmonisierter Vorschriften für künstliche Intelligenz (AI Act). Gassmann, O., Frankenberger, K. & Choudury, M. (2020): The Business Model Navigator. 2. Aufl., Pearson. Goldfarb, A. & Tucker, C. (2019): Digital Economics. Journal of Economic Literature, 57(1), 3-43. Guzman, A. L. & Lewis, S. C. (2024): What Generative AI Means for the Media Industries. Communication and the Public. Iansiti, M. & Lakhani, K. R. (2020): Competing in the Age of AI. Harvard Business Review Press. Mollick, E. (2024): Co-Intelligence: Living and Working with AI. Portfolio. Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2010): Business Model Generation. Wiley. Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G. & Smith, A. (2014): Value Proposition Design. Wiley. Parker, G. G., Van Alstyne, M. W. & Choudary, S. P. (2016): Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy. Norton. Teece, D. J. (2018): Business models and dynamic capabilities. Long Range Planning, 51(1), 40-49. Zander, U., Lu, L. & Chimenti, G. (2024): The Platform Economy and Futures of Market Societies: Salient Tensions in Ecosystem Evolution. Journal of Business Research. **Aktuelle Fachzeitschriften und Praxisquellen** MIT Sloan Management Review, Harvard Business Review, California Management Review, Journal of Business Models, Management Science, Information Systems Research
11	**Sonstige Informationen** /
12	**Zuletzt bearbeitet** 07.05.2026

Interdisziplinäres Innovationsprojekt: Digitale Erlebnis- und Interaktionssysteme
Anwendungsfall: Hochschule Mainz beim Rosenmontagsumzug

Kennnummer	ECTS-Leistungs-punkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
	5	1 Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im WS

Arbeitsaufwand (gesamt) (h)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
150 h	60 h	90 h

Sprache	Geplante Gruppengröße	Verbindlichkeit
Deutsch	11 Studierende	Wahlpflichtmodul (Optionen)

Modulverantwortliche/r	Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)
Prof. Dr. Bernhard Ostheimer	Interdisziplinäres Innovationsprojekt: Digitale Erlebnis- und Interaktionssysteme Anwendungsfall: Hochschule Mainz beim Rosenmontagsumzug

1	**Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse** Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage: • ein komplexes, interdisziplinäres Realprojekt mit unverrückbarem Veröffentlichungstermin und multiplen Stakeholdern eigenverantwortlich zu planen, zu steuern und auch unter erheblichem Zeitdruck zur termingerechten öffentlichen Aufführung zu bringen (Synthese, Selbstwirksamkeit) • fachfremde Denk-, Arbeits- und Sprechweisen in einem Team mit Studierenden aus Wirtschaft, Gestaltung und Technik zu verstehen, die eigene fachliche Position anschlussfähig zu vermitteln und mit den Beiträgen anderer zu einem integrierten Gesamtergebnis zu synthetisieren, d.h. nicht nur zusammenzuarbeiten, sondern zwischen Disziplinen zu übersetzen („T-shaped competency“) • ein tragfähiges Konzept iterativ über mehrere Prototyp-Stufen (Konzept-Pitch, kritischer Funktionsprototyp, Dark-Horse-Alternative, Funktions-Prototyp, finales System) zu entwickeln, dabei eigene Annahmen kritisch zu hinterfragen und gestalterische, technische, ökonomische und rechtliche Entscheidungen evidenzbasiert zu begründen • in Phasen hoher Ambiguität handlungsfähig zu bleiben, alternative Lösungspfade auch dann zu erproben, wenn ein Scheitern wahrscheinlich ist („Dark Horse“), und aus Sackgassen lernend zum tragfähigen Konzept zurückzukehren • technische, organisatorische und kommunikative Teilaspekte zu einem integrierten sozio-tech-nischen Gesamtsystem zusammenzuführen und Zielkonflikte zwischen Nutzererlebnis, technischer Machbarkeit, Wirtschaftlichkeit, Sicherheit und öffentlicher Wirkung reflektiert zu lösen • Anforderungen an Sicherheit, Recht (Versicherung, Haftung, Bild-/Persönlichkeitsrechte, GEMA, Datenschutz), Nachhaltigkeit, Inklusion und Barrierefreiheit als integralen Bestandteil des Entwurfs- und Umsetzungsprozesses zu konzipieren, nicht als nachgelagerte Compliance-Aufgabe • die Arbeitsergebnisse zielgruppenadäquat gegenüber drei unterschiedlichen Publika zu präsentieren: einer hochschulinternen Jury (fachlich-kritisch), den Medien (Presseterminen, Social Media) sowie einem öffentlichen Live-Publikum, z. B. von über 500.000 Menschen am Rosenmontag • den eigenen Lernprozess, die eigene Rolle im interdisziplinären Team und die Tragweite getroffener Entscheidungen ex-post zu reflektieren, konstruktives Feedback wechselseitig zu geben und anzunehmen sowie die gewonnenen Erkenntnisse in eine wissenschaftlich aufbereitete Projektdokumentation zu überführen • digitale und interaktive Informationssysteme für öffentliche Nutzungsszenarien zu konzipieren, technische und mediale Komponenten zu integrieren sowie deren Einsatz unter Realbedingungen zu evaluieren • die eigene Arbeitsfähigkeit über ein mehrmonatiges Realprojekt mit ungleich verteilter Arbeitsbelastung (moderate Konzeptphase, hochintensive Realisierungsphase) eigenständig zu steuern, persönliche Belastungsgrenzen wahrzunehmen und mit Konflikten im Team konstruktiv umzugehen • Die Lernergebnisse gelten studiengangsübergreifend für alle Teilnehmenden. Studiengangsspezifische Schwerpunkte und Rollen sind unter „Inhalte“ ausdifferenziert; sie konkretisieren den individuellen Lernpfad zu den gemeinsamen Lernergebnissen, ersetzen diese jedoch nicht. Bezugsrahmen: T-shaped professional (fachliche Tiefe in einer Disziplin, Anschlussfähigkeit zu den anderen).

2	**Inhalte** Das Modul ist ein interdisziplinäres Innovations- und Realprojekt der Hochschule Mainz und vereint Studierende der Fachbereiche Wirtschaft, Gestaltung und Technik zur Konzeption, Entwicklung, Inte-gration, Erprobung und öffentlichen Aufführung interaktiver sozio-technischer Systeme im urbanen Raum. Im Mittelpunkt steht die Entwicklung digitaler Erlebnis- und Interaktionssysteme unter Realbe-dingungen mit hoher öffentlicher Sichtbarkeit, multiplen Stakeholdern und einem unverrückbaren Ver-öffentlichungstermin. Der Mainzer Rosenmontagsumzug dient dabei als komplexer realweltlicher An-wendungsfall für die Gestaltung, technische Umsetzung und den Betrieb öffentlich erlebbarer digitaler Systeme. Der Modulhöhepunkt ist die Aufführung im Mainzer Rosenmontagsumzug mit über 500.000 Zuschauenden vor Ort sowie umfangreicher Berichterstattung. Das Format wurde seit dem Winter-semester 2023/24 dreimal erfolgreich erprobt; das Auftaktprojekt „Helau-o-Mat“ wurde 2024 mit dem Goldenen Nagel des Art Directors Club ausgezeichnet, das Folgeprojekt „Meerwert Helau“ (2025) be-rücksichtigt beim Mainzer Nachhaltigkeitspreis „Helau für morgen“ durch Oberbürgermeister Nino Haase sowie dem Dt. Nachhaltigkeitspreis. **Methodischer Rahmen** Das Modul ist als Project-Based Learning (Larmer/Mergendoller/Boss 2015) mit Elementen des Design Thinking (Plattner/Meinel/Leifer 2011; Brown 2019), der Entwicklung soziotechnischer Informationssysteme sowie der iterativen Prototypenentwicklung nach Stanford-Vorbild (ME310; Plattner et al.) konzipiert. Der methodische Fokus liegt auf der Entwicklung und Integration digitaler Erlebnis- und Interaktionssysteme, die technische, organisatorische, mediale und wirtschaftliche Komponenten zu einem funktionsfähigen Gesamtsystem verbinden. Die Studierenden durchlaufen mehrere klar benannte Prototyp-Stufen, deren Funktion jeweils unterschiedlich ist: • Konzept-Pitch (Oktober): erste grundlegende Idee, narratives Wagenthema, erstes Moodboard. • Kritischer Funktionsprototyp (November): Fokus auf der einen, riskantesten Komponente, dem „Critical Function Prototype“ nach Stanford ME310. Beispiel: bei einem interaktiven Wagen die Sensor-zu-Visualisierungs-Kette. • Dark-Horse-Prototyp (Dezember): bewusst-radikales Alternativkonzept, das den bisherigen Pfad in Frage stellt und auch verworfen werden darf. Pädagogisches Ziel: Umgang mit Ambiguität, pro-duktives Scheitern, Verlassen eingefahrener Pfade. • Funktions-Prototyp (Januar): integrierte Vorversion des Wagens, im Test unter realitätsnahen Bedingungen. • Finales System (Februar): generalprobenfähiger Wagen einschließlich aller technischen, gestalterischen und kommunikativen Komponenten.

Querschnittliche inhaltliche Bausteine

- Projekt- und Innovationsmanagement: Stage-Gate-Logik, agile Iterationen, Risikomanagement, Stakeholder-Management mit Werkstattleitung, Hochschulleitung, Mainzer Carneval-Verein (MCV) und Stadt Mainz.
- Konzeption und Gestaltung: Themenfindung, Moodboards, Skizzen, 3D-Modellierung, Farbsystem, Materialwahl, Wagen- und Kostümentwurf.
- Technische Realisierung und Systemintegration: Konstruktion und Umbau des Gefährts in einer Hochschulwerkstatt, Entwicklung und Integration interaktiver digitaler Systeme (Sensorik, Aktorik, Steuerlogik, LED-Visualisierung, Streaming, ggf. Computer Vision oder KI-Komponenten), System-tests sowie Entwicklung robuster Fallback- und Betriebskonzepte für den Einsatz unter Realbedingungen.
- Mediale Begleitung: Aufbau und kontinuierliche Bespielung eines Instagram-Kanals, Website-Konzeption und -Umsetzung, Foto- und Videoproduktion.
- Marketing, Kommunikation und Sponsoring: Sponsoring-Pakete, Akquise, Pressetermine, Krisen-kommunikation.
- Finanzielle Steuerung: Budgetplanung, laufendes Kostencontrolling, Abrechnung mit Sponsoren und Hochschule.
- Recht und Organisation: Anmeldung beim MCV, Versicherungs- und Haftungsfragen, Verkehrsrecht im Rahmen des Rosenmontagsumzugs, Bild- und Persönlichkeitsrechte, GEMA, Datenschutz bei interaktiven Komponenten (DSGVO).
- Nachhaltigkeit: Wiederverwendung von Komponenten der Vorgängerprojekte, Vermeidung von Einwegmüll (statt klassischer „Kamelle“ interaktive Formate), Materialspenden, Reflexion des ökologischen Fußabdrucks.

Exemplarische Rollen und Schwerpunkte nach Studiengangsprofil

- Die folgenden Rollenbeschreibungen konkretisieren mögliche Schwerpunkte. Sie sind weder verbindlich noch ausschließend: Studierende übernehmen typischerweise eine Hauptrolle und tragen ergänzend zu fachfremden Bereichen bei. Ziel ist der „T-shaped professional“, der/die in einer Disziplin tief und über andere anschlussfähig arbeitet.
- BWL / BWL dual: Schwerpunktrollen in Projektleitung, Finanz- und Sponsoringmanagement, Stakeholder- und PR-Arbeit, Vertragswesen.
- Wirtschaftsinformatik dual: Schwerpunktrollen in Anforderungsanalyse, IT-Architektur des inter-aktiven Wagens, Integration von Sensorik und Aktorik, Systemtest.
- Digital Media (DIM/DIM dual): Schwerpunktrollen in Markenführung und Visual Identity, Mediengestaltung, Social Media, Website, Foto-/Videoproduktion.
- Cyber Security Management (CSM/CSM dual) und Angewandte Informatik (AI/AI dual): Schwerpunktrollen in Bedrohungs- und Risikoanalyse für interaktive Komponenten, Datenschutz-by-Design (DSGVO), ggf. KI-/CV-Komponenten, Robustheit und Fallback-Konzepte.
- wiederverwendbare Bauteile in das neue Projekt eingebracht. Der konkrete Anwendungsfall kann in zukünftigen Durchführungen variieren. Das Modul ist grundsätzlich auf öffentlich sichtbare, interaktive und interdisziplinäre Innovationsprojekte im urbanen oder gesellschaftlichen Kontext ausge-richtet.

	Charakter des Moduls Es handelt sich um ein interdisziplinäres Realprojekt mit unverrückbarem Veröffentlichungstermin und hoher öffentlicher Sichtbarkeit. Die Studierenden entwickeln, integrieren und betreiben ein öffentlich erlebbares soziotechnisches Gesamtsystem unter Realbedingungen. Dabei verbinden sie technische, organisatorische, mediale, wirtschaftliche und rechtliche Perspektiven in einem gemeinsamen Innovationsprozess. Die Lehrenden agieren als fachliche Sparringspartner, kritische Reviewer und Bindeglied zur Hochschulleitung sowie zu externen Stakeholdern. Der Arbeitsaufwand ist über das Semester ungleich verteilt: Pitch- und Konzeptphase mit moderater Intensität von Oktober bis Dezember, hoch-intensive Bau-, Test- und Probephase von Januar bis Februar. Aufbauend auf den Erfahrungen der Vorgängerprojekte (Helau-o-Mat, Meerwert Helau, Helau Love) werden Lessons Learned und teilweise auch wiederverwendbare Bauteile in das neue Projekt eingebracht. Der konkrete Anwendungsfall kann in zukünftigen Durchführungen variieren. Das Modul ist grundsätzlich auf öffentlich sichtbare, interaktive und interdisziplinäre Innovationsprojekte im urbanen oder gesellschaftlichen Kontext ausgerichtet.
3	**Lehrformen** Projektbasierte Lehrveranstaltung (Project-Based Learning) mit hohem Anteil selbstorganisierter Teamarbeit. Plenum wöchentlich mittwochnachmittags am Campus Lucy-Hillebrand-Straße 2 (ca. 14:00-18:00 Uhr, 4 SWS); in Ausnahmefällen auch an anderen Standorten der Hochschule (insbesondere Modellbauwerkstatt) oder im Mainzer Stadtraum (LUX-Pavillon, MCV, Pressetermine). Zusätzliche selbstorganisierte Werkstatt- und Werkschautermine, insbesondere in der Bauphase Januar/Februar. Pflichttermin: Mainzer Rosenmontagsumzug. Lehrende agieren als Sparringspartner und kritische Reviewer im Stil eines Stanford-ME310-„TTeam“. Das Modul orientiert sich didaktisch an internationalen Innovations- und Prototyping-Formaten mit hoher Eigenverantwortung, iterativer Entwicklung und kontinuierlichen kritischen Reviews.
4	**Teilnahmevoraussetzungen** Grundlagen des jeweiligen Studiengangs (insbesondere Projektmanagement, Methodik / Systematik / Präsentation sowie fachliche Vertiefung gemäß Studiengangsprofil); Bereitschaft zu interdisziplinärem Arbeiten, zu hohem Eigenengagement insbesondere in der Bauphase Januar/Februar und zur verbindlichen Teilnahme am Mainzer Rosenmontagsumzug. Die Zulassung erfolgt nicht über die reguläre Optionswahl, sondern über ein Bewerbungsverfahren mit Motivationsschreiben (siehe „Sonstige Informationen“).
5	**Regelungen zur Präsenz** Aufgrund des Projektcharakters wird die regelmäßige Teilnahme an den Plenumsterminen sowie an den festgelegten Meilensteinen (Pitch, kritischer Funktionsprototyp, Dark-Horse-Werkschau, Generalprobe) erwartet. Die Teilnahme am Mainzer Rosenmontagsumzug ist verpflichtend.

6	**Prüfungsart und -umfang** Portfolioprüfung, bestehend aus vier gewichteten Bestandteilen: • (1) Konzept-Pitch (Gruppenleistung, 15 %), • (2) Projektumsetzung und individueller Beitrag zur Gesamtleistung (Gruppen- und Individualanteil 70/30, gesamt 30 %), • (3) Aufführung im Rosenmontagsumzug sowie öffentliche Werkschau (Gruppenleistung, 30 %), • (4) individuelle schriftliche Reflexions- und Projektdokumentation (Individualleistung, 25 %). Die Modulprüfung gilt als bestanden, wenn die gewichtete Gesamtnote mindestens 4,0 beträgt; eine Härtefall-Regelung für unverschuldete Einzelausfälle ist mit dem Modulverantwortlichen rechtzeitig zu klären. Die Bewertung erfolgt anhand transparenter Kriterien für Konzeptqualität, technische und organi-satorische Umsetzung, interdisziplinäre Zusammenarbeit, individuellen Beitrag, Reflexionsfähigkeit sowie Qualität der Projektdokumentation. Zur Differenzierung individueller Beiträge können Peer-Feedbacks und individuelle Contribution-Statements herangezogen werden. **Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung** /
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung Interdisziplinäres Innovationsprojekt: Digitale Erlebnis- und Interaktionssysteme
8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge des Fachbereichs Wirtschaft der Hochschule Mainz: Betriebswirtschaftslehre (B.Sc., auch dual), Digital Media (B.A., auch dual), Wirtschaftsinformatik dual (B.Sc.), Cyber Security Management (B.Sc., auch dual) sowie Angewandte Informatik (B.Sc., auch dual). Das Modul wird als Wahlpflichtmodul (Option) angeboten und ist in Kooperation mit den Fachbereichen Gestaltung und Technik der Hochschule Mainz konzipiert.
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang

10 Literaturhinweise

Hochschuldidaktische und lerntheoretische Grundlagen des Formats

- Kolb, D. A. (2014). Experiential learning: Experience as the source of learning and development. FT press.
- Larmer, J., Mergendoller, J., & Boss, S. (2015). Setting the standard for project based learning. Ascd.
- Reinmann, G. (2015). Studientext Didaktisches Design. Hamburg.
- Frodeman, R., Klein, J. T., & Pacheco, R. C. D. S. (Eds.). (2017). The Oxford handbook of interdisciplinarity. Oxford University Press.

Innovations- und Designforschung (übergreifend)

- Plattner, H., Meinel, C., & Leifer, L. (Eds.) (2011/2013). Design Thinking: Understand – Improve – Apply. Berlin/Heidelberg: Springer.
- Brown, T., & Katz, B. (2019). Change by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation (Vol. 20091). New York, NY: HarperBusiness.
- Liedtka, J. (2018). Why design thinking works. Harvard Business Review, 96(5), 72-79.
- Project Management Institute. (2021). A guide to the project management body of knowledge (PMBOK Guide). Project Management Institute.
- Norman, D. (2013). The design of everyday things: Revised and expanded edition. Basic books.
- Rogers, Y., Sharp, H., & Preece, J. (2023). Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction (6th ed.). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Boy, G. A. (Hrsg.) (2026). Handbook of Sociotechnical Systems: A Human Systems Integration Approach (2nd ed.). Boca Raton, FL: CRC Press.
- Stephanidis, C., & Salvendy, G. (Hrsg.) (2025). Human-Computer Interaction in Intelligent Environments. Boca Raton, FL: CRC Press.

Profilthemen: Wirtschaft (BWL, Sponsoring, Eventmanagement)

- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2013). Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers. John Wiley & Sons.
- Bruhn, M. (2017). Sponsoring: systematische Planung und integrativer Einsatz. Springer-Verlag.
- Holzbaur, U., Jettinger, E., Knauß, B., Moser, R., & Zeller, M. (2010). Eventmanagement: Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen (4. Aufl.). Berlin/Heidelberg: Springer.
- Schreyögg, G., & Geiger, D. (2024). Organisation: Grundlagen moderner Organisationsgestaltung. mit Fallstudien. Springer-Verlag.

Profilthemen: Wirtschaftsinformatik, Cyber Security und Angewandte Informatik

- Kühling, J., & Buchner, B. (Hrsg.) (2024). Datenschutz-Grundverordnung / BDSG: Kommentar (4. Aufl.). München: C. H. Beck.
- Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) (jeweils aktuelle Auflage). IT-Grundschutz-Kompendium. Bonn: BSI. Verfügbar unter https://www.bsi.bund.de.
- Profilthemen: Digital Media (Mediengestaltung, Online-Marketing, Social Media)
- Kreutzer, R. T., & Klose, S. (2025). Praxisorientiertes Online-Marketing: Konzepte – Instrumente – Checklisten (5. Aufl.). Wiesbaden: Springer Gabler.

	Kontextquellen zur Mainzer Fastnacht und zum Projektformat • Mainzer Carneval-Verein 1838 e.V. (Hrsg.) (1987). Bürgerfest und Zeitkritik: 150 Jahre Mainzer Carneval-Verein 1838–1988. Mainz: Verlag Hermann Schmidt. • Mainzer Carneval-Verein 1838 e.V. (laufend). Vereinswebsite und jährliche Zugplakettchen-Dokumentationen. Online verfügbar unter https://www.mainzer-carneval-verein.de. • Hochschule Mainz, Booklets der Vorgängerprojekte: Helau-o-Mat (WS 2023/24), Meerwert Helau (WS 2024/25), Helau Love (WS 2025/26). Mainz: Hochschule Mainz. • Art Directors Club für Deutschland e.V. (2024). ADC-Gewinner 2024 – Helau-o-Mat (Goldener Nagel). Online verfügbar unter https://www.adc.de. Aktuellere Auflagen werden in der Veranstaltung benannt; weiterführende Literatur (insbesondere zu Spezialthemen einzelner Teilteams, etwa Computer Vision, Generative AI, Bühnenrecht oder Krisen-kommunikation) wird über die hochschulinterne Lernplattform bereitgestellt.
11	**Sonstige Informationen** Sonderzulassungsverfahren (Wahlpflichtmodul mit Sonderstatus). Die Vergabe der 11 Plätze für den Fachbereich Wirtschaft erfolgt nicht über die regulären Optionswahltermine, sondern vorgelagert per Bewerbung. Interessierte Studierende reichen bis 11.07., 11:11 Uhr, ein Motivationsschreiben (max. 1 Seite) per E-Mail an ostheimer@hs-mainz.de ein. Das Schreiben soll darlegen: • (a) studiengangsspezifische Kenntnisse, Fertigkeiten und Fähigkeiten, die in das Projekt eingebracht werden, • (b) eigene Ideen oder thematische Anregungen, • (c) Motivation und Verfügbarkeit insbesondere für die intensive Bauphase Januar/Februar. Bei mehr als 11 Bewerbungen erfolgt eine Auswahl durch den Modulverantwortlichen unter Berücksichtigung von fachlicher Komplementarität innerhalb des Gesamtteams, Eignung der eingebrachten Kompetenzen und Gleichverteilung über die beteiligten Studiengänge. Eine Absage entbindet von der Teilnahmepflicht; eine Zusage gilt als verbindliche Modulwahl. Im Zusammenwirken mit den Fachbereichen Gestaltung und Technik entsteht ein interdisziplinäres Gesamtteam von ca. 33 Studierenden.
12	**Zuletzt bearbeitet** 23.05.2026

Optionsbereich Wirtschaftsinformatik (BWL)

Anwendungssysteme im Unternehmen				
Kennnummer 10044	**ECTS-Leistungs-punkte** 5	**Dauer des Moduls** 1 Semester	**Vorgesehenes Studiensemester** Je nach Studiengang	**Häufigkeit des Angebots** Jeweils im WiSe
Arbeitsaufwand (gesamt) (h) 150 h		**Kontaktzeit (h)** 60 h		**Selbststudium (h)** 90 h
Sprache Deutsch		**Geplante Gruppengröße** 40 Studierende		**Verbindlichkeit** Wahlpflichtmodul (Optionen)
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Dirk Weitzel Prof. Dr. Martin Huschens		**Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)** Anwendungssysteme im Unternehmen (Teil der Vertiefung Digital Business)		

1	**Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse** Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Anwendungssysteme im Unternehmen sind die Studierenden in der Lage: • die unterschiedlichen Kategorien von Anwendungssystemen in Unternehmen zu bestimmen, zu klassifizieren, zu charakterisieren und zu vergleichen. • die verschiedenen Funktionen in Unternehmen zu benennen und die für die jeweiligen Funktionen zum Einsatz kommenden Anwendungssysteme darzustellen, zu klassifizieren, zu charakterisieren und adäquat zu differenzieren. • die Zusammenhänge zwischen Geschäftsprozessen und den unterstützenden Anwendungssystemen zu bestimmen, zu klassifizieren, zu charakterisieren und zu vergleichen. • den Nutzen von Anwendungssystemen für Unternehmen zu bewerten und betriebliche Probleme kompetent einzuschätzen, zu analysieren, zu hinterfragen und Lösungsansätze zu entwickeln. • für die verschiedenen Funktionsbereiche in Unternehmen die aktuelle Marktsituation für • funktionsspezifische Anwendungssysteme zu analysieren, zu bewerten und Entscheidungen zur Einführung dieser Systeme vorzubereiten. • die Auswirkungen aufbau- und ablauforganisatorischer, und (inter-)kultureller Veränderungen zu benennen, die der Veränderungsprozess durch den Einsatz von Anwendungssystemen in Unternehmen mit sich bringt. • typische Herausforderungen bei Einführung und Betrieb von Anwendungssystemen zu benennen, zu analysieren und Lösungsansätze zu entwickeln. • aktuelle innovative Technologien zu erläutern und deren Nutzung in Kombination mit Anwendungssystemen in Unternehmen zu erkennen und Entscheidungen für deren Einsatz unter unsicheren Bedingungen zu treffen und zu argumentieren. • in kleinen Teams verantwortungsbewusst zu agieren, Wissen selbständig zu recherchieren und anzuwenden, praxisorientierte Fragestellungen zu analysieren, Lösungsalternativen zu entwickeln und zu beurteilen. • ihre Ergebnisse innerhalb und außerhalb des Teams zu diskutieren und die Ergebnisse der-Teamarbeit gegenüber Fachleuten und Vorgesetzten adäquat zu vertreten.
2	**Inhalte** • Betriebliche Anwendungssysteme im Überblick • Geschäftsprozesse in Unternehmen und ihre Modellierung • Abbildung von Funktionen und Geschäftsprozessen in Anwendungssystemen • Nutzen und Wirtschaftlichkeit von Anwendungssystemen • Lebenszyklus von Anwendungssystemen (Auswahl, Planung, Einführung, Betrieb und Wartung) • Herausforderungen bei der Einführung von Anwendungssystemen • Durchführung einer Marktanalyse für Anwendungssysteme pro Funktionsbereich • Durchführung einer Fallstudie an einem Anwendungssystem
3	**Lehrformen** Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung / Übung im seminaristischen Stil

4	**Teilnahmevoraussetzungen** /
5	**Regelungen zur Präsenz** /
6	**Prüfungsart und -umfang** Projektarbeit als Gruppenarbeit mit Präsentation und schriftlicher Ausarbeitung (50 %). Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (60 Minuten; 50 %). **Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung** /
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung Anwendungssysteme im Unternehmen
8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang
10	**Literaturhinweise** Gronau, N. (2021). ERP-Systeme: Architektur, Management und Funktionen des Enterprise Resource Planning. De Gruyter. Oldenbourg Laudon, K. C., Laudon, J. P., & Schoder, D. (2015). Wirtschaftsinformatik: Eine Einführung. Pearson Deutschland GmbH. München Mehler-Bicher, A., Mehler, F., Kuntze, N., Kunz, S., Ostheimer, B., Steiger, L., & Weih, H. P. (2019). Wirtschaftsinformatik Klipp und Klar. Springer Gabler. Wiesbaden Mertens, P., Bodendorf, F., König, W., Picot, A., Schumann, M., & Hess, T. (2017). Grundzüge der Wirtschaftsinformatik. Springer Gabler. Wiesbaden Stahlknecht, P., & Hasenkamp, U. (2013). Einführung in die Wirtschaftsinformatik. Springer. Berlin. Jeweils aktuelle Auflage
11	**Sonstige Informationen** /
12	**Zuletzt bearbeitet** 28.05.2026

Data Science für BWL

Kennnummer	ECTS-Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
12049	5	1 Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im WiSe

Arbeitsaufwand (gesamt) (h)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
150 h	60 h	90 h

Sprache	Geplante Gruppengröße	Verbindlichkeit
Deutsch	40 Studierende	Wahlpflichtmodul (Optionen)

Modulverantwortliche/r	Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)
Prof. Dr. Martin Kowalczyk Prof. Dr. Martin Huschens	Data Science für BWL (Teil der Vertiefung Digital Business)

1 Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Data Science für BWL sind die Studierenden in der Lage:

- grundlegende Begrifflichkeiten aus den Bereichen Data Science, Machine Learning und Künstlicher Intelligenz zu definieren und voneinander abzugrenzen.
- Datenquellen im Unternehmen zu identifizieren und relevante Daten für geschäftliche Fragestellungen zu erfassen und für weitere Analyse vorzubereiten.
- Data Science Use Cases zu identifizieren und ein Data Science Projekt in einer Teamarbeit nach einem definierten Vorgehen durchzuführen.
- Machine Learning Verfahren und statistische Methoden anzuwenden, um Datensätze zu analysieren und datenbasierte Entscheidungen im Unternehmenskontext zu unterstützen.
- ausgewählte Datenanalyse-Tools zu kennen und hinsichtlich der Eignung für komplexe Datenanalysen zu bewerten.
- in kleinen Teams verantwortungsbewusst zu agieren, Wissen selbständig zu recherchieren, anzuwenden, praxisorientierte Fragestellungen zu analysieren, Lösungsalternativen zu beurteilen und Lösungsansätze zu entwickeln.
- ihre Ergebnisse innerhalb und außerhalb des Teams zu diskutieren und die Ergebnisse der Teamarbeit gegenüber Fachleuten und Vorgesetzten adäquat zu vertreten.

2 Inhalte

1. Einführung in Data Science, Machine Learning (ML) & AI
2. Business Problem, Use Case Definition, Data Science Projekte
3. Data Exploration (Datenquellen, Datentypen, und explorative Datenanalyse)
4. Grundlegende Prinzipien von ML (Training) und Evaluierung von ML
5. Ansätze des überwachten Lernens 1 - ML for Regression Problems
6. Ansätze des überwachten Lernens 2 - ML For Classification Problems
7. Ansätze des unüberwachten Lernens - ML for Patterns

3	**Lehrformen** Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil
4	**Teilnahmevoraussetzungen** /
5	**Regelungen zur Präsenz** /
6	**Prüfungsart und -umfang** Gruppenarbeit, schriftliche Ausarbeitung und Präsentation (50 %) und schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (50 %) **Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung** /
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung Data Science für BWL
8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang
10	**Literaturhinweise** Provost, F., & Fawcett, T. (2013): Data Science for Business: What you need to know about data mining and data-analytic thinking, O'Reilly Media, Inc. Russell, S. J.; Norvig, P. (2019): Artificial intelligence a modern approach. Pearson Education Géron, Aurélien (2020): Praxiseinstieg Machine Learning mit Scikit-Learn, Keras und TensorFlow: Konzepte, Tools und Techniken für intelligente Systeme. Aktuell zu TensorFlow 2. O'Reilly Michael R. Berthold , Christian Borgelt , Frank Höppner , Frank Klawonn , Rosaria Silipo (2020): Guide to Intelligent Data Science, Springer Raschka, Sebastian, and Vahid Mirjalili (2021): Machine Learning mit Python und Keras, TensorFlow 2 und Scikit-learn: Das umfassende Praxis-Handbuch für Data Science, Deep Learning und Predictive Analytics. MITP-Verlags GmbH & Co. KG
11	**Sonstige Informationen** /
12	**Zuletzt bearbeitet** 28.05.2026

Low Code/No Code Software Development

Kennnummer	ECTS-Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
19017	5	1 Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im SoSe

Arbeitsaufwand (gesamt) (h)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
150 h	60 h	90 h

Sprache	Geplante Gruppengröße	Verbindlichkeit
Deutsch	25 Studierende	Wahlpflichtmodul (Optionen)

Modulverantwortliche/r	Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)
Prof. Dr. Tobias Walter Prof. Dr. Bernhard Ostheimer	Low Code/No Code Software Development (Teil der Vertiefung Digital Business)

1 Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Low Code / No Code Software Development sind die Studierenden in der Lage:

- den Einsatz von No-Code-/Low-Code-Plattformen in Unternehmen zu erklären.
- die Vor- und Nachteile von No-Code-/Low-Code-Plattformen in Unternehmen beschreiben.
- den Geschäftswert der Verwendung von No-Code-/Low-Code-Plattformen zu bewerten.
- das Konzept des „Citizen Developers“ zu erklären und Einsatzmöglichkeiten in Unternehmen zu bewerten.
- Geschäftsprozesse zu analysieren und zu beurteilen, ob sie für den Einsatz von No-Code-/LowCode-Werkzeugen geeignet sind.
- einen Prototypen mithilfe einer No-Code-/Low-Code-Plattform für einen Unternehmensanwendungsfall zu entwickeln.

2 Inhalte

- Grundlagen der Software Entwicklung und des Geschäftsprozessmanagements
- Technische und geschäftliche Vor- und Nachteile des No-Code-/Low-Code-Ansatzes
- Übersicht über No-Code-/Low-Code-Plattformen
- Anwendungsfälle für den Einsatz von No-Code-/Low-Code-Werkzeugen in Unternehmen
- Analyse eines Geschäftsprozesses für die Entwicklung eines No-Code-/Low-Code-Prototyps
- Entwicklung eines No-Code-/Low-Code-Prototyps
- Präsentation und Diskussion der Ergebnisse

3 Lehrformen

Seminaristische Lehrveranstaltung mit Übung (Gruppenarbeit und Coaching durch die Lehrenden).

4 Teilnahmevoraussetzungen

Grundlagen der Wirtschaftsinformatik/Unternehmen & IT

5	**Regelungen zur Präsenz** /
6	**Prüfungsart und -umfang** Bewertete Projektarbeit **Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung** /
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung Low Code / No Code Software Development
8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang

10	**Literaturhinweise**

- Carroll, N., & Maher, M. (2023). How shell fueled a digital transformation by establishing DIY software development. MIS Quarterly Executive, 22(2), 3.
- Eggers, J., Wewerka, J., Viljoen, A., & Krcmar, H. (2023). Supporting Subject Matter Experts as Developers: Towards a Framework for Decentralized Robotic Process Automation Development.
- Östlund, L., Wicklund, N., & Glassey, R. (2023, March 2). It's Never too Early to Learn About Code Quality. Proceedings of the 54th ACM Technical Symposium on Computer Science Education V. 1. https://doi.org/10.1145/3545945.3569829
- Kass, S., Strahringer, S., & Westner, M. (2022, June). Drivers and Inhibitors of Low Code Development Platform Adoption. 2022 IEEE 24th Conference on Business Informatics (CBI). https://doi.org/10.1109/cbi54897.2022.00028
- Hoogsteen, & Borgman. (2022). Empower the Workforce, Empower the Company? Citizen Development Adoption. In Proceedings of the 55th Hawaii International Conference on System Sciences | 2022 (pp. 4717–4726). https://hdl.handle.net/10125/79912
- Yan, Z. (2021). The impacts of low/no-code development on digital transformation and software development. arXiv preprint arXiv:2112.14073.
- Michael, J., & Wortmann, A. (2021). Towards development platforms for digital twins: A modeldriven low-code approach. In Advances in Production Management Systems. Artificial Intelligence for Sustainable and Resilient Production Systems: IFIP WG 5.7 International Conference, APMS 2021, Nantes, France, September 5–9, 2021, Proceedings, Part I (pp. 333-341). Springer International Publishing.
- Johannessen, C., & Davenport, T. (2021). When low-code/no-code development works—and when it doesn't. Harvard Business Review.
- Sahinaslan, E., Sahinaslan, O., & Sabancıoglu, M. (2021). Low-code application platform in meeting increasing software demands quickly: SetXRM. FOURTH INTERNATIONAL CONFERENCE OF MATHEMATICAL SCIENCES (ICMS 2020). https://doi.org/10.1063/5.0042213
- Khorram, F., Mottu, J. M., & Sunyé, G. (2020, October 16). Challenges & opportunities in low code testing. Proceedings of the 23rd ACM/IEEE International Conference on Model Driven Engineering Languages and Systems: Companion Proceedings. https://doi.org/10.1145/3417990.3420204
- Sanchis, R., García-Perales, S., Fraile, F., & Poler, R. (2019, December 18). Low-Code as Enabler of Digital Transformation in Manufacturing Industry. Applied Sciences, 10(1), 12. https://doi.org/10.3390/app10010012
- Adrian, B., Hinrichsen, S., & Nikolenko, A. (2020). App Development via Low-Code Programming as Part of Modern Industrial Engineering Education. Advances in Intelligent Systems and Computing, 45–51. https://doi.org/10.1007/978-3-030-51369-6_7
- Bexiga, M., Garbatov, S., & Seco, J. C. (2020, October 16). Closing the gap between designers and developers in a low code ecosystem. Proceedings of the 23rd ACM/IEEE International Conference on Model Driven Engineering Languages and Systems: Companion Proceedings. https://doi.org/10.1145/3417990.3420195

11	**Sonstige Informationen** /
12	**Zuletzt bearbeitet** 28.05.2026

Usability & User Experience

Kennnummer	ECTS-Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
27055	5	1 Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im SoSe

Arbeitsaufwand (gesamt) (h)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
150 h	60 h	90 h

Sprache	Geplante Gruppengröße	Verbindlichkeit
Deutsch	40 Studierende	Wahlpflichtmodul (Optionen)

Modulverantwortliche/r	Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)
Prof. Dr. Anett Mehler-Bicher Prof. Dr. Sven Pagel	Usability & User Experience (Teil der Vertiefung Digital Business)

1 Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Usability und User Experience sind die Studierenden in der Lage:

- die Termini der Wissenschaftsdisziplin Mensch-Maschine-Interaktion (u.a. Usability-Standards) zu erläutern und diese auf digitale Medien anzuwenden.
- die Schritte des User Centered Designs als benutzerorientierten Gestaltungsprozess mit den-zugehörigen Methoden zu erklären und anzuwenden.
- Usability und User Experience projekthaft z.B. im Bereich Mixed Reality anzuwenden und entsprechende erarbeiten Interaktionskonzepte auf der Basis von Interaktionstechniken, Interface-Gestaltung u.v.m. zu erarbeiten.
- Usability-Tests zu konzipieren und durchzuführen.

2 Inhalte

- Thematische Einführung und Grundlagen (HCI, User Centered Design, User Experience, Usability)
- Ziele und Aufgaben von Usability und User Experience
- Usability und User Experience z.B. im Bereich Mixed Reality
- Prozess und Methoden des Interaktionsdesigns (Informationsarchitektur, Gestaltung der Benutzerschnittstelle, Interaktionstechniken insbesondere auch für mobile und ubiquitäre Anwendungen)
- Usability Testing

3 Lehrformen

Seminaristischer Unterricht mit integrierter Übung / praktische Projektarbeit

4 Teilnahmevoraussetzungen

/

5 Regelungen zur Präsenz

/

6	**Prüfungsart und -umfang** Projektarbeit mit Präsentation in Form eines Kolloquiums und Beschreibung in Form eines Projektberichts **Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung** /
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung Usability und User Experience
8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang
10	**Literaturhinweise** Mehler-Bicher, A., Steiger, L.: Augmented Reality, München. Krug, S.: Don’t make me think. Frechen. Moser, C.; User Experience Design - Mit Erlebniszentrierter Softwareentwicklung zu Produkten, die begeistern, Berlin. (Digital verfügbar über OPAC) Arndt, Henrik; Integrierte Informationsarchitektur: Die erfolgreiche Konzeption professioneller Websites; Berlin. Bernsen, N. O.; Dybkjær, L.; Multimodal Usability (Human- Computer Interaction); Springer Herczeg, M.; Softwareergonomie. Grundlagen der Mensch-Computer-Kommunikation; München Nagel, W.; Fischer, V.; Multiscreen Experience Design: Prinzipien, Muster und Faktoren für die Strategieentwicklung und Konzeption digitaler Services für verschiedene Endgeräte; Schwäbisch Gmünd. Jeweils aktuelle Auflage
11	**Sonstige Informationen** /
12	**Zuletzt bearbeitet** 28.05.2026

Optionsbereich Wirtschaftsinformatik (WI dual)

Ausgewählte Aspekte der IT-Security

Kennnummer	ECTS-Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
10031	5	1 Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im SoSe

Arbeitsaufwand (gesamt) (h)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
125	60	65

Sprache	Geplante Gruppengröße	Verbindlichkeit
Deutsch	40 Studierende	Wahlpflichtmodul (Optionen)

Modulverantwortliche/r	Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)
Prof. Dr. Nicolai Kuntze	Ausgewählte Aspekte der IT-Security

1 Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:

- weiterführende Ansätze der IT-Sicherheit zu verstehen, anzuwenden und zu beurteilen – insbesondere aus den Bereichen Verschlüsselung, Entschlüsselung, Signaturen und Angreifermodelle.
- eigenständig auf dem Gebiet der IT-Security vertiefte Kenntnisse zu erwerben, Probleme zu analysieren und Lösungsverfahren anzuwenden.
- unterschiedliche Sicherheitstechniken gezielt praktisch einzusetzen und deren Einschränkungen zu erkennen.
- die Herausforderungen zu verstehen, die durch die Verarbeitung von Daten aus der Privatsphäre von Personen entstehen.
- wichtige Sachverhalte und Verfahren aus der IT-Sicherheit zu verstehen und begründet anzuwenden.
- Methoden aus Netzwerken und der IT-Sicherheit in verschiedenen Anwendungen-Kontexten adäquat zu nutzen.
- aktuelle Herausforderungen bei Einsatz und Implementierung von IT-Sicherheitslösungen zu erkennen, zu diskutiert und in die aktuellen technologischen und betriebswirtschaftlichen Entwicklungen einzuordnen.

2 Inhalte

- Security-relevante Aspekte der Netzwerktechnik
- Angreifermodellierung
- Penetrationstest
- Protokollanalyse
- Weitere Themenkomplexe der IT Sicherheit, jeweils an einem aktuellen Thema ausgerichtet.

3 Lehrformen

Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung und Übung. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt. Der Übungsanteil beträgt ca. 50 %.

4	**Teilnahmevoraussetzungen** /
5	**Regelungen zur Präsenz** /
6	**Prüfungsart und -umfang** Portfolioprüfung **Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung** **/**
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung Ausgewählte Aspekte der IT-Security
8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang
10	**Literaturhinweise** Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.
11	**Sonstige Informationen** /
12	**Zuletzt bearbeitet** 28.05.2026

Business Process Technology

Kennnummer	ECTS-Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
11071	5	1 Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im SoSe

Arbeitsaufwand (gesamt) (h)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
125	60	65

Sprache	Geplante Gruppengröße	Verbindlichkeit
Deutsch/English	40 Studierende	Wahlpflichtmodul (Optionen)

Modulverantwortliche/r	Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)
Prof. Dr. Tobias Walter	Business Process Technology

1 Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:

- Aufgaben im Zusammenhang mit der Prozessautomatisierung zu benennen und anzuwenden.
- Notwendige Standard bei der Prozessmodellierung zu kennen, um Prozesse zu implementieren.
- Architekturen und Kombinationen von Technologien entwerfen.
- Eine Ende-zu-Ende Prozessautomatisierung sowie Geschäftsregeln mit Hilfe von BPM Plattformen zu implementieren.
- RPA Technologien für die Prozessautomatisierung sicher einzusetzen.
- Prozessdaten für das Process Mining zu erheben und zu analysieren.
- KI-Verfahren bei der Prozessautomatisierung einzusetzen.

2 Inhalte

- Einführung in die Aufgaben im Zusammenhang mit der Prozessautomatisierung
- Architekturen für die Prozessautomatisierung
- Einsatz von Standards (BPMN, DMN, CMMN) zur Modellierung von Prozessautomatisierungen
- Prozessbezogene Technologien (BPM Systeme, Robotic Process Automation (RPA))
- Process Mining und Process Analytics mit Prozessdaten
- Weitere Technologien mit Bezug zur Prozessautomatisierung (u.a. KI)

3 Lehrformen

Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt. Der Übungsanteil beträgt ca. 50 %.

4 Teilnahmevoraussetzungen

/

5 Regelungen zur Präsenz

/

6	**Prüfungsart und -umfang** Hausarbeit (70 %) und Präsentation (30 %) **Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung** **/**
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung Business Process Technology
8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang
10	**Literaturhinweise** W. van der Aalst. Process Mining: Data Science in Action. Springer-Verlag, Berlin, 2016 Dumas, M., Rosa, L. M., Mendling, J., & Reijers, A. H. (2018). Fundamentals of Business Process Management. Springer. Weske, M. (2007). Business Process Management: Concepts, Languages, Architectures. Springer. Ian H., Witten, E., Frank, M.A. Hall: Data Mining, Practical Machine Learning Tools and Techniques, Morgan Kaufmann **Einsatz ausgewählter Software-Tools** Camunda, Signavio, Celonis, UIPath, Python Weitere Software und Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.
11	**Sonstige Informationen** /
12	**Zuletzt bearbeitet** 28.05.2026

Machine Learning & Deep Learning

Kennnummer	ECTS-Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
20066	5	1 Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im SoSe

Arbeitsaufwand (gesamt) (h)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
125	60	65

Sprache	Geplante Gruppengröße	Verbindlichkeit
Deutsch	40 Studierende	Wahlpflichtmodul (Optionen)

Modulverantwortliche/r	Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)
Prof. Dr. Martin Kowalczyk	Machine Learning & Deep Learning

1 Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse

Nach dem Hören dieser Vorlesung sind die Studierenden in der Lage:

- die grundlegenden Prinzipien und Funktionsweisen von Machine Learning (ML) und Deep Learning (DL) zu verstehen.
- technologische Entwicklungen im Bereich Artificial Intelligence zu analysieren und in Bezug auf ihre Bedeutung und Einsatzmöglichkeiten zu beurteilen.
- verschiedene Anwendungsszenarien für ML und DL zu verstehen und die spezifischen Potentiale sowie Limitationen dieser Technologien einzuordnen.
- wesentliche Algorithmen des klassischen Machine Learnings und ausgewählte Deep Learning Verfahren zu verstehen.
- Datensätze für ML- und DL-Verfahren vorzubereiten, anzuwenden, Modelle zu trainieren und die Ergebnisse kritisch zu analysieren.
- ML- und DL-Algorithmen in wesentlichen Einsatzszenarien anzuwenden und deren Limitationen zu beurteilen.
- in Kleingruppen neue technologische Entwicklungen zu analysieren, kritisch zu diskutieren und die Ergebnisse professionell zu präsentieren.
- prototypische analytische Lösungen durch das Erschaffen und Anwenden von ML/DL Modellen zu entwickeln.

2 Inhalte

- Überblick über Künstliche Intelligenz, Maschinelles Lernen und Deep Learning
- Grundlagen und Anwendungen des Maschinellen Lernens
- Ansätze des Maschinellen Lernens zur Identifikation von Mustern und zur Erstellung von Prognosen
- Einführung in Neuronale Netze und Deep Learning
- Spezifische Ansätze des Deep Learning für die Bildanalyse und Zeitreihenanalyse
- Ökonomische Implikationen und Grenzen des Maschinellen Lernens und Deep Learning

3	**Lehrformen** Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung und Projektarbeit. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt.
4	**Teilnahmevoraussetzungen** /
5	**Regelungen zur Präsenz** /
6	**Prüfungsart und -umfang** Klausur (70 %) und Assignment (30 %) **Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung** **/**
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung Machine Learning & Deep Learning
8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang
10	**Literaturhinweise** Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.
11	**Sonstige Informationen** /
12	**Zuletzt bearbeitet** 28.05.2026

Verteilte Systeme & Cloud Computing

Kennnummer	ECTS-Leistungspunkte	Dauer des Moduls	Vorgesehenes Studiensemester	Häufigkeit des Angebots
27054	5	1 Semester	Je nach Studiengang	Jeweils im SoSe

Arbeitsaufwand (gesamt) (h)	Kontaktzeit (h)	Selbststudium (h)
125	60	65

Sprache	Geplante Gruppengröße	Verbindlichkeit
Deutsch	40 Studierende	Wahlpflichtmodul (Optionen)

Modulverantwortliche/r	Lehrveranstaltung(en) (ggf. mit Schwerpunkt/Modulgruppe)
Prof. Dr. Jens Reinhardt	Verteilte Systeme und Cloud Computing

1 Qualifikationsziele/Kompetenzen/Lernergebnisse

Nach dem Hören dieser Vorlesung sind die Studierenden in der Lage:

- die den Cloud-Plattformen zugrunde liegenden Technologien und Verfahren zu verstehen und zu erklären.
- die Strukturen und Möglichkeiten verbreiteter Systeme wie Microsoft Azure oder Amazon Web Services einzuordnen und zu erläutern.
- typische Einsatzszenarien für Cloud-Plattformen zu analysieren sowie die technischen Herausforderungen zu erkennen und passende Lösungsansätze anzuwenden.
- die technischen Grundlagen und Betriebsszenarien von Cloud-Umgebungen zu verstehen und die Herausforderungen, insbesondere im hybriden Einsatz, zu beurteilen.
- durch die gemeinsame Arbeit an Projekten ihre Teamarbeit zu verbessern, Konflikte konstruktiv zu bewältigen und effektive Lösungen zu realisieren und zu erschaffen.
- ihre Präsentations- und Konfliktfähigkeiten praxisnah zu erweitern, indem sie Ergebnisse oder Zwischenstände ihrer Projektarbeit vorstellen.

2 Inhalte

- Hinführung und Grundlagen verteilter Systeme
- Grundlagen und Aufbau von Cloud-Plattformen (z.B. Virtualisierung und Container)
- Cloud Service- und Deployment-Modelle
- Realisierung der Cloud Angebote (Environment, Storage etc.)
- Architektur von Applikationen für Cloud-Plattformen
- Hybride Ansätze
- Cloud Pattern am Beispiel Microsoft Azure und Amazon AWS

3 Lehrformen

Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt. Der Übungsanteil beträgt rund 30 %.

4 Teilnahmevoraussetzungen

/

5	**Regelungen zur Präsenz** /
6	**Prüfungsart und -umfang** Portfolioprüfung **Studienleistungen als Voraussetzung für Teilnahme an der Prüfung** **/**
7	**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ECTS)** Bestandene Modulprüfung Verteilte Systeme & Cloud Computing
8	**Verwendbarkeit des Moduls (in anderen Studiengängen)** Bachelorstudiengänge der Bereiche Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Angewandte Informatik sowie Digital Media
9	**Stellenwert der Note für die Endnote** Je nach Studiengang
10	**Literaturhinweise** Fehling, C. et al; Cloud Computing Patterns; Springer Andrew S. Tanenbaum; Maarten van Steen; Distributed Systems - Principles and Paradigms; Prentice Hall George F. Coulouris; Jean Dollimore; Tim Kindberg; Distributed Systems; Pearson Education Andrew S. Tanenbaum; Moderne Betriebssysteme; Pearson Kurose, J. F.; Ross K. W.; Computernetzwerke; Pearson Lehner, W.; Sattler, K.-U.; Web Scale Data Management for the Cloud; Springer Jeweils aktuelle Auflage.
11	**Sonstige Informationen** /
12	**Zuletzt bearbeitet** 28.05.2026