

Modulhandbuch

Ausbildungsintegrierender Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre

HOCHSCHULE MAINZ - FACHBEREICH WIRTSCHAFT

[Stand: März 2016]

Einführung und allgemeine Informationen

Liebe Bachelor-Studierende,

liebe Studieninteressierte,

mit dem ausbildungsintegrierenden Studiengang Betriebswirtschaftslehre (BIS D) bieten wir Ihnen einen ersten berufsqualifizierenden akademischen Abschluss. Die Studienstruktur zielt ganz bewusst auf die Vermittlung allgemeiner und grundsätzlicher Inhalte der Betriebswirtschaftslehre (BWL). Hierdurch soll eine solide Basis für vielfältige weitere berufliche Entwicklungsmöglichkeiten geschaffen werden.

Neben aktuellen und zukünftigen Themenbereichen rund um die klassischen Felder der BWL gehen wir ebenso ein wie auf internationale, rechtliche und volkswirtschaftliche Komponenten. Abgerundet wird das Angebot durch so genannte propädeutische Fächer wie z.B. Mathematik oder Statistik und ein Sprachenangebot.

Da sogenannte Schlüsselkompetenzen wie Selbstmanagement, Teamfähigkeit, strukturiertes sowie kreatives Denken und Handeln oder kritischer Umgang mit Ergebnissen und Materialien heute sowohl im Studium als auch in der beruflichen Praxis unabdingbar sind, fördern und stärken unsere Dozenten diese Kompetenzen in allen Veranstaltungen bei geeigneten Gelegenheiten.

Mit dem vorliegenden Modulhandbuch möchten wir Ihnen die vielfältigen Module des Bachelor-Studiengangs Betriebswirtschaftslehre im Einzelnen vorstellen. Dazu finden Sie auf den folgenden Seiten:

- Informationen zur Anzahl der zu vergebenen Credits, Angaben zu Workload und Gruppengröße.
- Hinweise zu Inhalt, Ziel, Lehrmethode, Prüfungsform, Teilnahmevoraussetzung und hauptverantwortlicher Lehrkraft des einzelnen Moduls.
- Auch erste Literaturangaben sowie geforderte beziehungsweise angestrebte Sprachniveaus sind angegeben.

Haben Sie Fragen über die hier angegebenen Informationen hinaus, sprechen Sie uns gerne persönlich an.

Wir wünschen Ihnen eine schöne, lehrreiche und erfolgreiche Studienzeit.

Modulhandbuch

Inhalt

Modulstruktur	5
Hinweise zu den Vorlesungszeiten.....	5
Niveau der Sprachmodule.....	5
Hinweise zur Prüfungssprache.....	6
Semester 1	7
Einführung in die BWL(inkl. Planspiel)	7
Grundzüge des Rechnungswesens.....	9
Mathematik.....	11
Englisch I	13
Methodik/Systematik/Präsentation.....	17
ECDL (Studium Integrale).....	20
Grundlagen der Medientechnik (Studium Integrale)	22
Industrie- und Betriebssoziologie (Studium Integrale)	24
Journalistische Grundlagen (Studium Integrale).....	27
Organisationspsychologie (Studium Integrale).....	29
Spanisch I – A1.1 (Studium Integrale)	31
Verhandlungsführung (Studium Integrale)	33
Semester 2.....	35
Materialwirtschaft/Logistik/Produktion.....	35
Kosten- und Leistungsrechnung.....	37
Recht I.....	39
Englisch II	41
Praxismodul.....	45
Sozialkompetenz I: Selbstmanagement (Studium Integrale)	47
Spanisch II: Allgemein- und Wirtschaftssprache (Studium Integrale)	49
Semester 3	51
Marketing.....	51
Investition & Finanzierung	53
Recht II	55
Statistik	57
Statistisches Anwendungsprojekt.....	59
Semester 4.....	61
Personal & Organisation	61

Steuern.....	63
Mikroökonomie.....	65
Unternehmen & IT	67
Soziale Interaktion	69
Semester 5.....	71
Workshop BWL I: Unternehmenssimulation	71
Makroökonomie	74
Jahresabschluss.....	76
Praxismodul.....	78
Semester 6.....	80
Workshop BWL II: Arbeitsrecht.....	80
Workshop BWL II: Führungskompetenz.....	82
Workshop BWL II: Fallstudien zur Unternehmensführung.....	84
Unternehmensführung.....	86
Integrierte Geschäftsprozesse & Projektmanagement.....	88
Semester 7.....	90
Business Planning.....	90
Internationales Management	92
Bachelor-Arbeit	94



Modulstruktur (BIS D)

Modulstruktur

Semester VII	Business Planning	Internationales Management	Bachelor-Arbeit			
20 ECTS / 7 SWS	5 ECTS / 3 SWS	5 ECTS / 2 SWS	10 ECTS / 2 SWS			
Semester VI	Workshop BWL II	Unternehmensführung	Integrierte Geschäftsprozesse / Projektmanagement	Option II	Praxismodul 1,5 SWS	
30 ECTS / 14,5 SWS	5 ECTS / 3 SWS	5 ECTS / 3 SWS	5 ECTS / 3 SWS	5 ECTS / 4 SWS		
Semester V	Workshop BWL I	Jahresabschluss	Makroökonomie	Option I	20 ECTS / 1,5 SWS	
30 ECTS / 14,5 SWS	5 ECTS / 3 SWS	5 ECTS / 3 SWS	5 ECTS / 3 SWS	5 ECTS / 4 SWS		
Semester IV	Personalwesen / Organisation	Steuern	Mikroökonomie	Unternehmen & IT	Soziale Interaktion	
25 ECTS / 14 SWS	5 ECTS / 3 SWS	5 ECTS / 3 SWS	5 ECTS / 3 SWS	5 ECTS / 3 SWS	5 ECTS / 2 SWS	
Semester III	Marketing	Investition und Finanzierung	Recht II	Statistik	Statistisches Anwendungsprojekt	
25 ECTS / 13 SWS	5 ECTS / 3 SWS	5 ECTS / 3 SWS	5 ECTS / 3 SWS	5 ECTS / 3 SWS	5 ECTS / 1 SWS	
Semester II	Materialwirtschaft / Logistik / Produktion	Kosten- und Leistungsrechnung	Recht I	Englisch II	Studium Integrale II	Praxismodul 5 ECTS / 1 SWS
25 ECTS / 14 SWS	5 ECTS / 3 SWS	5 ECTS / 3 SWS	5 ECTS / 3 SWS	2 ECTS / 2 SWS	3 ECTS / 2 SWS	
Semester I	Einführung in die BWL (inkl. Planspiel)	Grundzüge des Rechnungswesen	Mathematik	Englisch I	Studium Integrale I	Methodik / Systematik / Präsentation 5 ECTS / 2 SWS
25 ECTS / 14 SWS	5 ECTS / 2 SWS	5 ECTS / 3 SWS	5 ECTS / 3 SWS	2 ECTS / 2 SWS	3 ECTS / 2 SWS	
Total	Methodik / Systematik / Präsentation und Soziale Interaktion je 2 SWS / 20 Studierende Statistisches Anwendungsprojekt, Praxismodul je 1 SWS / 10 Studierende · Business Planning je 3 SWS / 20 Studierende					
180 ECTS / 91 SWS						

Hinweise zu den Vorlesungszeiten

In den Semestern 1 bis 4 sowie 7 finden die Vorlesungen im ausbildungsintegrierenden Studiengang BIS D grundsätzlich donnerstags von 13:30 bis 20:15 Uhr sowie samstags von 8:15 bis 15:15 Uhr statt.

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

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

Niveau der Sprachmodule

Sprache	Bachelor	
	Einstiegsniveau	Zielniveau
Englisch I & II	B1+	B2+
Spanisch I & II	A1	A2-B1+
Französisch I & II	A1	A2-B1+

Hinweise zur Prüfungssprache (BIS D)

Hinweise zur Prüfungssprache

Prüfungsleistungen sind i.d.R. in deutscher Sprache zu erbringen. Ausnahmen bilden die Module Unternehmensführung und Internationales Management, die in englischer Sprache zu erbringen sind.

Abweichende Regelungen gelten für die o.g. Sprachmodule, die in der jeweiligen Sprache geprüft werden, sowie die in englischer Sprache angebotene Module:

- Applied Strategic Business Forecasting with MS-Excel
- Business Creativity
- International Social Responsibility

Semester 1

Einführung in die BWL[inkl. Planspiel]					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
1101	125 h	5	1. Semester	semesterweise	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Herbert Paul					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Einführung in die BWL	30 h (2 SWS)	95 h	40 Studierende	
2	Lernergebnisse / Kompetenzen				
	<p>Die Studierenden kennen die grundlegenden Ziele, Zielkonflikte, Ansätze und Zusammenhänge in der BWL. Sie verstehen die Studieninhalte des Fachs; dabei wird besonderer Wert auf das Verstehen und Lernen der zentralen Grundbegriffe gelegt.</p> <p>Die Studierenden lernen die Rolle abstrakter betriebswirtschaftlicher Modelle kennen und können betriebswirtschaftliche Ziele und Zusammenhänge, wie z.B. die Rolle des Gewinns, kritisch hinterfragen. Sie können die Vor- und Nachteile betriebswirtschaftlicher Ansätze bewerten. Sie entwickeln ein Basisverständnis wichtiger Funktionen innerhalb der betrieblichen Wertkette – mit den jeweils bereichsspezifischen Zielen und zentralen Grundbegriffen. Sie entwickeln dabei Vorstellungen über typische spätere BWL-bezogene Berufstätigkeiten und die jeweiligen Rahmenbedingungen. Sie verstehen die konstitutiven Entscheidungen in einem Unternehmen und gewinnen einen Überblick über Management und Führung.</p> <p>Die Studierenden schulen durch die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltungen ihr Selbstmanagement. Sie entwickeln durch das Planspiel Team-, Konflikt- und Entscheidungsfähigkeit bei der Bearbeitung von betriebswirtschaftlichen Fragestellungen.</p>				
3	Inhalte				
	<p>Die BWL im System der Wissenschaften</p> <p>Konstitutive Unternehmensentscheidungen</p> <p>Betriebliche Funktionen in der Wertkette</p> <p>Management und Führung</p> <p>Planspiel (TOPSIM)</p>				
4	Lehrformen				
	Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil. Zur Verdeutlichung und Anwendung wird ein Unternehmensplanspiel integriert.				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	–				

6	Regelungen zur Präsenz ./
7	Prüfungsart und -umfang Klausur (90 min.) und Bericht zum Planspiel
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Bachelor BIS, AWIS, Wirtschaftsrecht
10	Stellenwert der Note für die Endnote 5/145
11	Sonstige Informationen Literatur Bardmann: Grundlagen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre, Wiesbaden (Gabler Verlag) Straub: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München (Pearson Studium) Thommen/Achleitner. Allgemeine Betriebswirtschaft. Umfassende Einführung aus management-orientierter Sicht, Wiesbaden (Gabler Verlag) Wöhe/Döring: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München (Vahlen) Jeweils neueste Auflage.

Grundzüge des Rechnungswesens					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
1102	125 h	5	1. Semester	semesterweise	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Karl H. Wöbbeking					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Grundzüge des Rechnungswesens	45 h (3 SWS)	80 h	40 Studierende	
2	Lernergebnisse / Kompetenzen Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • kennen die theoretischen Grundlagen, Funktionsweise, Begriffe und rechtliche Rahmenbedingungen des Rechnungswesens • verstehen dessen Einordnung in das unternehmerische Umfeld • lernen das buchhalterische System sowie die Buchungstechnik kennen. Hierbei verstehen sie die grundlegenden Buchungsvorgänge, von der Eröffnungs- zur Schlussbilanz, und können das Wissen für grundlegende Buchungen selbst anwenden • erlernen grundlegende Kenntnisse über Bilanz sowie Gewinn- und Verlustrechnung (GuV) als elementare Bestandteile des Jahresabschlusses eines Unternehmens. • beherrschen die zentralen unternehmerischen Zielgrößen „Erfolg“ und „Liquidität“ und können die Zusammenhänge zwischen Erfolgs-, Finanz- und Bilanzrechnung erklären und interpretieren • können die Zielgrößen unter Verwendung der erarbeiteten Buchführungs Kompetenzen in Fallstudien ermitteln und interpretieren • Diese Fallstudien werden in Kleingruppen bearbeitet, wodurch die Studierenden auch Erfahrungen sammeln, sich arbeitsteilig in einem Team zu organisieren. Die Studierenden schulen durch die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltungen ihr Selbstmanagement. Sie entwickeln durch die Bearbeitung von Fallstudien zum Rechnungswesen in Kleingruppen ihre Team-, Konflikt- und Entscheidungsfähigkeit.				
3	Inhalte Grundlagen des betrieblichen Rechnungswesens (Das Unternehmen; Zielsystem von Unternehmen; Unternehmen als funktionales System; Das betriebliche Rechnungswesen; Teilbereiche (extern/intern); Begriffliches Instrumentarium; Wesentliche rechtliche Rahmenbedingungen) Buchführung (Inventur, Inventar, Bilanz; Bestandskonten; Kontenrahmen, Kontenplan; Erfolgskonten; Gewinn-				

	<p>und Verlustrechnung; Berücksichtigung von Steuern; Privatentnahme und Privateinlagen; Anschaffung von Anlagegegenständen; Abschreibungen im Sachanlagebereich; Jahresabschluss)</p> <p>Grundlagen zur integrierten Erfolgs-, Finanz- und Bilanzrechnung (Erfolg und Liquidität als zentrale unternehmerische Zielgrößen; Erfolgsrechnung, Erfolgsanalyse, Kapitalflussrechnung, Finanzplan, Grundstrukturen und Ablauf der integrierten Erfolgs-, Finanz- und Bilanzplanung; Fallstudie)</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>–</p>
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p>
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Klausur (90 min)</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>–</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5/145</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur</p> <p>Coenberg, A. G. u.a., Einführung in das Rechnungswesen, Stuttgart (Schäffer-Poeschel)</p> <p>Döring, U., Buchholz, R.: Buchhaltung und Jahresabschluss, Berlin (Erich Schmidt Verlag)</p> <p>Koeder, K. W., Schmorleiz, W: Jahresabschluss, Stuttgart (UTB)</p> <p>Schierenbeck, H., Wöhle, C. B.: Grundzüge der Betriebswirtschaft, Berlin (DeGruyter-Oldenbourg)</p> <p>Schmolke, M., Deitermann, S.: Industrielles Rechnungswesen, Braunschweig (Winklers)</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>

Mathematik					
Kenn- nummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
1103	125 h	5	1. Semester	Jährlich	1 Semester
Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Christian Menn					
1	Lehrveranstaltungen Mathematik Übung/Tutorium Mathe- matik (fakultativ)	Kontaktzeit 45 h (3 SWS) 15 h	Selbststudium 80 h	geplante Gruppengröße 40 Studierende	
2	Lernergebnisse / Kompetenzen Teilmodul Mathematik Die Studierenden beherrschen wichtige Grundlagen der linearen Algebra und Analysis. Sie erlernen mathematische Methoden und Verfahren zur Modellierung und Optimierung betrieblicher Entscheidungsprozesse und können diese anwenden sowie interpretieren. Sie erwerben grundlegende finanzmathematische Kenntnisse und können die Finanzmathematik in praxisorientierten Fällen anwenden und die Ergebnisse richtig beurteilen. Die Studierenden erlernen, Problemstellungen mit mathematischen Methoden zu formulieren und zu lösen. Sie erwerben Fertigkeiten, mit denen sie analytisch fundierte Entscheidungen treffen können. Teilmodul Übung/Tutorium Mathematik (fakultativ) Die Studierenden erhalten zusätzliche Möglichkeiten der Übung sowie unklare Aspekte zu klären.				
3	Inhalte Mathematische Grundlagen Wirtschaftswissenschaftliche Anwendungen analytischer Methoden Wirtschaftswissenschaftliche Anwendungen linearer Gleichungssysteme Finanzmathematische Verfahren				
4	Lehrformen Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil				
5	Teilnahmevoraussetzungen keine				
6	Regelungen zur Präsenz Keine				
7	Prüfungsart und -umfang				

	Klausur (90 min)
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) BA BWL VZ, BA BWL TZ, BSc. awis TZ
10	Stellenwert der Note für die Endnote 5/145
11	Sonstige Informationen Literaturhinweise und Angaben zum Lehrmaterial werden im Syllabus bekanntgegeben.

Englisch I					
Kenn-nummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
1104	50 h	2	1. Semester	semesterweise	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Dagmar Schlemmer-Bockius, M.A.					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Englisch I	30 h (2 SWS)	20 h	40 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> erweitern ihre kommunikativen Kompetenzen in der Fremdsprache Englisch erwerben sprachliche Fähigkeiten, um auch anspruchsvollere studienbezogene Literatur sowie Vorträge (audio-visuelle Materialien) verstehen zu können, trainieren Fähigkeiten zur korrekten und kreativen Texterstellung. Kernkompetenzen Die Studierenden trainieren vor allem ihre (fachsprachliche) Sprachfähigkeit und das Vorbereiten und Halten von Präsentation. Durch die Analyse und Bewertung von Fallstudien in kleinen Gruppen erweitern sie ihre Teamfähigkeit, Konfliktfähigkeit, Kritikfähigkeit und Entscheidungskompetenzen. Durch die Einbindung digitaler und webbasierter Medien (OLAT-Foren, Wiki) wird die Medienkompetenz zur Ergebnispräsentation geschult.				
3	Inhalte Überblick über wichtige Wirtschaftsvokabular Grammatikalische Strukturen Ausbau des Textverständnisses (lesend, schreibend) und Hörverstehen Kreativer Schreibstil, Argumentation, Präsentationen				
4	Lehrformen Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil unter Einbezug von Gruppenarbeiten, Fallstudienarbeit und digitalen Medien				
5	Teilnahmevoraussetzungen –				
6	Regelungen zur Präsenz				
7	Prüfungsart und -umfang Klausur (90 Minuten)				

8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) –
10	Stellenwert der Note für die Endnote 2/145
11	Sonstige Informationen Literatur Aktuelle Texte aus verschiedenen Medien Intelligent Business Upper Intermediate, New York (Pearson/Longman) Career Express, B2, C1, Berlin (Cornelsen) Market Leader, Upper Intermediate, New York (Pearson) Jeweils neueste Auflage

1. Englisch I					
2. Kennnummer 1104	3. Workload 50 h	4. Credits 2	Studiensemester 1. Semester	Häufigkeit des Angebots semesterweise	5. Dauer 1 Semester
Modulbeauftragte/r Dagmar Schlemmer-Bockius, M.A.					
1	Lehrveranstaltungen Seminaristischer Unterricht und Übung	Kontaktzeit 30 h	Selbststudium 20 h	geplante Gruppengröße 40 Studierende	
2	Lernergebnisse / Kompetenzen (learning objectives) The students learn <ul style="list-style-type: none"> to extend their communicative skills in English to acquire linguistic abilities in order to understand and comment more challenging and relevant business literature write correctly and creatively Key competencies: The students should practise their speaking abilities in particular as well as preparing and managing short presentations. With the help of analysing and evaluating case situations in small groups they will also expand their team skills, conflict resolution skills and decision-making skills. Various forms of media (OLAT-forum, Wiki) are included in the lecture.				
3	Inhalte /Content Relevant use of business vocabulary Grammatical Structures Practising reading and listening comprehension abilities Creative writing, argumentations, presentations				
4	Lehrformen Interactive lecture consisting of typical teaching elements combined with group- and teamwork activities, problem solving and case situation analyses as well as presentation challenges. Internet-based technologies and digital media are also involved.				
5	Teilnahmevoraussetzungen –				
6	Regelungen zur Präsenz				

7	Prüfungsart und –umfang Written exam (90 min)
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung (Klausur)/ Passed written exam
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) –
10	Stellenwert der Note für die Endnote 2/145
11	Sonstige Informationen Literatur Topical contributions from various media Intelligent Business Upper Intermediate, New York (Pearson/Longman) Career Express, B2, C1, Berlin (Cornelsen) Market Leader, Upper Intermediate, New York (Pearson) always latest editions

Methodik/Systematik/Präsentation					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
1106	125 h	5	1. Semester	jährlich	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Andrea Beyer					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Methodik / Systematik / Präsentation	30 h (2 SWS)	95 h	40 Studierende	
2	Lernergebnisse / Kompetenzen Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • lernen Lerntypen und Lerntechniken kennen und ihre eigenen Arbeitsweisen einschätzen • lernen „lernen“ und Stressvermeidungstechniken kennen und anwenden • analysieren verschiedene Formen wissenschaftlicher Fragestellungen nach verschiedenen Arten und erkennen die damit verbundenen Konsequenzen für die Bearbeitung • wenden gängige Verfahren der Literaturrecherche an • verstehen und überblicken den Prozess der Bearbeitung wissenschaftlicher Problemstellungen und lernen ihn zu gestalten (Material sammeln, strukturieren, argumentieren, redigieren). • sind in der Lage, auch komplexe Sachverhalte einfach und prägnant darzustellen • lernen Techniken des Redigierens kennen und wenden diese an • wenden gängige Programme zur Text- und Präsentationserstellung an • lernen die Formalien für wissenschaftliche Texte kennen und wenden diese • trainieren und verbessern durch die Recherche und Vorbereitung der verschiedenen Übungen ihr Selbstmanagement • sammeln Erfahrungen in Präsentationssituationen und verbessern dadurch gleichzeitig auch Rhetorik und Sprachfähigkeiten • stärken durch Gruppenarbeiten ihre Teamfähigkeit und bei entsprechender Zusammensetzung auch die interkulturellen Kompetenzen. 				
3	Inhalte Lernen im Studium (Lerntypen, Gedächtnis und Arbeitstechniken) Prüfungsleistungen im Studium (planen, durchführen, Stress bewältigen) Typen wissenschaftlicher Fragestellungen und ihre Bearbeitung Literaturrecherche und Quellenarbeit Stoffsammlungen, Argumentations- und Gliederungsmuster Redigieren Sprachliche Aspekte wissenschaftlicher Texte				

	<p>Tools für Text- und Präsentationserstellung</p> <p>Präsentationstechniken</p> <p>Formalien für wissenschaftliche Arbeiten</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>keine</p>
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>Anwesenheitspflicht bei Präsentationen</p>
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Literaturliste, Exposé, Hausarbeit, Präsentation</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>In allen Bachelor-Studiengängen</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>0/145 (Studienleistung)</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur</p> <p>Bänsch, Axel / Alewell, Dorothea: Wissenschaftliches Arbeiten, München (Oldenbourg)</p> <p>Berger, Doris: Wissenschaftliches Arbeiten in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften: Hilfreiche Tipps und praktische Beispiele, Berlin, Heidelberg, New York (Springer Verlag)</p> <p>Disterer, Georg: Studienarbeiten schreiben: Seminar-, Bachelor-, Master und Diplomarbeiten in den Wirtschaftswissenschaften, Berlin, Heidelberg, New York (Springer Verlag)</p> <p>Koeder, Kurt-Wolfgang: Studienmethodik: Selbstmanagement für Studienanfänger, München (Vahlen)</p> <p>Kornmeier, Martin: Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht, Paderborn, München (UTB)</p> <p>Kruse, Otto: keine Angst vor dem leeren Blatt: Ohne Schreibblockaden durchs Studium, Frankfurt (Campus Verlag)</p> <p>Kühtz, Stefan: Wissenschaftlich formulieren, Paderborn, München (UTB)</p> <p>Leif, Thomas (Hrsg.): Trainingshandbuch Recherche, Berlin, Heidelberg, New York (Springer Verlag)</p> <p>Leopold, Wildburger, Ulrich: Verfassen und Vortragen: Wissenschaftliche Arbeiten und Vorträge leicht gemacht, Berlin, Heidelberg, New York (Springer Verlag)</p> <p>Niedermair, Klaus: recherchieren und dokumentieren: Der richtige Umgang mit Literatur im Studium, Stuttgart (UTB)</p> <p>Pyerin, Brigitte: Kreatives wissenschaftliches Schreiben, Weinheim und München (Juventa Verlag)</p> <p>Stickel-Wolf, Christine; Wolf, Joachim: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken: Erfolg-</p>

	<p>reich studieren – gewusst wie!, Wiesbaden (Gabler Verlag)</p> <p>Schneider, Wolf: Deutsch für junge Profis, Reinbek bei Hamburg (Rowohlt Verlag)</p> <p>Theisen, Manuel René: Wissenschaftliches Arbeiten: Technik – Methodik – Form, München (Vahlen)</p> <p>Töpfer, Armin: Erfolgreich Forschen: Ein Leitfaden für Bachelor-, Master-Studierende und Doktoranden, Berlin, Heidelberg, New York (Springer Verlag)</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>
--	---

ECDL (Studium Integrale)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
Separate Nummer	75 h	3	1. oder 2. Semester	semesterweise	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Lothar Steiger					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	ECDL (Studium Integrale)	30 h (2 SWS)	45 h	20 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden kennen Grundlagen der Informationstechnologie. Sie beherrschen ein Betriebssystem und können mit Office Tools sicher arbeiten.</p> <p>Die Studierenden kennen die wichtigsten Sicherheitsaspekte und mögliche Gefahren in der Informationstechnologie, wie sie z.B. durch Viren, Trojaner und andere Schadprogramme auftreten können. Darüber hinaus kennen die Studierenden die Problematik des Datenschutzes und die organisatorischen Konsequenzen zur Gewährleistung des Bundesdatenschutzgesetzes.</p> <p>Die Studierenden kennen die wichtigsten Aspekte der Online-Zusammenarbeit, d.h. die softwaretechnischen und organisatorischen Voraussetzungen des Arbeitens in Online-Arbeitsgruppen.</p> <p>Da die Erarbeitung der Stoffinhalte in Eigenarbeit – unterstützt durch ein e-Learning-System und begleitenden Webinare – erfolgt, erfordert diese Lerneinheit ein hohes Maß an Selbstmanagement.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Grundlagen der Informationstechnologie (IT)</p> <p>Betriebssystem</p> <p>Textverarbeitung (Word)</p> <p>Tabellenkalkulation (Excel)</p> <p>Datenbank (Access)</p> <p>Präsentation (PowerPoint)</p> <p>Internet & Kommunikation</p> <p>IT-Sicherheit</p> <p>Online-Zusammenarbeit</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Angeleitetes Selbststudium (Lernsoftware, Bücher, Internetseiten), Tutorium, Webinar (e-Learning)</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>–</p>				

6	Regelungen zur Präsenz
7	Prüfungsart und -umfang Webbasierte E-Prüfungen (je 25 Minuten; Vorgabe der DLGI) unter Aufsicht
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Einzelne Prüfungen über die sieben Teilmodule (verteilt über das Semester)
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) BWL
10	Stellenwert der Note für die Endnote 3/145
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Die Veranstaltung ist mit Kosten verbunden, die in voller Höhe an die Zertifizierungsagentur weitergeleitet werden. Die aktuellen Preise können auf der Homepage der Hochschule Mainz eingesehen werden.</p> <p>Literatur</p> <p>Herdt-Verlag (Hrsg.): ECDL 2007 – Komplettpaket (mit Windows Vista, Office 2007 und Internet Explorer 7.0) gemäß Syllabus 5.0 (zertifiziert für Deutschland), Herdt.</p> <p>Holden, P./Munelly, B./Boventer, A.: ECDL – Das komplette Kursbuch für Office 2007: Zertifiziert nach Syllabus 5.0, Markt und Technik.</p> <p>RRZN Handbücher zu den Modulen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Windows Grundlagen • Word Grundlagen • Excel Grundlagen • Access Grundlagen • PowerPoint Grundlagen • Outlook Grundlagen <p>Jeweils neueste Auflage.</p>

Grundlagen der Medientechnik (Studium Integrale)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
Separate Nummer	75 h	3	1. Semester	semesterweise	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Simon Rauh (Dipl. Medien Designer, M.A. Media Direction)					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Grundlagen der Medientechnik	30 h (2 SWS)	45 h	15 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • verstehen grundlegende Zusammenhänge aus dem Bereich digitale Medien/AV-Medien. • kennen die theoretischen und praktischen Grundlagen zur Erstellung von Filmen (Kamera/Licht/Ton, Schnitt und Grundlagen der audiovisuellen nonlinearen Postproduktionskette) • erstellen im Rahmen einer Gruppenarbeit einen kurzen Filmbeitrag • erleben gemeinsam einen kreativen Prozess, in dem die Elemente Recherche, Konzeption, Produktion und Postproduktion auf einander aufbauend strukturiert sind • erwerben in einem technisch-kreativen Produktionsprozess Medienkompetenz • sind in der Lage, projektbezogene, angewandte Medienproduktionen realistisch einzuschätzen, qualitativ zu bewerten und selber bis zu einem gewissen Grad durch zu führen • erleben durch die Gruppenarbeit gemeinsam die verschiedenen Phasen eines Filmprojekts, wodurch sowohl die medientechnische Fachkompetenz unterstützt und weiter entwickelt wird, als auch die Fähigkeit zur Gruppenarbeit, Kommunikationsfähigkeit gestärkt wird.. 				
3	Inhalte Grundlagen audiovisueller Gestaltung am angewandten Beispiel Film. Erste Erkenntnisse und Vertiefung durch die Analyse ausgewählter Arbeitsbeispiele. Vermittlung von Grundlagen Medientechnik (Audio/Video), Workshop. Vermittlung von Grundlagen der Postproduktion (Video-Schnitt, Tonbearbeitung und Mastering), Workshop. Projektarbeit in Gruppen: Recherche und Konzeption, Vorproduktion/Kalkulation, Produktion, Postproduktion Projektbesprechungen, Betreuung und Coaching während des gesamten Produktionsprozesses. Präsentation der Filme und der schriftlichen Präsentation.				

4	Lehrformen Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil
5	Teilnahmevoraussetzungen Keine
6	Regelungen zur Präsenz
7	Prüfungsart und -umfang Bewertet werden pro Gruppe zwei Gruppenarbeiten: Der entstandene Film sowie eine den Projektprozess begleitende schriftliche Dokumentation.
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)
10	Stellenwert der Note für die Endnote 3/145
11	Sonstige Informationen Literatur Becher, Frank: Kurzfilmproduktion, Konstanz (UVK) Dunker, Achim: Die chinesische Sonne scheint immer von unten: Licht- und Schattengestaltung, Konstanz (UVK) Wendling, Eckhard: Filmproduktion. Eine Einführung in die Produktionsleitung Konstanz (UVK) Pricken, Mario; Klell, Christine: Kribbeln im Kopf, Mainz (Schmidt Hermann Verlag) Flückiger, Barbara: Sound Design: Die virtuelle Klangwelt des Films, Marburg (Schüren Verlag) Jeweils neueste Auflage.

Industrie- und Betriebssoziologie (Studium Integrale)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
Separate Nummer	75 h	3	1. Semester	semesterweise	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Sven Fischbach/Heinrich Berg					
1	Lehrveranstaltungen Industrie- und Betriebssoziologie (Studium Integrale)	Kontaktzeit 30 h (2 SWS)	Selbststudium 45 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen Die Studierenden kennen Grundzüge der Soziologie. Sie können soziologisch relevante Sachverhalte in Betrieben analysieren, Problemlagen erkennen und Lösungsvorschläge entwickeln, insbesondere <ul style="list-style-type: none"> • kennen sie unterschiedliche Formen der Arbeitsverteilung und können diese vergleichen • können sie Formen des entlohnten Arbeitssektors vom einkommenslosen Sektor unterscheiden, auch unter Berücksichtigung geschlechtsspezifischer Unterschiede, und fundiert diskutieren • kennen Konzepte und Hilfestellungen für den Arbeitsalltag, insbesondere bei „Mobbing“ und Fragen der „Gleichstellung“ • können Ansätze zur Organisation des Arbeitsalltag beurteilen, insbesondere zur Vermeidung von „Mobbing“ und zur besseren Integration von Frauen in den Arbeitsmarkt • können Interessenkonflikte in den Bereichen Mitbestimmung und Demokratie auf Betriebsebene einordnen und die Besonderheit des dualen Vertretungssystems in Deutschland würdigen • kennen Grundzüge der Wirtschaftsethik. • können sie diskutierte bzw. entwickelte Lösungsansätze überzeugend begründen und präsentieren. 				
3	Inhalte Nach einer kurzen Einführung in die Soziologie wird im zweiten Teil „Arbeit in der Industriegesellschaft“ auf die unterschiedliche Arbeitsverteilung vergleichbarer hoch entwickelter Gesellschaften eingegangen. Dabei kann grob unterschieden werden zwischen einem entlohnten, mehr oder weniger existenzsichernden Arbeitssektor und einem einkommenslosen Sektor. Auffallend ist, dass in Deutschland noch viele Arbeiten im „unbezahlten“ Sektor anfallen, während dieselben Arbeiten in anderen Ländern bereits im „bezahlten“ Sektor stattfinden. Auffallend ist weiterhin die ungleiche Verteilung „bezahlter“ und „unbezahlter“ Arbeiten zwischen den Geschlechtern. Die Diskussion soll vor allem Fragen aufwerfen, die im Abschnitt „Chancengleichheit am Arbeitsplatz“ nochmals aufgegriffen und vertieft werden. Der dritte Teil „Soziale Prozesse am Arbeitsplatz“ konzentriert sich auf „Mobbing“ und „Gleich-				

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

9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) –
10	Stellenwert der Note für die Endnote 3/145
11	Sonstige Informationen <p>Als Prüfungsleistung ist eine Klausur vorgesehen. Das Klausurthema wird von den Studenten per Mehrheitsbeschluss aus einer Auswahl von 6-8 Themenvorschlägen ausgewählt. Vorschläge der Studenten werden dabei berücksichtigt. Eine intensive Vorbereitung auf das Klausurthema erfolgt dann durch Textlektüre und Textanalyse im Unterricht.</p> <p>Literatur</p> <p>Buss, Eugen: Managementsoziologie: Grundlagen, Praxiskonzepte, Fallstudien, München (De Gruyter-Oldenbourg)</p> <p>Minssen, Heiner: Arbeits- und Industriesoziologie, Frankfurt/Main (Campus)</p> <p>Jeweils neueste Auflage</p> <p>Weitere Quellen werden in der Veranstaltung benannt.</p>

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

	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Wahrnehmungslehre • Grundzüge der redaktionellen Planung und Quellen von Journalisten • Grundlagen der Nachrichtentheorie als Basis der redaktionellen Themenauswahl • Veränderung der Medienlandschaft durch voll rückkanalfähige Medien (Onlinemedien / Social Media)
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>-</p>
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p>
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Klausur (90 min)</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>-</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>3/145</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur</p> <p>Noelle-Neumann, Elisabeth; Schulz, Winfried; Wilke, Jürgen (Hrsg.): Fischer Lexikon. Publizistik/Massenkommunikation. Frankfurt a.M. (Fischer Taschenbuch)</p> <p>Schneider, Wolf: Deutsch für Profis. Handbuch der Journalistensprache – wie sie ist und wie sie sein könnte, Hamburg (Gruner + Jahr)</p> <p>Schneider, Wolf, Raue, Paul-Josef: Handbuch des Journalismus, London (Rowohlt)</p> <p>Schult, Gerhard; Buchholz, Axel: Fernseh-Journalismus: Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis, Wiesbaden (Springer Fachmedien)</p> <p>Jeweils neueste Auflage</p>

Organisationspsychologie (Studium Integrale)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
Separate Nummer	75 h	3	1. Semester	semesterweise	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Sven Fischbach/Gundolf Dörnfeld					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Organisationspsychologie (Studium Integrale)	30 h (2 SWS)	45 h	20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • verstehen das Selbstverständnis des Fachgebietes Psychologie als empirische Wissenschaft • haben einen Überblick über das Gesamtgebiet sowie Kenntnis von typischen Fragestellungen der Organisationspsychologie als Teil-Fach der Angewandten Psychologie • kennen die „4 Menschenbilder“, die die Entwicklung der Organisationspsychologie von ca. 1900 bis heute geprägt haben und entwickeln ein Verständnis für den Einfluss dieser (und anderer möglicher) Menschenbilder auf Organisationsstrukturen und Gesetzmäßigkeiten in ihrer aktuellen Arbeitsumwelt • kennen wichtiger psychologischer Theorien und deren Denk- und Vorgehensweisen • können mit der jeweiligen Theorie Alltagssituationen abbilden und dabei die unterschiedliche Eignung der Modelle für die jeweilige Anwendung erleben • verstehen die konstruktivistische Sichtweise der Systemtheorie • besitzen die Fähigkeit, Organisationen durch die „psychologische Brille“ zu betrachten, schwerpunktmäßig in der systemischen Sichtweise • verstehen es, die psychologische Sichtweise des Zielsystems einer Organisation einzunehmen, auch auf Basis erprobter neuer Möglichkeiten der Konfliktbeschreibung und des Konfliktmanagements • können Möglichkeiten und Grenzen der psychologisch verstandenen Organisationsentwicklung einschätzen und von Gesetzmäßigkeiten unternehmensberaterischer Umstrukturierungs- und Rationalisierungsmaßnahmen unterscheiden 				
3	Inhalte Die Veranstaltung ist in 4 Teile gegliedert. Im ersten Teil wird die Psychologie als Wissenschaft vorgestellt mit ihrem Selbstverständnis, ihren Teilgebieten sowie der Einordnung der Organisationspsychologie im Gesamtsystem. Der zweite Teil beleuchtet die Entwicklung des Teilgebietes Organisationspsychologie mit seinen Menschenbildern und deren Auswirkungen auf z.B. das Organisationsverständnis, Erfolgs- bzw. Bewertungskriterien Mit den wichtigsten psychologischen Theorien vom Erleben und Verhalten des Menschen beschäf-				

	<p>tigt sich der 3. Teil, insbesondere mit der Systemtheorie</p> <p>Im 4. Teil stehen die psychologischen Aspekte der Organisation im Focus. Themen: Zielsystem, Konflikt und –Management, Organisationskultur und vor allem Organisationsentwicklung.</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>Vorlesung mit Dialogangebot</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>–</p>
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p>
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Klausur (90 min)</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>--</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>3/145</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur, nicht Pflicht, sondern nur, falls weitergehendes Interesse besteht</p> <p>Von Rosenstiel, Lutz & Nerdinger, Friedemann W.: Grundlagen der Organisationspsychologie, Stuttgart, (Schäffer-Poeschel)</p> <p>Schuler, H.: Lehrbuch Organisationspsychologie, Bern (Huber)</p> <p>Jeweils neueste Auflage</p>

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

	Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil.
5	Teilnahmevoraussetzungen Keine
6	Regelungen zur Präsenz
7	Prüfungsart und -umfang Klausur (90 min)
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) -
10	Stellenwert der Note für die Endnote 3/145
11	Sonstige Informationen Literatur Das Material wird zur Verfügung gestellt.

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

	3/145
11	Sonstige Informationen Literatur (Auswahl) Portner, Jutta: Besser verhandeln. Das Trainingsbuch, Offenbach (Gabal Verlag) Fisher, Roger; Ury, William; Patton, Bruce; Egger, Ulrich; Raith, Werner; Hof, Wilfried; Neubauer, Jürgen: Das Harvard-Konzept: Der Klassiker der Verhandlungstechnik Schranner, Matthias: Der Verhandlungsführer: Strategien und Taktiken, die zum Erfolg führen, Frankfurt am Main (Campus Verlag) Schranner, Matthias: Teure Fehler: Die 7 größten Irrtümer in schwierigen Verhandlungen, Berlin (Ullstein eBooks) jeweils neueste Auflage

Semester 2

Materialwirtschaft/Logistik/Produktion					
Kenn- nummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
1201	125 h	5	2. Semester	semesterweise	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Volrad Wollny					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Materialwirtschaft/Logistik/Produktion	45 h (3 SWS)	80 h	40 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen				
	Die Studierenden erhalten einen Überblick über die betrieblichen Bereiche Produktion, Materialwirtschaft und Logistik. Sie lernen und verstehen wichtige Begriffe sowie Definitionen und können diese anwenden. Als Grundlage betriebswirtschaftlicher Entscheidungskompetenz lernen sie Ziele und Zielkonflikte kennen, verstehen diese und können sie lösen. Dazu gehört die Auswahl grundlegender (quantitative) Analyse- und Problemlösungsmethoden, die angewendet und deren Ergebnisse hinsichtlich der zu treffenden Entscheidungen kritisch beurteilt werden können. Aktuelle Entwicklungen in der Material- und Produktionswirtschaft und deren ihre Auswirkungen werden verstanden und können in ihrer Bedeutung und in ihren Auswirkungen kritisch eingeschätzt werden. Durch das selbstständige Lösen von vorlesungsbegleitenden Übungsaufgaben und Problemstellungen wird das Selbstmanagement der Studierenden gefördert.				
3	Inhalte				
	Einführung in die betriebliche Leistungserstellung und deren theoretische Grundlagen Beschaffung und Materialwirtschaft Produktionswirtschaft Logistische Strukturen und Systeme Unternehmensübergreifende Konzepte (Supply Chain Management)				
4	Lehrformen				
	Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	Einführung in die BWL				
6	Regelungen zur Präsenz				
7	Prüfungsart und -umfang				

	Klausur (90 min)
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) –
10	Stellenwert der Note für die Endnote 5/145
11	Sonstige Informationen Literatur Kummer; S.; Grün, O.; Jammerneegg, W.: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik, München (Pearson Deutschland) Arndt, H.: Supply Chain Management: Optimierung logistischer Prozesse, Berlin, Heidelberg, New York (Springer Verlag) Gleißner, H. ; Femerling, C.: Logistik, Berlin, Heidelberg, New York (Springer Verlag) Vahrenkamp, R.: Logistik, München (Oldenbourg Verlag) Wannenwetsch, H.: Integrierte Materialwirtschaft und Logistik, Berlin, Heidelberg, New York (Springer Verlag) Wöhe, G.: Einführung in die Allg. Betriebswirtschaft, Kapitel Produktion, München (Vahlen) Jeweils neueste Auflage. Sowie aktuelle Literatur

Kosten- und Leistungsrechnung					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
1202	125 h	5	2. Semester	semesterweise	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Sven Fischbach					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Kosten- und Leistungsrechnung	45 h (3 SWS)	80 h	40 Studierende	
2	Lernergebnisse / Kompetenzen Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • kennen die grundlegenden Begriffe der Kosten- und Leistungsrechnung • können den Ablauf der Kosten- und Leistungsrechnung beschreiben • kennen die Teilbereiche und Systeme der Kosten- und Leistungsrechnung und können wesentliche Gemeinsamkeiten und Unterschiede erläutern • können die Herstell- und Selbstkosten von Kostenträgern sowie Deckungsbeiträge mit geeigneten Verfahren berechnen und die Ergebnisse angemessen bewerten • können das Instrumentarium der Kosten- und Leistungsrechnung für grundlegende betriebliche Fragestellungen als Informations-, Entscheidungs- und Kontrollinstrument nutzen • können für komplexere Fälle in Gruppenarbeit Lösungsoptionen unter Rückgriff auf die theoretischen Grundlagen entwickeln, bewerten und die ausgewählte Lösung überzeugend begründen und präsentieren • verbessern hierdurch ihre Fähigkeiten, sich arbeitsteilig in einem Team zu organisieren und gemeinsam Fragestellungen zu lösen. 				
3	Inhalte Grundstrukturen des internen Rechnungswesens Kostenartenrechnung Kostenstellenrechnung Kostenträgerstückrechnung (Kalkulation) und Kostenträgerzeitrechnung Teilkostenrechnung Plankostenrechnung				
4	Lehrformen Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil				
5	Teilnahmevoraussetzungen				

	Grundzüge des Rechnungswesens
6	Regelungen zur Präsenz
7	Prüfungsart und -umfang Klausur (90 min)
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) –
10	Stellenwert der Note für die Endnote 5/145
11	Sonstige Informationen Literatur Coenenberg, Adolf G. / Fischer, Thomas M.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, Stuttgart (Schäffer Poeschel) Deimel, K., Isemann, R., Müller, S.: Kosten- und Erlösrechnung, München (Pearson Studium) Fischbach, S.: Grundlagen der Kostenrechnung, München (Vahlen) Freidank, C. Chr., Fischbach, S.: Übungen zur Kostenrechnung, München (Oldenbourg Verlag) Hummel, S., Männel, W.: Kostenrechnung 1, Heidelberg (Springer Gabler) Hummel, S., Männel, W.: Kostenrechnung 2, Heidelberg (Springer Gabler) Jeweils neueste Auflage.

Recht I					
Kenn- nummer	Woorkload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
1203	125 h	5	1. Semester	semesterweise	1 Semester
Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Wilfried Alt					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Recht I	45 h (3 SWS)	80 h	40 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen Die Studierenden verfügen über anwendungsorientiertes Grundlagenwissen auf wirtschaftsrelevanten Gebieten des Privatrechts und sind in der Lage, rechtliche Probleme und Konflikte der wirtschaftlichen Praxis zu erfassen, einfachere Fragestellungen und Fallgestaltungen selbstständig zu beurteilen und praxisgerechte Lösungen zu entwickeln.				
3	Inhalte Einführung (Systematisierung des Rechts; Rechtsquellen und Normenhierarchie; Natürliche und juristische Personen; Verbraucher und Unternehmer; Kaufmann; Grundzüge der Rechtsdurchsetzung; Rechtsanwendung und Arbeitstechnik) Vertragsschluss (Willenserklärung; Rechtsgeschäft; Vertrag; Formbedürftige Rechtsgeschäfte; Widerruf/Anfechtung von Willenserklärungen; Stellvertretung) Vertragsinhalt (Leistungspflichten; Leistungsstörungen; Vertragliche Nebenpflichten; Allgemeine Geschäftsbedingungen, Fristen und Verjährung) Kaufvertrag (Vertragspflichten; Gewährleistungsansprüche und Gewährleistungsausschluss)				
4	Lehrformen Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil				
5	Teilnahmevoraussetzungen keine				
6	Regelungen zur Präsenz				
7	Prüfungsart und -umfang Klausur (90 min)				
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung				
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) –				

10	Stellenwert der Note für die Endnote 5/145
11	Sonstige Informationen Literatur Führich, Ernst, Wirtschaftsprivatrecht, München (Vahlen) Ullrich, Norbert, Wirtschaftsrecht für Betriebswirte, Herne (NWB Verlag) Jeweils neueste Auflage.

Englisch II					
Kenn-nummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
1204	50 h	2	1. Semester	semesterweise	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Dagmar Schlemmer-Bockius, M.A.					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Englisch II	30 h (2 SWS)	20 h	40 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • vertiefen ihre kommunikativen Kompetenzen in der Fachsprache Wirtschaftsenglisch • erwerben weitergehende sprachliche Fähigkeiten, um auch anspruchsvollere studienbezogene Literatur verstehen zu können • trainieren Fähigkeiten zur korrekten und kreativen Texterstellung • erkennen die Relevanz kultureller Unterschiede im (globalen) Wirtschaftsleben • erreichen während der ersten zwei Semester Level B2 des europäischen Referenzrahmens. Kernkompetenzen Die Studierenden trainieren vertiefend ihre (fachsprachliche) Sprachfähigkeit und das Vorbereiten und Halten von Präsentation. Weiterhin erwerben sie interkulturelle Kompetenzen. Durch die Analyse und Bewertung von Fallstudien in kleinen Gruppen erweitern sie außerdem weiterhin ihre Teamfähigkeit, Konfliktfähigkeit, Kritikfähigkeit und Entscheidungskompetenzen. Auf Medienkompetenz ausgerichtet ist die Einbindung digitaler und webbasierter Medien (OLAT-Foren, Wiki).				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Erweiterung des englischen Fachvokabulars • Grammatik • Weitere Übungen zum Lesen und Verstehen von Texten sowie Vertiefung der schriftlichen Fähigkeiten • Verbesserung der Diskussions- und Präsentationsfähigkeiten 				
4	Lehrformen Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil unter Einbezug von Gruppenarbeiten, Fallstudienarbeit und digitalen Medien				
5	Teilnahmevoraussetzungen –				
6	Regelungen zur Präsenz				

7	Prüfungsart und -umfang Klausur (90 Minuten)
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) –
10	Stellenwert der Note für die Endnote 2/145
11	Sonstige Informationen Literatur Aktuelle Texte aus verschiedenen Medien Intelligent Business Upper Intermediate, New York (Pearson/Longman) Career Express, B2, C1, Berlin (Cornelsen) Market Leader, Upper Intermediate, New York (Pearson) Jeweils neueste Auflage.

Englisch II					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
1204	50 h	2	2. Semester	semesterweise	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Dagmar Schlemmer-Bockius, M.A.					
1	Lehrveranstaltungen Seminaristischer Unterricht und Übung	Kontaktzeit 30 h	Selbststudium 20 h	geplante Gruppengröße 40 Studierende	
2	Lernergebnisse / Kompetenzen (learning objectives) The students <ul style="list-style-type: none"> • improve their communication skills in Business English • acquire more business relevant language skills to be able to understand and comment more sophisticated business literature • learn to produce their own business related correspondence • realise and understand the relevance of cultural differences and build up intercultural competences in a global business environment • reach B2 level of the Common European Framework of Reference (CER) within the first two semesters Key competencies: The students practise their speaking abilities in particular as well as preparing and managing short presentations. With the help of analysing and evaluating case situations in small groups they will also expand their team skills, conflict resolution skills and decision-making skills. Various forms of media (OLAT-forum, Wiki) are included in the lecture.				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Broadening and expanding business vocabulary • Grammatical Structures • More challenging practice of reading and listening comprehension as well as writing abilities • Improvement of decision-making and presentation skills 				
4	Lehrformen Interactive lecture consisting of typical teaching elements combined with group- and teamwork activities, problem solving and case situation analyses as well as presentation challenges. Internet-based technologies and digital media are also involved.				

5	Teilnahmevoraussetzungen –
6	Regelungen zur Präsenz
7	Prüfungsart und -umfang Klausur (90 min) / Written exam (90 min)
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung (Klausur)/ Passed written exam
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) –
10	Stellenwert der Note für die Endnote 2/145
11	Sonstige Informationen Literatur Topical contributions from various media Intelligent Business Upper Intermediate, New York (Pearson/Longman) Career Express, B2, C1, Berlin (Cornelsen) Market Leader, Upper Intermediate, New York (Pearson) always latest editions

Praxismodul					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
1280	125 h	5	2. Semester	semesterweise	1 Semester
Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Sven Fischbach					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Praxismodul	15 h (1 SWS)	110 h	20 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden sollen die in Lehrveranstaltungen gelernten Studieninhalte in der Praxis umsetzen können. Sie übern und zeigen, dass sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • eine betriebswirtschaftliche Problemstellung der Praxis strukturieren, • auf der Basis der einschlägigen wissenschaftlichen Literatur und • unter Nutzung erlernter wissenschaftlicher Methoden bearbeiten sowie • eigenständige Würdigungen und ggf. Lösungsansätze entwickeln und darlegen können. <p>Die Studierenden trainieren die Nutzung gängiger Programme zur Text- und Präsentationserstellung. Sie üben das formgerechte Erstellen wissenschaftlicher Texte.</p> <p>Die Studierenden stärken durch Gruppenarbeiten ihre Teamfähigkeit. Durch die Diskussionsphasen und die Zusammenführung der Ergebnisse verfeinern sie ihre Konflikt- und Kritikfähigkeit sowie zugleich ihr Selbstmanagement. Sie sammeln Erfahrungen durch die Präsentation und verbessern dadurch gleichzeitig auch Rhetorik und Sprachfähigkeiten. Durch den Nutzung von Präsentationsmedien sowie die kritische Analyse der Ergebnisse entwickeln und fördern ihre Methodenkompetenz.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Die Studierenden bearbeiten in Gruppen ein wirtschaftswissenschaftliches Thema mit direktem Bezug zu einer Problemstellung aus der Unternehmenspraxis.</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Besuch der Veranstaltung Methodik, Systematik, Präsentation</p>				
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>Bei der Abschlusspräsentation und der Abschlussbesprechung besteht Anwesenheitspflicht.</p>				
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Schriftliche Ausarbeitung und (Kurz-)Präsentation einer Fragestellung aus der Unternehmenspraxis unter Berücksichtigung der Anforderungen an die Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit</p>				

8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) BWL
10	Stellenwert der Note für die Endnote 0/145 (Studienleistung)
11	Sonstige Informationen Literatur Leitfaden zur Erstellung von Hausarbeiten, Praxisberichten, Bachelor-und Master-Arbeiten

Sozialkompetenz I: Selbstmanagement (Studium Integrale)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
Separate Nummer	75 h	3	1. oder 2. Semester	semesterweise	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Ulrich Kroppenberg					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Sozialkompetenz I: Selbstmanagement (Studium Integrale)	30 h (2 SWS)	45 h	20 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden können begründen, dass das Erklären menschlichen Verhaltens nur auf der Basis von Modellen möglich ist. Sie können erläutern, weshalb mentale Prozesse die Basis jeglicher sozialer Interaktion sind. Sie verstehen, wieso das Beherrschen von Selbstmanagementtechniken die eigene Arbeitsqualität verbessert und die Lebensqualität steigert. Sie kennen ausgewählte Selbstmanagementtechniken und können diese praktisch anwenden.</p> <p>Im Rahmen des Selbstmanagements können sie aus kognitionaler, emotionaler und motivationaler Perspektive das eigene Erleben und Verhalten reflektieren. Im Rahmen eines Projekts entwerfen sie Trainingsprogramme zu ausgewählten Selbstmanagementtechniken für eine spezielle Zielgruppe und führen diese durch. Durch die Vermittlung theoretischer Grundlagen und den Erwerb von Erfahrungen in der Anwendung von Selbstmanagementtechniken gewinnen sie soziale Kompetenzen.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Von Platon zu den Neurowissenschaften: Wie die Dreiteilung des Seelischen (Kognition, Emotion, Motivation) unser Erleben und Verhalten prägt und beeinflusst</p> <p>Konzeption und Training ausgewählter Selbstmanagementtechniken, z. B. zu den Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> Aufmerksamkeit und Wahrnehmung Klassisches und kreative Problemlösungen Gedächtnistätigkeit (Lernen, Behalten/Vergessen, Erinnern) Sprache und Körpersprache Arbeitstechniken (Zielbildung, Gliederung und Priorisierung von Aktivitäten, Zeitmanagement) Motivation (Selbst- und Fremdmotivation) Emotionales Erleben/Emotionale Intelligenz im Rahmen der Beeinflussung mentaler und sozialer/führungsbezogener Prozesse Selbstvertrauen und Selbstwertgefühl 				

	<p>Entspannung und Stressbewältigung</p> <p>Die Auswahl der jeweiligen Themen im Semester richtet sich projektbezogen nach den Bedürfnissen und Anforderungen der Zielgruppe im jeweiligen Semester</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil mit Workshop-Charakter</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>–</p>
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p>
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Präsentation (20 min.)</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>BWL</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>3/145</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur</p> <p>Bischof, A., Bischof, K.: Selbstmanagement: effektiv und effizient, Planegg, München (Haufe-Lexware)</p> <p>Jäger, R.: Selbstmanagement und persönliche Arbeitstechniken, Wettenberg (Verlag Goetz Schmidt)</p> <p>Kroppenberg, U.: Lehrbrief Emotion und Motivation, Kurseinheit 10 im ZFH-Verbundstudiengang Sozialkompetenz; Koblenz (ZFH)</p> <p>Wellhöfer, P. R.: Schlüsselqualifikation Sozialkompetenz. Theorie und Trainingsbeispiele. Stuttgart (UTB)</p> <p>Watzlawick, P.: Menschliche Kommunikation. Formen, Störungen, Paradoxien. Bern (Huber)</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p> <p>Je nach spezifischer Themenstellung in den Workshops, weitere Literaturquellen</p>

Spanisch II: Allgemein- und Wirtschaftssprache (Studium Integrale)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
Separate Nummer	75 h	3	2. Semester	semesterweise	1 Semester
Modulbeauftragte/r Concepción Rico Albert					
1	Lehrveranstaltungen Spanisch II: Allgemein- und Wirtschaftssprache (Studium Integrale)	Kontaktzeit 30 h (2 SWS)	Selbststudium 45 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen Die Studierenden verbessern ihre Kommunikationsfertigkeit im Alltag weiter. Rezeptive (Lesen und Hören) und produktive (Schreiben und Sprechen) Sprachfertigkeiten vertiefen sie und eignen sich allgemeine und fachsprachliche Lexik weiter an.				
3	Inhalte Ausbau der bisher gelernten grammatikalischen Strukturen sowie neue (Perfekt, Häufigkeitsangaben, Verbalperiphrasen, Imperativ, ser und estar, Präpositionen, Personal- und Possessivpronomina, einfache Vergangenheit, u.a.) Allgemeiner Wortschatz: Urlaub und Reisen, Freizeit, Biographisches (Vergangenheit), Gesundheit und Krankheit, u.a. Weitere Vertiefung landeskundlicher und interkultureller Inhalte: Tourismus, Gestik und Mimik, Sprachen in Lateinamerika, Geschenke, u.a. Wirtschaftsinhalte: Themenbezogene Wirtschaftstexte, Vorstellung eines Unternehmens, Unternehmenskultur in Spanien und Lateinamerika u.a.				
4	Lehrformen Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil				
5	Teilnahmevoraussetzungen Spanisch I				
6	Regelungen zur Präsenz				
7	Prüfungsart und -umfang Schriftliche Prüfung in Form von kleineren studienbegleitenden Teamarbeiten und einer Klausur (90 min) sowie aktive Mitarbeit				
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten				

	Bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) BWL
10	Stellenwert der Note für die Endnote 3/145
11	Sonstige Informationen Literatur Salgado, Cristóbal González: EÑE A1. Der Spanischkurs. Kursbuch + Arbeitsbuch + 2 Audio-CDs, Ismaning (Hueber Verlag) Salgado, Cristóbal González; Oberberger, Carlos Sanz: EÑE A2. Der Spanischkurs. Kursbuch + Arbeitsbuch + 2 Audio-CDs. Ismaning (Hueber Verlag) Jeweils neueste Auflage. Aktuelle Texte aus verschiedenen Medien mit wirtschaftssprachlichem Schwerpunkt

Semester 3

Marketing					
Kenn- nummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
1301	125 h	5	3. Semester	semesterweise	1 Semester
Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Jörg Mehlhorn					
1	Lehrveranstaltungen Marketing	Kontaktzeit 45 h (3 SWS)	Selbststudium 80 h	geplante Gruppengröße 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden lernen Marketing als Grundlage der gesamten Unternehmenstätigkeit und nicht als separate betriebliche Funktion kennen. Marketing umfasst das gesamte Unternehmen – und zwar vom Endergebnis betrachtet, d. h. vom Standpunkt des Kunden. Dazu werden Erkenntnisse, Methoden und Techniken vermittelt, die geeignet sind, Produkte und Dienstleistungen wettbewerbsorientiert am Markt zu positionieren.</p> <p>Da viele Lösungen auf heuristischem Weg gefunden werden, spielt die Kritikfähigkeit der Studierenden eine ganz besondere Rolle. Ziel aller Bemühungen ist, das Verhalten von Kunden zu beeinflussen, so dass Empathie gefragt ist, Kundenwünsche zu verstehen (consumer insight).</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Grundlagen des Marketing und Marketingethik</p> <p>Käuferverhalten und Marketingumwelt</p> <p>Marktsegmentierung</p> <p>Marketingziele und -strategien</p> <p>Marketinginstrumente/Mix</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Einführung in die BWL</p>				
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p>				
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Klausur (90 min)</p>				
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p>				

	Bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) –
10	Stellenwert der Note für die Endnote 5/145
11	Sonstige Informationen Literatur Becker, J., Marketing-Konzeption. Grundlagen des strategischen und operativen Marketing-Managements, München (Vahlen) Kotler, Ph., F. Bliemel, Marketing-Management, Stuttgart (Schaeffer-Poeschel) Meffert, M., Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, Wiesbaden (Gabler-Verlag) Schwedler, E., Kompaktwissen Marketing. Grundlagen für Studium und Praxis, Wiesbaden (Gabler-Verlag) Jeweils neueste Auflage.

Investition & Finanzierung					
Kenn-nummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
1302	125 h	5	3. Semester	semesterweise	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Hans Paul Becker / Prof. Dr. Arno Peppmeier					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Investition & Finanzierung	45 h (3 SWS)	80 h	40 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen <p>Die Studierenden erhalten einen systematischen, anwendungsorientierten Überblick über die wichtigsten Methoden und Instrumente der betrieblichen Finanzwirtschaft. Sie kennen und verstehen die Zusammenhänge zwischen Investition und Finanzierung einschließlich Investitions- und Finanzplanung. Sie kennen statische und dynamische Investitionsrechnungsmethoden und können sie anwenden. Die Möglichkeiten und Grenzen von Ertragswertverfahren und Discounted-Cashflow-Verfahren bei der Unternehmensbewertung kennen sie. Sie verstehen die grundlegenden Alternativen der Kapitalbeschaffung und können sie bewerten.</p> <p>Darüber hinaus sind die Studierenden in der Lage, aktuelle finanzwirtschaftliche Entwicklungen zu verfolgen und zu beurteilen, umfangreiche Aufgaben in einer Gruppe arbeitsteilig zu lösen und Ergebnisse anschaulich und präzise zu präsentieren.</p>				
3	Inhalte <p>Grundbegriffe und Ziele der betrieblichen Finanzwirtschaft</p> <p>Investitions- und Finanzplanung</p> <p>Statische Investitionsrechnungsmethoden</p> <p>Dynamische Investitionsrechnungsmethoden</p> <p>Unternehmensbewertung</p> <p>Außenfinanzierung</p> <p>Innenfinanzierung</p> <p>Integrierte Erfolgs-/Finanzplanung</p>				
4	Lehrformen <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil</p>				
5	Teilnahmevoraussetzungen <p>Einführung in die BWL, Grundzüge des Rechnungswesens</p>				
6	Regelungen zur Präsenz				

7	Prüfungsart und -umfang Klausur (90 min)
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) –
10	Stellenwert der Note für die Endnote 5/145
11	Sonstige Informationen Literatur Becker, H. P.: Investition und Finanzierung, Wiesbaden (Gabler-Verlag) Perridon, L., Steiner, M., Rathgeber, A.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, München (Verlag Franz Vahlen) Jeweils neueste Auflage.

Recht II					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
1303	125 h	5	3. Semester	semesterweise	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Wilfried Alt					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Recht II	45 h (3 SWS)	80 h	40 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen Die Studierenden erweitern ihre Kenntnisse auf praxisrelevanten Gebieten des Wirtschaftsprivatrechts. Sie verstehen die Grundprinzipien des Sachenrechts sowie die Bedeutung dinglicher Rechte und erkennen die Konkurrenz vertraglicher und gesetzlicher Ansprüche und deren Folgen. Sie können mit den Grundstrukturen der Personengesellschaften und der Kapitalgesellschaften umgehen und erfassen die Unterschiede der Gesellschaftsformen im Hinblick auf Gründung, Organisation, Haftung und Vertretung. Sie können Vor- und Nachteile der verschiedenen Rechtsformen erläutern und selbständig bewerten.				
3	Inhalte Sonstige vertragliche Schuldverhältnisse (Sachüberlassungen und Dienstleistungen) Gesetzliche Schuldverhältnisse (Grundzüge des Deliktrechts, Schadensersatz) Sachenrecht (Grundprinzipien; Besitz; Eigentum; Sicherungsgeschäfte) Grundzüge des Handelsrechts Gesellschaftsrecht (Grundstrukturen privatrechtlicher Unternehmensformen; Personengesellschaften; Kapitalgesellschaften)				
4	Lehrformen Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil				
5	Teilnahmevoraussetzungen Recht I				
6	Regelungen zur Präsenz				
7	Prüfungsart und -umfang Klausur (90 min)				
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung				
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)				

	–
10	Stellenwert der Note für die Endnote 5/145
11	Sonstige Informationen Literatur Führich, Ernst, Wirtschaftsprivatrecht, München (Vahlen) Ullrich, Norbert, Wirtschaftsrecht für Betriebswirte, Herne (NWB Verlag) Jeweils neueste Auflage.

Statistik					
Kenn- nummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
1304	125 h	5	3. Semester	semesterweise	1 Semester
Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Hannes Spengler					
1	Lehrveranstaltungen Statistik Übung/Tutorium Statistik (fakultativ)	Kontaktzeit 45 h (3 SWS) 15 h	Selbststudium 80 h	geplante Gruppengröße 40 Studierende	
2	Lernergebnisse /Kompetenzen Teilmodul Statistik Die Studierenden kennen die Grundbegriffe und Denkweise der beschreibenden und schließenden Statistik. Sie können statistische Standardmethoden für verschiedene betriebliche Fragestellungen auswählen, anwenden und statistische Auswertungen interpretieren. Es wird die Kompetenz erworben, empirische Ergebnisse kritisch zu beurteilen. Mit dem statistischen Testen wird vermittelt, wie Hypothesen empirisch überprüfbar formuliert und mit wissenschaftlichen Methoden beantwortet werden können. Teilmodul Übung/Tutorium Statistik (fakultativ) Die Studierenden erhalten zusätzliche Möglichkeiten der Übung sowie unklare Aspekte zu klären.				
3	Inhalte Grundbegriffe der Statistik Häufigkeitsverteilung und ihre Parameter Bivariate Analyse (Kontingenztafeln, Korrelation und Einfachregression) Wahrscheinlichkeitstheorie und Stichprobentheorie Konfidenzintervalle und Hypothesentests				
4	Lehrformen Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil				
5	Teilnahmevoraussetzungen –				
6	Regelungen zur Präsenz				
7	Prüfungsart und -umfang Klausur (90 min)				

8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) BWL Vollzeit, awis
10	Stellenwert der Note für die Endnote 5/145
11	Sonstige Informationen Literaturhinweise und Angaben zum Lehrmaterial werden im Syllabus bekanntgegeben.

Statistisches Anwendungsprojekt					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
1380	125 h	5	3. Semester	semesterweise	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Daniel Porath und Lehrende im Fachgebiet					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Statistisches Anwendungsprojekt	15 h (1 SWS)	110 h	10 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse / Kompetenzen</p> <p>Anhand eines konkreten Projektes lernen die Studierenden die Umsetzung und Erweiterung der in der Statistik-Lehrveranstaltung vermittelten Methoden mit Daten. Dabei werden Methoden ausgewählt, erarbeitet und angewandt, die für die spezielle Fragestellung geeignet sind. Das Projekt beinhaltet die Planung und softwaregestützte Durchführung einer eigenen empirischen Untersuchung. In einem Abschlussbericht wird das Projekt präsentiert.</p> <p>Es wird die Kompetenz vermittelt, mit wissenschaftlichen Methoden Fragestellungen empirisch zu bearbeiten und zu präsentieren. Bei der Erstellung des Abschlussberichts werden die Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens vertieft. Der Einsatz von Software zur Datenbearbeitung schult außerdem die Medienkompetenz der Teilnehmer. Team- und Konfliktfähigkeit werden trainiert, indem die Projekte in Kleingruppen bearbeitet werden.</p> <p>Die Studierenden lernen die Umsetzung der in der Statistik-Lehrveranstaltung vermittelten Methoden mit Daten. Dazu gehören die Planung und softwaregestützte Durchführung einer eigenen empirischen Untersuchung mit Ergebnispräsentation. In einem Abschlussbericht werden die Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens geübt.</p> <p>Dabei wird die Kompetenz vermittelt, mit wissenschaftlichen Methoden Fragestellungen empirisch zu bearbeiten und zu präsentieren. Der Einsatz von Software zur Datenbearbeitung und die Präsentation der Abschlussergebnisse schulen außerdem die Medienkompetenzen der Teilnehmer. Team- und Konfliktfähigkeit werden trainiert, indem die Projekte in Kleingruppen bearbeitet werden.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Festlegung des Untersuchungsziels und der Methodik</p> <p>Ggf. eigene Datenerhebung</p> <p>Datenaufbereitung</p> <p>Softwaregestützte Analyse zur Datenauswertung</p> <p>Erstellung des Abschlussberichts sowie ggf. mündliche Präsentation der Ergebnisse</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Coaching der Studierenden in Kleingruppen, ggf. einzelne gemeinsame Termine für Methoden- und/ oder Softwareschulungen</p>				

5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Empfohlen wird Statistik sowie Methodik/Systematik/Präsentation</p>
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>Bei einigen Terminen Präsenzpflcht. Genaueres wird in der Veranstaltungsbeschreibung zu Beginn des Projekts bekanntgegeben.</p>
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Hausarbeit (15 Seiten)</p> <p>Ggf. Präsentation oder Abschlussgespräch</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>BWL Vollzeit, awis, mmi</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>0/145 (Studienleistung)</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Leitfaden zur Anfertigung von Hausarbeiten, Praxisberichten und Bachelor-Arbeit</p> <p>Literatur</p> <p>Grundlagenliteratur zur Statistik, z.B.:</p> <p>Bley Müller, J.: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, München (Vahlen)</p> <p>Schulze, P.M., Porath, D.: Statistik mit Datenanalyse und ökonomischen Grundlagen, München (Oldenbourg)</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p> <p>Zusätzlich themenspezifische Literatur, die sich aus dem jeweiligen Projekt ergibt.</p>

Semester 4

Personal & Organisation					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
1401	125 h	5	4. Semester	semesterweise	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Rüdiger Nagel					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Personal & Organisation	45 h (3 SWS)	80 h	40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden erhalten einen Überblick über die betrieblichen Bereiche Personalmanagement und Organisation. Sie kennen und verstehen die grundlegenden Begriffe. Sie gewinnen einen Überblick über die wichtigsten Funktionen und Gestaltungsbereiche des Personalmanagements im Unternehmen. Sie lernen Grundlagen der Aufbau-, Ablauf- und Prozessorganisation sowie exemplarisch Methoden des Personalmanagements und der Organisation kennen.</p> <p>In dieser Lehrveranstaltung steht vor allem das Selbstmanagement im Vordergrund. Die Studierenden erlernen den kritischen Umgang mit wissenschaftlichen Materialien und erwerben Kenntnisse zur Strukturierung der eigenen Aktivitäten im Studium und zur zielorientierten Konzeption von Inhalten.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Einführung in das Personalmanagement</p> <p>Personalbeschaffung, Personalauswahl</p> <p>Personalwirtschaft</p> <p>Personalentwicklung und Führung</p> <p>Aufbau-, Ablauf- und Prozessorganisation</p> <p>Methoden des Organisierens</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Einführung in die BWL</p>				
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p>				
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Klausur (90 min)</p>				

8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) --
10	Stellenwert der Note für die Endnote 5/145
11	Sonstige Informationen Literatur Olfert, K.; Steinbuch, P.: Personalwirtschaft, Ludwigshafen, (Kiehl) Vahs, D.: Organisation. Einführung in die Organisationstheorie und –praxis, Stuttgart (Schaeffer-Pöschel) Jeweils neueste Auflage.

Steuern					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
1402	125 h	5	4. Semester	semesterweise	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Bardo Kämmerer					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Steuern	45 h (3 SWS)	80 h	40 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen				
	Die Studierenden verstehen die aktuelle finanz- und steuerpolitische Diskussion und beherrschen erste Anwendungen des Steuerrechts. Sie können sich in den wesentlichen betrieblichen Steuerarten orientieren und einfache Aufgabenstellungen zu bearbeiten. Sie kennen Pflichten und Rechte im Besteuerungsverfahren.				
3	Inhalte				
	Überblick über das Steuersystem Grundlagen der Einkommensteuer Grundlagen der Gewerbesteuer Grundzüge des Verfahrensrechts				
4	Lehrformen				
	Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	Einführung in die BWL, Recht I und II				
6	Regelungen zur Präsenz				
7	Prüfungsart und -umfang				
	Klausur (90 min)				
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten				
	Bestandene Modulprüfung				
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)				
	--				
10	Stellenwert der Note für die Endnote				
	5/145				
11	Sonstige Informationen				

	<p>Literatur</p> <p>Beeck, V., Grundlagen der Steuerlehre, Wiesbaden (Springer Gabler), neueste Auflage.</p>
--	---

Mikroökonomie					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
1403	125 h	5	4. Semester	semesterweise	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Agnes Sputeck und Lehrende im Fachgebiet					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Mikroökonomie	45 h (3 SWS)	80 h	40 Studierende	
	Übung/Tutorium Mikroökonomie (fakultativ)	15 h			
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen				
	Teilmodul Mikroökonomie				
	Die Studierenden erhalten einen systematischen, anwendungsorientierten Überblick über die wichtigsten Fragestellung und Methoden der Allgemeinen Volkswirtschaftslehre. Sie verstehen die Funktionsweise von Märkten und entwickeln Kompetenzen zur Beurteilung der Rolle des Staates in der sozialen Marktwirtschaft. Sie erwerben Fertigkeiten zur anwendungsorientierten Einordnung und kritischen Betrachtung staatlicher Interventionen auf Märkten. Sie gewinnen Sach- und Analysekompetenz zur kritischen Auseinandersetzung mit aktuellen Fragen der praktischen Wirtschaftspolitik. Sie entwickeln Fähigkeiten zur ergebnisorientierten Gruppendiskussion und Kurzpräsentation.				
	Teilmodul Übung/Tutorium Mikroökonomie (fakultativ)				
	Die Studierenden erhalten zusätzliche Möglichkeiten der Übung sowie unklare Aspekte zu klären.				
3	Inhalte				
	Grundbegriffe und Gegenstand der VWL				
	Angebot und Nachfrage				
	Marktformen und Wettbewerb				
	Wohlfahrtsökonomie				
	Aktuelle Probleme der Wirtschaftspolitik				
4	Lehrformen				
	Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	Empfohlen: Mathematik				
6	Regelungen zur Präsenz				

7	Prüfungsart und -umfang Klausur (90 min)
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) –
10	Stellenwert der Note für die Endnote 5/145
11	Sonstige Informationen Literatur: Bofinger, P.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. München (Pearson) Krugman, P, Wells, R.: Microeconomics. New York (Worth Publishers) Mankiw, G. N., Taylor, M. P.: Economics. London (Thomson) Mankiw, G. N.: Principles of Microeconomics. London (Thompson) Pindyck, R. S., Rubinfeld, D. L.: Mikroökonomie. München (Pearson) Vogt, G.: Faszinierende Mikroökonomie. München (Oldenbourg) Jeweils neueste Auflage.

Unternehmen & IT					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
1404	125 h	5	4. Semester	semesterweise	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Thomas Becker					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Unternehmen & IT	45 h (3 SWS)	80 h	40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden kennen Ziele und Gegenstände der Wirtschaftsinformatik. Grundbegriffe der betrieblichen Informationsverarbeitung und Elemente betrieblicher Informationssysteme sind ihnen vertraut. Sie erlangen Kenntnisse in wichtigen IT Technologien und deren Einsatz in Unternehmen. Sie können Nutzungsmöglichkeiten von IT in Unternehmen einschätzen. Sie kennen Ziele und Einsatzmöglichkeiten betrieblicher Informationssysteme. Sie können die Bedeutung des Informationsmanagements für Unternehmen einschätzen.</p> <p>Die Studierenden lernen anhand von Fallstudien; sie diskutieren in Kleingruppen und müssen in Teamarbeiten Lösungskonzepte für konkrete Situationen entwickeln. Sie können Techniken der Analyse und Strukturierung von Sachverhalten in Unternehmen zielgerichtet einsetzen.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Grundlagen, Nutzen von Informatik in Unternehmen</p> <p>Kommunikationstechnologien/Internet/Webtechnologien</p> <p>Nutzung und Einsatz von Anwendungs- und Systemsoftware</p> <p>IT Infrastruktur Daten/Datenbanken</p> <p>Internetbasierte Geschäftsmodelle</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Einführung in die BWL</p>				
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p>				
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Klausur (90 min) sowie kleineren studienbegleitenden Teamarbeiten</p>				
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>				

9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) –
10	Stellenwert der Note für die Endnote 5/145
11	Sonstige Informationen Literatur Stahlknecht, P.; Hasenkamp, U.: Einführung in die Wirtschaftsinformatik, Berlin, Heidelberg, New York (Springer Verlag) Mertens, P. u.a.: Grundzüge der Wirtschaftsinformatik, Berlin, Heidelberg, New York (Springer Verlag) Hansen, H.R.; Neumann, G.: Wirtschaftsinformatik 1, Stuttgart (UTB). Laudon, K.C., Laudon, J., Schoder, D.: Wirtschaftsinformatik, München (Pearson Deutschland) Jeweils neueste Auflage. Sowie aktuelle Literatur

Soziale Interaktion					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
1480	125 h	5	4. Semester	semesterweise	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Ulrich Kroppenber					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Soziale Interaktion	30 h (2 SWS)	95 h	20 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden verstehen, weshalb Modelle helfen, mentales und zwischenmenschliches Verhalten zu erklären. Sie können die Dreiteilung des Seelischen (Kognition, Emotion und Motivation) erläutern und diese Perspektive auf klassische soziale Interaktionen, wie Redeführung, Nutzung der Körpersprache, Konzeption und Durchführung betrieblicher Gespräche, Gestaltung einer effektiven Konfliktbewältigung, strategische und operative Verhandlungsführung; Moderation von Meetings, Gestaltung der Teambildung und –entwicklung sowie motivationale und emotionale Prozesse übertragen.</p> <p>Durch die Vermittlung theoretischer Grundlagen und den Erwerb von Erfahrungen in praktischen Übungen erweitern sie ihren sozialen, kompetenzbasierten Handlungsrahmen. Dies wird begleitet durch eine Erhöhung der Effektivität und Zufriedenheitserleben in der sozialen Interaktion.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Ein- und mehrdimensionale Modelle menschlicher Informationsverarbeitung und Kommunikation (Kommunikationsforschung, Neurowissenschaften, Mehrabian, u.a.)</p> <p>Dreiteilung des Seelischen im menschlichen Erleben und in der Kommunikation sowie deren gegenseitige Beeinflussung</p> <p>Kognitive, emotionale und motivationale Grundlagen (Struktur- und Prozessmodell, Selektionsmechanismen)</p> <p>Informationsbegriff in der sozialen Interaktion</p> <p>Ausgewählte Vertiefungen erfolgen durch den Dozenten sowie durch die Studienleistungen der Studierenden, beispielsweise</p> <p>in der Redeführung, Nutzung der Körpersprache, Konzeption und Durchführung betrieblicher Gespräche, Gestaltung einer effektiven Konfliktbewältigung, strategische und operative Verhandlungsführung; Moderation von Meetings, Gestaltung der Teambildung und –entwicklung sowie in motivationalen und emotionalen Prozessen.</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p>				

	keine
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>Eine Anwesenheit der Veranstaltungsteilnehmer/innen wird wg. der kontinuierlichen Teamarbeiten erwartet. Abmeldungen bedürfen der schriftlichen Form. Bei einem mehr als zweimaligen, unentschuldigtem Fernbleiben erfolgt einer Überprüfung des Ausschlusses von der Veranstaltung durch den Veranstaltungsleiter</p>
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Schriftliche oder audiovisuelle Themenerarbeitung mit mündlicher Präsentation (Beispiele: Poster-Präsentation, Hausarbeits-Präsentation, Präsentation selbst erstellter Lehrvideos)</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>BWL, BIS, awis, MMI</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>0/145 (Studienleistung)</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur</p> <p>Forgas, Joseph P.: Soziale Interaktion und Kommunikation: Eine Einführung in die Sozialpsychologie, Weinheim (Psychologie-Verlag-Union)</p> <p>Hargie, Owen: Die Kunst der Kommunikation: Forschung, Theorie, Praxis, Bern (Huber)</p> <p>Kroppenberg, U.: Lehrbrief Emotion und Motivation, Kurseinheit 10, Koblenz (ZFH)</p> <p>Simon, Walter: GABALs großer Methodenkoffer. Grundlagen der Kommunikation, Offenbach (Gabal Verlag)</p> <p>Watzlawick, P.: Menschliche Kommunikation. Formen, Störungen, Paradoxien. Bern (Huber)</p> <p>jeweils neueste Auflage</p>

Semester 5

Workshop BWL I: Unternehmenssimulation					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
1501	125 h	5	5. Semester	semesterweise	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Sven Fischbach					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Workshop BWL I: Unternehmenssimulation	45 h (3 SWS)	80 h	25 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden wenden die erlernten betriebswirtschaftlichen Kenntnisse im Rahmen einer Unternehmenssimulation und erweitern sowie vertiefen ihre betriebswirtschaftlichen Kenntnisse.</p> <p>Durch die erfolgreiche Teilnahme an der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage, vernetzte Zusammenhänge in Unternehmen zu erkennen und damit in Grundzügen umzugehen. Sie kennen insbesondere wesentliche Zielkonflikte, die sich in der Führung eines Unternehmens ergeben. Durch die didaktische Konzeption werden zugleich die Fähigkeit zur Teamarbeit sowie Präsentationsfähigkeiten gefördert: Die Studierenden sind grundsätzlich in Teilnehmergruppen organisiert und müssen als Leitungsteam „ihres“ Unternehmens gemeinsam Entscheidungen treffen und für die daraus resultierenden Unternehmensergebnisse Rechenschaft ablegen.</p> <p>Im Zuge des Planspiels erleben sie die geplanten und ungeplanten sowie die direkten und indirekten Wirkungen von Managemententscheidungen in unterschiedlichen betriebswirtschaftlichen Funktionsbereichen. Durch die Teilnahme am Planspiel erwerben die Studierenden damit sowohl direkte fachliche Kompetenzen durch die Anwendung von erlernten Managementkonzepten und -instrumenten als auch extrafunktionale Kompetenzen durch den Umgang mit komplexen Entscheidungssituationen.</p> <p>Sie erkennen und vertiefen</p> <ul style="list-style-type: none"> • gesamtunternehmerische Zusammenhänge und Wechselwirkungen der verschiedenen unternehmensinternen und -externen Einflussgrößen, • das Erreichen vorgegebener Ziele durch Umsetzen von Plänen, Folgen von Entscheidungen einschätzen • Schaffung von Transparenz für die Folgen von Entscheidungen, • das effiziente und konstruktive Treffen von Entscheidungen im Team, auch unter Zeitdruck, • Softskills durch intensive Teamarbeit und Präsentationen • erfolgsorientiertes vernetztes Denken und Handeln. 				
3	<p>Inhalte</p> <p>Die Unternehmenssimulation ist eine realitätsnahe Abbildung eines Industrieunternehmens. Die Studierenden treffen zahlreiche betriebswirtschaftliche Entscheidungen in einem realitätsnahen</p>				

	<p>Umfeld. Behandelt werden wesentliche Bereiche eines Unternehmens:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unternehmensziele und –strategien • Absatz: Konkurrenzanalyse, Marketing-Mix, Produktlebenszyklen, Produkt-Relaunch, Produkt-Neueinführung, Deckungsbeitragsrechnung, Marktforschungsberichte • F & E: Technologie, Ökologie, Wertanalyse • Beschaffung/Lagerhaltung: Optimale Bestellmenge • Fertigung: Investition, Desinvestition, Eigenfertigung oder Fremdbezug, Auslastungsplanung, ökologische Produktion, Rationalisierung • Personal: Personalplanung, Qualifikation, Produktivität, Fehlzeiten, Fluktuation • Finanz- und Rechnungswesen: Kostenarten-, Kostenstellen-, Kostenträgerrechnung, Break-Even-Analyse, Finanzplanung, Bilanz und Erfolgsrechnung, Cashflow, separater Kennzahlenbericht (z.B. EBIT, NOPAT, EK- und Umsatzrendite, Geschäftswertbeitrag, EVA, CFROI) • Wertorientierte Unternehmensführung und Aktienkurs <p>Hierbei</p> <ul style="list-style-type: none"> • erleben die Studierenden hautnah typische Zielkonflikte in der Unternehmensführung, • lernen die Studierenden betriebswirtschaftliche Methoden und Informationsmittel einzusetzen • lernen sie mit der Unsicherheit bei der Entscheidungsfindung umzugehen, • treffen unternehmerische Entscheidungen im Team, oftmals unter Zeitdruck.
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung im seminaristischen Stil mit Kombination von Vorlesung, Übung und Gruppenarbeiten unter Verwendung der Unternehmenssimulation TOPSIM General Management</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>keine</p>
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p>
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Kurzreferat, Präsentationen mit Bezug zum Planspiel und Bericht (3 Seiten)</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>–</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5/145</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur</p>

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

Makroökonomie					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
1502	125 h	5	5. Semester	semesterweise	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Agnes Sputeck und Lehrende im Fachgebiet					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Makroökonomie	45 h (3 SWS)	80 h	40 Studierende	
	Übung/Tutorium Makroökonomie (fakultativ)	15 h			
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen				
	Teilmodul Makroökonomie				
	Die Studierenden erwerben vertiefte Kenntnisse volkswirtschaftlicher Zusammenhänge im Bereich der Makroökonomie und entwickeln ein Verständnis der wirtschaftlichen Denkschulen. Sie erwerben Kompetenzen zur Beurteilung der Rolle des Staates in der sozialen Marktwirtschaft und Fertigkeiten in der anwendungsorientierten Einordnung und kritischen Betrachtung wirtschaftspolitischer Fragen. Sie entwickeln Sach- und Analysekompetenz zur kritischen Auseinandersetzung mit aktuellen Fragen der praktischen Wirtschaftspolitik. Sie erwerben Kompetenzen zur Beurteilung des wirtschaftspolitischen Rahmens für Unternehmen. Sie entwickeln Fähigkeiten zur ergebnisorientierten Gruppendiskussion und Kurzpräsentation.				
	Teilmodul Übung/Tutorium Makroökonomie (fakultativ)				
	Die Studierenden erhalten zusätzliche Möglichkeiten der Übung sowie unklare Aspekte zu klären.				
3	Inhalte				
	Wirtschaftskreislauf				
	Makroökonomische Kennziffern				
	Grundlagen der Wachstums- und Stabilisierungspolitik				
	Aktuelle Probleme der Wirtschaftspolitik				
4	Lehrformen				
	Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	Empfohlen: Mathematik				
6	Regelungen zur Präsenz				
7	Prüfungsart und -umfang				

	Klausur (90 min)
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) –
10	Stellenwert der Note für die Endnote 5/145
11	Sonstige Informationen Literatur: Blanchard, O., Illing, Gerhard: Makroökonomie. München (Pearson) Krugman, P., Wells, R.: Macroeconomics. New York (Worth Publishers) Mankiw, G. N.: Principles of Macroeconomics. London (Thomson) Mankiw, G. N., Taylor, M. P.: Economics. London (Thomson) Mankiw, G. N., Taylor, M. P.: Macroeconomics. New York (Worth) Jeweils neueste Auflage

Jahresabschluss					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
1503	125 h	5	5. Semester	semesterweise	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Werner Hillebrand/Prof. Dr. Arno Peppmeier					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Jahresabschluss	45 h (3 SWS)	80 h	40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden werden aufbauend auf den bislang erworbenen Kenntnissen im Rechnungswesen befähigt, die wesentlichen Ansatz- und Bewertungsprobleme sowohl in der Handels- als auch der Steuerbilanz erkennen, lösen und beurteilen zu können. Die Studierenden lernen den Grundsatz der Maßgeblichkeit und einige wesentliche Ansatz- und Bewertungsunterschiede kennen. Darauf aufbauend können sie fallbezogen das Erfordernis der Steuerabgrenzung erkennen und begründen. Ihre Buchführungskenntnisse erlauben es ihnen, die Zusammenhänge zwischen Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie Kapitalflussrechnung, Anhang und Lagebericht zu verstehen und hieraus gut begründete Schlussfolgerungen für abschlusspolitische Maßnahmen und die Abschlussanalyse abzuleiten.</p> <p>Die Studierenden erwerben die Kompetenz, Änderungen der Rechnungslegungsnormen systematisch und schnell zu erfassen, Aufsätze hierüber in Fachzeitschriften zu bewerten und ihre Schlussfolgerungen in Diskussionen argumentativ zu untermauern.</p> <p>Einzelne komplexere Fälle sind in Gruppen zu bearbeiten; dadurch verbessern die Studierenden ihre Fähigkeiten, sich arbeitsteilig in einem Team zu organisieren.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Grundlagen der Rechnungslegung (Zwecke, Grundsätze und Überblick, Normative Grundlagen im Überblick, Buchführung, Inventur und Inventar)</p> <p>Jahresabschluss einschließlich Lagebericht (Handels- und Steuerbilanz, Überblick und Ausweisgrundsätze, Ansatzgrundsätze, Bewertungsgrundsätze, Postenspezifische Problemstellungen, Steuerabgrenzung, Gewinn- und Verlustrechnung, Kapitalflussrechnung, Anhang, Lagebericht)</p> <p>Abschlusspolitik</p> <p>Abschlussanalyse</p> <p>Ausblick: Internationale Rechnungslegung und Konzernabschluss</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p>				

	Grundzüge des Rechnungswesen, Kosten- und Leistungsrechnung
6	Regelungen zur Präsenz
7	Prüfungsart und -umfang Klausur (90 min)
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) –
10	Stellenwert der Note für die Endnote 5/145
11	Sonstige Informationen Literatur Coenenberg, A. G. / Haller, A. / Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Stuttgart (Schäffer-Poeschel) Neueste Auflage. Einzelne einschlägige aktuelle Aufsätze in den Fachzeitschriften

Praxismodul					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
1580	500 h	20	5. und 6. Semester	beliebig	Mindestens 16 Wochen
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Sven Fischbach					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Praxismodul	45 h (2*1.5 SWS)	455 h	10 Studierende	
2	Lernergebnisse / Kompetenzen				
	<p>Die Studierenden setzen die in Lehrveranstaltungen gelernten Studieninhalte in der Praxis um. In der Regel bearbeiten sie ein kleineres Projekt oder eine fachliche Fragestellung aus dem Umfeld Ihres Arbeitgebers. Hierzu wenden sie Kenntnisse aus den verschiedenen Fachvorlesungen an, setzen Projektmanagement-Kenntnisse ein und verbinden dieses mit den Erfordernissen aus den Unternehmen.</p> <p>Die Ergebnisse der Analysen sowie eventuelle Handlungsempfehlungen sind in Form eines Berichts darzustellen; zusätzlich sind die Ergebnisse in komprimierter Form zu präsentieren und mit einem sachkundigen Publikum zu diskutieren.</p> <p>Die Studierenden üben im Rahmen dieses Moduls – neben der Anwendung und Vernetzung verschiedenster Fach- und Methodenkompetenzen – Fähigkeiten zur Strukturierung und Systematisierung verschiedenster Aspekte sowie deren Präsentation. Zugleich bereiten sie sich mit der zu erstellenden wissenschaftlichen Ausarbeitung weiter auf die Erstellung der Bachelorarbeit vor.</p> <p>Die Studierenden verbinden in diesem Modul fachspezifische theoretische Kenntnisse mit beruflichen Kompetenzen und verbessern diese dadurch. Analytische Fähigkeiten, Problemlösungsfähigkeiten, das wissenschaftliche Schreiben und die Präsentationsfähigkeit, auch mittels Nutzung gängiger Programme zur Text- und Präsentationserstellung, werden bei der Bearbeitung weiterentwickelt.</p> <p>Das weitestgehend selbstständige Analysieren einer betrieblichen Fragestellung fördert die Sozialkompetenz, insbesondere kommunikative Fähigkeiten, Konflikt- und Kritikfähigkeit sowie Zeitmanagement.</p>				
3	Inhalte				
	Die Studierenden bearbeiten ein wirtschaftswissenschaftliches Thema mit direktem Bezug zu einer Problemstellung aus der Unternehmenspraxis.				
4	Lehrformen				
	Individuelles Coaching der Studierenden				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	–				

6	Regelungen zur Präsenz
7	Prüfungsart und -umfang Schriftliche Prüfung in Form eines Bericht (15 Seiten) und mündliche Verteidigung in Form einer Präsentation (Vorstellung und Verteidigung der Erkenntnisse)
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) –
10	Stellenwert der Note für die Endnote 0/140 (Studienleistung)
11	Sonstige Informationen Leitfaden zur Anfertigung von Hausarbeiten, Praxisberichten sowie Bachelor- und Master-Arbeit sowie themenspezifische Fachliteratur

Semester 6

Workshop BWL II: Arbeitsrecht					
Kenn- nummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
1601	125 h	5	6. Semester	semesterweise	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Sven Fischbach					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Workshop BWL II: Arbeitsrecht	45 h (3 SWS)	80 h	25 Studierende	
2	Lernergebnisse / Kompetenzen				
	Die Studierenden kennen die wesentlichen Grundzüge sowie die Systematik des Individual- und Kollektivarbeitsrechts. Sie erkennen Problemlagen und können angemessene Vorgehensweisen sowie Lösungsoptionen erklären. Sie können die ausgewählte Lösung überzeugend begründen und präsentieren.				
3	Inhalte				
	Das gesamte Individualarbeitsrecht von der Anbahnung über die Leistungsstörungen bis zur Beendigung, das Recht der Arbeitnehmervertreter, etc. in den wesentlichen Facetten. Das Kollektivarbeitsrecht in den maßgeblichen Ausprägungen mit den Grundzügen des Arbeitsgerichtsverfahrens (Kündigungsschutzklage).				
4	Lehrformen				
	Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	Recht I & II				
6	Regelungen zur Präsenz				
7	Prüfungsart und -umfang				
	Schriftliche Prüfung in Form von Erarbeitung, Präsentation und Bewertung eines Fallbeispiels im Gutachtenstil in Verbindung mit Wissensfragen Dispositiv und ergänzend Referate und Präsentationen arbeitsrechtlicher Themen				
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten				
	Bestandene Modulprüfung				
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)				
	–				

10	Stellenwert der Note für die Endnote 5/145
11	Sonstige Informationen Literatur: Gesetzestexte (z. B Beck-Texte mit den wesentlichen arbeitsrechtlichen Bestimmungen) Fallsammlungen für arbeitsrechtliche Fälle; Winfried Schwabe/Nadine Grau: Lernen mit Fällen, Frankfurt/M (Bund-Verlag) Lexikon Arbeitsrecht, Heidelberg (Rehm-Verlag) Simone Singer: Kollektives Arbeitsrecht, Altenberge (Niederle Media) Jean-Martin Jünger: Arbeitsrecht, Heidelberg (Hüthig Jehle Rehm) Ulrich Pallasch: Arbeitsrecht, München (Verlag Franz Vahlen) Lutz Michalski: Fälle zum Arbeitsrecht, Heidelberg (Hüthig Jehle Rehm) Jeweils neueste Auflage.

Workshop BWL II: Führungskompetenz					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
1601	125 h	5	6. Semester	semesterweise	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Thilo E. Macharowsky/Natascha Nickolaus					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Workshop BWL II: Führungskompetenz	45 h (3 SWS)	80 h	25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen				
	Gegenstand des Workshops ist das Thema „Führung“ verbunden mit dem Gedanken der persönlichen Weiterentwicklung der Studierenden. Im Vordergrund stehen die Fragen: Was machen gute Führungskräfte aus? Möchte ich eine Führungsrolle im Unternehmen? Was kann ich von einer Führungskraft erwarten? Kann man „führen“ lernen – und falls ja welche Facetten davon?				
3	Inhalte				
	<ul style="list-style-type: none"> - Führungstheorien verstehen - Erwartungen an Führung definieren - Führungsinstrumente kennenlernen - Motivationsmöglichkeiten beurteilen - Verbale Kommunikationstheorien verstehen und praktischen Nutzen daraus ziehen - Nonverbale Kommunikation erleben und umsetzen - Konfliktlösungen erarbeiten - Teamkonstellationen und Führungsoptionen in Verbindung bringen 				
4	Lehrformen				
	Die Lehrveranstaltung beruht auf einem Workshopkonzept mit Vortragslerneinheiten durch die Dozenten. Fragen, Antworten, Gruppendiskussionen, Fallstudien und Übungen beinhaltet dies natürlich. Literaturhinweise zur Ergänzung werden in den einzelnen Veranstaltungen vorgestellt.				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
6	Regelungen zur Präsenz				
	Regelmäßige Teilnahme zum erfolgreichen Bearbeiten einer Gruppenaufgabe erforderlich				
7	Prüfungsart und -umfang				
	Die Leistungsbewertung setzt sich aus zwei Teilen zusammen: 1. Klausur (90 min) 65%				

	<p>2. Gemeinschafts-Aufgabe 35%</p> <p>Die Gruppen werden ausgelost Abgabe / Präsentation in der letzten Vorlesung. Ein PowerPoint-Vortrag mit maximal 20 Folien und 15 Minuten Dauer 50% Eine schriftliche Ausarbeitung mit maximal 15 Seiten 50%</p> <p>Zum Bestehen ist das Bestehen beider Teilprüfungen erforderlich!</p>
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) –
10	Stellenwert der Note für die Endnote 5/145
11	Sonstige Informationen Literatur: Aktuelle Literatur wird in der Vorlesung benannt

Workshop BWL II: Fallstudien zur Unternehmensführung					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
1601	125 h	5	6. Semester	semesterweise	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Sven Fischbach					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Workshop BWL II: Fallstudien zur Unternehmensführung	45 h (3 SWS)	80 h	25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen				
	Die Studierenden können Beschreibungen und Daten einer Unternehmenssituation analysieren. Sie erkennen Problemlagen und können angemessene Ziele definieren. Sie entwickeln Lösungsoptionen unter Rückgriff auf die theoretischen Grundlagen entwickeln und können diese bewerten. Sie können die ausgewählte Lösung überzeugend begründen und präsentieren.				
3	Inhalte				
	Die Studierenden erhalten eine allgemeine Einführung in die Technik der Fallbearbeitung. Je nach gewählter Problemstellung werden von den Dozenten zusätzliche vertiefende inhaltliche Inputs gegeben. Im Mittelpunkt steht der Transfer der Lehr- und Lerninhalte zur Unternehmensführung. Die Studierenden bearbeiten und präsentieren praktische Fälle oder es werden Beratungsaufträge für konkrete Probleme von Unternehmen angenommen.				
4	Lehrformen				
	Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	Vorkenntnisse in Unternehmensführung/Management				
6	Regelungen zur Präsenz				
7	Prüfungsart und -umfang				
	Schriftliche Prüfung in Form von Projektarbeit und /oder Klausur (90 min)				
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten				
	Bestandene Modulprüfung				
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)				
	–				
10	Stellenwert der Note für die Endnote				

	5/145
11	Sonstige Informationen Literatur: Blom, H., Meier, H.: Interkulturelles Management, Herne/Berlin (NWB Verlag) Daniels, J.D., Radebaugh, L.H. International Business, London et al. Grant, R.M., Contemporary Strategy Analysis., Malden (Mass.), New York (John Wiley & Sons) Jahrmann, F.-U., Außenhandel, Ludwigshafen (Kiehl Verlag) Kutschker, M., Schmid, S., Internationales Management, München (Oldenbourg Verlag) Perlitz, M., Internationales Management, Paderborn, München (UTB) Segal-Horn, S., Faulkner, D., The Dynamics of International Strategy, London (International Thomson Business) et al. Welge, M., Internationales Management, Stuttgart (Schaeffer-Poeschel) Paul, R., Yip, G.S., Total Global Strategy, Englewood Cliffs Jeweils neueste Auflage.

Unternehmensführung					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
1602	125 h	5	6. Semester	semesterweise	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Volrad Wollny					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Unternehmensführung	45 h (3 SWS)	80 h	40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden kennen und verstehen die Grundlagen, Prinzipien und wichtige Konzepte der Unternehmensführung und deren normative Grundlagen. Sie kennen und verstehen den strategischen Managementprozess. Sie kennen wichtige Instrumente der strategischen Analyse, Strategieentwicklung, -umsetzung und -kontrolle. Sie können diese situationsgerecht auswählen, anwenden und die Ergebnisse kritisch beurteilen. Sie können Unternehmensstrategien analysieren, theoretisch einordnen und beurteilen.</p> <p>Das Selbstmanagement der Studierenden wird im Zuge der Vor- und Nachbearbeitung des Vorlesungsmaterials trainiert. Das Denken in Alternativen, die Kritikfähigkeit und Entscheidungskompetenz werden verlangt und durch die Anwendung des Gelernten durch die Form des seminaristischen Lehrstils gefördert. Bei der Bearbeitung von Fallstudien in Kleingruppen werden die Team- und Konfliktfähigkeit sowie und Präsentationsfähigkeiten der Studierenden erweitert.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Grundlagen und Prinzipien der Unternehmensführung</p> <p>Unternehmenserfolg in den Konzepten des Shareholder Value und Stakeholder Value</p> <p>Normative Grundlagen: Vision/Leitbild, Unternehmenszweck, -verfassung, -politik, -kultur, und -ethik</p> <p>Strategieebenen und strategischer Managementprozess</p> <p>Interne und externe Analyseinstrumente</p> <p>Generische Strategien und Strategieentwicklung</p> <p>Strategische Entscheidungen und Auswahlkriterien für Strategieoptionen</p> <p>Strategieumsetzung und Konzepte zur Steuerung</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt. Vorlesungsabschnitte und das Selbststudium dienen dem Wissenserwerb. In Übungen und Fallstudiendiskussionen wird das erlernte angewendet und vertieft.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>–</p>				

6	Regelungen zur Präsenz
7	Prüfungsart und -umfang Klausur (90 min)
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Bachelor VZ und WR
10	Stellenwert der Note für die Endnote 5/145
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur</p> <p>in deutscher Sprache:</p> <p>Bleicher, K.: Das Konzept Integriertes Management, Frankfurt (Campus Verlag)</p> <p>Bea, F.X./Haas, J.: Strategisches Management, Paderborn, München (UTB)</p> <p>Grant, R.M./Nippa, M.: Strategisches Management, München (Pearson Studium)</p> <p>Müller-Stewens, G./Lechner, C.: Strategisches Management, Stuttgart (Schaeffer-Poeschel)</p> <p>Paul, H./Wollny, V.: Instrumente des strategischen Managements, München (Oldenbourg Verlag)</p> <p>in englischer Sprache:</p> <p>Johnson, G./Scholes, K./Whittington, R.: Exploring Corporate Strategy, Amsterdam (Pearson Education) et al.</p> <p>Lynch, R.: Strategic Management, München (Pearson) et al.</p> <p>Wheelen, T.L./Hunger, J D.: Strategic Management and Business Policy, Upper Saddle River, London (Prentice Hall)</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>

Integrierte Geschäftsprozesse & Projektmanagement					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
1603	125 h	5	6. Semester	semesterweise	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Thomas Becker					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Integrierte Geschäftsprozesse & Projektmanagement	45 h (3 SWS)	80 h	40 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen				
	<p>Die Studierenden erkennen die Bedeutung betrieblicher Geschäftsprozesse. Sie kennen Ansätze zur Modellierung von Geschäftsprozessen und können diese anwenden. Sie verstehen den Zusammenhang von Geschäftsprozessen und betrieblichen Anwendungssystemen.</p> <p>Sie kennen Grundlagen des Projektmanagements und verstehen die Rolle von Menschen in Projekten. Sie wissen um entsprechende Möglichkeiten der Beeinflussung.</p> <p>Die Studierenden modellieren in kleinen Teams für ein exemplarisches Unternehmen Geschäftsprozesse und lernen, adäquat mit den verschiedenen, teils rechnerbasierten Modellierungsansätzen umzugehen. Im Rahmen von Projektmanagement definieren sie in Kleingruppen ein fiktives Projekt, das sie realitätsnah zu planen haben. Präsentationsfähigkeiten üben sie u.a. bei der Präsentation der Projekte. Medienkompetenz wird durch die Nutzung verschiedenster Programme intensiv trainiert.</p>				
3	Inhalte				
	<p>Geschäftsprozessmodellierung (Grundlage, Methoden, Beispiele)</p> <p>Betriebliche Anwendungssysteme (Management von Geschäftsprozessen, Nutzung und Einsatz von Anwendungssoftware)</p> <p>Management von Projekten (Methoden- und Sozialkompetenz, Information Management)</p>				
4	Lehrformen				
	Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	Einführung in die BWL, Unternehmen & IT				
6	Regelungen zur Präsenz				
7	Prüfungsart und -umfang				
	Klausur (90 min) und eine Projektausarbeitung				

8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) –
10	Stellenwert der Note für die Endnote 5/145
11	Sonstige Informationen Literatur Schmelzer H., Sesselmann W.: Geschäftsprozessmanagement in der Praxis, München (Hanser) Gadatsch A.: Grundkurs Geschäftsprozessmanagement, Wiesbaden (Vieweg) Project Management Institute: A Guide to the Project Management Body of Knowledge, German edition, München (Newton Square) Jeweils neueste Auflage.

Semester 7

Business Planning					
Kenn- nummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
1701	125 h	5	7. Semester	semesterweise	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Elmar D. Konrad					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Business Planning	45 h (3 SWS)	80 h	40 Studierende	
2	Lernergebnisse / Kompetenzen				
	<p>Die Studierenden lernen in Teams anhand eines „RealityPlanning-Systems“ in verschiedenen unternehmerischen Entscheidungsphasen ein eigenes unternehmerisches Vorhaben zu konzipieren, auf Marktfähigkeit zu prüfen, zu reflektieren und abschließend in einen bankfähigen Geschäftsplan (Businessplan) zu überführen. Dabei werden Kompetenzen geweckt und gefördert, die Verbindung unterschiedlicher Perspektiven gefordert, kollektive Intelligenz aktiviert, nachhaltiger Wissenstransfer untereinander, mit den Coaches und den Referenten forciert. Unternehmerisches Denken und Handeln wird geweckt und gefördert. Die Studierenden vertiefen im Rahmen dieser Veranstaltung zudem ihre Kenntnisse über Grundstruktur und Ablauf der integrierten Erfolgs- und Finanzplanung, auch als zentrales unternehmerisches Planungsinstrument für Ergebnis und Liquidität. Sie sind in der Lage, dieses Wissen selbstständig auf die konkrete Problemstellung eines Business Plans zu übertragen.</p> <p>Durch die Aufgabenstellung werden den Studierenden betriebswirtschaftliche Zusammenhänge und Wechselwirkungen zwischen den betriebswirtschaftlichen Teildisziplinen verdeutlicht. An einem konkreten Praxisbeispiel können sie diese Kenntnisse praxisorientiert vertiefen. Ein eventueller Informationsbedarf kann mittels individuellem Coaching durch die Dozenten und andere Sachverständige befriedigt werden. Die Studierenden lernen, sich arbeitsteilig im Team zu organisieren, Konzepte und Rahmenbedingungen zu analysieren, zu strukturieren und zielgerechte Lösungswege zu erarbeiten. Die Studierenden erfahren hierbei auch die Vorteile und Grenzen einer Zusammenarbeit in Teams, auch unter Zeitdruck. Die intensive Diskussion der Lösungen mit den Kommilitonen sowie im Plenum und die Rückmeldungen der Coaches unterstützen die Studierenden dabei, ein komplexes Projekt zu systematisieren und zielorientiert zu bewältigen. Am Ende steht die gemeinsame Erstellung eines Geschäftsplans sowie dessen Präsentation und Verteidigung vor einer sachkundigen Jury.</p>				
3	Inhalte				
	<ul style="list-style-type: none"> - Unternehmenskonzeption (Zielsetzung, Leitbild, Vision, Meilensteinplanung, Strategie, Nutzen/Vorteile, Preisstellung, Marktforschung, Markt- und Branchenanalyse, Zielgruppenanalyse, Konkurrenzanalyse, Standortanalyse, Vertrieb, Organisation, Kommunikation, SWOT-Analyse, Operative Planung, Kunden-, Absatz, Umsatz-, Kostenplanung, Investitionsplanung, Rentabilitätsvorschau, Liquiditätsplanung, Kennzahlen und Plausibilitätsprüfung, Finanzierung, Reflexi- 				

	<p>on, Geschäftsplan)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Unternehmerische Entscheidung - Entscheidungspräsentation - Vorbereitung Umsetzung
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Einführung in die BWL, Projektmanagement, Marketing, Investition & Finanzierung, Jahresabschluss, Kosten- und Leistungsrechnung, Steuern</p>
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>Es besteht Anwesenheitspflicht.</p>
7	<p>Prüfungsart und –umfang</p> <p>Projektarbeit „Business Plan“ einschließlich Präsentation</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>—</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5/145</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur und Materialien</p> <p>Reiß, M.: Conceptem, Mainz (Conceptemverlag)</p> <p>Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hrsg.): Starthilfe. Der erfolgreiche Weg in die Selbständigkeit, Berlin</p> <p>Kotler, C.E.: Marketing-Management, Verlag (Schaeffer-Poeschel)</p> <p>McKinsey & Company: Planen, gründen, wachsen. Mit dem professionellen Businessplan zum Erfolg, Redline Wirtschaft.</p> <p>Nagl, A.: Der Businessplan, Wiesbaden (Gabler Verlag)</p> <p>Paxmann, S. A., Fuchs, G.: Der unternehmensinterne Businessplan, Frankfurt am Main)Campus Verlag</p> <p>www.existenzgruender.de</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p> <p>Materialien des Dozenten wie z.B. Vorlesungsskripte und Excel-Tabellenvorlagen</p>

Internationales Management					
Kenn- nummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
1702	125 h	5	7. Semester	semesterweise	1 Semester
Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Herbert Paul					
1	Lehrveranstaltungen Internationales Management	Kontaktzeit 30 h (2 SWS)	Selbststudium 95 h	geplante Gruppengröße 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes)/Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden erhalten einen Überblick über die Herausforderungen und Konsequenzen der Internationalisierung und Globalisierung der Wirtschaft als dynamisches unternehmerisches Aktionsfeld. Im Mittelpunkt steht das Erkennen und Verstehen von internationalen Entwicklungstrends und ihr Einfluss auf das Management international tätiger Unternehmen. Weiterhin werden Instrumente und Konzepte zur aktiven Gestaltung der internationalen Geschäftstätigkeit vermittelt.</p> <p>Im Bereich der Schlüsselkompetenzen werden Lernziele im Hinblick auf Selbstmanagement, Kritikfähigkeit und Entscheidungskompetenzen vermittelt, aber auch Fragen sozialer und gesellschaftlicher Verantwortung reflektiert. Vor allem in diesem Fach bieten Übungen und Fallstudien den Studierenden die Möglichkeit, Konfliktfähigkeit und interkulturelle Kompetenz weiter zu entwickeln.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Grundlagen: Internationalisierung und Globalisierung – Antriebskräfte, regionale Integration, Konsequenzen und Theorien der Internationalisierung</p> <p>Strategisches Management in internationalen Unternehmen, Internationalisierungsstrategien und Strategiealternativen (Markteintrittsstrategien)</p> <p>Internationale und globale Organisationsstrukturen, integrierte Netzwerke; Zusammenhänge zwischen internationalen Strategien und Strukturen</p> <p>Interkulturelles Management, interkulturelles Führungsverhalten, Werte im interkulturellen Vergleich, Management als internationaler Wettbewerbsfaktor sowie Personalmanagement in internationalen Unternehmen</p> <p>Funktionsbereiche im internationalen Unternehmen und deren Spezifika</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Unternehmensführung</p>				
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p>				

7	Prüfungsart und -umfang Klausur (90 min)
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) –
10	Stellenwert der Note für die Endnote 5/145 (Studienleistung)
11	Sonstige Informationen Deutsche Literatur Bom, H., Meier, H.: Interkulturelles Management, Herne/Berlin (NWB Verlag) Kutschker, M., Schmid, S.: Internationales Management, München (Oldenbourg Verlag) Perlitz, M.: Internationales Management, München (UTB) Welge, M./Holtbrügge, K.: Internationales Management, Stuttgart (Schaeffer-Poeschel) Englische Literatur Cavusgil, S. T./Knight, G./Riesenberger, J.R.: International Business: Strategy, Management and the New Realities, New Jersey (Pearson Prentice Hal) Hill, C.W.L.: International Business: Competing in the Global Market Place, London (Tata Mc Graw Hill) Deresky, H.K.: International Management: Managing Across Borders and Cultures, München (Pearson) Jeweils neueste Auflage. Sowie aktuelle Cases.

Bachelor-Arbeit					
Kenn- nummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
1703	300 h	10	7. Semester	beliebig	1 Semester
Modulbeauftragte/r Prof. Dr. Sven Fischbach					
1	Lehrveranstaltungen Bachelor-Arbeit	Kontaktzeit 30 h (2 SWS)	Selbststudium 270 h	geplante Gruppengröße 5 Studierende	
2	Lernergebnisse / Kompetenzen Die Studierenden weisen nach, dass sie in der Lage sind, ein studienspezifisches Problem der Wirtschaftswissenschaften zu lösen. Die bisher gewonnenen Erfahrungen und Kenntnisse sind anzuwenden, um eigenständig eine erste größere Arbeit anzufertigen oder ein Projekt durchzuführen und zu dokumentieren. Sowohl reale Probleme eines Unternehmens im Bereich der Wirtschaftswissenschaften als auch theoretische Fragestellungen können bearbeitet werden.				
3	Inhalte Erstellung der Abschlussarbeit				
4	Lehrformen Seminar/Betreuung				
5	Teilnahmevoraussetzungen Zumindest die Module der Semester 1 – 4				
6	Regelungen zur Präsenz ---				
7	Prüfungsart und -umfang Abschlussarbeit				
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung				
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) –				
10	Stellenwert der Note für die Endnote 10/145				
11	Sonstige Informationen Leitfaden zur Anfertigung von Hausarbeiten, Praxisberichten und Bachelor-Arbeit Literatur				

	<p>Koeder, K.: Wissenschaftliches Arbeiten, München (Vahlen-Verlag)</p> <p>Scheld, R.: Anleitung zur Anfertigung von Praktikums-, Seminar- und Diplomarbeiten (Fachbibliothek-Verlag)</p> <p>Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten, München (Vahlen-Verlag)</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>
--	---