



Modulhandbuch

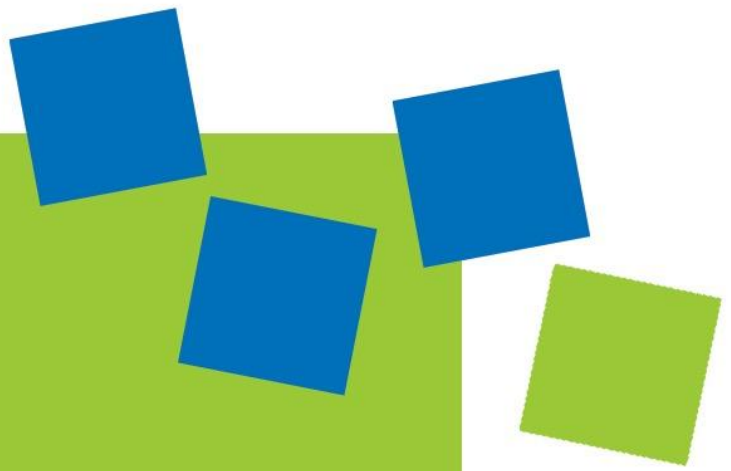
General Management (SPO WS 26/27)

Fakultät Wirtschaft

Wintersemester 2026/2027

Stand: 2026-09-15

Die Inhalte der Modulhandbücher dienen ausschließlich Informationszwecken und stellen keine rechtsverbindliche Grundlage dar. Änderungen und Anpassungen, insbesondere aus organisatorischen oder fachlichen Gründen, bleiben vorbehalten.



Inhalt

1	Vorstellung Studiengang	4
2	Modulbeschreibungen	5
2.1	Allgemeine Pflichtfächer	5
2.1.1	Einführung in die Betriebswirtschaftslehre & Geschäftsmodelle	5
2.1.2	Study Skills I	7
2.1.3	Business English I	8
2.1.4	Mikro- & Makroökonomie	10
2.1.5	Recht & Vertragsmanagement	12
2.1.6	Wirtschaftsmathematik & Statistik	13
2.1.7	Study Skills II	15
2.1.8	Business English II	17
2.1.9	Projekt- & Prozessmanagement	18
2.1.10	Rechnungswesen & Bilanzierung	20
2.1.11	Kosten- & Leistungsrechnung	22
2.1.12	Supply Chain Management	23
2.1.13	Personal Skills I	25
2.1.14	Business English III	26
2.1.15	Controlling & Unternehmenssteuerung	28
2.1.16	Investition und Finanzierung	29
2.1.17	Vertrieb & Kundenbeziehungsmanagement	31
2.1.18	Marketing & Markenführung	33
2.1.19	Personal Skills II	34
2.1.20	Business English IV	36
2.1.21	Business Analytics & Data Literacy	38
2.1.22	Personalmanagement & Leadership	39
2.1.23	Digitalisierung, KI & Automatisierung	41
2.1.24	Wirtschaftsethik & Compliance	43
2.1.25	Innovationsmanagement & Entrepreneurship	44
2.1.26	Internationale Betriebswirtschaftslehre & Interkulturelles Management	46
2.1.27	Organisationsentwicklung, Change- und Nachfolge-Management	47
2.1.28	Unternehmensführung & -strategie	49
2.1.29	Verhandlungsführung & Wirtschaftspsychologie	51
2.2	Praxismodule	53
2.2.1	Praxismodul I: Unternehmensorganisation & Wirtschaftliches Umfeld	53
2.2.2	Praxismodul II: Kernprozesse & Wertschöpfung im Unternehmen	55
2.2.3	Praxismodul III: Finanzierung & Marktbearbeitung	57
2.2.4	Praxismodul IV: Stakeholder & unternehmerische Entscheidungen	59
2.2.5	Praxismodul V: Unternehmensentwicklung & Zukunftsausrichtung	61
2.2.6	Praxismodul VI: Vertiefung & persönliche Profilbildung	63
2.3	Bachelorarbeit	65
2.3.1	Bachelorarbeit	65
2.3.2	Bachelorseminar	66

2.4	Wahlpflichtmodule – mögliche Themenbereiche (unverbindlich/Planung)	68
2.4.1	Nachhaltigkeit (-smanagement/-berichterstattung)	68
2.4.2	Cross-Cultural-Effekte im Unternehmen/Diversity, Equity, Inclusion	69
2.4.3	Empirische Wirtschaftsanalyse mit R	70
2.4.4	How to Startup meets 5-Euro-Business/Hackathon/CampusCup	71
2.4.5	Operational Excellence / Lean Management	72
2.4.6	Vertiefung Personalgewinnung, -auswahl und -entwicklung	73
2.4.7	Betriebliches Gesundheitsmanagement	74

1 Vorstellung Studiengang

STUDIENGANG General Management			
Kurzform:	GMA	SPO-Nr.:	GMA/HSAN20262
Studiengangleitung:	Prof. Dr. jur. Elmar Forster		
Studienfachberatung:	N. N.		
ECTS:	210		
Regelstudienzeit:	6 Semester		
Teilnahmevoraussetzung:	Bildungsvertrag mit Betrieblichem Praxispartner (BayDIS-Modell)		
Verwendbarkeit:	Bachelor General Management		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Der Bachelorstudiengang General Management ist ein stark praxis- und arbeitsmarktorientierter Studiengang, welcher umfassende ökonomische Kenntnisse vermittelt und mit Einblicken in alle relevanten Unternehmensbereiche verknüpft. Studierende werden damit gezielt auf künftige Führungsaufgaben - auch in regionalen, mittelständischen Betrieben - vorbereitet. Das BayDIS-Modell mit Dreimonatswechsel zwischen Hochschule und Unternehmen fördert die Fähigkeit, Aufgaben selbstständig, verantwortungsvoll und unternehmensspezifisch zu bewältigen. Ziel des Studiums ist es, betriebswirtschaftliche Nachwuchs- und Führungskräfte auszubilden, die auf Basis wissenschaftlicher Methoden und betriebswirtschaftlicher Theorien eigenständig komplexe Unternehmensherausforderungen erkennen, analysieren und lösen können (Fach-, Methoden- und Sozialkompetenz). Dazu werden reale Probleme aus und in der Praxis – etwa Prozessoptimierung, Digitalisierung, Mitarbeiterführung oder Nachfolgemanagement – bearbeitet und umsetzbare Strategien entwickelt. Das Programm erhält seine besondere Ausrichtung durch die enge Theorie-Praxis-Verzahnung, vielfältige Persönlichkeitsentwicklung, intensives Soft-Skills-Training und praxisnahe Inhalte wie KI-Einsatz, Bürokratie-Management und Nachfolgeplanung. Aufbauend auf breiter betriebswirtschaftlicher Kernkompetenz (Marketing, Finanzen, Personal, Recht) wird eine maßvolle Spezialisierung auf Mittelstandsbedürfnisse ermöglicht, ohne einseitige Festlegung auf ein Tätigkeitsfeld. Die besonderen dualen Voraussetzungen erfordern von den Studierenden hohe Motivation, Leistungsbereitschaft sowie Interesse an der regionalen Wirtschaft.			
Inhalt:			
Die Regelstudienzeit beträgt sechs Semester mit einem Gesamtvolumen von 210 ECTS-Punkten. Während in normalen siebensemestrigen Bachelor-Studiengängen ein Praxissemester enthalten ist, entfällt dessen Anteil auf die sechs begleitenden Praxismodule des Studiengangs. Das Studium ist in folgende Modulgruppen gegliedert: Allgemeine Pflichtmodule (APM) Praxismodule (PM) Wahlpflichtmodule (WPM) Bachelorarbeit (BAr) Es sind zwei Wahlpflichtmodule aus dem Wahlpflichtangebot zu wählen.			
Abschluss / Akademischer Grad:			
B.A.			

2 Modulbeschreibungen

2.1 Allgemeine Pflichtfächer

2.1.1 Einführung in die Betriebswirtschaftslehre & Geschäftsmodelle			
Moduldauer	1 Semester		
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtmodul	Wintersemester
Modulverantwortliche(r):	N.N.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	42 h	
	Selbststudium:	83 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Lehrform:	Seminaristischer Unterricht mit Übungen		
Ziele:			
Im Modul Einführung in die Betriebswirtschaftslehre & Geschäftsmodelle machen sich die Studierenden mit einer generellen Einordnung der Betriebswirtschaftslehre bzw. „Business Administration“ als Teil der Wirtschaftswissenschaften vertraut. Darauf aufbauend beschäftigen sie sich mit grundlegenden Aufgaben und Entscheidungen von Unternehmen, sowie den Zielbildungen in Unternehmen. Ebenso liegt ein Augenmerk auf der Betrachtung verschiedener Geschäftsmodelle, mit Einordnung und Analyse verschiedener Unternehmen und Unternehmensführungen. Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden erlangen Basiswissen über betriebswirtschaftliche Zusammenhänge. Sie gewinnen einen Einblick in die klassischen Disziplinen der Betriebswirtschaftslehre und entwickeln darüber hinaus Entscheidungskompetenz in den konstitutiven Fragestellungen eines Unternehmens. Die Studierenden erwerben im Modul grundlegende Methodenkompetenz in analytisch abstraktem betriebswirtschaftlichem Denken und können das Erlernete in kleineren Case Studies anwenden. Handlungskompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, grundlegende betriebswirtschaftliche Fragestellungen und Zusammenhänge zu beurteilen, sowie die wirtschaftliche und gesellschaftspolitische Rolle von Unternehmen einzuordnen. Sozialkompetenz: Die Studierenden schulen Ihre Diskursfähigkeit mittels selbstständigen, analytischen und kritischen betriebswirtschaftlichen Denkens.			
Inhalte:			
• Gegenstand und Gliederung der BWL - Einordnung • Begrifflichkeiten und Entwicklungen in der BWL			

• Überblick über Managementprozesse, Unternehmensführung, Unternehmensziele - Organisation - Shareholder/Stakeholder - Strategie (Planung und Entscheidung) • Wahl von Rechtsform und Standort • Überblick über die wichtigsten Prozess- und Unternehmensbereiche und deren Aufgaben - Beschaffung, Produktion, Logistik (Supply Chain) - Personalmanagement - Marketing und Vertrieb • Einblick Buchhaltung: Rechnungswesen, Jahresabschluss, Finanzen, Steuern • Controlling im Unternehmen: Steuern und Lenken anhand Kennzahlen und Analyse • Zusammenschluss von Unternehmen • Insolvenz und Liquidation • Exkurs Geschäftsmodelle: - Grundlegendes zu Geschäftsmodellen - Aufbau & Funktionen von Geschäftsmodellen - Überblick über verschiedene Ansätze: Kreislaufwirtschaftsmodelle / Product as a Service / Sharing Economy / Freemium Models, pay-per-use - Digitalisierungseinflüsse - digitale Geschäftsmodelle; eCommerce, Cloud Computing, App Plattformen
Prüfungsart:
Schriftliche Prüfung, 90 Minuten (im Antwort-Wahl-Verfahren gem. § 8 c APO)
Literatur:
Wöhe, Döring, Brösel (2023): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 28. Auflage, München. Wöhe, Kaiser, Döring, (2023): Übungsbuch zur Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre, 17. Auflage, München. Camphausen, B. (Hrsg.) et al. (2011): Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre Bachelor Kompaktwissen, 3. Auflage, München. Weitere Literatur wird zu Beginn der Vorlesung bekanntgegeben.
Medienformen:
Vorlesungsskript - Power Point, Tafelaufschrieb, Flipchart Einsatz neuer Unterrichtskonzepte und Interaktionsformate möglich (Bsp.: Flipped Classroom, teils hybride oder digitale Lehre / e-Portfolios, Lego Serious Play, usw.)
Empfohlene Voraussetzungen:
Keine
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:
Laut SPO bzw. Studienplan
LN-Anforderungen/Anmerkungen:
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

2.1.2 Study Skills I

Moduldauer	1 Semester		
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtfach	Wintersemester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Oliver Lehmeier (Koordinierung), Dr. Christian-Alexander Gebhard, Prof. Dr. Stefan Slama, Michael Fried		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	2,5 ECTS / 2 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		21 h
	Selbststudium:		42 h
	Gesamtaufwand:		63 h
Lehrform:	seminaristischer Unterricht/Übung		
Ziele:			
Dieses Modul lehrt grundlegende Kompetenzen für ein erfolgreiches duales Studium. Es schult Sozialkompetenzen wie bspw. Selbst- und Zeitmanagementfähigkeiten zur besseren eigenverantwortlichen Bewältigung der Mehrbelastung aus Studium in Verbindung mit Praxis. Die Methodenkompetenzen fördern insbesondere digitale Fertigkeiten, die sowohl im Studium als auch beruflichen Umfeld benötigt werden. Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden erwerben Methoden- und Sozialkompetenzen ergänzend zu dem übrigen Curriculum. Dies soll den Studierenden bei dem weiteren Studium und dem Berufseinstieg unterstützen. Es soll den Studierenden auch veranschaulicht werden, inwieweit der Einsatz von Fachwissen in der Praxis durch einschlägige Methoden- und Sozialkompetenzen im Ergebnis erst möglich wird. Des Weiteren werden den Studierenden die Interdependenzen zwischen den einzelnen Methoden- und Sozialkompetenzen aufgezeigt. Im Einzelnen handelt es sich um die Methodenkompetenzen: Excel, Analytisches Denken sowie die Sozialkompetenzen: Selbstorganisation, Kommunikative Fähigkeiten, Teamfähigkeit sowie Netzwerkfähigkeit. Handlungskompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, Methoden- und Sozialkompetenzen in der Praxis einzusetzen. Sie können Übungsfälle und Fallstudien systematisch und eigenständig lösen und das erworbene Wissen auf Fragestellungen in der Praxis übertragen. Sozialkompetenz: Im Lauf der Veranstaltung erarbeiten die Studierenden eigenständig oder in Gruppen Lösungen zu Fallstudien und präsentieren diese. Die Studierenden trainieren damit sowohl selbständiges Arbeiten als auch das Arbeiten in Gruppen. Sie üben die Fähigkeit Teamgeist und Motivation in die Zusammenarbeit mit anderen Studierenden einzubringen und für gemeinsame Ziele zu nutzen.			
Inhalte:			

Es werden Kenntnisse in den Methoden- und Sozialkompetenzen praxisnah vermittelt.

Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht und Übungen und ist in sechs Teilbereiche untergliedert:

- Excel
- Analytisches Denken
- Selbstorganisation
- Kommunikative Fähigkeiten
- Teamfähigkeit
- Netzwerkfähigkeit

Prüfungsart:

Portfolioprüfung

Literatur:

Joachim H. Becker, Helmut Ebert, Sven Pastoors : Praxishandbuch Berufliche Schlüsselqualifikationen 1. Aufl. 2018

Medienformen:

Moodle

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:

Keine

LN-Anforderungen/Anmerkungen:

Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

2.1.3 Business English I

Moduldauer	1 Semester		
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtfach	Wintersemester
Modulverantwortliche(r):	N. N. / S. McIntosh		
Sprache:	Englisch		
Leistungspunkte / SWS:	2,5 ECTS / 2 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	21 h	
	Selbststudium:	42 h	
	Gesamtaufwand:	63 h	
Lehrform:	seminaristischer Unterricht/Übung		
Ziele:			
Business English: Written Communication Skills im unternehmerischen Kontext			

Fach- und Methodenkompetenz: • Erwerb mittlerer bis fortgeschrittener Fertigkeiten in der schriftlichen Interaktion unter Verwendung angemessener Terminologie und Begriffe in geschäftlichen Kontexten. Handlungskompetenz: • Fähigkeit, die englische Sprache fach- und berufsbezogen im internationalen Kontext schriftlich anzuwenden. Recherche und Aufbau eines spezifischen Fachvokabulars für die individuelle Branche, Produktpalette, typische Prozesse und Vorgänge beim dualen Praxispartner, zusätzlich zur wirtschaftlichen Terminologie. Soziale Kompetenz: • Sensibilisierung für interkulturelle Unterschiede und Vielfalt
Inhalte:
Business English: Written Communication Skills • Erweiterung der grundlegenden Sprachkenntnisse und -fertigkeiten, Fokus dieses Moduls liegt auf dem (möglichen) Schriftverkehr im unternehmerischen Kontext • Wiederholung und Festigung der grammatikalischen Kenntnisse; besondere Berücksichtigung der syntaktischen Strukturen • Analyse und Diskussion speziell ausgewählter authentischer Artikel aus Zeitschriften, Zeitungen und Lehrbüchern • Erweiterung der Sprachkenntnisse in Bezug auf spezifische und allgemeine Geschäftssituationen • Individuelles Verfassen von Texten mit dem Fokus auf betriebswirtschaftliche Themen einerseits und auf die Anforderungen des Berufslebens andererseits. Das Verfassen von Geschäftsbriefen in englischer Sprache ist ein wesentliches Ziel dieses Kurses. • Kenntnis der international verwendeten Terminologie (INCOTERMS)
Prüfungsart:
schriftliche Prüfung, 45 Minuten / alternativ e-Portfolio als Projektarbeit
Literatur:
• WESSELS, Dieter, 2015. Advanced commercial correspondence B2/C1. 1. Auflage. Berlin: Cornelsen. ISBN 978-3-464-02790-5 • Skript „Written Communication Skills“ (67 S.) • Ergänzende aktuelle Materialien in Moodle
Medienformen:
Power Point, Tafelaufschrieb, digitale Medien und praktische Übungen Einsatz neuer Unterrichtskonzepte und Interaktionsformate möglich (Bsp.: Flipped Classroom, teils hybride oder digitale Lehre / e-Portfolios, Lego Serious Play, usw.)
Empfohlene Voraussetzungen:
Englischkenntnisse gemäß dem Europäischen Referenzrahmen Niveau B2/C1.
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:
Laut SPO bzw. Studienplan
Anmerkungen:
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

2.1.4 Mikro- & Makroökonomie

Moduldauer	1 Semester		
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtfach	Wintersemester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Christine Dauth		
Sprache:	Deutsch (und/oder Englisch)		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		42 h
	Selbststudium:		83 h
	Gesamtaufwand:		125 h
Lehrform:	Seminaristischer Unterricht mit Übungen		
Ziele:			
Die Studierenden erwerben grundlegende Kenntnisse der Mikro- und Makroökonomie. Sie verstehen, wie Märkte funktionieren, wie gesamtwirtschaftliche Größen gemessen und erklärt werden, und wie wirtschaftspolitische Eingriffe wirken. Sie sind in der Lage, ökonomische Modelle auf reale Fragestellungen anzuwenden und wirtschaftspolitische Maßnahmen kritisch zu beurteilen.			
Fach- und Methodenkompetenz			
• Grundlegende mikro- und makroökonomische Konzepte verstehen und erklären • Marktmechanismen (Angebot, Nachfrage, Preisbildung, Elastizitäten) analysieren und grafisch darstellen • Konsumentenverhalten mit Nutzenfunktion, Indifferenzkurven und Budgetrestriktion modellieren • Verschiedene Marktformen (Wettbewerb, Monopol, Oligopol) vergleichen und deren Wohlfahrtswirkungen einschätzen • Volkswirtschaftliche Kennzahlen (BIP, Inflationsrate, Arbeitslosenquote) interpretieren • Geldschöpfung und das monetäre System erklären • Konjunkturzyklen und stabilisierungspolitische Instrumente anhand des IS-LM-Modells analysieren			
Handlungskompetenz			
• Wirtschaftspolitische Eingriffe (Steuern, Subventionen, Regulierung) hinsichtlich Effizienz- und Verteilungswirkung beurteilen • Reale wirtschaftliche Ereignisse (Inflation, Rezession, Arbeitslosigkeit) mit theoretischen Modellen verknüpfen • Daten aus volkswirtschaftlichen Rechenwerken lesen und für Analysen nutzen • Umweltpolitische Instrumente (Pigou-Steuer, Emissionshandel) ökonomisch einordnen			

Sozialkompetenz • Verteilungs- und Gerechtigkeitsfragen im wirtschaftlichen Kontext reflektieren • Unterschiedliche wirtschaftspolitische Positionen sachlich diskutieren • Gruppenarbeit und Fallstudien zur gemeinsamen Problemlösung nutzen
Inhalte: • Einführung Mikro: Unsichtbare Hand, Marktmechanismus, Arbeitsteilung & komparativer Vorteil • Angebot & Nachfrage: Grundmodell, Preisbildung, Marktgleichgewicht • Nachfrageseite: Nutzenfunktion, Konsumentenverhalten, Elastizitäten • Marktformen: Monopol & Kartelle • Distributions- & Allokationsfunktion der Wirtschaftspolitik: Sozialversicherung, Umverteilung, Umweltpolitik, externe Effekte • Einführung Makro: Ziele der Makroökonomie, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, BIP-Konzepte • Wachstum & Arbeitslosigkeit: Produktivität & Wachstumstheorie, Arbeitslosigkeit • Monetäres System: Sparen & Investieren, monetäres System, Banken als Intermediäre, Geldschöpfung • Konjunktur & Stabilisierung: Inflation, Konjunkturzyklen, Keynesianismus, IS-LM-Analyse
Prüfungsart:
Studienarbeit und Präsentation (außerhalb Prüfungszeitraum) / schriftliche Prüfung, 90 Minuten
Literatur:
Bofinger, Peter. 2020. <i>Grundzüge der Volkswirtschaftslehre: eine Einführung in die Wissenschaft von Märkten</i> . 5., aktualisierte Auflage. Hallbergmoos: Pearson. Bofinger, Peter, and Eric Mayer. 2020. <i>Grundzüge Der Volkswirtschaftslehre: Das Übungsbuch</i> . 4., aktualisierte Auflage. Hallbergmoos: Pearson. Herrmann, Marco. 2024. <i>Arbeitsbuch Grundzüge der Volkswirtschaftslehre: 580 Aufgaben und Lösungen passend zum Lehrbuch Mankiw/Taylor</i> . 7., aktualisierte und überarbeitete Auflage. Lehrbuch. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag. Mankiw, Nicholas Gregory, and Mark P. Taylor. 2024. <i>Grundzüge der Volkswirtschaftslehre</i> . 9. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
Medienformen:
Vorlesungsskript - Power Point, Tafelaufschrieb, Flipchart Einsatz neuer Unterrichtskonzepte und Interaktionsformate möglich (Bsp.: Flipped Classroom, teils hybride oder digitale Lehre / e-Portfolios, Lego Serious Play, usw.)
Empfohlene Voraussetzungen:
keine
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:
Laut SPO bzw. Studienplan
LN-Anforderungen/Anmerkungen:
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

2.1.5 Recht & Vertragsmanagement

Moduldauer	1 Semester		
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtfach	Wintersemester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. jur. Elmar Forster		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	42 h	
	Selbststudium:	83 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Lehrform:	seminaristischer Unterricht/Übung		
Ziele:			
Die Studierenden bekommen in diesem Modul einen Überblick über das deutsche Wirtschaftsprivatrecht. (BGB allg. Teil, Vertragsrecht, Gewährleistungsrechte u. a.) Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden lernen unterschiedliche Vertragswerke kennen, verstehen durch die erlernten Rechtsgrundlagen Hintergründe, erlangen eine grundlegende Rechtssicherheit bei der Ausgestaltung von Verträgen. Handlungskompetenz: Die Studierenden lernen, die wesentlichen juristischen Probleme in diesen Bereichen zu erkennen und nach Möglichkeit vorzubeugen. Durch Kenntnis der rechtlichen Rahmenbedingungen sind sie in der Lage, sachgerechte Lösungen bei rechtlichen Problemen im kaufmännischen und privaten Geschäftsalltag zu finden. Sozialkompetenz: Die Studierenden können selbständig als auch in der Gruppe Fälle analysieren, reflektieren und kritisch hinterfragen. Sie können verschiedene Standpunkte einnehmen und diese im Diskurs vertreten.			
Inhalte:			
• Allgemeiner Teil des BGB (mit Leistungsstörungen) • BGB: Recht des Schuldverhältnisses, unerlaubte Handlung, ungerechtfertigte Bereicherung • Vertragswerke (in Grundzügen): Verbraucherverträge (insbesondere Fernabsatz), Arbeitsverträge, Kaufverträge, sonstige wie z.B.: Werkverträge, Mietverträge, Darlehensverträge mit entsprechenden Gewährleistungsrechten.			
Prüfungsart:			
schriftliche Prüfung, 90 Minuten			

Literatur:
• RUMPF-ROMETSCH, Egbert, 2022. BGB - Schuldrecht AT: Unmöglichkeit, Verzug, Pflichtverletzung vor / im Vertrag; 50 Fälle mit Lösungsskizzen und Formulierungsvorschlägen. 11. Auflage. Köln: Fall-Fallag. ISBN-10 3932944801 • RUMPF-ROMETSCH, Egbert, 2024. BGB - Schuldrecht BT; Mängel im Kauf-, Werk und Werklieferungsrecht; 40 Fälle mit Lösungsskizzen und Formulierungsvorschlägen. 11. Auflage. Köln: Fall-Fallag. ISBN-10 3932944909 • RUMPF-ROMETSCH, Egbert, 2024. BGB AT: Allgemeiner Teil: 60 Fälle mit Lösungsskizzen und Formulierungsvorschlägen. 9. Auflage. Köln: Fall-Fallag. ISBN-10 3932944860
Medienformen:
Vorlesungsskript; Power Point, Tafelaufschrieb, digitale Medien, Flipchart. Fallstudien.
Empfohlene Voraussetzungen:
Keine
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:
Laut SPO bzw. Studienplan
LN-Anforderungen/Anmerkungen:
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

2.1.6 Wirtschaftsmathematik & Statistik			
Moduldauer	1 Semester		
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtfach	Wintersemester
Modulverantwortliche(r):	N. N.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		42 h
	Selbststudium:		83 h
	Gesamtaufwand:		125 h
Lehrform:	seminaristischer Unterricht mit Übungen		
Ziele:	Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden erwerben grundlegendes Wissen, Verständnis und die Kompetenz, Mathematik als Hilfsmittel für die Lösung ökonomischer Fragestellungen einzusetzen. Sie verstehen grundlegende statistische Konzepte der deskriptiven Statistik und der Regressionsanalyse. Sie können die Grenzen der Aussagekraft einer statistischen Analyse in Grundzügen beurteilen. Außerdem können sie statistische Ergebnisse angemessen interpretieren.		

Handlungskompetenz: Die Studierenden kennen die Einsatzmöglichkeiten mathematischer und statistischer Methoden, können diese für reale volks- und betriebswirtschaftliche Probleme und Fragestellungen anwenden und sind durch Anwendung entsprechender Beispiele geübt im Einsatz. Sie können Ergebnisse im Sachzusammenhang werten. Die Studierenden können ein Statistikprogramm (wie R) einsetzen, um alle gelernten statistischen Konzepte anhand realer Daten zu berechnen. Sozialkompetenz: Die Studierenden können Fachtermini korrekt erkennen, die Bedeutung wiedergeben und somit mit anderen Wissenschaftlern über empirische Befunde diskutieren. Sie wissen einerseits um die Relevanz quantitativer Erhebungen zur Erkenntnisgewinnung, andererseits sind sie sich des Einflusses der Methoden auf das Ergebnis bewusst. Sie sind somit sensibilisiert für einen verantwortungsvollen Umgang.
Inhalte: <i>Wirtschaftsmathematik:</i> • Finanzmathematik (Zins-, Renten-, Tilgungsrechnung) • Analysis (Differentialrechnung, Extremwertbestimmung - wichtigste Funktionen für ökonomische Anwendungen) • Lineare Algebra (Lineare Gleichungs- und Ungleichungssysteme, Matrizen) <i>Statistik:</i> • Statistische Grundbegriffe • Parameter eindimensionaler Häufigkeitsverteilungen • Korrelationsanalyse und lineare Regression • Grundlagen der Datenanalyse mit Statistikprogrammen (z.B.: R)
Prüfungsart: schriftliche Prüfung, 90 Minuten
Literatur: • Auer, B. & Rottmann, H. (2020). Statistik und Ökonometrie für Wirtschaftswissenschaftler: Eine anwendungsorientierte Einführung. 4. Auflage. Springer • Heinrich, G. (2018). Basiswissen Mathematik, Statistik und Operations Research für Wirtschaftswissenschaftler. 6. Auflage, De Gruyter Oldenbourg • Ismay, C. & Kim, A. (2019). ModernDive—An Introduction to Statistical and Data Sciences via R. http://moderndive.com/ • Sauer, S. (2019). Moderne Datenanalyse mit R: Daten einlesen, aufbereiten, visualisieren und modellieren. Springer. • Holland, Heinrich & Holland, Doris. Mathematik im Betrieb, Praxisbezogene Einführung mit Beispielen, aktuellste Auflag. Springer Gabler-Verlag. • Tietze, J. Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik, aktuellste Auflage. Vieweg+Teubner-Verlag. Weitere Literatur wird im Unterricht bekanntgegeben.
Medienformen: Vorlesungsskript, Power Point, Tafelaufschrieb, Flip Chart; Bearbeitung von Übungsbeispielen. Einsatz digitaler Medien; Einsatz neuer Unterrichtskonzepte und Interaktionsformate möglich (Bsp.: Flipped Classroom, teils hybride oder digitale Lehre / e-Portfolios, Lego Serious Play, usw.)

Empfohlene Voraussetzungen:
keine
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:
Laut SPO bzw. Studienplan
LN-Anforderungen/Anmerkungen:
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

2.1.7 Study Skills II			
Moduldauer	1 Semester		
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtfach	Sommersemester
Modulverantwortliche(r):	N. N.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	2,5 ECTS /2 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		21 h
	Selbststudium:		42 h
	Gesamtaufwand:		63 h
Lehrform:	Seminaristischer Unterricht mit Übungen		
Ziele:			
Das Modul vermittelt vertiefte Kompetenzen im wissenschaftlichen Arbeiten sowie in der professionellen Präsentation. Die Studierenden lernen, wissenschaftliche Fragestellungen strukturiert zu bearbeiten, geeignete Methoden anzuwenden und Ergebnisse adressatengerecht und überzeugend darzustellen. Ziel ist es, sie auf die Anforderungen von Studien- und Abschlussarbeiten sowie Projektarbeiten mit den oft zugehörigen Präsentationen und Diskussionen im akademischen und beruflichen Umfeld vorzubereiten. Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden beherrschen die Grundprinzipien des wissenschaftlichen Arbeitens, von Recherche und quellenkritischer Analyse, methodischen Herangehensweisen (mit ersten Einblicken in qualitative und quantitative Forschungsmethoden) bis zu formalen Anforderungen. Sie entwickeln Fähigkeiten zur Gliederung und Strukturierung von Arbeiten, wissenschaftlicher Ausdrucksweise und Entwicklung eines „roten Fadens“. Sie erwerben kommunikative und rhetorische Grundlagenkenntnisse und Fähigkeiten zur inhaltlichen und medialen Gestaltung wirkungsvoller Präsentationen. Handlungskompetenz: Die Studierenden können wissenschaftliche Arbeiten eigenständig planen und umsetzen sowie Ergebnisse klar und zielgruppengerecht präsentieren. Sie sind in der Lage, auf Rückfragen souverän zu reagieren und ihre Standpunkte in Diskussionen darzulegen.			

Sozialkompetenz: Die Studierenden reflektieren ihre Kommunikationsstrategien. Sie vertreten eigene Positionen selbstbewusst und gehen konstruktiv mit Feedback um. Sie gewinnen an Selbstsicherheit, bekommen aber auch ein Bewusstsein für verantwortungsvolles, ehrliches Handeln im wissenschaftlichen und beruflichen Kontext.
Inhalte:
Wissenschaftliches Arbeiten: • Grundlagen der Wissenschaftlichkeit: Objektivität, Nachvollziehbarkeit, Validität, Ehrlichkeit... • Systematische Strukturierung: Logischer Aufbau (Einleitung, Hauptteil, Fazit), roter Faden • Vertiefung wissenschaftlicher Methodik: Forschungsfragen, Hypothesen, Argumentationslogik • Quellenarbeit & Zitieren: Kritische Nutzung von Literatur, Paraphrasieren, korrekte Zitation, Plagiatsvermeidung • Methodenwahl und Begründung: zielführende Wahl - Literaturarbeit, qualitative/quantitative Ansätze Präsentations- und Kommunikationsfähigkeiten: • Präsentationsgestaltung: Aufbau, Storytelling, Visualisierung • Rhetorik und Körpersprache: Stimme, Gestik, Blickkontakt • Medienkompetenz: Einsatz digitaler Tools und Präsentationssoftware • Psychologische Grundlagen - Einfühlungsvermögen in die Zielgruppe, Umgang mit Lampenfieber • Kommunikationstechniken: Aktives Zuhören, Fragetechniken, Umgang mit Feedback
Prüfungsart:
Mündliche Prüfung, Präsentation (10-15 Minuten) /o. Projektarbeit; e-Portfolio
Literatur:
Döring, N. (2023): Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer Teuchert, B. (2025): Souverän präsentieren und argumentieren: rhetorische Werkzeuge fürs Studium, Opladen; Toronto Weitere Literatur wird zu Beginn der Vorlesung bekanntgegeben.
Medienformen:
Power Point, Tafelaufschrieb, Flipchart sowie digitale Medien und praktische Übungen Einsatz neuer Unterrichtskonzepte und Interaktionsformate möglich (Bsp.: Flipped Classroom, teils hybride oder digitale Lehre / e-Portfolios, Lego Serious Play, usw.)
Empfohlene Voraussetzungen:
keine
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:
Laut SPO bzw. Studienplan
LN-Anforderungen/Anmerkungen:
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

2.1.8 Business English II

Moduldauer	1 Semester		
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtfach	Sommersemester
Modulverantwortliche(r):	N. N. / S. McIntosh		
Sprache:	Englisch		
Leistungspunkte / SWS:	2,5 ECTS / 2 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		21 h
	Selbststudium:		42 h
	Gesamtaufwand:		63 h
Lehrform:	Seminaristischer Unterricht mit Übungen		
Ziele:			
Business English: Oral Communication Skills im unternehmerischen Kontext Fach- und Methodenkompetenz: - Fähigkeit zur fließenden Konversation in der englischen Sprache unter Verwendung einer angemessenen Grammatik, eines angemessenen Wortschatzes und einer angemessenen Aussprache auf mittlerem bis fortgeschrittenem Niveau (B2/C1) Handlungskompetenz: - Fähigkeit, gesprochenes Englisch in einem geschäftlichen und internationalen Kontext angemessen zu verwenden. Rückgriff dabei auf ein spezifisches Fachvokabular für die individuelle Branche und Produktpalette beim dualen Praxispartner, zusätzlich zur wirtschaftlichen Terminologie. Soziale Kompetenz: - Verständnis von interkulturellen Faktoren und Verhaltenskodizes Entwicklung von Arbeitsmethoden durch Gruppen- und Paararbeit, Online- und Einzelstudien			
Inhalte:			
Business English: Oral Communication Skills: In diesem Modul verbessern die Teilnehmer ihre Kenntnisse, ihre Genauigkeit und ihren Wortschatz im gesprochenen Englisch und verbessern ihr Hörverständnis. - Einführung in regionale und kulturelle Aspekte englischsprachiger Länder mit besonderem Schwerpunkt auf interkulturelle Aspekte und Verhaltensweisen - Verbesserung der englischen Sprachfunktionen wie Bitten, Fragen stellen, begrüßen, klarstellen, sich entschuldigen, einladen, beschreiben usw. in Geschäftssituationen (Face to Face) - Fähigkeit, schwierige und komplexe Sachverhalte zu verstehen und sie zusammenfassend wiederzugeben (Telephoning)			

• Interpretieren und Erklären von Schaubildern und Diagrammen (Charts)
Prüfungsart:
Mündliche Prüfung 10 – 15 Min.
Literatur:
• Powell, M. & Allison, J. (2014). in company 3.0 Upper Intermediate Student's Book with Webcode. Macmillan Publishers Ltd. • Skript „Oral Communication Skills“ (102 S.) • Ergänzende aktuelle Materialien in Moodle im Sprachlabor werden Videos und Hörmaterialien eingesetzt
Medienformen:
Vorlesungsskript; Power Point, Tafelaufschrieb, Flipchart Einsatz neuer Unterrichtskonzepte und Interaktionsformate möglich (Bsp.: Flipped Classroom, teils hybride oder digitale Lehre / e-Portfolios, Lego Serious Play, usw.)
Empfohlene Voraussetzungen:
Englischkenntnisse gemäß dem Europäischen Referenzrahmen Niveau B2/C1
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:
Laut SPO bzw. Studienplan
LN-Anforderungen/Anmerkungen:
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten, ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

2.1.9 Projekt- & Prozessmanagement

Moduldauer	1 Semester		
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtmodul	Sommersemester
Modulverantwortliche(r):	N. N.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		42 h
	Selbststudium:		83 h
	Gesamtaufwand:		125 h
Lehrform:	Seminaristischer Unterricht mit Übungen		
Ziele:			

Projektmanagement ist eine Schlüsselkompetenz für Unternehmen und Führungskräfte. Die Fähigkeit, komplexe Vorhaben – z.B. neue Produktentwicklungen oder organisatorische Veränderungen – im Termin, im Budget und in der gefragten Qualität umsetzen zu können, bestimmt über Erfolg und Misserfolg.

Um die vollständige Prozessdarstellung und -verbesserung geht es im Prozessmanagement; Geschäftsprozesse sollen abgebildet, unterstützt und optimiert werden. Liege- und Bearbeitungszeiten von Geschäftsprozessen können verkürzt, Ressourcen besser genutzt werden.

Die Studierenden lernen, wie Projekte und Prozesse strategisch ausgerichtet, effizient umgesetzt und kontinuierlich verbessert werden können – auch im Kontext der digitalen Transformation. Sie entwickeln ein Verständnis für die Wechselwirkungen zwischen Projekt- und Prozessmanagement sowie deren Bedeutung für organisatorischen Wandel und Innovation.

Fach- und Methodenkompetenz:

Die Studierenden kennen wesentliche Projekt- und Prozessmanagementmethoden. Neben den klassischen lernen sie auch agile Projektmanagementmethoden anzuwenden. Sie sind mit digitalen Tools zur Projekt- und Prozesssteuerung vertraut.

Handlungskompetenz:

Die Studierenden sind in der Lage, moderne Projekt- und Prozessmanagementmethoden in realen Unternehmensszenarien anzuwenden. Sie können die erlernten Methoden auf andere Situationen transferieren und Projekt- und Prozessverläufe zur kontinuierlichen Verbesserung reflektieren und bewerten.

Sozialkompetenz:

Die Studierenden entwickeln Verständnis für die Rollenvielfalt und Perspektiven der Beteiligten in Projekten und Prozessen. Sie schulen Teamarbeit, Kommunikationsfähigkeit und Konfliktlösungskompetenz und erwerben erste Führungskompetenzen.

Inhalte:

Die Inhalte des Moduls umfassen den Aufbau von Basiswissen, sowie technischer, Verhaltens- und Kontextkompetenzen.

- Verständnis der Grundlagen, Begriffe und Standards des Projekt- und Prozessmanagements (z. B. IPMA, PMI, GPM, BPMN).
- Planung, Steuerung und Kontrolle von Projekten entlang typischer Projektphasen.
- Identifikation, Modellierung, Analyse und Optimierung von Geschäftsprozessen.
- Anwendung klassischer und agiler Projektmanagementmethoden (z. B. Scrum, Kanban).
- Einsatz digitaler Tools zur Projekt- und Prozesssteuerung (z. B. MS Project, Prozessmodellierungssoftware).
- Verknüpfung von Prozessmanagement mit strategischen Unternehmenszielen und Digitalisierungspotenzialen.

Im Rahmen der Lehrveranstaltung werden in Teams Aufgaben aus realen Projekten in Simulationen bearbeitet. Auf aktuelle Themen im modernen Projekt- und Prozessmanagement wird detailliert eingegangen.

Prüfungsart:

Studienarbeit mit Präsentation

Literatur:

Holger Timminger (2017): Modernes Projektmanagement. Wiley, Hoboken

Deutsche Gesellschaft für Projektmanagement (2019): Kompetenzbasiertes Projektmanagement (PM4). Handbuch für Praxis und Weiterbildung im Projektmanagement. 1. Auflage, Nürnberg.

Hermann J. Schmelzer, Wolfgang Sesselmann (2020): Geschäftsprozessmanagement in der Praxis. Hanser Fachbuchverlag Peter Posluschny (2016): Praxishandbuch Prozessmanagement. UVK)
Medienformen:
Vorlesungsskript - Power Point, Tafelaufschrieb, Flipchart Einsatz neuer Unterrichtskonzepte und Interaktionsformate möglich (Bsp.: Flipped Classroom, teils hybride oder digitale Lehre / e-Portfolios, Lego Serious Play, usw.)
Empfohlene Voraussetzungen:
Keine
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:
Laut SPO bzw. Studienplan
LN-Anforderungen/Anmerkungen:
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten, ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

2.1.10 Rechnungswesen & Bilanzierung			
Moduldauer	1 Semester		
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtfach	Sommersemester
Modulverantwortliche(r):	N. N.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		42 h
	Selbststudium:		83 h
	Gesamtaufwand:		125 h
Lehrform:	seminaristischer Unterricht mit Übungen		
Ziele:	Die Studierenden lernen Aufgaben, Organisation und Prozessabläufe im Rechnungswesen sowie in den für Unternehmen relevanten Steuerarten kennen. Sie kennen gesetzliche Vorschriften und Systematik der doppelten Buchführung. Die grundlegenden Geschäftsvorfälle können die Studierenden sachlich und rechnerisch korrekt erfassen. Sie erkennen die Unternehmensbesteuerung als eine Einflussgröße für unternehmerische Entscheidungen. Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden erhalten Einblick in die Grundlagen der doppelten Buchführung sowie in die Rechnungslegung nach HGB. Sie kennen die Systematik deutscher Unternehmensbesteuerung.		

Handlungskompetenz: Laufende Buchungen aus verschiedenen, typischen Geschäftsbereichen ihres Unternehmens können die Studierenden vornehmen und aus der laufenden Buchhaltung Bilanz sowie Gewinn- und Verlustrechnung ableiten und erstellen. Sozialkompetenz: Die Studierenden können komplexe Themen der Buchführung gegenüber Gesprächspartnern kompetent darlegen. Sie können (veröffentlichte) Jahresabschlüsse - auch für Dritte - interpretieren.
Inhalte:
<i>Buchführung und Bilanzierung:</i> • Grundlagen und Begrifflichkeiten • Technik der Buchhaltung (Buchungssätze, Bestandskonten, Erfolgskonten, Gewinn- und Verlustkonto usw.) • Organisation der Buchhaltung (Kontenrahmen/Kontenplan, konventionelle und EDV-gestützte Buchhaltung) • Verbuchung der wichtigsten Geschäftsvorfälle (getrennt nach den verschiedenen Unternehmensbereichen) • Erstellung von Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung (Jahresabschluss): Aufbau sowie Ableitung von Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung aus der Buchhaltung. • Buchungen im Rahmen der Jahresabschlusserstellung (Wesentliche Regelungen zur Bilanzierung und Bewertung nach HGB). • Bilanzanalyse • Überblickartige Einführung in die International Financial Reporting Standards (IFRS). <i>Unternehmensbesteuerung:</i> • Einführung in die betriebliche Steuerlehre • Unternehmerische Entscheidungen und ihre Auswirkungen auf betriebliche Steuern • Einkommensteuer in Unternehmen • Besteuerung von gewerblichen Einzelunternehmen • Besteuerung von Kapitalgesellschaften • Grundlagen der Umsatzbesteuerung
Prüfungsart:
schriftliche Prüfung, 90 Minuten
Literatur:
• Auer, B.: Grundkurs Buchführung, Wiesbaden • Bähr, G./Fischer-Winkelmann, W./List, S.: Buchführung und Jahresabschluss, Wiesbaden • Kußmaul, H.: Steuern – Einführung in die betriebswirtschaftliche Steuerlehre Jeweils aktuelle Auflage. Weitere Literatur wird zu Beginn bekanntgegeben.
Medienformen:
Vorlesungsskript - Power Point, Tafelaufschrieb, Flipchart Einsatz neuer Unterrichtskonzepte und Interaktionsformate möglich (Bsp.: Flipped Classroom, teils hybride oder digitale Lehre / e-Portfolios, Lego Serious Play, usw.)
Empfohlene Voraussetzungen:

keine
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:
Laut SPO bzw. Studienplan
LN-Anforderungen/Anmerkungen:
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

2.1.11 Kosten- & Leistungsrechnung

Moduldauer	1 Semester		
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtfach	Sommersemester
Modulverantwortliche(r):	N. N.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		42 h
	Selbststudium:		83 h
	Gesamtaufwand:		125 h
Lehrform:	seminaristischer Unterricht mit Übungen		
Ziele:			
Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden kennen die Aufgaben und Systematik (Kostenarten, Kostenstellen, Kostenträger) der Kosten-Leistungs-Rechnung. Sie besitzen einen Überblick über die verschiedenen Ansätze, wichtigsten Instrumente und Prinzipien und deren jeweilige Vor- und Nachteile. Sie wissen um die Einsatzmöglichkeiten der Kosten-Leistungs-Rechnung zur betriebswirtschaftlichen Kalkulation sowie Beurteilung. Handlungskompetenz: Die Studierenden können ihr erworbenes Wissen zur Lösung verschiedenster kostenrechnerischer Problemstellungen anwenden und die Methoden auf ihr spezifisches Einsatzgebiet im jeweiligen Unternehmen anpassen. Sie können auf dieser Grundlage neue Entwicklungen eigenständig verfolgen und in die eigene Arbeit integrieren. Sozialkompetenz: Die Studierenden können mit Mitarbeitern von Fachabteilungen detaillierte Sachverhalte diskutieren, aber auch fundierte Aussagen zu unternehmerischen kostenbasierten Zielen ableiten und laienverständlich wiedergeben.			
Inhalte:			
Funktion der Kosten- und Leistungsrechnung (KLR) im betrieblichen Rechnungswesen			

• Aufbau der KLR: Kostenartenrechnung, Kostenstellenrechnung, Kostenträgerrechnung • Teilkostenrechnung als unternehmerische Entscheidungshilfe • Kostenkontrolle in der Betriebsabrechnung: begriffliche Grundlagen, Ist-Kostenrechnung, Normalkostenrechnung, Plankostenrechnung • Deckungsbeitragsrechnungen • "Neuere" Verfahren der Kostenrechnung (Prozesskostenrechnung und Target Costing) • Rechnungswesen und Controlling (Kennzahlen und Kennzahlensysteme)
Prüfungsart:
schriftliche Prüfung, 90 Minuten
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben
Medienformen:
Vorlesungsskript; Power Point, Tafelaufschrieb, Flipchart, digitale Medien Einsatz neuer Unterrichtskonzepte und Interaktionsformate möglich (Bsp.: Flipped Classroom, teils hybride oder digitale Lehre / e-Portfolios, Lego Serious Play, usw.)
Empfohlene Voraussetzungen:
keine
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:
Laut SPO bzw. Studienplan
LN-Anforderungen/Anmerkungen:
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

2.1.12 Supply Chain Management			
Moduldauer	1 Semester		
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtfach	Sommersemester
Modulverantwortliche(r):	N. N.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		42 h
	Selbststudium:		83 h
	Gesamtaufwand:		125 h
Lehrform:	Seminaristischer Unterricht mit Übungen		
Ziele:			

Das Modul „Supply Chain Management“ vermittelt den Studierenden ein grundlegendes Verständnis für die Planung, Steuerung und Optimierung von Wertschöpfungs- und Lieferketten. Sie lernen die zentralen Prozesse der Materialbeschaffung, Produktion und Logistik kennen und verstehen deren Zusammenhänge.

Fach- und Methodenkompetenz:

Die Studierenden besitzen grundlegende Kenntnisse über die Strukturen und Prozesse von Lieferketten sowie deren Bedeutung für Unternehmen. Sie beherrschen Methoden zur Analyse und Optimierung von Beschaffungs-, Produktions- und Logistikprozessen.

Handlungskompetenz:

Die Studierenden unterstützen in den Bereichen Einkauf, Produktion, Logistik bei administrativen Prozessen und der Planung von betrieblichen Abläufen, lernen diese zu analysieren und Verbesserungspotenziale zu erkennen. Sie können auf dieser Grundlage praxisgerechte Maßnahmen zur Optimierung vorschlagen.

Sozialkompetenz:

Die Studierenden entwickeln die Fähigkeit, Ergebnisse verständlich zu präsentieren und mit unterschiedlichen Stakeholdern konstruktiv zusammenzuarbeiten. Durch Gruppenarbeit fördern sie kooperatives Problemlösen und interdisziplinäres Denken.

Inhalte:

- Grundlagen des Supply Chain Management
- Bedeutung und Ziele von Lieferketten
- Materialbeschaffung und Einkauf
- Lieferantenmanagement
- Produktionsprozesse und Fertigungssteuerung
- Logistik und Transportmanagement
- Lagerhaltung und Bestandsmanagement
- Planung und Steuerung von Warenflüssen
- Kennzahlen und Controlling im SCM
- Digitalisierung und IT-Systeme in der Lieferkette
- Nachhaltigkeit und ökologische Aspekte im SCM
- Risikomanagement in der Supply Chain
- Schnittstellen zu Marketing und Vertrieb
- Praxisbeispiele und Fallstudien aus Unternehmen
- Methoden zur Prozessanalyse und -optimierung

Prüfungsart:

schriftliche Prüfung, 90 Minuten / alternativ Projektarbeit, auch als e-Portfolio möglich

Literatur:

Wird zu Beginn bekanntgegeben

Medienformen:

Vorlesungsskript - Power Point, Tafelaufschrieb, Flipchart

Einsatz neuer Unterrichtskonzepte und Interaktionsformate möglich (Bsp.: Flipped Classroom, teils hybride oder digitale Lehre / e-Portfolios, Lego Serious Play, usw.)

Empfohlene Voraussetzungen:

keine
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:
Laut SPO bzw. Studienplan
LN-Anforderungen/Anmerkungen:
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten, ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

2.1.13 Personal Skills I

Moduldauer	1 Semester		
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtfach	Wintersemester
Modulverantwortliche(r):	N. N.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	2,5 ECTS / 2 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	21 h	
	Selbststudium:	42 h	
	Gesamtaufwand:	63 h	
Lehrform:	Seminaristischer Unterricht mit Übungen		
Ziele:			
Das Modul befähigt die Studierenden, in unterschiedlichen Kontexten klar, wertschätzend und zielorientiert zu kommunizieren. Sie lernen, Konflikte frühzeitig zu erkennen, zu deeskalieren und gemeinsam tragfähige Lösungen zu entwickeln. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf wirkungsvoller Moderation und gemeinsamer Entscheidungsfindung in Teams – auch in hybriden Settings. Das Modul stärkt somit die Fähigkeit, Zusammenarbeit strukturiert, inklusiv und effizient zu gestalten. Fach- und Methodenkompetenzen: Die Studierenden erlernen Kommunikationsmodelle, Konflikt- und Moderationsmethoden, Teamdiagnostik und strukturierte Entscheidungsformate. Sie kennen Tools wie Interessenmatrix, Feedbackleitfaden, Agenda-Design, Moderations- und Visualisierungstechniken und wissen diese einzusetzen. Handlungskompetenzen: Die Studierenden können Gespräche zielorientiert führen, Konflikte konstruktiv bearbeiten, Meetings moderieren und Teamentscheidungen herbeiführen – auch in hybriden Umgebungen. Ergebnisse und Vereinbarungen können sie nachvollziehbar sichern. Sozialkompetenzen: Die Studierenden üben sich in Empathie, aktivem Zuhören, wertschätzender Kommunikation. Sie trainieren kooperative Haltung, Vertrauensaufbau, Perspektivübernahme und konstruktiven Umgang mit Differenzen.			

Inhalte:			
• Gesprächsführung & Klartext: präzise Botschaften, aktives Zuhören, Fragetechniken • Feedbackkultur & Feedforward: wirksam geben, professionell annehmen • Konfliktodynamiken verstehen: Interessen klären, Deeskalations-Strategien • Mediation „light“: allparteilich moderieren, Win-Win-Optionen entwickeln • Moderation von Meetings & Workshops: Ziel, Ablauf, Visualisierung, Timeboxing • Teamrollen & Gruppendynamik (z. B. Tuckman/Belbin) praktisch anwenden • Psychologische Sicherheit & Vertrauen im Team aufbauen • Entscheidungsformate im Team: Konsent, Delegation, Mehrheits- & Kriterienentscheid • Schwierige Gespräche führen, Mitarbeitergespräche führen (Leistung, Kritik, Erwartungen, Eskalation) • Stakeholder-Kommunikation: Erwartungsmanagement über Bereiche hinweg • Hybride & virtuelle Zusammenarbeit: Regeln, Rituale, Moderation auf Distanz • Praxisfälle & Rollenspiele: Transfer auf realistische Arbeitssituationen			
Prüfungsart:			
Mündliche Prüfung, Präsentation (10-15 Minuten) /o. Projektarbeit als e-Portfolio			
Literatur:			
Rosenberg, M. B. (2016). <i>Gewaltfreie Kommunikation: Eine Sprache des Lebens</i>. München: Junfermann. Schulz von Thun, F. (1981). <i>Miteinander reden 1: Störungen und Klärungen. Psychologie der zwischenmenschlichen Kommunikation</i>. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt. Weitere Literatur wird zu Beginn bekannt gegeben.			
Medienformen:			
Vorlesungsskript - Power Point, Tafelaufschrieb, Flipchart und zahlreiche Übungen Einsatz neuer Unterrichtskonzepte und Interaktionsformate möglich (Bsp.: Flipped Classroom, teils hybride oder digitale Lehre / e-Portfolios, Lego Serious Play, usw.)			
Empfohlene Voraussetzungen:			
keine			
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:			
Laut SPO bzw. Studienplan			
LN-Anforderungen/Anmerkungen:			
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten, ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.			

2.1.14 Business English III			
Moduldauer	1 Semester		
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtfach	Wintersemester

Modulverantwortliche(r):	N. N. / S. McIntosh		
Sprache:	Englisch		
Leistungspunkte / SWS:	2,5 ECTS / 2 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		21 h
	Selbststudium:		42 h
	Gesamtaufwand:		63 h
Lehrform:	Seminaristischer Unterricht mit Übungen		
Ziele:			
Business English: Communication, presentation, and negotiation skills (im unternehmerischen Kontext)			
Fach- und Methodenkompetenz:			
Fähigkeit zur fließenden Konversation in der englischen Sprache mit Einsatz von Fachvokabular für Verhandlungssituationen, zur Darlegung von geschäftlichen Kennzahlen und Strategien, Erwerb von Präsentationsskills unter internationalen und interkulturellen Aspekten.			
Handlungskompetenz:			
Fähigkeit, gesprochenes Englisch in konkreten geschäftlichen Kontexten angemessen zu verwenden, sowohl im Dialog, in Meetings als auch als Vortragender in Präsentationen. Aufbau und Rückgriff dabei auf ein spezifisches Fachvokabular für die individuelle Branche und Praxispartnersituation.			
Soziale Kompetenz:			
Verständnis von interkulturellen Faktoren und Verhaltenskodizes; Einüben und Erwerb von selbstbewusstem Auftreten und Selbstwirksamkeit durch konkrete Rollenspiele.			
Inhalte:			
Business English - Communication, presentation, and negotiation skills:			
In diesem Modul verbessern und üben die Teilnehmer Kenntnisse, Genauigkeit und Wortschatz vorwiegend im gesprochenen Englisch anhand businessüblicher Verhandlungssituationen und Präsentationen.			
- Einübung und Training im Hinblick auf die Ausdrucksweise hinsichtlich: wie man eine Meinung mühelos, adäquat, sachbezogen und klar äußert. (language of meetings) - Ausbau der Kommunikationsfertigkeit in der englischen Sprache insbesondere im Hinblick auf Struktur und Vortrag einer Präsentation - Erklärung und Einordnung von geschäftsbezogenen Graphiken, Diagrammen, Tabellen und Übersichten (z.B. Business- oder Projektpläne, Roadmaps, Budgetübersichten, Kennzahlenberichte...) - Fähigkeit, in englischer Sprache schwierige und komplexe Sachverhalte (insbesondere im Kontext der jeweiligen Praxispartnerbranchen und -situationen) zu verstehen, zu diskutieren, eigene Standpunkte zu entwickeln und zu verteidigen - Fähigkeit und Einübung von Verhandlungssituationen (Gehaltsverhandlungen, Preisverhandlungen usw.)			
Prüfungsart:			
Mündliche Prüfung 10 – 15 Min. (alternativ: schriftliche Prüfung 45 Min./kleine Projektarbeit)			
Literatur:			
Literatur wird zu Beginn bekanntgegeben.			
(Bei Nutzung des Sprachlabors werden Videos und Hörmaterialien eingesetzt.)			

Medienformen:
Vorlesungsskript; Power Point, Tafelaufschrieb, Flipchart Einsatz neuer Unterrichtskonzepte und Interaktionsformate möglich (Bsp.: Flipped Classroom, teils hybride oder digitale Lehre / e-Portfolios, Lego Serious Play, usw.)
Empfohlene Voraussetzungen:
Englischkenntnisse gemäß dem Europäischen Referenzrahmen Niveau B2/C1
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:
Laut SPO bzw. Studienplan
LN-Anforderungen/Anmerkungen:
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten, ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

2.1.15 Controlling & Unternehmenssteuerung

Moduldauer	1 Semester		
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtfach	Wintersemester
Modulverantwortliche(r):	N. N.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		42 h
	Selbststudium:		83 h
	Gesamtaufwand:		125 h
Lehrform:	Seminaristischer Unterricht mit Übungen		
Ziele:			
Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden erlernen und beherrschen die wichtigsten Theorien, Prinzipien und Methoden des Controllings und der Unternehmenssteuerung. Sie können anhand Fallstudien und praxisbezogenen Aufgabenstellungen Steuerungsprozesse kritisch beurteilen und Lösungen entwickeln. Erste praxisnahe SAP-Erfahrungen und Kenntnisse der relevanten Controlling-Bereiche bereiten auf die unternehmerische Praxis vor. Handlungskompetenz: Aufgaben- und ergebnisorientiertes learning by doing bzw. learning through interaction in Partner- oder Gruppenarbeit bereitet die Studierenden darauf vor, Unternehmensprozesse praxisgerecht zu planen und auf Zielerreichung zu überprüfen. Sie können eigenständig im SAP-System agieren und sind für eine begrenzte Anzahl von Kostenstellen unter Controlling-Aspekten zuständig. Sozialkompetenz:			

Anhand der praktischen Umsetzung lernen die Studierenden sowohl eigenständiges als auch gruppendynamisches Arbeiten vertieft kennen; Abstimmung in der Gruppe, Teambuilding, Präsentation innerhalb und für die Gruppe wird eingeübt.			
Inhalte:			
Unternehmensführung: • Einordnung von Zielen, Aufgaben, Umfeldeinflüssen • Entwicklung von Strategien und Strategiealternativen • Führungskonzepte und Parameter der Organisationsgestaltung Controlling: • Grundlagen, Begriffe, Zuordnung zu Zielen des Unternehmens (Erfolg, Erfolgspotenzial, Liquidität) • Erfolgssteuerung und Erfolgsmanagement • Analysen (Break-even-Analyse, Ergebnisabweichungsanalyse) • Performance-Messung (Prinzipien, Beurteilungskriterien von Steuerungskennzahlen) • Leistungsindikatoren und Kennzahlen (Key Performance Indicators – KPIs) • Anhand Fallstudien: Analyse und kritische Untersuchung von Performance-Kennzahlen im praktischen betrieblichen Einsatz (bspw. anhand Untersuchungen von ausgewählten Geschäfts- und Lageberichten) • Operatives Projektcontrolling: erste eigene Erfahrungen			
Prüfungsart:			
schriftliche Prüfung, 90 Minuten (schrP 60-120 / PA)			
Literatur:			
Wird zu Beginn bekannt gegeben			
Medienformen:			
Vorlesungsskript - Power Point, Tafelaufschrieb, Flipchart Einsatz neuer Unterrichtskonzepte und Interaktionsformate möglich (Bsp.: Flipped Classroom, teils hybride oder digitale Lehre / e-Portfolios, Lego Serious Play, usw.)			
Empfohlene Voraussetzungen:			
keine			
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:			
Laut SPO bzw. Studienplan			
LN-Anforderungen/Anmerkungen:			
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten, ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.			

2.1.16 Investition und Finanzierung

Moduldauer	1 Semester		
	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester

Verwendbarkeit des Moduls:	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtfach	Wintersemester
Modulverantwortliche(r):	N. N.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	42 h	
	Selbststudium:	83 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Lehrform:	Seminaristischer Unterricht mit Übungen		
Ziele:			
Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden kennen die Grundlagen betrieblicher Finanzwirtschaft sowie der Arten, Besonderheiten und des Stellenwerts finanzwirtschaftlicher Entscheidungen. Sie sind mit Problemstellungen bei Investitionen vertraut und kennen ausgewählte Methoden der Investitionsrechnung. Sie bekommen einen Überblick über die Interdependenzen von Finanzierungs- und Investitionsentscheidungen. Handlungskompetenz: Studierende können auf unterschiedliche wirtschaftliche Fragestellungen die erlernten Verfahren der Investitionsrechnung und die unterschiedlichen Finanzierungsmöglichkeiten anwenden. Sie können flexibel auf sich verändernde oder unbekannte Datenlagen reagieren und passende Lösungen entwickeln. Sozialkompetenz: Die Studierenden schulen ihre Urteilsfähigkeit und können ihre Überlegungen (evtl. mit eigenen Lösungen) in finanzwirtschaftlichen Belangen Kollegen oder Vorgesetzten im Betrieb, beteiligten Stakeholdern (Kunden, Lieferanten) oder Fachexperten nachvollziehbar erläutern.			
Inhalte:			
Überblick über finanzwirtschaftliche Grundbegriffe, Ziele und Instrumente • Liquidität, Kapitalbedarf, finanzielles Gleichgewicht, Organisation der betrieblichen Finanzwirtschaft, Zahlungsverkehr, Instrumente der finanzwirtschaftlichen Führung (Finanzkennzahlen, -plan, -kontrollen) • Kenntnis der Kapitalformen und Kapitalquellen • Finanzierungsarten, finanzwirtschaftlich relevante Märkte, Finanzierungsersatz, Kreditsicherung • Überblick über Möglichkeiten und Grenzen des Finanzmanagements unter Berücksichtigung verschiedener Zeithorizonte • Praxis der Finanzplanung, Cash-Management, Cash-Flow-Management, Bilanzanalyse, Finanzanalyse, Finanzierungsregeln, neuere Entwicklungen im Finanzbereich, betriebliche Finanzpolitik • Kenntnis der Grundlagen der Investitionswirtschaft sowie der wichtigsten Verfahren der Investitionsrechnung (Wirtschaftlichkeitsrechnung) • Investitionsarten, Ungewissheitsprobleme, Investitionsplan, statische und dynamische Verfahren der Investitionsrechnung).			
Prüfungsart:			
schriftliche Prüfung, 90 Minuten (schrP 60-120 / mdIP 15-20)			
Literatur:			

- PERRIDON, Louis, Manfred STEINER und Andreas W. RATHGEBER, 2017. Finanzwirtschaft der Unternehmung. 17. Auflage. München: Verlag Franz Vahlen. ISBN 978-3-8006-5267-9, 3-8006-5267-6 - ZANTOW, Roger, 2007. Finanzwirtschaft der Unternehmung: die Grundlagen des modernen Finanzmanagements. 2. Auflage. München [u.a.]: Pearson Studium. ISBN 978-3-8273-7278-9, 3-8273-7278-X
Medienformen:
Vorlesungsskript - Power Point, Tafelaufschrieb, Flipchart Einsatz neuer Unterrichtskonzepte und Interaktionsformate möglich (Bsp.: Flipped Classroom, teils hybride oder digitale Lehre / e-Portfolios, Lego Serious Play, usw.)
Empfohlene Voraussetzungen:
keine
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:
Laut SPO bzw. Studienplan
LN-Anforderungen/Anmerkungen:
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten, ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

2.1.17 Vertrieb & Kundenbeziehungsmanagement			
Moduldauer	1 Semester		
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtfach	Wintersemester
Modulverantwortliche(r):	N. N.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	42 h	
	Selbststudium:	83 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Lehrform:	Seminaristischer Unterricht mit Übungen		
Ziele:			
Die Lehrveranstaltung vermittelt ein fundiertes Verständnis für die strategische und operative Gestaltung von Vertriebsprozessen sowie den Aufbau und die Pflege langfristiger Kundenbeziehungen. Die Studierenden lernen, kundenorientierte Strategien zu entwickeln, moderne CRM-Systeme effektiv einzusetzen und den Vertrieb als Wertschöpfungstreiber zu verstehen. Sie erkennen, wie datenbasierte Entscheidungen und digitale Tools den Vertrieb transformieren und wie sie selbst als Vertriebs- und Kundenmanager erfolgreich agieren können.			
Fach- und Methodenkompetenz:			

Die Teilnehmer erwerben vertiefte Kenntnisse über Vertriebsstrategien, Kundenbeziehungsmanagement und den Einsatz digitaler Systeme. Sie lernen Methoden zur Analyse von Kundenbedürfnissen, zur Segmentierung und zur Entwicklung von Vertriebsmaßnahmen kennen. Handlungskompetenz: Die Teilnehmer sind in der Lage, insbesondere für ihr Arbeitsumfeld praxisorientierte Vertriebs- und CRM-Konzepte zu entwickeln und umzusetzen. Sie können eigenständig Maßnahmen zur Kundenbindung planen und datenbasierte Entscheidungen treffen. Sozialkompetenz: Die Veranstaltung fördert - über aktive Parts wie Rollenspiele, Interviews - die Kommunikationsfähigkeiten und bereitet auf empirisches Arbeiten und die Zusammenarbeit in (interdisziplinären) Teams vor. Die Studierenden lernen, Kundenbeziehungen empathisch und professionell zu gestalten.
Inhalte:
• Grundlagen Vertriebsmanagement und Kundenorientierung • Vertriebsstrategien und Marktsegmentierung • Customer Journey, Touchpoint-Management, UX • Key Account Management und strategische Kundenbetreuung • Lead-Management und Neukundengewinnung • Kundenbindung und Loyalitätsprogramme • Beschwerdemanagement und Servicequalität • CRM-Systeme und digitale Tools im Vertrieb • Datenanalyse und Kennzahlen im Vertriebscontrolling • Zu beachtende rechtliche Aspekte im Vertrieb (Datenschutz, Vertragsrecht) • Exkurs mit Überblick zu angrenzenden Themen wie Preisgestaltung und Qualitätsmanagement, Verhandlungstechniken, Trends im Vertrieb (Digitalisierung, KI, Automatisierung)
Prüfungsart:
Mündliche Prüfung, Präsentation 15 – 20 Minuten / o. Projektarbeit; e-Portfolio
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben
Medienformen:
Vorlesungsskript - Power Point, Tafelaufschrieb, Flipchart Einsatz neuer Unterrichtskonzepte und Interaktionsformate möglich (Bsp.: Flipped Classroom, teils hybride oder digitale Lehre / e-Portfolios, Lego Serious Play, usw.)
Empfohlene Voraussetzungen:
keine
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:
Laut SPO bzw. Studienplan
LN-Anforderungen/Anmerkungen:
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten, ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

2.1.18 Marketing & Markenführung

Moduldauer	1 Semester		
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtfach	Wintersemester
Modulverantwortliche(r):	N. N.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	42 h	
	Selbststudium:	83 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Lehrform:	Seminaristischer Unterricht mit Übungen		
Ziele:			
Das Modul vermittelt den Studierenden ein Verständnis für die Bedeutung des Marketings als zentrale Unternehmensfunktion. Sie lernen, wie Märkte analysiert, Zielgruppen definiert und Marketingstrategien entwickelt werden. Ziel ist es, die Fähigkeit zu fördern, Marketingentscheidungen sowohl analytisch als auch kreativ zu treffen und deren Auswirkungen kritisch zu reflektieren. Mit einem Exkurs zum „Brand Management“ erfahren die Studierenden mehr zum gezielten Aufbau eines Markenimages unter Nutzung der erlernten Marketinggrundlagen. Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden verstehen die Grundideen, Aufgaben und Methoden des Marketings sowie die Einbettung von Marketingprozessen in wirtschaftliche und gesellschaftliche Zusammenhänge. Darüber hinaus beherrschen sie die Anwendung zentraler Analyseinstrumente zur Bewertung von Markt- und Umfeldveränderungen und können Aufbau und Phasen im Marketing-Management-Prozess nachvollziehen und anwenden. Ihnen sind Planungsschritte, verschiedene Strategien und das Zusammenspiel der Marketinginstrumente bekannt. Zudem können sie vorgegebene Problemstellungen analysieren, strukturieren und fundierte Lösungen entwickeln. Marktforschung und Analysen können sie zu Positionierung und Markenentwicklung nutzen. Handlungskompetenz: Die Studierenden kennen die Instrumente des Marketing-Mix und sind in der Lage, praxisrelevante Maßnahmen zu planen, umzusetzen und deren Wirksamkeit zu bewerten. Über reale oder realitätsnahe Aufgabenstellungen erwerben sie erste praktische Erfahrungen. Sozialkompetenz: Den Studierenden ist bewusst, dass Menschen durch Marketing-Aktivitäten beeinflusst werden. Sie setzen sich mit den teils konträren Interessen von Unternehmen, Kundschaft und Gesellschaft und damit den ethischen, sozialen und ökonomischen Spannungen kritisch auseinander.			
Inhalte:			

Kenntnisse der Grundlagen des Marketings: • Orientierungsansätze zur Führung eines Unternehmens • Marketing-Begriff und Merkmale • Aufgaben des Marketing-Managements, Marketing-Instrumente, Marketing-Mix • Marketing-Ziele, -Strategie, -Organisation, -Planung, -Kontrolle
Aktivitäten der Marktforschung • Begriff und Inhalte der Marktforschung • Formulierung eines Marktforschungsproblems • Wahl des Forschungsdesigns, Informationsquellen, Erhebungsmethoden, Auswertungstechniken, Informationsaufbereitung
Marketing-Konzeptionen • Unterschiedliche Herangehensweisen - Beispiel Konsumgüter, Industriegüter, Dienstleistung • Wirtschaftszweigbezogene Besonderheiten, Strategische und operative Entscheidungen, Internationales Marketing
Exkurs Markenführung • Aufbau einer Marke (Zielgruppe, Qualität, Produktgestaltung, Unverwechselbarkeit, Markenpräferenz) • Markenpositionierung • Mehrmarkenstrategien - Markenarchitektur
Prüfungsart:
Projektarbeit / Portfolioprüfung
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben
Medienformen:
Vorlesungsskript - Power Point, Tafelaufschrieb, Flipchart Einsatz neuer Unterrichtskonzepte und Interaktionsformate möglich (Bsp.: Flipped Classroom, teils hybride oder digitale Lehre / e-Portfolios, Lego Serious Play, usw.)
Empfohlene Voraussetzungen:
keine
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:
Laut SPO bzw. Studienplan
LN-Anforderungen/Anmerkungen:
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten, ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

2.1.19 Personal Skills II

Moduldauer	1 Semester		
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtfach	Sommersemester
Modulverantwortliche(r):	N. N.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	2,5 ECTS / 2 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		21 h
	Selbststudium:		42 h
	Gesamtaufwand:		63 h
Lehrform:	Seminaristischer Unterricht mit Übungen		
Ziele:			
Dieses aufbauende Modul richtet den Fokus auf Selbstkenntnis, Selbstwirksamkeit und persönliche Leistungsfähigkeit unter Unsicherheit. Die Studierenden identifizieren Stärken, Entwicklungsfelder, Werte und Motive und übersetzen diese in einen realistischen Entwicklungsplan. Sie erlernen Strategien für Resilienz und Stressprävention, treffen bessere Entscheidungen unter Zeit- und Informationsdruck und positionieren sich professionell nach innen und außen. Zudem stärken sie ihren Einfluss ohne formale Macht – in Projekten und Netzwerken. Fach- und Methodenkompetenzen: Die Studierenden kennen und erproben sowohl für die eigene Klarheit als auch für das bessere Verständnis Anderer diverse Diagnose- und Reflexionsmethoden (Selbstassessment, Werte-/Motivanalyse), Resilienz- und Stressbewältigungstechniken, Entscheidungs- und Problemlösungsrahmen sowie Methoden der strategischen Positionierung und Netzwerkpflege. Handlungskompetenzen: Die Studierenden werden befähigt, eigene Ressourcen gezielt zu steuern, unter Unsicherheit belastbare Entscheidungen zu treffen und wirksam Einfluss zu nehmen. Sie etablieren nachhaltige Routinen, erlernen einen gesunden Umgang mit stressigen Situationen und entwickeln persönliche Weiterentwicklungspläne. Sozialkompetenzen: Die Studierenden reflektieren ihre persönlichen Stärken und Schwächen, ihre Stresskompetenz und Coping-Strategien sowie ihre Wirkung auf Andere und festigen ein selbstbewusstes und authentisches Auftreten in beruflichen Kontexten.			
Inhalte:			
• Selbstassessment: Stärken/Schwächen, Werte & Motive (evtl. „Typenworkshop“) • Stressmanagement: Stressverständnis & -bewertung; Warnsignale, Prävention, akute Coping-Strategien • Selbstwirksamkeit & Mindset: Ziele, Mikroschritte, Fortschritt messen • Resilienz vertieft: Schutzfaktoren, Emotionsregulation, Recovery-Routinen • Energie- & Aufmerksamkeitsmanagement: Fokus, Gewohnheiten, Grenzen setzen • Führen & Einflussnehmen ohne formale Macht: Stakeholder-Mapping, Advocacy • Entscheiden unter Unsicherheit: Heuristiken erkennen, Pre-Mortem, OODA/FAST-Loops • Problemlösen & Priorisieren: Kriterienbasiert entscheiden, Trade-offs managen			

• Strategische Selbstvermarktung & Networking: Positionierung, Elevator Pitch, LinkedIn nutzbar machen • Lernstrategien & Metakognition: schneller, tiefer, nachhaltiger lernen • Coaching-Möglichkeiten und Entwicklungsplan: Ziele, Meilensteine (Konzept - Peer-Accountability) • Abschluss: Reflexion der Veranstaltung und Lerneffekte; konkrete Maßnahmen für die eigene Weiterentwicklung in Form eines persönlichen Entwicklungsplans
Prüfungsart:
Mündliche Prüfung, Präsentation (10-15 Minuten) /o. Projektarbeit als e-Portfolio
Literatur:
Kaluza G. (2023). Stressbewältigung. Berlin: Springer. Weitere Literatur wird zu Beginn bekannt gegeben.
Medienformen:
Vorlesungsskript - Power Point, Tafelaufschrieb, Flipchart und zahlreiche Übungen Einsatz neuer Unterrichtskonzepte und Interaktionsformate möglich (Bsp.: Flipped Classroom, teils hybride oder digitale Lehre / e-Portfolios, Lego Serious Play, usw.)
Empfohlene Voraussetzungen:
keine
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:
Laut SPO bzw. Studienplan
LN-Anforderungen/Anmerkungen:
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten, ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

2.1.20 Business English IV			
Moduldauer	1 Semester		
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtfach	Sommersemester
Modulverantwortliche(r):	N. N. / S. McIntosh		
Sprache:	Englisch		
Leistungspunkte / SWS:	2,5 ECTS / 2 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		21 h
	Selbststudium:		42 h
	Gesamtaufwand:		63 h
Lehrform:	Seminaristischer Unterricht mit Übungen		
Ziele:			

Business English: Internationale Projektarbeit – mit Erprobung der erlernten Kompetenzen. Dies findet vorzugsweise im Rahmen von Collaborative Online International Learning (COIL), basierend auf virtueller Kollaboration in interkulturellen Teams, statt; die Zusammenarbeit erfolgt hier remote über digitale Plattformen. Zu Beginn der Veranstaltung wird auf kulturelle Unterschiede und Besonderheiten sowie Problematiken des Remote Work eingegangen. Fach- und Methodenkompetenz: - Die Studierenden lernen die Besonderheiten der Zusammenarbeit mit anderen Kulturen an einem konkreten Beispiel kennen, erlernen Methoden der digitalen Zusammenarbeit, und verbessern durch die praktische Übung und Umsetzung ihre Englischkenntnisse. Handlungskompetenz: - Die Studierenden lernen, ihr Englisch im Projektalltag adäquat einzusetzen. Projekte können mit anderen Modulen und deren Lehrinhalten verknüpft werden. Soziale Kompetenz: - Die Studierenden entwickeln ein Verständnis für interkulturelle Faktoren und Verhaltensweisen. Globale Kompetenzen und digitale Teamarbeit werden gefördert.
Inhalte:
Business English - COIL: In diesem Modul verbessern und üben die Teilnehmer ihre Kenntnisse und ihren Wortschatz anhand internationaler Projektarbeit. - Einführung in die Kultur der kooperierenden internationalen Studierenden; mit Fokus auf mögliche Konflikte, Kommunikations- und Verständigungsprobleme - Einführung in die Projekt- und Zusammenarbeit; Aufgabenstellung, Klärung von Rollen, Betreuung - Ausbau der Kommunikationsfertigkeit der Studierenden in der englischen Sprache - Eigenständige Erarbeitung von Projektergebnissen in Kleingruppen im studentischen Team – inklusive Projektmanagement, Aufgabenverteilung, kontinuierliche Abstimmung, gemeinsame Aufarbeitung
Prüfungsart:
Projektarbeit / mündliche Prüfung 10-15 Min.
Literatur:
Literatur wird zu Beginn bekanntgegeben.
Medienformen:
Vorlesungsskript (Power Point, Tafelaufschrieb, Flipchart); Online-Kollaboration Einsatz neuer Unterrichtskonzepte und Interaktionsformate möglich (Bsp.: Flipped Classroom, teils hybride oder digitale Lehre / e-Portfolios, Lego Serious Play, usw.)
Empfohlene Voraussetzungen:
Englischkenntnisse gemäß dem Europäischen Referenzrahmen Niveau B2/C1
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:
Laut SPO bzw. Studienplan
LN-Anforderungen/Anmerkungen:

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten, ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

2.1.21 Business Analytics & Data Literacy

Moduldauer	1 Semester		
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtfach	Sommersemester
Modulverantwortliche(r):	N. N.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		42 h
	Selbststudium:		83 h
	Gesamtaufwand:		125 h
Lehrform:	Seminaristischer Unterricht mit Übungen		
Ziele:			
Die Lehrveranstaltung vermittelt den Teilnehmern die Grundlagen der datengetriebenen Entscheidungsfindung und befähigt sie, analytische Methoden und Werkzeuge im Unternehmenskontext anzuwenden. Ziel ist es, ein Verständnis für die Bedeutung von Daten, deren Analyse und Interpretation zu entwickeln sowie die Fähigkeit, aus Daten strategische und operative Handlungsempfehlungen abzuleiten. Die Studierenden lernen, wie sie Daten kritisch bewerten, visualisieren und in verständlicher Form kommunizieren. Sie können die Vertrauenswürdigkeit von Daten einschätzen und Risiken durch KI-Manipulation erkennen Fach- und Methodenkompetenz: Die Teilnehmer erwerben Kenntnisse über Datenanalyse, Visualisierung und Interpretation sowie den Einsatz gängiger Tools. Sie lernen statistische Grundprinzipien und Methoden zur Entscheidungsunterstützung kennen. Handlungskompetenz: Die Teilnehmer sind in der Lage, Daten eigenständig zu analysieren, relevante Kennzahlen abzuleiten und Ergebnisse verständlich zu präsentieren. Sie können datenbasierte Handlungsempfehlungen für Geschäftsprozesse entwickeln. Sozialkompetenz: Die Veranstaltung fördert die Fähigkeit zur Zusammenarbeit in datengetriebenen Projekten, zur klaren Kommunikation komplexer Sachverhalte und zur kritischen Diskussion von Datenqualität und Analyseergebnissen im Team.			

Inhalte:			
• Einführung in Business Analytics und Data Literacy • Datenquellen und Datenqualität • Statistik für Business Analytics • Datenaufbereitung und -bereinigung • Explorative Datenanalyse • Visualisierungstechniken und Storytelling mit Daten • Kennzahlen und KPIs für Geschäftsentscheidungen • Interpretation und Kommunikation von Analyseergebnissen • Einführung in Predictive Analytics und Machine Learning (Grundlagen) • Tools und Software für Business Analytics (z. B. Excel, Power BI, Tableau) • Datenethik und Datenschutz • Datenqualität, kritische Datenbewertung, Datenprüfung, Risiken • Praxisbeispiele: z.B. Übung „Fake oder Fakt?“; Fallbeispiele; Datengetriebene Entscheidungen im Unternehmen; eigene Untersuchungen			
Prüfungsart:			
schriftliche Prüfung, 90 Minuten / alternativ Projektarbeit; e-Portfolio			
Literatur:			
Wird zu Beginn bekannt gegeben			
Medienformen:			
Vorlesungsskript - Power Point, Tafelaufschrieb, Flipchart Einsatz neuer Unterrichtskonzepte und Interaktionsformate möglich (Bsp.: Flipped Classroom, teils hybride oder digitale Lehre / e-Portfolios, Lego Serious Play, usw.)			
Empfohlene Voraussetzungen:			
keine			
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:			
Laut SPO bzw. Studienplan			
LN-Anforderungen/Anmerkungen:			
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten, ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.			

2.1.22 Personalmanagement & Leadership			
Moduldauer	1 Semester		
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtfach	Sommersemester
Modulverantwortliche(r):	N. N.		

Sprache:	Deutsch
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden: 42 h Selbststudium: 83 h Gesamtaufwand: 125 h
Lehrform:	Seminaristischer Unterricht mit Übungen
Ziele:	
Die Lehrveranstaltung vermittelt den Teilnehmern ein fundiertes Verständnis für die strategische und operative Gestaltung des Personalmanagements sowie die Prinzipien wirksamer Führung. Die Studierenden lernen, wie sie Mitarbeiter gewinnen, entwickeln und binden und wie Leadership in unterschiedlichen organisationalen Kontexten wirkt. Ziel ist es, die Teilnehmer zu befähigen, Führungsaufgaben verantwortungsvoll wahrzunehmen und moderne Ansätze des People Managements anzuwenden. Fach- und Methodenkompetenz: Die Teilnehmer erwerben Kenntnisse über HR-Prozesse, Führungsmodelle und moderne Personalstrategien. Sie lernen Methoden zur Mitarbeiterentwicklung, Leistungsbewertung und Führung in komplexen Situationen kennen. Handlungskompetenz: Die Teilnehmer können Personalmaßnahmen planen, Führungstechniken anwenden und Mitarbeiter motivieren. Sie sind in der Lage, Change-Prozesse zu begleiten und strategische HR-Entscheidungen vorzubereiten. Sozialkompetenz: Die Veranstaltung fördert Kommunikationsfähigkeit, Empathie und Konfliktlösungskompetenz sowie die Fähigkeit, Teams zu führen und Vertrauen aufzubauen.	
Inhalte:	
• Grundlagen des Personalmanagements und HR-Rolle im Unternehmen • Personalplanung und strategisches Workforce-Management • Recruiting und Employer Branding • Mitarbeiterentwicklung und Talentmanagement • Leistungsbeurteilung und Feedbacksysteme • Vergütung, Benefits und Anreizsysteme • Arbeitsrechtliche Grundlagen für Führungskräfte • Leadership-Konzepte und Führungsstile • Motivation und Mitarbeiterbindung • Diversity und inklusives Leadership • Zukunftstrends: Agiles HR, digitale Tools und KI im Personalmanagement	
Prüfungsart:	
Projektarbeit bzw. (e)Portfolio / alternativ: mündliche Prüfung, 15 – 20 Min; schriftliche Prüfung, 90 Minuten	
Literatur:	
Bröckermann, Reiner (aktuellste Auflage): Personalwirtschaft: Lehr- und Übungsbuch für das Human Resource Management, Stuttgart: Schaeffer-Poeschel Verlag	

Stock-Homburg, Ruth, Groß, Matthias (aktuellste Auflage): Personalmanagement: Theorien-Konzepte-Instrumente. Wiesbaden: Springer Gabler Von Rosenstiel, Lutz, Regnet, Erika und Domsch, Michel E. (Hrsg.) (aktuellste Auflage). Führung von Mitarbeitern. Handbuch für ein erfolgreiches Personalmanagement. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. Weitere Literatur wird zu Beginn bekannt gegeben
Medienformen:
Vorlesungsskript - Power Point, Tafelaufschrieb, Flipchart Einsatz neuer Unterrichtskonzepte und Interaktionsformate möglich (Bsp.: Flipped Classroom, teils hybride oder digitale Lehre / e-Portfolios, Lego Serious Play, usw.)
Empfohlene Voraussetzungen:
keine
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:
Laut SPO bzw. Studienplan
LN-Anforderungen/Anmerkungen:
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten, ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

2.1.23 Digitalisierung, KI & Automatisierung			
Moduldauer	1 Semester		
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtfach	Sommersemester
Modulverantwortliche(r):	N. N.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	42 h	
	Selbststudium:	83 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Lehrform:	Seminaristischer Unterricht mit Übungen		
Ziele:			
Die Lehrveranstaltung vermittelt den Teilnehmern ein grundlegendes Verständnis der digitalen Transformation und ihrer Auswirkungen auf Geschäftsmodelle, Prozesse und Arbeitswelten. Sie lernen die zentralen Konzepte von Künstlicher Intelligenz (KI) und Automatisierung kennen und verstehen deren Chancen, Risiken und Anwendungsfelder. Ziel ist es, die Studierenden zu befähigen, digitale Technologien kritisch zu bewerten und deren Potenzial für die eigene Organisation oder berufliche Praxis zu nutzen.			
Fach- und Methodenkompetenz:			

Die Teilnehmer erwerben Wissen über digitale Technologien, KI-Methoden und Automatisierungslösungen sowie deren betriebswirtschaftliche Bedeutung. Sie lernen grundlegende Analyse- und Bewertungsmethoden für digitale Strategien kennen. Handlungskompetenz: Die Teilnehmer können digitale Trends einschätzen, Potenziale für Automatisierung identifizieren und erste Handlungsempfehlungen für den Einsatz von KI im Unternehmenskontext ableiten. Sozialkompetenz: Die Veranstaltung fördert die Fähigkeit zur Diskussion über technologische Veränderungen, zur Zusammenarbeit in interdisziplinären Teams und zur kritischen Reflexion ethischer Fragestellungen.
Inhalte:
• Grundlagen der Digitalisierung und digitale Geschäftsmodelle • Treiber und Trends der digitalen Transformation • Einführung in Künstliche Intelligenz: Begriffe, Methoden, Anwendungsfelder • Maschinelles Lernen und Deep Learning – Grundprinzipien • Automatisierung in Prozessen: RPA (Robotic Process Automation) und intelligente Systeme • Daten als Basis für Digitalisierung und KI • Cloud-Technologien und Plattformökonomie • Auswirkungen auf Organisation, Arbeit und Rollen • Chancen und Risiken von KI und Automatisierung • Ethische und rechtliche Aspekte (Datenschutz, Bias, Verantwortung) • Praxisbeispiele (verschiedene Branchen, verschiedene Einsatzfelder) • Zukunftsperspektiven: KI, Automatisierung und Arbeitswelt 4.0
Prüfungsart:
schriftliche Prüfung, 90 Minuten / alternativ mündliche Prüfung; Präsentation 15 – 20 Min.
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben
Medienformen:
Vorlesungsskript - Power Point, Tafelaufschrieb, Flipchart Einsatz neuer Unterrichtskonzepte und Interaktionsformate möglich (Bsp.: Flipped Classroom, teils hybride oder digitale Lehre / e-Portfolios, Lego Serious Play, usw.)
Empfohlene Voraussetzungen:
keine
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:
Laut SPO bzw. Studienplan
LN-Anforderungen/Anmerkungen:
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten, ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

2.1.24 Wirtschaftsethik & Compliance

Moduldauer	1 Semester		
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtfach	Sommersemester
Modulverantwortliche(r):	N. N.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		42 h
	Selbststudium:		83 h
	Gesamtaufwand:		125 h
Lehrform:	Seminaristischer Unterricht mit Übungen		
Ziele:			
Die Lehrveranstaltung vermittelt den Teilnehmern ein fundiertes Verständnis für ethische Prinzipien und auch rechtliche Rahmenbedingungen im wirtschaftlichen Handeln. Sie lernen, wie ethische Überlegungen und Compliance-Vorgaben die Unternehmenspraxis beeinflussen und wie sie verantwortungsvolle Entscheidungen treffen können. Aktuelle Herausforderungen wie Digitalisierung, KI und Datenmanagement mit deren ethischen und rechtlichen Implikationen werden thematisiert. Fach- und Methodenkompetenz: Die Teilnehmer erwerben Kenntnisse über ethische Konzepte, Compliance-Systeme und rechtliche Anforderungen. Sie lernen Methoden zur Analyse ethischer Fragestellungen und zur Bewertung von Risiken kennen. Handlungskompetenz: Die Teilnehmer können ethische und rechtliche Aspekte in Entscheidungsprozesse integrieren, Compliance-Risiken erkennen und Maßnahmen zur Sicherstellung von Integrität umsetzen Sozialkompetenz: Die Veranstaltung fördert die Fähigkeit zur kritischen Diskussion, zur Reflexion eigener Werte und zur verantwortungsvollen Zusammenarbeit in komplexen Situationen.			
Inhalte:			
- Ethische Theorien und Grundlagen - Kurzer Exkurs: Ethik im Wissenschafts- und Forschungskontext - verantwortungsvoller Umgang mit Menschen und Daten (Umfragen, Versuchsaufbauten, etc.) - Ethik im Wirtschaftskontext – Verantwortung auf vielen Ebenen - Compliance: Definition, Ziele und rechtliche Grundlagen - Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility (CSR) – Grundlagen, SDGs, Ziele, Strategieentwicklung - ESG, zentrale Normen und Standards, Nachhaltigkeitsberichterstattung - Corporate Governance und Integrität im Unternehmen (Korruption, Betrug, Whistleblowing)			

- Datenschutz und Informationssicherheit (inkl. DSGVO) - Ethische Aspekte von Digitalisierung und KI (Bias, Transparenz, Verantwortung) - Interessenkonflikte und ethische Dilemmata im Management - Internationale Standards und kulturelle Unterschiede (Compliance, Nachhaltigkeit, soziale Verantwortung) - Fallstudien: Ethische Entscheidungen in der Praxis - Zukunftsperspektiven (Ethik im Zeitalter von Automatisierung und KI)
Prüfungsart:
mündliche Prüfung, 15-20 Minuten / alternativ Projektarbeit, ePortfolio
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben
Medienformen:
Vorlesungsskript - Power Point, Tafelaufschrieb, Flipchart Einsatz neuer Unterrichtskonzepte und Interaktionsformate möglich (Bsp.: Flipped Classroom, teils hybride oder digitale Lehre / e-Portfolios, Lego Serious Play, usw.)
Empfohlene Voraussetzungen:
keine
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:
Laut SPO bzw. Studienplan
LN-Anforderungen/Anmerkungen:
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten, ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

2.1.25 Innovationsmanagement & Entrepreneurship			
Moduldauer	1 Semester		
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtfach	Wintersemester
Modulverantwortliche(r):	N. N.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		42 h
	Selbststudium:		83 h
	Gesamtaufwand:		125 h
Lehrform:	Seminaristischer Unterricht mit Übungen		
Ziele:			

Die Studierenden lernen in dieser Lehrveranstaltung, wie sie Ideen systematisch entwickeln, bewerten und in marktfähige Konzepte umsetzen. Ziel ist es, die Fähigkeit zu fördern, Chancen zu erkennen und neue Ideen zu entwickeln, Risiken zu managen und innovative Geschäftsmodelle erfolgreich zu gestalten – sowohl im Unternehmenskontext als auch im Rahmen von Start-ups. Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden erwerben Kenntnisse über Innovationsprozesse, Kreativitätstechniken und die Entwicklung von passenden Geschäftsmodellen. Sie lernen Methoden zur Bewertung von Ideen und zur Gestaltung von Business-Plänen kennen. Handlungskompetenz: Die Teilnehmer können Innovationsprojekte initiieren, strukturieren und umsetzen. Sie sind in der Lage, unternehmerische Chancen zu erkennen und Geschäftsmodelle praxisorientiert zu entwickeln. In praxisnahen Simulationen erproben und üben sie dazu diese Prozesse. Sozialkompetenz: Die Veranstaltung fördert Teamarbeit, Kommunikationsfähigkeit und die Fähigkeit, in interdisziplinären Gruppen kreative Lösungen zu erarbeiten. Die Studierenden lernen, Feedback konstruktiv zu nutzen und gemeinsam Entscheidungen zu treffen.
Inhalte:
• Grundlagen des Innovationsmanagements: Begriffe, Ziele, Prozesse • Arten von Innovationen: Produkt-, Prozess-, Geschäftsmodellinnovation • Kreativitätstechniken und Ideenfindung (z. B. Design Thinking, Brainstorming) • Bewertung und Auswahl von Innovationsprojekten • Innovationsstrategien und Open Innovation • Digitalisierung als Treiber für Innovation • Grundlagen des Entrepreneurship: Merkmale, Chancen, Herausforderungen • Business Model Canvas und Lean Startup • Finanzierung von Innovationen und Start-ups (Venture Capital, Crowdfunding) • Risikomanagement und rechtliche Aspekte bei Gründungen • Skalierung und Wachstum von Start-ups • Praxisbeispiele und Best Practices aus Unternehmen und Start-up-Szenen
Prüfungsart:
schriftliche Prüfung, 90 Minuten / mündliche Prüfung, 15-20 Minuten / Projektarbeit, evtl. ePortfolio
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben
Medienformen:
Vorlesungsskript - Power Point, Tafelaufschrieb, Flipchart Einsatz neuer Unterrichtskonzepte und Interaktionsformate möglich (Bsp.: Flipped Classroom, teils hybride oder digitale Lehre / e-Portfolios, Lego Serious Play, usw.)
Empfohlene Voraussetzungen:
keine
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:

Laut SPO bzw. Studienplan
LN-Anforderungen/Anmerkungen:
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten, ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

2.1.26 Internationale Betriebswirtschaftslehre & Interkulturelles Management			
Moduldauer	1 Semester		
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtfach	Wintersemester
Modulverantwortliche(r):	N. N.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	42 h	
	Selbststudium:	83 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Lehrform:	Seminaristischer Unterricht mit Übungen		
Ziele:			
Die Lehrveranstaltung vermittelt den Teilnehmern ein fundiertes Verständnis für internationale Geschäftsaktivitäten und die Herausforderungen interkultureller Zusammenarbeit. Die Studierenden lernen, wie globale Märkte funktionieren, welche kulturellen Unterschiede Managemententscheidungen beeinflussen und wie internationale Strategien entwickelt und umgesetzt werden. Ziel ist es, die Fähigkeit zu fördern, in einem globalen Umfeld erfolgreich zu agieren und interkulturelle Kompetenzen in Führung und Kommunikation einzusetzen.			
Fach- und Methodenkompetenz: Die Teilnehmer erwerben Kenntnisse über internationale Märkte, interkulturelle Managementansätze und globale Strategien. Sie lernen Methoden zur Analyse kultureller Unterschiede und zur Entwicklung internationaler Geschäftsmodelle kennen.			
Handlungskompetenz: Die Teilnehmer können internationale Projekte planen, kulturelle Unterschiede berücksichtigen und globale Strategien umsetzen. Sie sind in der Lage, interkulturelle Herausforderungen konstruktiv zu bewältigen.			
Sozialkompetenz: Die Veranstaltung fördert interkulturelle Sensibilität, Kommunikationsfähigkeit und die Fähigkeit zur Zusammenarbeit in internationalen Teams. Die Studierenden lernen, Vertrauen und Respekt in multikulturellen Kontexten aufzubauen.			

Inhalte:
• Grundlagen der internationalen Betriebswirtschaftslehre • Globalisierung und internationale Wertschöpfungsketten • Internationale Marktanalyse und Markteintrittsstrategien • Internationale Organisationsformen und Strukturen • Interkulturelle Kommunikation und kulturelle Dimensionen (z. B. Hofstede, Trompenaars) • Führung in interkulturellen Teams • Internationale Verhandlungsführung und Konfliktmanagement • Rechtliche und politische Rahmenbedingungen im internationalen Geschäft • Internationale Personalpolitik und Talentmanagement • Internationale Marketingstrategien und Konsumentenverhalten • Digitalisierung und virtuelle Zusammenarbeit in globalen Teams • Fallstudien: Erfolgsfaktoren und Risiken im internationalen Management
Prüfungsart:
schriftliche Prüfung, 90 Minuten / mündliche Prüfung 15-20 Minuten / Projektarbeit
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben
Medienformen:
Vorlesungsskript - Power Point, Tafelaufschrieb, Flipchart Einsatz neuer Unterrichtskonzepte und Interaktionsformate möglich (Bsp.: Flipped Classroom, teils hybride oder digitale Lehre / e-Portfolios, Lego Serious Play, usw.)
Empfohlene Voraussetzungen:
keine
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:
Laut SPO bzw. Studienplan
LN-Anforderungen/Anmerkungen:
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten, ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

2.1.27 Organisationsentwicklung, Change- und Nachfolgemanagement			
Moduldauer	1 Semester		
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtfach	Wintersemester
Modulverantwortliche(r):	N. N.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		

Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	42 h
	Selbststudium:	83 h
	Gesamtaufwand:	125 h
Lehrform:	Seminaristischer Unterricht mit Übungen	
Ziele:		
Ein fundiertes Verständnis für die Gestaltung und Steuerung von Organisationsentwicklungsprozessen sowie für die Herausforderungen des Change- und Nachfolgemanagements wird in diesem Modul vermittelt. Die Studierenden lernen, wie sie Veränderungsprozesse strategisch planen, kulturelle Aspekte berücksichtigen und Widerstände konstruktiv überwinden. Ziel ist es, die Studierenden zu befähigen, Organisationen zukunftsfähig auszurichten sowie Nachfolgeprozesse nachhaltig zu gestalten. Fach- und Methodenkompetenz: Die Teilnehmer erwerben Kenntnisse über Modelle und Methoden der Organisationsentwicklung, Change- und Nachfolgemanagement. Sie lernen, Organisationsdiagnosen durchzuführen und Veränderungsstrategien zu entwickeln. Handlungskompetenz: Die Teilnehmer können Veränderungsprozesse planen, kommunizieren und umsetzen. Sie sind in der Lage, Nachfolgeprozesse strategisch vorzubereiten und Risiken zu minimieren. Sozialkompetenz: Die Veranstaltung fördert Kommunikationsfähigkeit, Empathie und Konfliktlösungskompetenz. Die Studierenden lernen, Teams in Veränderungsprozessen zu begleiten und Vertrauen aufzubauen.		
Inhalte:		
• Grundlagen der Organisationsentwicklung: Ziele, Prinzipien, Ansätze • Organisationsdiagnose: Analyse von Strukturen, Prozessen und Kultur • Change-Management: Modelle (z. B. Lewin, Kotter) und Erfolgsfaktoren • Kommunikation im Veränderungsprozess: Transparenz und Beteiligung • Umgang mit Widerstand und Konflikten bei Veränderungen • Leadership im Change: Rollen und Kompetenzen von Führungskräften • Kulturwandel und Werteorientierung in Organisationen • Nachfolgemanagement: Strategien für Führungswechsel und Wissenstransfer • Talent- und Potenzialanalyse für Nachfolgeplanung • Rechtliche und organisatorische Aspekte bei der Unternehmensnachfolge • Digitalisierung als Treiber für Organisationsentwicklung und Change • Praxisbeispiele und Fallstudien: Erfolgreiche und gescheiterte Change-Projekte		
Prüfungsart:		
schriftliche Prüfung, 90 Minuten/ Mündliche Prüfung 15-20 Min. / Projektarbeit		
Literatur:		
Wird zu Beginn bekannt gegeben		
Medienformen:		
Vorlesungsskript - Power Point, Tafelaufschrieb, Flipchart		

Einsatz neuer Unterrichtskonzepte und Interaktionsformate möglich (Bsp.: Flipped Classroom, teils hybride oder digitale Lehre / e-Portfolios, Lego Serious Play, usw.)
Empfohlene Voraussetzungen:
keine
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:
Laut SPO bzw. Studienplan
LN-Anforderungen/Anmerkungen:
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten, ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

2.1.28 Unternehmensführung & -strategie

Moduldauer	1 Semester		
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtfach	Wintersemester
Modulverantwortliche(r):	N. N.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		42 h
	Selbststudium:		83 h
	Gesamtaufwand:		125 h
Lehrform:	Seminaristischer Unterricht mit Übungen		
Ziele:			
Ziele sind das Heranführen der Studierenden an unternehmerische Entscheidungsprozesse und die Förderung des unternehmerischen Denkens und Handelns in Form eines von theoretischen Einheiten begleiteten Unternehmens-Planspiels. Die Teilnehmenden sollen die Komplexität und das Ineinandergreifen volks- und betriebswirtschaftlicher Zusammenhänge in der Simulation nachempfinden. Fach- und Methodenkompetenz: Kenntnis der unterschiedlichen Aspekte des strategischen Managements und dessen direkte operative Umsetzung in abgestimmte Managemententscheidungen im Rahmen einer Unternehmenssimulation. Dabei wird ein Überblick über die verschiedenen Funktionen im Management sowie das Zusammenspiel von Märkten und Unternehmen erworben. Zur Sicherung des nachhaltigen Erfolgs des eigenen Unternehmens müssen geeignete Maßnahmen in allen Unternehmensbereichen erarbeitet werden. Dazu bedarf es insbesondere der Fähigkeit, Daten und Fakten aus verschiedenen Bereichen des Managements in komplexen Situationen, oft unter Zeitdruck, zu kombinieren. Handlungskompetenz:			

Die Studierenden wenden erlernte Problemlösungskompetenz in unterschiedlichen Managementdisziplinen an, um eine wettbewerbsfähige Strategie zu entwickeln. Dazu nutzen sie klassische Controlling- und Planungsinstrumente ebenso wie Techniken zur Strukturierung und Analyse komplexer Daten, um daraus sowohl strategische als auch operative Initiativen auf Grundlage des Unternehmensplanspiels zu entwickeln. Sozialkompetenz: Permanentes Treffen von Entscheidungen in heterogenen Teams in einer komplexen Umwelt unter Zeitdruck. Diskursfähigkeit (Einzel und im Team) strategischer Fragestellungen im Zuge des Unternehmensplanspiels. Transformation komplexer Sachverhalte in vermittelbare Entscheidungsvorlagen sowie Entscheidung unter Unsicherheit. Vermittlung, Präsentation und Verteidigung komplexer Sachverhalte z.B. im Zuge der Hauptversammlung. Erarbeiten und Zusammenführen unabhängiger Projekte zu einer Gesamtstrategie z.B. für die Durchführung einer wettbewerbsfähigen Marktstrategie.
Inhalte:
Das Modul beruht auf einem Unternehmensplanspiel, welches die Studierenden zu ganzheitlichem betriebswirtschaftlichem Denken und Handeln anhalten soll. Im Fokus stehen die Grundprinzipien des „strategischen“, des „value-based Management“ sowie Entscheidungen zur Internationalisierung. Im Team planen die Teilnehmer die Unternehmensstrategien und müssen gemeinschaftliche Entscheidungen treffen. Dabei erhalten die Studierenden permanentes Feedback und somit Transparenz über die Konsequenzen der getroffenen Entscheidungen, beispielsweise durch Markt- und Wettbewerbsberichte sowie die Performance des eigenen Unternehmens. Beispielhaft sind Entscheidungen zu einer Auswahl der folgenden Themenkomplexen zu treffen: • Interpretation von Geschäftsberichten und die Ableitung einer weiteren Strategie • Anwendung von Controlling und Bilanzanalyseinstrumenten • Make or Buy Entscheidungen • Erschließung internationaler Märkte unter Wechselkursrisiken • Erarbeitung eines Marketing Mixes • Präsentation der Unternehmensstrategie und der Unternehmensergebnisse („Hauptversammlung“) • „Learning business by doing business“
Prüfungsart:
Projektarbeit
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben
Medienformen:
Vorlesungsskript - Power Point, Tafelaufschrieb, Flipchart Einsatz neuer Unterrichtskonzepte und Interaktionsformate möglich (Bsp.: Flipped Classroom, teils hybride oder digitale Lehre / e-Portfolios, Lego Serious Play, usw.)
Empfohlene Voraussetzungen:
keine
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:
Laut SPO bzw. Studienplan
LN-Anforderungen/Anmerkungen:
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten, ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

2.1.29 Verhandlungsführung & Wirtschaftspsychologie

Moduldauer	1 Semester		
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtfach	Wintersemester
Modulverantwortliche(r):	N. N.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		42 h
	Selbststudium:		83 h
	Gesamtaufwand:		125 h
Lehrform:	Seminaristischer Unterricht mit Übungen		
Ziele:			
Die Studierenden lernen in diesem Modul, Verhandlungen strategisch und psychologisch fundiert zu planen und durchzuführen. Sie verstehen zentrale Wirkmechanismen der Entscheidungs-, Motivations- und Einflusspsychologie und wissen diese in Management, Vertrieb und im Personalbereich einzusetzen. Die Studierenden lernen, sowohl eigene als auch fremde Emotionen zu erkennen und zu steuern. So können sie individuell auf komplexe Situationen reagieren und kooperativ, fair und wirksam handeln. Ein besonderes Augenmerk liegt auf der nachhaltigen Gestaltung von Beziehungen und Ergebnissen. Fach- und Methodenkompetenz: Die Teilnehmer erwerben fundiertes Wissen zu Verhandlungsmodellen, zu Einfluss- und Entscheidungsmechanismen sowie praxisnahen Analyse- und Planungsmethoden. Sie können hilfreiche Tools wie z. B. Interessenmatrix, Stakeholder-Map, Bias-Checklisten einsetzen und die psychologischen Konzepte auf Management-, HR- und Vertriebsentscheidungen übertragen. Handlungskompetenz: Die Teilnehmer planen, führen und reflektieren Verhandlungen wirkungsvoll. Sie treffen Entscheidungen psychologisch basiert und datengestützt. Konflikte lösen sie konstruktiv. Sie bauen Vertrauen zu Kunden und Lieferanten auf und sichern nachhaltige Ergebnisse in unterschiedlichen Kontexten. Sozialkompetenz: Die Veranstaltung stärkt Empathie, Perspektivübernahme, aktives Zuhören und faire Zusammenarbeit. Die Studierenden lernen, Emotionen und Gruppendynamiken bewusst zu steuern, Feedback wertschätzend zu geben und interdisziplinär, ethisch reflektiert und lösungsorientiert zu agieren.			
Inhalte:			

Verhandlungsführung: • Verhandlungsmodelle & Phasen (ZOPA, BATNA, Harvard-Konzept) • Vorbereitung & Strategie: Zielsetzung, Interessen vs. Positionen, Szenarien • Kommunikationspsychologie in Verhandlungen: Fragen, aktives Zuhören, Framing • Emotionen, Macht & Taktiken: Ankern, Konzessionsmanagement, Umgang mit Druck • Konfliktmanagement & Mediation: von Eskalation zu Lösungsoptionen Wirtschaftspsychologie: • Motivation & Anreizsysteme (Herzberg, SDT): Leistung, Bindung, Verhandlungsmotivation • Persönlichkeitspsychologie & Verhandlungsstile (Big Five, Selbstwirksamkeit) • Entscheidungspsychologie & Verhaltensökonomie: Biases, Verlustaversion, Nudging • Soziale Einflussfaktoren (Autorität, Reziprozität, soziale Bewährtheit) im Vertrieb & HR • Emotionale Intelligenz & Emotionsmanagement: Regulieren, de-eskalieren, Rapport • Marketing- & Medienpsychologie: Wahrnehmung, Storytelling, persuasives Design
Prüfungsart:
schriftliche Prüfung, 90 Minuten / Mündliche Prüfung 15-20 Min. / Projektarbeit
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben
Medienformen:
Vorlesungsskript - Power Point, Tafelaufschrieb, Flipchart Einsatz neuer Unterrichtskonzepte und Interaktionsformate möglich (Bsp.: Flipped Classroom, teils hybride oder digitale Lehre / e-Portfolios, Lego Serious Play, usw.)
Empfohlene Voraussetzungen:
keine
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:
Laut SPO bzw. Studienplan
LN-Anforderungen/Anmerkungen:
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten, ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

2.2 Praxismodule

2.2.1 Praxismodul I: Unternehmensorganisation & Wirtschaftliches Umfeld			
Moduldauer	1 Semester		
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtfach	Sommersemester
Modulverantwortliche(r):	N. N.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	10 ECTS		
Arbeitsaufwand:	Präsenzstunden:	250 h	
	Gesamtaufwand:	250 h	
Lehrform:	Praktische Anwendung / Übung		
Ziele:			
Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden erwerben Grundlagenwissen zur Unternehmensorganisation und zu betrieblichen Kernprozessen und -bereichen und können dieses mit theoretischen Inhalten aus BWL-, VWL- und weiteren Erstsemester-Modulen verknüpfen. Sie lernen strukturierte Dokumentation ihrer Beobachtungen und eigenen Reflexionen. Sie lernen die im Unternehmen für ihren Arbeitsbereich relevantesten Arbeitsverfahren und Tools kennen und diese einzusetzen. Handlungskompetenz: Die Studierenden können betriebliche Abläufe nachvollziehen, sich in neue Tätigkeitsbereiche einarbeiten und Informationen gezielt recherchieren. Sie sind in der Lage, wesentliche Fakten über das Unternehmen und sein Umfeld selbstständig zu sammeln, zu strukturieren und für Präsentationen oder Berichte aufzubereiten. Sie lernen, theoretische Inhalte in realen Arbeitsprozessen wiederzuerkennen und einzuordnen, die eigene Rolle im Betrieb zu verstehen und erste Einblicke in operative Arbeitsbereiche und Kommunikationswege zu gewinnen. Sozialkompetenz: Die Studierenden üben grundlegende kommunikative Fähigkeiten, indem sie aktiv mit Kolleg*innen interagieren, Fragen stellen und interne Abläufe verstehen lernen. Sie entwickeln ein Bewusstsein für Zusammenarbeit, Rollenverständnisse sowie angemessene Kommunikation in organisatorischen Strukturen. Zudem stärken sie ihre Fähigkeit, sich respektvoll und professionell in ein neues Arbeitsumfeld zu integrieren.			
Inhalte:			
Begleitend zu Inhalten aus dem ersten Semester, vorbereitend auf Inhalte des zweiten Semesters • Einblicke in die Unternehmensorganisation • Überblick über Leistungs- und Produktportfolio, Kunden-/ Lieferantenstrukturen, Marktumfeld • Kennenlernen des Arbeitsumfelds sowie bereichstypischer Tätigkeiten anhand praktischer Mitarbeit • Beobachtung und Dokumentation betrieblicher Prozesse			

• Transfer: Verknüpfung praktischer Eindrücke mit theoretischem Grundlagenwissen aus dem Studium (begleitende Reflexionsarbeit) • Erste Praxisprojektarbeit mit Prüfungsleistung • Termine zu Anleitung und Abstimmung mit dem zuständigen Hochschul-Praxisbeauftragten, zur Möglichkeit des Erfahrungsaustauschs und Diskussion mit Mitstudierenden finden begleitend statt. Die Inhalte und Themen der jeweiligen Studienjahre (1. Jahr: Business Basics / 2. Jahr: Business Management / 3. Jahr: Business Development) bilden eine Basis für den betrieblichen Einsatzplan der Studierenden. Dieser sollte inhaltlich an die spezifischen Gegebenheiten des jeweiligen Dualen Partners angepasst werden. Es können individuelle Schwerpunktsetzungen im Unternehmen sinnvoll sein, ebenso kann die zeitliche Abfolge von Praxismodulen abweichend gestaltet werden, sofern inhaltlich sinnvoll (bezüglich Ausrichtung und Bearbeitung thematischer Schwerpunkte der Semester).
Prüfungsart:
Projektarbeit oder Portfolioprfung (ePortfolio und/oder Praxisbericht; Präsentation) (außerhalb Prüfungszeitraum)
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben
Medienformen:
Digitale Lernplattform, digitaler Austausch
Empfohlene Voraussetzungen:
keine
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:
Laut SPO bzw. Studienplan
LN-Anforderungen/Anmerkungen:
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten, ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

2.2.2 Praxismodul II: Kernprozesse & Wertschöpfung im Unternehmen

Moduldauer	1 Semester		
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtfach	Sommersemester
Modulverantwortliche(r):	N. N.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	10 ECTS		
Arbeitsaufwand:	Präsenzstunden:	250 h	
	Gesamtaufwand:	250 h	
Lehrform:	Praktische Anwendung / Übung		
Ziele:			
Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden erhalten vertiefte Einblicke ins operative Arbeiten, entwickeln Kompetenzen im Umgang mit Datenverarbeitungssystemen, Tools, Abläufen im Unternehmen und können Praktikabilität und Grenzen der eingesetzten Methoden, unter anleitender und begleitender Diskussion, gut einschätzen. Sie sind in der Lage, die theoretischen Inhalte aus dem ersten Studienjahr mit ihren Arbeitsabläufen im individuellen Arbeitsbereich zu verknüpfen und anzuwenden. Handlungskompetenz: Mit Anleitung, jedoch zunehmend selbständig können die Studierenden unter Hinzuziehung ihrer theoretischen Kenntnisse Unternehmenssituationen und -prozesse analysieren, zielführend nötige Handlungen umsetzen und gegebenenfalls Abläufe modifizieren. Sie können Lern- und Prozessschritte dokumentieren und reflektieren. Ein Transferauftrag ermöglicht es ihnen, einen realen Prozess im Unternehmen kritisch zu betrachten und erste Optimierungsvorschläge zu entwickeln. Sozialkompetenz: Die Studierenden kommunizieren aktiv mit Mitarbeitenden verschiedener Bereiche, stellen Fragen, holen Informationen ein und arbeiten konstruktiv in Teams vor Ort mit. Sie entwickeln ein Verständnis für Schnittstellen und Rollen im Unternehmen, und lernen, Feedback aufzunehmen und einzubauen. Sie lernen verantwortungsbewusstes Arbeiten und kooperative Abstimmung mit Ansprechpartnern im Betrieb.			
Inhalte:			
Begleitend zu Inhalten aus dem zweiten Semester; nachbereitend zu den Inhalten des ersten Semesters, vorbereitend auf Inhalte des dritten Semesters • Aktive Mitarbeit in ausgewählten Arbeitsbereichen im Unternehmen, praktische Einübung und Umsetzung von Arbeitsprozessen • Einblicke in Abläufe und Zusammenhänge im Unternehmen, sowie Überblick und Verständnis für das „Kerngeschäft“ / Entstehung der Wertschöpfung des eigenen Betriebs • Kompetenzerwerb durch Arbeit mit den im Betrieb eingesetzten gängigen Tools, Datenverarbeitungs-/ Informationssystemen			

- Transfer: Verknüpfung praktischer Eindrücke mit theoretischem Grundlagenwissen aus dem Studium (begleitende Reflexionsarbeit)
- Praxisprojekt: Analyse eines ausgewählten Prozesses / Arbeitsablaufs mit Entwicklung von Lösungs- oder Optimierungsansätzen.
- Termine zu Anleitung und Abstimmung mit dem zuständigen Hochschul-Praxisbeauftragten, zur Möglichkeit des Erfahrungsaustauschs und Diskussion mit Mitstudierenden finden begleitend statt.

Die Inhalte und Themen der jeweiligen Studienjahre (1. Jahr: Business Basics / 2. Jahr: Business Management / 3. Jahr: Business Development) bilden eine Basis für den betrieblichen Einsatzplan der Studierenden. Dieser sollte inhaltlich an die spezifischen Gegebenheiten des jeweiligen Dualen Partners angepasst werden. Es können individuelle Schwerpunktsetzungen im Unternehmen sinnvoll sein, ebenso kann die zeitliche Abfolge von Praxismodulen abweichend gestaltet werden, sofern inhaltlich sinnvoll (bezüglich Ausrichtung und Bearbeitung thematischer Schwerpunkte der Semester).

Prüfungsart:

Projektarbeit oder Portfolioprfung (ePortfolio und/oder Praxisbericht; Präsentation)
(außerhalb Prüfungszeitraum)

Literatur:

Wird zu Beginn bekannt gegeben

Medienformen:

Digitale Lernplattform, digitaler Austausch

Empfohlene Voraussetzungen:

keine

Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:

Laut SPO bzw. Studienplan

LN-Anforderungen/Anmerkungen:

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten, ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

2.2.3 Praxismodul III: Finanzierung & Marktbearbeitung

Moduldauer	1 Semester		
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtfach	Sommersemester
Modulverantwortliche(r):	N. N.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	10 ECTS		
Arbeitsaufwand:	Präsenzstunden:	250 h	
	Gesamtaufwand:	250 h	
Lehrform:	Praktische Anwendung / Übung		
Ziele:			
Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden können im individuellen Arbeitsbereich relevante Methoden und Tools praktisch anwenden, sowie Kennzahlen interpretieren. Sie wissen, wie Prozesse dokumentiert und analysiert werden und können anhand vorliegender Daten Bewertungen und Lösungen erarbeiten. Sie können operative Tätigkeiten mit strategischen Überlegungen in Verbindung bringen. Handlungskompetenz: Die Studierenden können operative Abläufe größtenteils eigenständig durchführen. Sie arbeiten in realen Abläufen und Projekten des Unternehmens mit und unterstützen aktiv bei Prozessen und Arbeitsaufträgen. Sie können konzeptionell arbeiten und Prozessschritte nachvollziehbar erfassen. Erlernte Projektmanagementkenntnisse können sie bei Bedarf in der Praxis – je nach Komplexität eigenständig oder unter Miteinbezug - für Projekte im Unternehmen einsetzen. Sozialkompetenz: Die Studierenden können mit Mitarbeitenden unterschiedlicher Bereiche zusammenarbeiten, Rückfragen stellen und Feedback aktiv einholen. Sie kommunizieren angemessen und professionell und integrieren sich in bestehende Arbeitsabläufe. Sie entwickeln ein Verständnis für abteilungsübergreifende Zusammenarbeit und Abstimmungsprozesse.			
Inhalte:			
Begleitend zu Inhalten aus dem dritten Semester; nachbereitend zu den Inhalten des zweiten Semesters, vorbereitend auf Inhalte des vierten Semesters • Umsetzung, Analyse, Dokumentation von Prozessabläufen; im jeweiligen Einsatzbereich • Umgang mit (u./o. Erhebung von) betrieblichen Daten, Kennzahlen, Informationen im jeweiligen Bereich • Transfer: Verknüpfung praktischer Eindrücke mit theoretischem Grundlagenwissen aus dem Studium (begleitende Reflexionsarbeit) • Praxisprojekt: Aufgabenstellung passend zum Semesterthema; abgesprochen mit dem Hochschul Praxisbeauftragten • Termine zu Anleitung und Abstimmung mit dem zuständigen Hochschul-Praxisbeauftragten, zur Möglichkeit des Erfahrungsaustauschs und Diskussion mit Mitstudierenden finden begleitend statt.			

Die Inhalte und Themen der jeweiligen Studienjahre (1. Jahr: Business Basics / 2. Jahr: Business Management / 3. Jahr: Business Development) bilden eine Basis für den betrieblichen Einsatzplan der Studierenden. Dieser sollte inhaltlich an die spezifischen Gegebenheiten des jeweiligen Dualen Partners angepasst werden. Es können individuelle Schwerpunktsetzungen im Unternehmen sinnvoll sein, ebenso kann die zeitliche Abfolge von Praxismodulen abweichend gestaltet werden, sofern inhaltlich sinnvoll (bezüglich Ausrichtung und Bearbeitung thematischer Schwerpunkte der Semester).
Prüfungsart:
ePortfolio und/oder Projektarbeit sowie Präsentation des Projekts (optional in Englisch) (außerhalb Prüfungszeitraum)
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben
Medienformen:
Digitale Lernplattform, digitaler Austausch
Empfohlene Voraussetzungen:
keine
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:
Laut SPO bzw. Studienplan
LN-Anforderungen/Anmerkungen:
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten, ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

2.2.4 Praxismodul IV: Stakeholder & unternehmerische Entscheidungen

Moduldauer	1 Semester		
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtfach	Sommersemester
Modulverantwortliche(r):	N. N.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	10 ECTS		
Arbeitsaufwand:	Präsenzstunden:	250 h	
	Gesamtaufwand:	250 h	
Lehrform:	Praktische Anwendung / Übung		
Ziele:			
Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden können zentrale Aufgaben im Unternehmensalltag weitestgehend selbständig bearbeiten. Sie können Methoden zur Erfassung unterschiedlichster Entscheidungsgrundlagen (z B. bezüglich Marktlage, Konkurrenz, Kunden- oder Mitarbeiter-Bedarfen, Unternehmenszahlen...) aussuchen und anwenden, Daten (u./o. Erhebungen) strukturiert auswerten sowie unternehmerische Empfehlungen darauf aufbauend ableiten. Handlungskompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, sich in Perspektiven von relevanten Stakeholdern hineinzuversetzen, Interessen zu analysieren, Risiken abzuwägen und Entscheidungsprozesse aktiv vorzubereiten. Sie wenden erlernte Methoden zur Bewertung von Handlungsoptionen – mit Rücksprachemöglichkeit - an und können adressatengerechte Empfehlungen für Führungskräfte oder Fachabteilungen entwickeln. Sozialkompetenz: Die Studierenden können mit unterschiedlichen Stakeholdern des Unternehmens kommunizieren, verstehen unterschiedliche Perspektiven und können Interessen fair abwägen. Sie können mögliche Konfliktherde identifizieren und professionell damit umgehen. Sie entwickeln ein Bewusstsein für Verantwortlichkeit, Transparenz und kooperative Kommunikation im Entscheidungsprozess.			
Inhalte:			
Begleitend zu Inhalten aus dem vierten Semester; nachbereitend zu den Inhalten des dritten Semesters, vorbereitend auf Inhalte des fünften Semesters • Je nach betrieblicher Möglichkeit Einblicke/Hospitation/operative Mitarbeit in einem/mehreren zum Semesterthema passenden Unternehmensbereich(en) • Je nach Arbeitsbereich und Aufgabenstellungen: Umgang mit z.B. Recherche/Nutzung von Daten/Reports/Einsatz digitaler Tools/eigene Erhebungen... (einzahlend aufs Semesterthema) • Selbständige Mitarbeit sowie selbständige Auswahl und Anwendung geeigneter Methoden (unter Rücksprachemöglichkeit) • Vorbereitung und adressatengerechte Aufbereitung bereichsrelevanter Informationen (z.B. in Form interner/externer Kommunikation, Präsentationen, Entscheidungsvorlagen oder Empfehlungen)			

• Transfer: Verknüpfung praktischer Eindrücke mit theoretischem Grundlagenwissen aus dem Studium (begleitende Reflexionsarbeit) • Praxisprojekt: Aufgabenstellung passend zum Semesterthema; abgesprochen mit dem Hochschul Praxisbeauftragten • Termine zu Anleitung und Abstimmung mit dem zuständigen Hochschul-Praxisbeauftragten, zur Möglichkeit des Erfahrungsaustauschs und Diskussion mit Mitstudierenden finden begleitend statt. Die Inhalte und Themen der jeweiligen Studienjahre (1. Jahr: Business Basics / 2. Jahr: Business Management / 3. Jahr: Business Development) bilden eine Basis für den betrieblichen Einsatzplan der Studierenden. Dieser sollte inhaltlich an die spezifischen Gegebenheiten des jeweiligen Dualen Partners angepasst werden. Es können individuelle Schwerpunktsetzungen im Unternehmen sinnvoll sein, ebenso kann die zeitliche Abfolge von Praxismodulen abweichend gestaltet werden, sofern inhaltlich sinnvoll (bezüglich Ausrichtung und Bearbeitung thematischer Schwerpunkte der Semester).
Prüfungsart:
ePortfolio und/oder Projektarbeit sowie Präsentation des Projekts (optional in Englisch) (außerhalb Prüfungszeitraum)
Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben
Medienformen:
Digitale Lernplattform, digitaler Austausch
Empfohlene Voraussetzungen:
keine
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:
Laut SPO bzw. Studienplan
LN-Anforderungen/Anmerkungen:
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten, ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

2.2.5 Praxismodul V: Unternehmensentwicklung & Zukunftsausrichtung

Moduldauer	1 Semester		
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtfach	Wintersemester
Modulverantwortliche(r):	N. N.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	10 ECTS		
Arbeitsaufwand:	Präsenzstunden:	250 h	
	Gesamtaufwand:	250 h	
Lehrform:	Praktische Anwendung / Übung		
Ziele:			
Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden können selbständig im Unternehmensalltag mitarbeiten. Sie können theoretische Ansätze aus Strategie, Innovation, Organisationsentwicklung auf konkrete Unternehmenssituationen übertragen. Sie können passende Methoden auswählen, um unterschiedliche Handlungsfelder / Bedarfe / Prozesse (je Bedarf) systematisch zu analysieren. Überlegungen zu Auswirkungen / Lösungsansätzen / Optimierungsmöglichkeiten können sie ableiten. Sie können Ideen für belastbare Forschungsvorhaben entwickeln und strukturieren. Handlungskompetenz: Die Studierenden können Entscheidungen bezüglich individueller Schwerpunkte treffen und ihre Kenntnisse vertiefen. Sie können relevante Informationen im Betrieb erheben, Optionen entwickeln, konkrete Vorhaben priorisieren und als Konzept formulieren. Die Studierenden können ihre Kenntnisse zum wissenschaftlichen Arbeiten praktisch und für ihr Partnerunternehmen nutzbringend einsetzen. Sozialkompetenz: Die Studierenden können mit betrieblichen Stakeholdern konstruktiv kommunizieren, Feedback einholen und Interessen angemessen berücksichtigen. Die Studierenden können Ergebnisse adressatengerecht präsentieren und Vereinbarungen in Vorbereitung auf ein eigenes Forschungsvorhaben transparent abstimmen.			
Inhalte:			
- Wahl und Vertiefung der Kenntnisse im/in präferierten Arbeits- und Einsatzbereich(en) - Beobachtung und kritische Analyse von Arbeitsbereichen/-prozessen nach Interessenslage (z. B. HR, Vertrieb, Produktion, Administration, Digitalisierung) - Erkennen von Entwicklungsbedarfen, Verbesserungspotenzialen oder Innovationsmöglichkeiten - Auseinandersetzung mit Einflussfaktoren (strukturelle, politische, personelle...) - Transfer: Verknüpfung praktischer Eindrücke mit theoretischem Grundlagenwissen aus dem Studium (begleitende Reflexionsarbeit) - Praxisprojekt: abgestimmt mit dem Hochschul-Praxisbeauftragten - Termine zu Anleitung und Abstimmung mit dem zuständigen Hochschul-Praxisbeauftragten, zur Möglichkeit des Erfahrungsaustauschs und Diskussion mit Mitstudierenden finden begleitend statt.			

Die Inhalte und Themen der jeweiligen Studienjahre (1. Jahr: Business Basics / 2. Jahr: Business Management / 3. Jahr: Business Development) bilden eine Basis für den betrieblichen Einsatzplan der Studierenden. Dieser sollte inhaltlich an die spezifischen Gegebenheiten des jeweiligen Dualen Partners angepasst werden. Individuelle Schwerpunktsetzungen im Unternehmen sind in diesem Bildungsabschnitt erwünscht, die zeitliche Abfolge von Praxismodulen kann zudem abweichend gestaltet werden.	
Prüfungsart:	
Projektarbeit / ePortfolio / Präsentation (optional in Englisch) (außerhalb Prüfungszeitraum)	
Literatur:	
Wird zu Beginn bekannt gegeben	
Medienformen:	
Digitale Lernplattform, digitaler Austausch	
Empfohlene Voraussetzungen:	
keine	
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:	
Laut SPO bzw. Studienplan	
LN-Anforderungen/Anmerkungen:	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten, ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.	

2.2.6 Praxismodul VI: Vertiefung & persönliche Profilbildung

Moduldauer	1 Semester		
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtfach	Sommersemester
Modulverantwortliche(r):	N. N.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	10 ECTS		
Arbeitsaufwand:	Präsenzstunden:	250 h	
	Gesamtaufwand:	250 h	
Lehrform:	Praktische Anwendung / Übung		
Ziele:			
Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden können eigenständig, beruhend auf ihrem theoretischen Wissen, ein Forschungsvorhaben konkret planen, realisieren und dokumentieren. Erlernete Methoden und Kompetenzen können sie, passend zu gegebenen Unternehmenssituationen, gezielt auswählen, anwenden, übertragen. Die Studierenden arbeiten selbständig, verfügen über umfassendes Wissen über ihren Arbeitsbereich, können (neue) Mitarbeiter kompetent (an-)leiten. Handlungskompetenz: Die Studierenden können relevante Informationen im Betrieb erheben, Optionen entwickeln, ein methodisches Vorgehen bedarfsgerecht auswählen und umsetzen. Die Studierenden können wissenschaftlich fundierte und praxisrelevante Ergebnisse erzielen und den erwarteten Nutzen für den Unternehmenskontext nachvollziehbar darstellen. Sozialkompetenz: Die Studierenden können mit betrieblichen Stakeholdern konstruktiv kommunizieren, Feedback einholen und Interessen angemessen berücksichtigen. Die Studierenden können Ergebnisse adressatengerecht präsentieren.			
Inhalte:			
• Methodische Vertiefung im individuell gewählten Schwerpunkt • Umsetzung eines unternehmensrelevanten Forschungsvorhabens nach guter wissenschaftlicher Praxis • Qualität & Compliance: Datenqualität, Datenschutz/Vertraulichkeit, Nachvollziehbarkeit & Replizierbarkeit der Schritte • Gezielter Praxistransfer von theoretischem Input und wissenschaftlichen Kompetenzen (begleitende Reflexionsarbeit) • Profilbildung & Abschlusskommunikation • Termine zu Anleitung und Abstimmung mit dem zuständigen Hochschul-Praxisbeauftragten, zur Möglichkeit des Erfahrungsaustauschs und Diskussion mit Mitstudierenden finden begleitend statt.			
Prüfungsart:			
Projektarbeit / ePortfolio / Präsentation (optional in Englisch) (außerhalb Prüfungszeitraum)			

Literatur:
Wird zu Beginn bekannt gegeben
Medienformen:
Digitale Lernplattform, digitaler Austausch
Empfohlene Voraussetzungen:
keine
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:
Laut SPO bzw. Studienplan
LN-Anforderungen/Anmerkungen:
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten, ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

2.3 Bachelorarbeit

2.3.1 Bachelorarbeit			
Moduldauer	1 Semester		
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtfach	6. Studiensemester
Modulverantwortliche(r):	Hauptamtliche Professorinnen und Professoren der Hochschule Ansbach		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	12 ECTS / 0 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	0 h	
	Selbststudium:	275 h	
	Gesamtaufwand:	275 h	
Lehrform:	Bachelorarbeit		
Ziele:			
Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden können komplexe, praxisrelevante Themenstellungen bearbeiten, konkret für und in Absprache mit dem dualen Praxispartnerbetrieb. Sie wenden dabei das im Studium erworbenen Fach- und Methodenwissen und die vermittelten Techniken wissenschaftlichen Arbeitens an. Handlungskompetenz: Die Studierenden weisen hiermit nach, dass sie eine umfangreichere Aufgabenstellung selbständig unter Anwendung der im Studium erworbenen fachlichen und methodischen Kompetenzen bearbeiten können. Sozialkompetenz: Die Studierenden können Selbstständigkeit beweisen und erleben Selbstwirksamkeit. Sie können bei ggf. auftretenden Fragen und Problemen eigenständig und in geeigneter Form mit den Betreuungspersonen kommunizieren und evtl. Feedback umsetzen.			
Inhalte:			
Ausgehend von einem abgestimmten Vorschlag der Studierenden und ihrer Praxispartnerbetriebe wird die konkrete Aufgabenstellung jeder individuellen Bachelorarbeit mit den Betreuern abgesprochen. Es ist die Bearbeitung von relevanten Problemstellungen der betrieblichen Praxis für den jeweiligen dualen Praxispartner vorgesehen.			
Prüfungsart:			
Bachelorarbeit (außerhalb Prüfungszeitraum)			
Literatur:			
Die Literaturrecherche und Verarbeitung liegt - als Teil der wissenschaftlichen Arbeitsweise - in der Verantwortung des Studierenden.			
Medienformen:			

keine
Empfohlene Voraussetzungen:
keine
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:
Laut SPO bzw. Studienplan
LN-Anforderungen/Anmerkungen:

2.3.2 Bachelorseminar

Moduldauer	1 Semester		
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtfach	6. Studiensemester
Modulverantwortliche(r):	N. N.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	3 ECTS / 2 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	16 h	
	Selbststudium:	59 h	
	Gesamtaufwand:	75 h	
Lehrform:	Seminaristischer Unterricht mit Übungen		
Ziele:			
Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden erlernen, eine Aufgabenstellung selbständig und unter Anwendung der im Studium erworbenen wissenschaftlichen Arbeitsweise zu bearbeiten, ihre Ergebnisse zu präsentieren und zu diskutieren. Handlungskompetenz: Die Studierenden strukturieren ihre Aufgabenstellung selbständig und präsentieren ihre Ergebnisse. Sozialkompetenz: Die Studierenden präsentieren ihre Gliederung und sind in der Lage, die Inhalte ihrer Aufgabenstellung verständlich darzulegen und argumentativ zu vertreten.			
Inhalte:			
Die Aufgabenstellung der Bachelorarbeit wird, basierend auf einem Vorschlag der Studierenden und ihrer dualen Praxispartner, mit den Betreuern abgesprochen. Es ist die Bearbeitung eines praxisrelevanten Projekts aus der betrieblichen Praxis vorgesehen.			
Prüfungsart:			

Präsentation (außerhalb Prüfungszeitraum)
Literatur:
- ROSSIG, Wolfram E. und Joachim PRÄTSCH, 2010. Wissenschaftliche Arbeiten: Leitfaden für Haus- und Seminararbeiten, Bachelor- und Masterthesis, Diplom- und Magisterarbeiten, Dissertationen. 8. Auflage. Achim: BerlinDr.. ISBN 978-3-88808-702-8 - THEISEN, Manuel René und Martin THEISEN, 2021. Wissenschaftliches Arbeiten: erfolgreich bei Bachelor und Masterarbeit. 18. Auflage. München: Verlag Franz Vahlen. ISBN 978-
Medienformen:
Einsatz neuer Unterrichtskonzepte und Interaktionsformate möglich (Bsp.: teils hybride oder digitale Lehre / e-Portfolios, usw.)
Empfohlene Voraussetzungen:
keine
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:
Laut SPO bzw. Studienplan
LN-Anforderungen/Anmerkungen:
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten, ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

2.4 Wahlpflichtmodule – mögliche Themenbereiche (unverbindlich/Planung)

2.4.1 Nachhaltigkeit (-smanagement/-berichterstattung)			
Moduldauer	1 Semester		
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtfach	Wintersemester
Modulverantwortliche(r):	N. N.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		40 h
	Selbststudium:		85 h
	Gesamtaufwand:		125 h
Lehrform:	Seminaristischer Unterricht mit Übungen		
Ziele:			
Inhalte:			
• • • •			
Prüfungsart:			
schriftliche Prüfung, 90 Minuten / mündliche Prüfung 15-20 Minuten / Projektarbeit			
Literatur:			
Wird zu Beginn bekannt gegeben			
Medienformen:			
Vorlesungsskript - Power Point, Tafelaufschrieb, Flipchart Einsatz neuer Unterrichtskonzepte und Interaktionsformate möglich (Bsp.: Flipped Classroom, teils hybride oder digitale Lehre / e-Portfolios, Lego Serious Play, usw.)			
Empfohlene Voraussetzungen:			
keine			
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:			
Laut SPO bzw. Studienplan			
LN-Anforderungen/Anmerkungen:			

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten, ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

2.4.2 Cross-Cultural-Effekte im Unternehmen/Diversity, Equity, Inclusion			
Moduldauer	1 Semester		
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtfach	Wintersemester
Modulverantwortliche(r):	N. N.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		40 h
	Selbststudium:		85 h
	Gesamtaufwand:		125 h
Lehrform:	Seminaristischer Unterricht mit Übungen		
Ziele:			
Inhalte:			
• • • •			
Prüfungsart:			
schriftliche Prüfung, 90 Minuten / mündliche Prüfung 15-20 Minuten / Projektarbeit			
Literatur:			
Wird zu Beginn bekannt gegeben			
Medienformen:			
Vorlesungsskript - Power Point, Tafelaufschrieb, Flipchart Einsatz neuer Unterrichtskonzepte und Interaktionsformate möglich (Bsp.: Flipped Classroom, teils hybride oder digitale Lehre / e-Portfolios, Lego Serious Play, usw.)			
Empfohlene Voraussetzungen:			
keine			
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:			
Laut SPO bzw. Studienplan			
LN-Anforderungen/Anmerkungen:			

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten, ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

2.4.3 Empirische Wirtschaftsanalyse mit R

Moduldauer	1 Semester		
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtfach	Wintersemester
Modulverantwortliche(r):	N. N.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		40 h
	Selbststudium:		85 h
	Gesamtaufwand:		125 h
Lehrform:	Seminaristischer Unterricht mit Übungen		
Ziele:			
Inhalte:			
• • • •			
Prüfungsart:			
schriftliche Prüfung, 90 Minuten / mündliche Prüfung 15-20 Minuten / Projektarbeit			
Literatur:			
Wird zu Beginn bekannt gegeben			
Medienformen:			
Vorlesungsskript - Power Point, Tafelaufschrieb, Flipchart Einsatz neuer Unterrichtskonzepte und Interaktionsformate möglich (Bsp.: Flipped Classroom, teils hybride oder digitale Lehre / e-Portfolios, Lego Serious Play, usw.)			
Empfohlene Voraussetzungen:			
keine			
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:			
Laut SPO bzw. Studienplan			
LN-Anforderungen/Anmerkungen:			

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten, ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

2.4.4 How to Startup meets 5-Euro-Business/Hackathon/CampusCup

Moduldauer	1 Semester		
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtfach	Wintersemester
Modulverantwortliche(r):	N. N.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		40 h
	Selbststudium:		85 h
	Gesamtaufwand:		125 h
Lehrform:	Seminaristischer Unterricht mit Übungen		
Ziele:			
Inhalte:	• • • •		
Prüfungsart:			
	schriftliche Prüfung, 90 Minuten / mündliche Prüfung 15-20 Minuten / Projektarbeit		
Literatur:			
	Wird zu Beginn bekannt gegeben		
Medienformen:			
	Vorlesungsskript - Power Point, Tafelaufschrieb, Flipchart Einsatz neuer Unterrichtskonzepte und Interaktionsformate möglich (Bsp.: Flipped Classroom, teils hybride oder digitale Lehre / e-Portfolios, Lego Serious Play, usw.)		
Empfohlene Voraussetzungen:			
	keine		
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:			
	Laut SPO bzw. Studienplan		
LN-Anforderungen/Anmerkungen:			

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten, ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

2.4.5 Operational Excellence / Lean Management

Moduldauer	1 Semester		
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtfach	Wintersemester
Modulverantwortliche(r):	N. N.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		40 h
	Selbststudium:		85 h
	Gesamtaufwand:		125 h
Lehrform:	Seminaristischer Unterricht mit Übungen		
Ziele:			
Inhalte:	• • • •		
Prüfungsart:			
	schriftliche Prüfung, 90 Minuten / mündliche Prüfung 15-20 Minuten / Projektarbeit		
Literatur:			
	Wird zu Beginn bekannt gegeben		
Medienformen:			
	Vorlesungsskript - Power Point, Tafelaufschrieb, Flipchart Einsatz neuer Unterrichtskonzepte und Interaktionsformate möglich (Bsp.: Flipped Classroom, teils hybride oder digitale Lehre / e-Portfolios, Lego Serious Play, usw.)		
Empfohlene Voraussetzungen:			
	keine		
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:			
	Laut SPO bzw. Studienplan		
LN-Anforderungen/Anmerkungen:			

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten, ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

2.4.6 Vertiefung Personalgewinnung, -auswahl und -entwicklung

Moduldauer	1 Semester		
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtfach	Wintersemester
Modulverantwortliche(r):	N. N.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		40 h
	Selbststudium:		85 h
	Gesamtaufwand:		125 h
Lehrform:	Seminaristischer Unterricht mit Übungen		
Ziele:			
Inhalte:	• • • •		
Prüfungsart:			
	schriftliche Prüfung, 90 Minuten / mündliche Prüfung 15-20 Minuten / Projektarbeit		
Literatur:			
	Wird zu Beginn bekannt gegeben		
Medienformen:			
	Vorlesungsskript - Power Point, Tafelaufschrieb, Flipchart Einsatz neuer Unterrichtskonzepte und Interaktionsformate möglich (Bsp.: Flipped Classroom, teils hybride oder digitale Lehre / e-Portfolios, Lego Serious Play, usw.)		
Empfohlene Voraussetzungen:			
	keine		
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:			
	Laut SPO bzw. Studienplan		
LN-Anforderungen/Anmerkungen:			

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten, ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

2.4.7 Betriebliches Gesundheitsmanagement

Moduldauer	1 Semester		
Verwendbarkeit des Moduls:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Semester
	General Management - dual - Bachelorstudiengang	Pflichtfach	Wintersemester
Modulverantwortliche(r):	N. N.		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		40 h
	Selbststudium:		85 h
	Gesamtaufwand:		125 h
Lehrform:	Seminaristischer Unterricht mit Übungen		
Ziele:			
Inhalte:	• • • •		
Prüfungsart:			
	schriftliche Prüfung, 90 Minuten / mündliche Prüfung 15-20 Minuten / Projektarbeit		
Literatur:			
	Wird zu Beginn bekannt gegeben		
Medienformen:			
	Vorlesungsskript - Power Point, Tafelaufschrieb, Flipchart Einsatz neuer Unterrichtskonzepte und Interaktionsformate möglich (Bsp.: Flipped Classroom, teils hybride oder digitale Lehre / e-Portfolios, Lego Serious Play, usw.)		
Empfohlene Voraussetzungen:			
	keine		
Teilnahmevoraussetzungen gem. SPO:			
	Laut SPO bzw. Studienplan		
LN-Anforderungen/Anmerkungen:			

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten, ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.